

# BLOGIEN HYÖDYNTÄMINEN TOIMITTAJAN TYÖSSÄ

–Miksi toimittaja kirjoittaa blogia?

Tanja Kröger

Opinnäytetyö, syksy 2010

Diakonia-ammattikorkeakoulu

Diak Länsi, Turku

Viestinnän koulutusohjelma

Medianomi (AMK)

## TIIVISTELMÄ

Kröger, Tanja. Blogien hyödyntäminen toimittajan työssä – Miksi toimittaja kirjoittaa blogia? Diak Länsi, Turku, syksy 2010, 68 sivua, 2 liitettä.

Diakonia-ammattikorkeakoulu, Diak Länsi Turku. Viestinnän koulutusohjelma, medianomi (AMK).

Opinnäytetyössä käsittelin blogien hyödyntämistä toimittajan työssä. Tutkin toimittajien asennoitumista ja motiiveja blogien kirjoittamiseen. Keskeinen tutkimuskysymys oli, miksi toimittaja kirjoittaa blogia. Työni antoi vastauksia myös siihen, voidaanko blogeja pitää journalismina ja millä tavalla blogit ovat osana toimittajan työtä tulevaisuudessa.

Työ oli empiirinen tutkimus, jossa käytin aineistona toimittajille tekemääni kyselytutkimusta sekä sosiaalisen median asiantuntijoille osoitettuja teemahaastatteluja. Lähetin kyselyn ensimmäisen kerran toukokuussa 2010 ja viimeisen muistutusviestin elokuussa 2010. Teemahaastattelut toteutin puhelimitse lokakuun 2010 aikana.

Yleinen vastauksista jäänyt kuva oli se, että toimittajat kokivat blogit jollain tavalla tärkeäksi osaksi työtään. Blogit tarjosivat esimerkiksi kanavan sellaisten asioiden kertomiseksi, jotka eivät uutisjuttuun mahtuneet. Blogien kautta pystyttiin myös muun muassa ilmaisemaan itseään ja saamaan juttuideoita.

Blogit eivät ole enää uusi asia, mutta niiden tulevaisuus on hyvä. Blogit tulevat säilymään tulevaisuudessa yhtenä ilmaisukeinona. Blogit eivät korvaa perinteisiä tiedotusvälineitä, mutta täydentävät niitä.

Asiasanat: blogit, sosiaalinen media, toimittajat, kyselytutkimus, teemahaastattelut, empiirinen tutkimus

## ABSTRACT

Kröger, Tanja. Blogs and journalism –Why does journalist write a blog?  
Turku, Autumn 2010, 68 p, 2 appendices.

Diaconia University of Applied Sciences. Degree Programme in Communication and Media. Degree: Bachelor of Media.

In my thesis I discussed the benefits of blogs in a journalist`s work. I examined what kind of attitude and motives journalists have towards the blogs. The main research question was, why do journalists write blogs. My thesis also gave answers to the question, that can the blogs be considered as journalism and in what way the blogs are going to be part of a journalist`s work in the future.

My thesis was an empirical study, using questionnaires sent to journalists, and theme interviews with social media experts. The questionnaires were sent in May 2010 and the last reminder message was sent in August 2010. The theme interviews were carried out via telephone during October 2010.

Generally, the responders considered blogs to be somewhat useful part of their job. Blogs for example offered a channel for telling stories which could not be included in the news pieces. Via blogs they were able to express themselves and to get ideas for stories.

Today blogs are not regarded as a new thing, but their future is good. In the future blogs are going to be one form of expression. Blogs do not replace traditional newspapers, but they fulfil them.

Keywords: blogs, social media, journalists, questionnaire, theme interviews, empirical study

## SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO .....	5
2 BLOGIT JA SOSIAALINEN MEDIA .....	7
2.1 Mitä sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan? .....	7
2.2 Mitä blogilla tarkoitetaan? .....	8
2.3 Blogien historia .....	11
2.4 Mediablogit ja journalistiblogit.....	13
3 TULEVAISUUDEN NÄKYMIÄ .....	19
4 AINEISTOT JA MENETELMÄT .....	24
5 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET .....	26
5.1 Blogia kirjoittavat toimittajat .....	26
5.2 Blogikirjoittamisen motiivit .....	27
5.3 Blogien aiheet.....	33
5.4 Ovatko blogit journalismia? .....	38
5.5 Blogien tulevaisuus .....	41
6 TEEMAHAASTATTELUN TULOKSET .....	43
6.1 Teemahaastattelun taustaa ja haastateltavat .....	43
6.2 Haastateltavien oma suhde blogeihin ja sosiaaliseen mediaan .....	44
6.3 Toimittajien asennoituminen .....	46
6.4 Ovatko blogit journalismia? .....	52
6.5 Blogien tulevaisuus .....	53
7 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	55
LÄHTEET: .....	60
LIITTEET .....	65
LIITE 1: Kyselylomake.....	65
LIITE 2: Teemahaastattelun kysymykset .....	68

## 1 JOHDANTO

Nykyään kuulostaisi erikoiselta, mikäli toimittaja ei työssään olisi kuullut sosiaalisesta mediasta ja samalla blogeista. Perinteinen ajatus toimittajan työstä on käsittänyt television, radion ja sanomalehden. Tämä käsitys on murtunut, koska internet on koko ajan enemmän mukana sekä toimittajan työssä, mutta myös tavallisen ihmisen arjessa. Tulevaisuudessa toimittajan työnkuva saattaa olla erilainen, koska sosiaalisen median kautta myös toimittajan työnkuva on monipuolistunut – pystyyhän toimittaja ilmaisemaan itseään paremmin ja helpommin kuin koskaan verkossa. Opinnäytetyössäni keskityn sosiaalisen median yhteen osa-alueeseen eli blogeihin. Blogien maailma on mielestäni kiehtova ja siksi kiinnostuin tutkimaan, miten toimittajat hyödyntävät blogeja työssään. Päättämiskysymykseni on, miksi toimittaja kirjoittaa blogia. Päädyin tämän aiheen käsittelyyn, koska toimittajan motiiveja blogien kirjoittamiseen on tutkittu vähän. Esittelen seuraavaksi muutamia esimerkkejä siitä, minkälaisia tutkimuksia blogeista on jo tehty. Toki tutkimustietoa löytyy aiheesta enemmänkin.

Esimerkiksi Johanna Laine (2009) tutki Diakin opinnäytetyössään sosiaalisen median hyödyntämistä uutistoimittajan työssä, ja yksi ilmentymä hänen työssään olivat blogit. Jere Majava (2006) on tutkinut, mitä uutta blogeilla on tarjota internet-julkisuudelle suhteessa muihin julkisen keskustelun kanaviin. Mikko Vallivaara (2009) on kirjoittanut blogeista tekniikan, yhteisön ja median kokonaisuuksista. Janne Matikainen (2009) on puolestaan tutkinut sosiaalisen ja perinteisen median suhdetta ja eroja yleisön näkökulmasta. Yksi tärkeä osa-alue hänen tutkimuksessaan on blogit, sillä työssä on kartoitus suomalaisesta blogosfääristä. Karoliina Kemppainen (2007) on kirjoittanut opinnäytetyönsä blogeista median työvälineenä eli samasta aiheesta kuin minä, mutta hän on tutkinut aihetta eri tavalla. Hän on haastatellut työhönsä Helsingin Sanomien verkkotoimituksen kehityspäällikkö Pekka Pekkala ja kertonut esimerkkejä erilaisista blogeista, kun taas tämä opinnäytetyö sisältää kyselytutkimuksen ja teemahaastatteluja. Kemppaisen työ käsitteli vuotta 2007. Kolmessa vuodessa suhtautuminen on voinut muuttua huomattavasti, joten tässä mielessä työni on päivitys vuoteen 2010.

Opinnäytetyöni on empiirinen tutkimus, jossa hyödynnän teoria-aineistoa. Lisäksi olen tehnyt kyselytutkimuksen toimittajille sekä teemahaastatteluja kolmelle sosiaalisen median asiantuntijalle. Kyselytutkimusta varten valitsin työhöni kuusi erilaista verkkojulkaisua.

kaisua: Helsingin Sanomat, MTV3:n, Yleisradion, Turun Sanomat, Savon Sanomat sekä Me Naiset. Kyselytutkimukseen valikoituneita media-alan ihmisiä yhdistää se, että jokainen kirjoittaa tai on kirjoittanut blogia oman työnantajansa internet-sivuilla. Kyselyn lähetin Webropol-ohjelman avulla. Ensimmäisen kerran lähetin kyselyn toukokuussa 2010 ja viimeisen muistutusviestin lähetin elokuussa 2010. Kyselytutkimuksen tuloksista kerron tarkemmin luvussa 5. Teemahaastattelut toteutin lokakuun 2010 aikana. Teemahaastattelun halusin ottaa mukaan täydentämään kyselytutkimuksen vastauksia. Teemahaastatteluihin valitsin kolme henkilöä, jotka kaikki ovat aktivoituneita sosiaalisessa mediassa. Mari Koistinen on freelancer-toimittaja, Matti Lintulahti on sosiaalisen median konsultti, kouluttaja sekä vapaa toimittaja ja Kari A. Hintikka on verkkotutkija. Kerron teemahaastattelujen tuloksista tarkemmin luvussa 6.

Tutkielmani käsittää ainoastaan blogikirjoittamisen, koska koen sosiaalisen median olevan aiheena hyvin laaja. Lisäksi olen jättänyt pois työstäni sen, minkälaisia blogeja toimittajat itse lukevat. Haluan keskittyä ainoastaan heidän kirjoittamistottumuksiinsa.

Työni etenee siten, että luvussa kaksi kerron blogeista ja sosiaalisesta mediasta. Ensin kerron, mitä sosiaalisella medalla tarkoitetaan ja milloin se on syntynyt. Tämän jälkeen kirjoitan siitä, mitä blogeilla tarkoitetaan. Blogien määrittelyn jälkeen siirryn tarkemmin blogien historiaan kertomalla milloin ja miten blogit ovat syntyneet ja miten ne ovat kehittyneet. Sitten käsittelen toimittajien kirjoittamien blogien lajityyppejä ja kerron aiheista, jotka korostuvat suomalaisessa blogiympäristössä. Kolmannessa luvussa kirjoitan siitä, miltä toimittajien kirjoittamien blogien tilanne näyttää tulevaisuudessa. Luvussa 4 kerron käyttämästäni tutkimusmenetelmästä eli kyselytutkimuksesta ja teemahaastatteluista. Viidennessä luvussa analysoin kyselytutkimuksen tuloksia. Kuudennessa luvussa analysoin puolestani teemahaastattelun tuloksia. Seitsemännessä luvussa kerron johtopäätökset tutkielmastani.

Aiheen tutkiminen on tärkeää, koska sosiaalinen media on tullut mukaan mediamaailmaan ja tulevaisuudessa sen merkitys voi hyvin korostua entisestään. Esimerkiksi työhön haastattelemani Matti Lintulahti kertoi, että sosiaalinen media kuvastaa vuorovaikutuksen, keskustelun ja yhteistyön isoa muutosta. Edellisten merkitys on korostunut ja ne näkyvät jokaisella toimialalla ja myös mediassa. Ne toimittajat, jotka osaavat ottaa sosiaalisen median mukaan työhönsä, pystyvät tekemään parempaa journalismia. (Lintulahti, Matti, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.) Sosiaalista mediaa ja esimerkiksi

siihen sisältyviä blogeja ei siis kannata vähätellä. Työni antaa laajan kuvan siitä, mitä hyötyä blogin pitämisestä toimittajalle on.

## 2 BLOGIT JA SOSIAALINEN MEDIA

### 2.1 Mitä sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan?

Sosiaalinen media on termi, jota käytetään kuvailemaan internet-palveluja, jotka vastaanottavat suurimman osan sisällöstään käyttäjiltään tai keräämällä sisältöä muilta sivuilta. Sosiaalisessa mediassa kenestä tahansa voi tulla tuottaja, mutta useimmat osallistujat näkevät itsensä pikemminkin yhteisöön sitoutuneina kuin sisällön tuottajina. Monelle osallistujalle esimerkiksi itsensä ilmaiseminen riittää sosiaalisessa mediassa. Tyyppisimpiä esimerkkejä sosiaalisesta mediasta ovat Wikipedia, YouTube, Facebook, del.icio.us, Digg.com, LinkedIn ja Flickr. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 12–13.)

Kun jaotellaan tarkemmin sosiaalista mediaa, rakentuu se sisällöstä, yhteisöistä ja Web 2.0 -teknologioista. Sosiaalinen media tarkoittaa sovelluksia, jotka perustuvat joko kokonaan käyttäjien tuottamaan sisältöön tai joissa käyttäjien tuottamalla sisällöllä ja käyttäjien toiminnalla on merkittävä rooli sovelluksen tai palvelun arvon lisääjänä. (Kangas, Toivonen ja Bäck 2007, 14.) Uskon, että kaikkein helpointa on ymmärtää, että sosiaalinen media rakentuu sisällöstä ja yhteisöistä. On kuitenkin vaikeampi oivaltaa, millä tavalla Web 2.0 liittyy sosiaaliseen mediaan ja mikä Web 2.0 ylipäättensä on. Lietsala & Sirkkunen (2008, 17–18) kertovat, että sosiaalinen media on muotisana, joka tuli Web 2.0:n mukana, vuonna 2005. Web 2.0 ei kuitenkaan ole synonyymi sosiaaliselle medialle, sillä se on löysempi käsite, joka viittaa online-palveluihin ja -teknologioihin. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17–18.) Web 2.0:n sekavuutta ja määritelmäpakoisuutta selittää termin lyhyt syntyhistoria. O'Reilly -kustantamon Tim O'Reilly piti yhdessä Dale Doughertyn kanssa ideointipalaverin uusien seminaari- ja kirja-aiheiden keksimiseksi loppuvuodesta 2004. Kokonaisuus alkoi näyttää heidän mielessään vallankumoukselliselta, ikään kuin koko internet ja www olisivat päivittymässä uudeksi versioksi. He päättivät nimetä muutosvirtaukset Web 2.0:ksi. Kun muutoksella oli kuitenkin iskevä nimi, sitä oli helppo alkaa levittää niin mediassa, konferensseissa kuin asioitaessa riskirahoittajien luona, ja ilmiö oli syntynyt. (Hintikka 2007, 8–9.)

Sosiaalisen median käsite on saavuttanut runsaasti kritiikkiä mediatutkijoiden keskuudessa. Yhden vertauksen mukaan perinteinen media on ollut jotenkin epäsosiaalinen, mistä ei kuitenkaan ole kysymys. Toinen kysymys on ollut, mihin jälkimmäinen termi ”media” oikein viittaa. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17.) Sosiaalisella medialla tarkoitetaan tiivistettynä osallistumista, keskustelua ja vuorovaikutusta verkossa. Osallistuminen ja vuorovaikutus muiden kanssa tapahtuvat joko kirjoittamalla, kuvien avulla ja/tai käyttämällä hyödyksi ääntä. Sosiaalista mediaa ei voi sivuuttaa puhuttaessa nykypäivän journalismista ja journalismin tulevaisuudesta, koska yhä useampi käyttää nykyään internetiä. Moni ei edes tule ajatelleeksi, että toiminta, joka verkossa tapahtuu ja jossa toimintaan sisältyy vuorovaikutteisuutta toisen surffaajan kanssa, on sosiaalisen median käyttöä. Muutama vuosi sitten käsite sosiaalinen media oli vielä tuntemattomampi, mutta nyt suurin osa on ainakin kuullut käsitteen jossain yhteydessä. Yhteisöpalveluiden kuten Facebookin ja Twitterin yleistyttyä tämä käsite on yhä tunnetumpi verkon käyttäjien keskuudessa. Heikki Kuutin Mediasanaston (mediadoc.fi) mukaan yhteisöpalvelulla tarkoitetaan siis verkkopalvelua, joka jakaa käyttäjilleen tietoa muista palvelun käyttäjistä, jotka myös voivat palvelun avulla kommunikoida keskenään.

## 2.2 Mitä blogilla tarkoitetaan?

Blogit ovat yksi osa-alue sosiaalisen median sisällä, koska toiminta, joka blogeissa tapahtuu, on sosiaalista. Sanan alkuperäistermi on weblogi ja suomalainen nimitys on blogi. Käsitteillä tarkoitetaan siis julkaisuja. (Domingo & Heinonen 2009, 68–69.) Niin kuin sosiaalisessa mediassa myös blogien yhteydessä voi törmätä sanaan Web 2.0. Kari A. Hintikan (2007, 25) mukaan blogit eli verkkopäiväkirjat ja niihin liittyvä otsikkosyöte on hyvä tapa tutustua moniin Web 2.0:n perusajatuksiin. ”Voidaan sanoa, että blogit pitävät sisällään pitkälti koko Web 2.0-konseptin mikrotasolla kollektiivisesta tuottamisesta ja jakamisesta internetin uusiin toimintatapoihin.” (Hintikka 2007, 25).

Lyhyesti kuvailtuna tyypillinen blogi on verkkosivu tai -sivusto, johon tuotetaan ajan-kohtaista, päivämäärällä varustettua sisältöä. Luonteenomaista blogille on, että vanhat merkinnät säilyvät muuttumattomina ja luettavissa. (Kilpi 2006, 3.) Suurin osa bloggajista myös kuvittaa kirjoituksensa. Lisäksi on olemassa blogeja, joiden ydin on muu kuin teksti: kuvablogeja, videoblogeja, musiikkiblogeja ja niin edelleen. Kiistattomin blogin tuntomerkeistä lieenee se, että uudet sisällöt sijoittuvat vanhempien yläpuolelle.



Kun menee blogiin, on tuorein juttu melko varmasti ensimmäisenä vastassa. (Alasilta 2009, 26–27.) Blogit ovat myös henkilökohtaisia. Kuten perinteiset kotisivut, myös blogit ovat tyypillisesti yhden henkilön julkaisemia. Lisäksi blogien tunnusmerkki on viitattavuus. Yksittäisillä blogimerkinnöillä on yleensä yksilöllinen, pysyvä osoite. (Majava 2006, 5.)

Blogilista.fi:ssa (2010) kerrotaan, että blogin perustaminen on nykyään suhteellisen helppoa ja vaivatonta. Useat palvelut tarjoavat täysin ilmaiseksi blogin ylläpidon. Suosittuja ilmaisia blogipalveluita ovat muun muassa Wordpress, Blogger, Typepad ja Livejournal sekä kotimaiset blogipalvelut Omasana.fi, Blogitus sekä Vuodatus. (Blogilista 2010.) Usein blogeja on kuvailtu ”nettipäiväkirjoiksi.” Kilpi (2006, 5) kertoo, että se on herättänyt monissa bloggaajissa ärtymystä, koska he mieltävät päiväkirjan pitävän sisällään itsekeskeistä tilitystä. Loppujen lopuksi se, pidetäänkö blogia nettipäiväkirjana, ei ole järin olennainen asia, kun pohditaan blogien yhteiskunnallista, henkilökohtaista ja taloudellista merkitystä. Näin Kilpi kuvailee blogeja ja perinteistä tiedotusvälinettä.

Blogeja, puhelinta ja tekstiviestejä yhdistää ihmisten tarve olla yhteydessä toisiinsa, viestittää asioita, joita tavalliset tiedotusvälineet eivät katso julkaisemisen arvoisiksi. Perinteiset joukkotiedotusvälineet ovat jähmeitä ja yhtä pysyviä kuin vuosituhansia sitten kallioon maalatut kuvat: blogit ovat nopeita ja hetkellisiä, kuin metsästäjien juttelu illalla nuotion ääressä. (Kilpi 2006, 5.)

Kilven määritelmässä tiivistyy blogien vahvuus. Tieto välittyy blogeissa viestinantajalta viestin saajalle nopeasti: informaatio voi levitä verkossa äkkiä jopa toiselle puolelle maapalloa. Kiireiselle ihmiselle blogin kirjoittaminen ja lukeminen voi olla nopea vaihtoehto tiedon saamiseksi ja/tai välittämiseksi. Blogia voi kirjoittaa ja lukea missä vain, jos omistaa internet-yhteyden. Perinteiset tiedotusvälineet – sanomalehti, radio ja televisio – ovat mielestäni edelleen tärkeitä ja merkittäviä, mutta sosiaalisen median ja samalla myös blogien vahvuus on juuri tiedonvälittämisen nopeudessa. Blogeja sitovat toisiinsa linkit ja kommentit. Kommenttien varaan rakentuva keskustelu on blogien toiminnan perusta. Kilpi kertoo, että juuri edelliset asiat tekevät blogeista demokraattisen ja moniäänisen median. (Kilpi 2006, 17.) Jos keskustelua ja kommentoijia ei blogilla ole, on blogin vaikeaa saavuttaa menestystä. Uskon, että blogit vaativat kirjoittajaltaan kärsivällisyyttä, sillä kommentteja ei välttämättä heti tule. Kommentteja alkaa usein saada, kun tekee oman bloginsa kiinnostavaksi ja kommentoi muiden blogeja. Näin saadaan aikaan vuorovaikutteisuutta, joka herättää toisen bloggaajan mielenkiinnon. Blogi-

en toiminnalle tunnusomaista on myös se, että esimerkiksi tietty harrastus yhdistää kirjoittajia. Bloggaajia yhdistävät usein yhteiset mielenkiinnon kohteet.

Blogien yhteydessä voi usein kuulla sanan blogosfääri, jolla tarkoitetaan blogien muodostamaa informaatioavaruutta. Blogien ristiinlinkitysten ja otsikkosyötteiden avulla vaikkapa tieto uudesta vaarallisesta tietokoneviruksesta leviää nopeammin kuin koskaan ihmiskunnan historiassa. (Hintikka 2007, 27.) On olemassa määrä piirteitä, jotka tekevät blogeista erilaisia kuin muista verkkosivustoista: Ensinnäkin blogit on usein kirjoitettu persoonallisesti, keskustelemaan tyyliin. Ne ovat usein tunnistettavan tekijän tai tekijäryhmän työtä. Toiseksi palvelut tekevät helpoksi lisätä linkkejä toisille verkkosivuille, usein viitteenä artikkeliin tai blogipostiin. Kolmanneksi jokaisella blogijulkaisulla on kommenttiosio. Neljänneksi blogit voivat olla merkittyjä, yleensä RSS -tekniologian kautta. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 31.) RSS-syötteet ovat päivittyvän tiedon välitystapa internetissä. Syötteitä on muutamaa eri muotoa, yleisimmät syötteiden tiedostomuodot ovat RSS sekä ATOM. Eri verkkopalvelut, useimmin uutispalvelut tai blogit, voivat lähettää uusimpia sisältöjään syötteenä. Syöte voi sisältää esimerkiksi uusimpien uutisten otsikot linkitettyinä uutispalvelun verkkosivuille. Syötteessä on mahdollista julkaista myös vaikka kokonainen uutinen tai blogikirjoitus kuvineen. (Blogilista 2010.)

Blogeista mielenkiintoisen tekee se, että blogit näyttävät siltä, minkälaisen kirjoittaja blogistaan haluaa tehdä. Blogeista löytyy varmasti jokaiselle jotain. Blogeja tutkiessani törmäsin esimerkiksi termiin mikroblogi eli reilun sadan merkin mittaiseen viestiin. Mikrobloggaus voi vaikuttaa marginaali-ilmiöltä, mutta Twitter-palvelun räjähdysmäisesti kasvanut suosio todistaa toista. (Junkkaala 2009). Mikroblogi on lyhyempi kuin normaali blogikirjoitus, ja se sijoittuu jonnekin sähköpostiviestien, keskustelufoorumien sekä blogien välimaastoon.

Monelle este blogin kirjoittamiseen saattaa olla julkisessa luonteessa. Jos epäroi ennen blogin kirjoittamista sitä, kestäkö blogien julkista luonnetta – blogithan ovat vapaasti kaikkien luettavissa–, kannattaa unohtaa blogin kirjoittaminen. Internetissä tulee helposti paljastaneeksi esimerkiksi asioita, joita katuun jälkeensä kertoneensa. Moni saattaa unohtaa, että se tieto, jonka verkossa muille kertoo, säilyy siellä ikuisesti. Kun toimittaja kirjoittaa blogiaan, ajattelee hän usein myös työpaikkaansa. Toimittaja edustaa organisaatiotaan ja hän ottaa sen varmasti huomioon kirjoittaessaan. Kysyin myös toimitta-

jilta, kuinka paljon työpaikka vaikuttaa aiheisiin, joista blogissa kirjoittaa. Aiheesta kerroon lisää luvuissa 5 ja 6.

Sirkkunen (2008, 146–148) kertoo yksilöllisistä ja yhteisöllisistä motiiveista pohtiesaan, miksi ihmiset innostuvat tekemään mediasisältöjä tai ylipäänsä käyttävät vapaa-aikaansa esimerkiksi verkkojulkaisun tekemiseen. Nämä motiivit jaetaan yksilöllisiin ja yhteisöllisiin motiiveihin. Yksilöllisiin motiiveihin kuuluvat esimerkiksi itseilmaisuus, omien taitojen kehittäminen, vertaispalautteen saaminen, suhdeverkostojen ja oman sosiaalisen pääoman kasvattaminen sekä yksilöllistynvä mediakulttuuri. Yhteisöllisiä motiiveja puolestaan ovat esimerkiksi tietojen ja taitojen jakaminen muiden kanssa ja toisistaan oppivat yhteisöt (Sirkkunen 2008, 146–148.) Olen rinnastanut yhteisölliset ja yksilölliset motiivit myös kyselytutkimuksen kysymykseen siitä, mitkä motiivit ohjaavat toimittajaa kirjoittamaan blogiaan. Yhteisölliset ja yksilölliset motiivit näkyvät myös mikä blogin kirjoittamisessa kiehtoo -kysymyksessä (KUVIO 3).

### 2.3 Blogien historia

Historiallisesti blogilla on yhteys yksinkertaisuuden kaipuuseen. Sivustot paisuvat julkaisutekniikan edistyessä laajemmiksi kuin sisältöjen puolesta olisi ollut perusteltua. (Alasilta 2009, 26.) Blogit tarjoavat helpon julkaisualustan. Kilpi (2006, 12) kertoo, että vaikka bloggaaminen terminä syntyi vasta 1990-luvun lopulla, ulottuvat blogikirjoittamisen tyylilliset juuret toki pidemmälle. Vuosina 1711–1714 Joseph Addison ja Richard Steele julkaisivat Lontoossa The Spectator -nimistä lehteä, jota voi monella tavalla pitää blogikirjoittamisen varhaisimpana esi-isänä. The Spectatorin sivulla henkilökohtaiset huomiot, ajankohtaiset asiat, muistelmat ja yhteiskunnalliset pohdinnat sekoittuivat tavalla, joka muistuttaa paljon enemmän nykypäivän blogia kuin sanomalehteä tai mitään muutakaan mediaa. (Kilpi 2006, 12.)

Kilven (2006, 4) mukaan teoriassa internetissä julkaiseminen on ollut mahdollista World Wide Webin synnystä lähtien. Varhaiset kotisivut ja verkkopäiväkirjat olivatkin käsin koodattuja HTML -sivuja. Käytännössä tämä kuitenkin tarkoitti, että netissä julkaiseminen oli mahdollista vain niille, joilla oli aikaa, osaamista ja halua perehtyä sivunkuvauskielen salaisuuksiin. Kaikille muille nettijulkaiseminen oli vielä vaivalloista. Blogit syntyivät 1990-luvun puolivälin paikkeilla. (Alasilta 2009, 66). Vasta paria vuotta myö-

hemmin vuonna 1997 amerikkalainen ohjelmoija John Barger alkoi kutsua Robot Wisdom -nimistä nettisivuaan termillä ”weblog.” Bargerin ”weblog” oli yhdistelmä sanoista ”web” eli verkko ja ”log” eli lokikirja. Huhtikuussa 1999 Peter Merholz teki omalla nettisivullaan sanaleikin lisäämällä termiin yhden välilyönnin: weblogista tulikin ”weblog” eli me bloggaamme. (Kilpi 2006, 11.) Tästä on myös olemassa toinen versio, jonka mukaan Peter Merholz ilmoitti käyttävänsä vastedes muotoa wee-blog. Toiset muunsivat tuon diminutiivin nopeasti muotoon blog. (Alasilta 2009, 66.)

Elokuussa 1999 tapahtui jotain, mikä toi mukanaan edistysaskeleen blogien kehityksessä. Pieni amerikkalaisyhtiö Pyra Labs nimittäin julkisti Blogger-nimisen verkkopalvelun. Blogger tarjosi sivuston, jossa kuka tahansa pystyi julkaisemaan oman bloginsa. (Kilpi 2006, 11.) 2000-luvulla blogit muuttivat tilanteen täysin. Erilaiset blogialustat ja palvelut tekivät nettijulkaisemisen helpoksi. (Kilpi 2006, 4.) Bloggaamisen suosion kasvu näkyi Bloggerin kävijämäärän rajuna kasvuna. Vuonna 2003 hakukonejätti Google osti Pyra Labsin ja liitti Bloggerin omiin palveluihinsa. Samalla kaikista Bloggerin ominaisuuksista tuli ilmaisia ja palvelun tekninen vakaus parani. Toukokuussa 2004 avattiin uudistunut Blogger, jonka ominaisuuksiin kuuluivat muun muassa CSS-tekniologiaa hyödyntävät sivupohjat, parempi arkistojärjestelmä, käyttäjäkommentit sekä mahdollisuus lähettää blogimerkintöjä sähköpostilla. Yhdysvalloissa vuoden 2004 presidentinvaalit olivat monella tapaa käännekohta blogien historiassa. Kiihkeän vaalikamppailun aikana blogit nousivat vakavasti otettavaksi mediaksi, ja maan valtapuolueet hyväksyivät joukon bloggaajia puoluekokouksiinsa perinteisen lehdistön rinnalle. (Kilpi 2006, 12–13.)

Vuonna 2005 tapahtuneen Aasian tsunamin yhteydessä sekä median viestintää että viranomaistiedotusta arvosteltiin voimakkaasti kykenemättömyydestä tiedottaa täsmällisesti siitä, mitä oli tapahtunut. Monet havaitsivat, että katastrofialueella toimivien suomalaisten sukeltajien weblog tarjosi tuoretta ja yksityiskohtaista tietoa paljon paremmin kuin viralliset kanavat. (Domingo & Heinonen 2009, 68.) Sukellus.fi -sivusto sai tiedonjulkistamispalkinnon tsunami- tiedottamisensa johdosta (MTV3 2005). 1990-luvun lopulla blogit olivat pääasiassa ”www-kotisivuja” päiväkirjamuodossa, mutta nykyään kanava on omaksuttu myös niin mediassa kuin yritys- ja yhteisöikäytössäkin. Alun perin tekstipohjaiset blogit ovat laajentuneet viime vuosina radionomaisiin ääniblogeihin (podcast) ja televisiomaisiin videoblogeihin (vlog). (Hintikka 2007, 27.) Vuosien 2004

ja 2005 aikana keskustelu blogien merkityksestä journalismille muutti sävyään. Enää ei pohdittu, ovatko weblogit tärkeitä journalismille, vaan kuinka tärkeitä ne ovat. Nykyään blogit näyttävät olevan kaikkialla journalismissa. (Domingo & Heinonen 2009, 69.)

Matti Lintulahti kertoo blogissaan (2005), että vuonna 2005 Suomessa perustettuja blogeja oli 172 000. Näistä 52 000 oli jollain tavalla päivittyviä blogeja. Kyseisenä vuonna blogien määrä oli kasvanut 70 prosenttia neljässä kuukaudessa. Suosion kasvu vuonna 2005 kertoo siitä, että blogit olivat kyseiseen aikaan suosittuja. Blogien tämänhetkisestä määrästä Suomessa on vaikeata löytää tutkimustietoa. Matikaisen (2009) tutkimuksessa Simo Porola on kartoittanut tietoa blogien määrästä Blogilista.fi -palvelun kautta. Blogilista.fi antaa kattavan listauksen suomalaisista blogeista, vaikka se kertoo vain pienen osan todellisesta määrästä. 26.2.2009 Blogilista.fi:ssä oli 21 178 blogia. (Matikainen 2009, 18.) 19.11.2010 Blogilista.fi:ssä (2010) oli 39 711 blogia. Kun siis vertaa Simo Porolan tekemää kartoitusta (Matikainen 2009, 18) ja tutkimaani vuoden 2010 tilannetta (19.11.2010), on blogien määrä kasvanut huomattavan paljon. Pitää kuitenkin muistaa, että osa blogeista on epäaktiivisia. Blogilista.fi ei myöskään kerro koko maan blogien määrään, mutta antaa jonkinlaista suuntaa määrästä. Blogien määrän kasvu kertoo joka tapauksessa siitä, että blogit ovat edelleen suosittuja suomalaisten keskuudessa. On hyvin vaikeaa sanoa, mihin suuntaan mennään tulevaisuudessa, mutta Blogilista.fi:n blogien määrän perusteella tulevaisuus näyttää lupaavalta.

Blogien tutkimuksessa on menty sen verran pitkälle, että blogeja jaotellaan erilaisiin blogien lajityyppeihin, joiden avulla on helppoa kategorisoida blogit erottamalla esimerkiksi toimittajien kirjoittamat blogit yleisön kirjoittamista blogeista. Seuraavassa luvussa kerron tarkemmin mediablogeista ja journalistiblogeista, jotka liitän toimittajien kirjoittamiin blogityyppeihin.

## 2.4 Mediablogit ja journalistiblogit

Opinnäytetyön tutkimusvaiheessa oli helppo tehdä havainto, että suomalaisten toimittajien kirjoittamia blogeja löytyy internetistä suhteellisen paljon. Blogit eivät siis ole kadonneet mediamaisemasta, vaan toimittajat kirjoittavat niitä edelleen vuonna 2010. Blogilista.fi:n (2010) perusteella voisi olettaa, että myös toimittajien blogien määrä on lisääntynyt, koska yleisesti suomalaisten blogien määrä on kasvanut Blogilista.fi:ssä.

Domingon & Heinosen (2009, 76) mukaan toimittajat ovat hakeneet blogeista avoimempaa ja suorempaa väylää yleisöönsä. Lisäksi – myös Suomessa – mediayhtiöt itse ovat alkaneet kokeilla blogeja journalistisena lajityyppinä ja yleisölle tarjottavana osallistumisen muotona. Osa julkaisijoista saattaa olla journalismin suhteen amatöörejä, osa taas journalisteja tai mediayrityksiä. Heidän yhteisenä pyrkimyksenään on kuitenkin tarjota laajalle yleisölle tietoa ajankohtaisista tapahtumista tai tapahtumien kommentteja ja pohdintoja. (Domingo & Heinonen 2009, 76.)

Blogeja voidaan myös lajitella erilaisiin lajityyppeihin. Blogityypit jaetaan kansalaisblogeihin, yleisöblogeihin, journalistiblogeihin sekä mediablogeihin. (Domingo & Heinonen 2009, 77–83.) Kerron tässä tarkemmin journalisti- sekä mediablogeista, koska ne ovat tämän työn kannalta olennaisia – niitä kirjoittavat toimittajat. Kansalaisblogit ja yleisöblogit ovat yleisön tekemiä blogeja, joten siksi jätän ne tässä tutkielmassani huomioimatta. On kuitenkin syytä muistaa, että kansalaisblogit ja yleisöblogit ovat erittäin merkityksellisiä. Yleisön tekemällä sisällöllä on myös merkitystä. Yleisö tuo blogeihin esimerkiksi omia havaintojaan vaikkapa oltuaan silminnäkijöinä jossain tapahtumassa. Yleisöstä löytyy myös usein asiantuntemusta: jos bloggaaja on kiinnostunut vaikkapa pyöräilystä, voi hän kertoa blogissaan sellaista, mitä media ei välttämättä tiedä.

Mediablogit ovat osa tiedotusvälineiden sisältöä. Mediablogit ovat valtamedialle turvallinen tapa kokeilla blogien mahdollisuuksia, sillä niiden ylläpitäjät ovat lehden vakinaisia toimittajia tai valikoituja vieraita, toisin sanoen median palkkatyöläisiä. Toimituksellinen valvonta ei välttämättä ole yhtä tiukka kuin uutissivuilla, mutta tavanomaisesti esimiestoimittajat jollain tavalla valvovat mediablogien sisältöjä. Monien mediayritysten blogikokeilut ovat olleet varovaisen haparoivia, eikä blogien kaikkia mahdollisuuksia ole käytetty hyväksi. Esimerkiksi kommentointimahdollisuutta ei ole pidetty tarpeellisenä. On haluttu välttää niitä ulottuvuuksia, jotka saattaisivat koetella perinteisen journalismin konventioita. (Domingo & Heinonen 2009, 81.) Tässä tutkielmassa kyselytutkimukseen on osallistunut jonkin tietyn tiedotusvälineen palkkatyöläisiä. Kohderyhmääni kuuluvat ovat siis kirjoittaneet tai edelleen kirjoittavat tätä blogityyppiä eli mediablogia.

Media näyttää Domingon & Heinosen (2009, 81) mukaan käyttävän blogeja sisäisesti pääosin kolmella tavalla. Tapahtumablogit syntyvät ja kuolevat aiheen uutisarvon myö-

tä. Esimerkiksi vaalikampanjat ovat tyypillisiä tapahtumablogien aiheita. Vuoden 2006 presidentinvaalikampanjan aikana ainakin Yleisradion ja Helsingin Sanomien verkkosivuilla oli kokeneiden politiikantoimittajien vaaliblogeja, joihin sai myös lähettää kommentteja. Yleisökeskusteluun suuntautuvat mielipideblogit hyödyntävät sitä, että verkossa ei ole rajoituksia palstatilan ja ohjelma-ajan suhteen. Useat verkkolehdet ovatkin kutsuneet vakiokolumnisteja ja bloggareita kirjoittamaan verkkosivuilleen. Kommenttiblogit ovat nekin mielipidekirjoittamisen laji, mutta niiden tekstit ovat toimituksen vakituisten väen kirjoittamia. Tällaisessa mediablogissa voi julkaista lisätietoa tai näkemyksiä, jotka eivät muuten ole juttuun mahtuneet. Esimerkiksi brittiläinen Guardian on pitkään julkaissut kommentoivia blogeja. Suomessa tällaiset blogit alkoivat yleistyä verkkolehdissä vuoden 2005 tienoilla, ja tätä nykyä ne ovat luonteva osa verkkolehden sisältöjä (Domingo & Heinonen 2009, 82.) Kommenttoivaksi blogiksi voisi kuvailla esimerkiksi Me Naiset.fi -sivuston Jälkikirjoitus-blogeja. Me Naiset -lehden toimittajat kertovat kyseisissä blogeissa tarinoita juttujensa takaa. Tässä ote Jälkikirjoitus-blogikirjoituksesta nimeltä Pöppöpaniikki:

Kun 28-vuotias espoolainen Lotta otti syksyllä yhteyttä Me Naisten toimitukseen ja ehdotti, että tekisimme jutun hänelle tehdystä sydänsiirrosta, minua pelotti. Kysyin, onko hän aivan varma, että haluaa antaa jutun näin pian, vain kuukausi leikkauksen jälkeen. (Jälkikirjoitus 11.11.2010)

Domingon & Heinosen (2009, 82 –83) mukaan kommenttiblogien yksi kiinnostava versio ovat eräänlaiset journalistiset testiblogit. Muutamat toimitukset ja yksittäiset journalistit ovat ryhtyneet käyttämään blogeja juttujensa kokeilupaikkoina, ennen kuin varsinaisesti alkavat kirjoittaa juttujaan. Näin he saavat vinkkejä lukijoilta juttujen parantamiseksi. Kaikki tieto ei aina olekaan toimittajan hallussa, vaan lukijatkin voivat neuvoa toimittajaa.

Toinen toimittajan kirjoittaman blogin lajityyppi on nimeltään journalistiblogi. Tällöin ammattijournalistit julkaisevat journalistiblogia median ulkopuolella (Domingo & Heinonen 2009, 76). Journalistiblogit ovat siinä mielessä osa vakiintunutta journalismia, että niiden ylläpitäjät ovat tavalla tai toisella ammattimaisia journalisteja. Journalistiblogit ovat osoitus siitä, kuinka blogikulttuurin myötä journalististen ja journalismia koskevien aiheiden käsittely on levinnyt median ulkopuolelle, uuteen julkiseen tilaan. Monia toimittajia näyttää innoittaneen blogien tarjoama vapaa julkaisuväline, jossa on mahdollista syventyä asioihin tavalla, joka ei ole mahdollista median tarjoamassa tilas-

sa. Mediayritykset eivät aina ole katsoneet suopeasti toimittajiensa bloggaamista (Domingo & Heinonen 2009, 80.) Eräässä tapauksessa yhdysvaltalaisen Hartford Courant -sanomalehden päätoimittaja puolusti toimittajan irtisanomispäätöstä sillä, että toimittajan yksityisenkin weblogin näkemykset voivat vaikuttaa hänen työnantajansa maineeseen. Hänen mukaansa lukijat saattoivat kuvitella, että blogijutut edustivat toimituksen näkemystä. (Toolan 2003, 93.) Olen samaa mieltä Domingon & Heinosen (2009, 80) kanssa siitä, että perustelut toimittajan irtisanomiselle ovat mielenkiintoisia journalistisen sananvapauden kannalta. Kuinka paljon työpaikalla voi siis olla valtaa toimittajan kirjoittamaan blogiin? Tekemässäni kyselytutkimuksessa kysyin toimittajilta myös tästä aiheesta: kuinka paljon työpaikka vaikuttaa aiheisiin, joista blogissa kirjoittaa? Vastaukset tähän kysymykseen tulevat esille myöhemmin tässä työssä kyselytutkimuksen tuloksia tarkasteltaessa luvussa 5.

Suomessa Matti Lintulahden Mediablogi ([www.mattilintulahti.net/mediablogi](http://www.mattilintulahti.net/mediablogi)) ja Kari Haakanan blogi ([www.karihaakana.net/blog/](http://www.karihaakana.net/blog/)) ovat olleet ensimmäisiä varteenotettavia journalistiblogeja. Molemmat kirjoittajat kommentoivat tapahtumia asiallisesti ja punnisti. (Domingo & Heinonen 2009, 80.) Matti Lintulahti kertoo blogissaan (2010) kustelevansa sosiaalisesta mediasta, median kehittämisestä ja journalismin tulevaisuudesta. Haastattelin Matti Lintulahtea myös teemahaastattelussa. Kari Haakana puolestaan kertoo blogissaan (2010) käsittelevänsä mediaa ja mediatekniikkaa. Hänen uusin kirjoituksensa on marraskuulta 2010, ja hän kertoo olevansa aktivoitunut myös monessa muussa sosiaalisessa mediassa.

Omalla tavallaan mielenkiintoisia ovat blogit, jotka sijoittuvat asiantuntijablogien ja journalistiblogien välimaastoon. Esimerkiksi FishBowlDC -blogin julkaisija sai ensimmäisenä blogijournalistina Yhdysvalloissa Valkoisen talon lehdistökortin vuonna 2005. Vielä vuoden 2004 Yhdysvaltain presidentin esivaalien aikaan julkaisija oli niin sanotusti aidan toisella puolella toimiessaan erään demokraattiehdokkaan lehdistösihteerinä. Valkoisen talon lehdistökortin myöntäminen weblog-journalistille oli osoitus blogijournalismin vakiintumisesta. (Domingo & Heinonen 2009, 80–81.)

## 2.5 Blogien aiheet

Toimittajien kirjoittamista blogeista on vaikeaa löytää tutkimustietoa, mutta yleisesti



blogien aiheista löytyy tietoa huomattavasti helpommin. Suomalaisen blogosfäärin keskipiste on Blogilista ([www.blogilista.fi](http://www.blogilista.fi)). Domingo & Heinonen (2009, 75–76) kertovat, että kaikki blogit eivät edes yritä olla journalistisia tai ajankohtaisia samalla tavoin kuin vakiintuneet valtamediat. Kuvaavaa on, ettei suomalaisella blogilistalla mukana olevien suosituimpien blogien joukossa ole yhtään sellaista, jonka voisi lukea journalistiseksi sanan totutussa mielessä. Suosituimpien blogien sisällöt koostuvat päivittäisten pohdintojen ja tunnelmien henkilökohtaisista tilityksistä, ja joissakin todetaan suoraan sisällön olevan fiktiota. Mutta on kuitenkin myös blogeja, joilla on kytkentäkohtia journalismiin. (Domingo & Heinonen 2009, 75–76.) Blogilista.fi on blogihakemisto, joka listaa suomalaisia tai Suomeen liittyviä blogeja (Blogilista). Kirjoittamalla ”Mistä aiheesta etsit blogeja” -kohtaan hakusanan voi löytää itseä kiinnostavia blogeja. Esimerkiksi blogeja, jotka sisältävät aiheen ”journalismi”, löytyy runsaasti. Ensin on tärkeää määritellä, minkälaista sisältöä voidaan pitää journalistisena. Vastausta voi etsiä journalismin määritelmästä: Heikki Kuutin laatiman Mediasanaston (Mediadoc.fi) mukaan journalismi on ajankohtaisina ja faktapohjaisina esitettävien, pääosin yhteiskunnallista ainesta sisältävien joukkoviestintäsanomien tuottamista. Blogilista.fi listaa yksittäisten toimittajien ja tavallisten kirjoittajien lisäksi uutissivustojen ja televisio-ohjelmien toimittajien blogeja. Tässä kolme esimerkkiä Blogilista.fi:hin listautuvista blogeista hakusanalla ”journalismi.” Näissä kaikissa on mielestäni kytkentöjä journalismiin.

Viestintäammattilainen Outi Vainionkulma-Immonen kirjoittaa blogissaan (<http://outi.posterous.com>) ajatuksiaan perinteisestä ja sosiaalisesta mediasta sekä kritiikkiä toimittajista, journalismista ja viestintätutkimuksesta eli hänen blogiaan voisi luonnehtia mediakriittiseksi blogiksi. Tässä lainaus yhdestä kirjoituksesta, jossa journalistinen ote nousee esiin median tehtävien pohdinnan kautta.

On totta, että median tehtävänä on nostaa esiin ongelmia ja tuoda julki myös vähäosaisten ääni. Käytännössä on ihan tavallista ja sallittua, että puolueetonkin media on kallellaan vähäosaisiin päin ja pitää heidän puoliaan. Mutta kun se tuppaa unohtumaan, että kyse on aika pienestä joukosta, usein yksittäistapauksista (joskin toki yksikin tapaus on liikaa). Suurimmalla osalla meistä asiat ovat oikeastaan ihan hyvin. (Vainionkulma-Immonen 2010.)

Havaintovihko niminen blogi (<http://www.bjorksten.fi/blogi/>) puolestaan sisältää media-alan uutisia, havaintoja ja kommentteja. Blogia kirjoittaa Aamulehden toimittaja Tuomo Björkstén. Tässä ote hänen blogikirjoituksestaan, jossa hän nostaa esiin sosiaali-

sen median.

Olen huomannut, että jotkut kollegani pelkäävät – tai jopa toivovat – ettei toimittajia tulevaisuudessa enää tarvita. Sehän on ihan höpöpuhetta. Vaikka sosiaalisen median käyttö on nyt vilkasta, se ei tarkoita, että naapurin Jaska tosiasiassa kykenisi samanlaiseen sisällöntuotantoon kavereilleen kuin ammattilaistoimittajat. (Björkstén 2010.)

Mediakriittikkiin perustuva Kiilablogi (<http://www.kiilablogi.net>) on puolestaan usean opiskelijan kirjoittama blogi, jonka kuvauksessa kerrotaan näin:

Me kirjoittajat tiedämme omastakin kokemuksesta, miksi mediakriittikkiä ei tehdä: kaikilla on niin kova kiire. Meitä kiilaajia oli alussa yli kymmenen, mutta syksyn aikana yksi toisensa jälkeen on jäänyt pois vedoten liian täyteen kalenteriin. Hilikka Olkinuoraa lainaten: kiireinen ihminen on tottelevainen. Hyvä journalismi, samoin kuin hyvä mediakriittikki, vaatii aikaa. Aikaa ideoinnille, kypsyttelylle, mielipiteiden vaihdolle – ylipäättään valmiiden totuuksien kyseenalaistamiselle. Tämä blogi on syntynyt tarpeesta järjestää tuota aikaa ja tilaa. (Kettunen ym. 2009.)

Matti Luostarinen (2010, 19) on huomannut, että blogit näyttäisivät erikoistuvan: innovatiivisin osa kohdistuu yhä selvemmin erikoisteemoihin ja muistuttaa esimerkiksi tieteellisten sarjajulkaisujen tapaa hakea paikkaansa lukijoihin ja kirjoittajiin. Sama koskee mediaa ja sen tapaa osallistua blogien ylläpitoon ja kehittämiseen. Luostarinen kertoo, että Suomessa blogeihin ovatkin voimakkaimmin tarttuneet viestintäyritykset, kuten sanomalehdet ja TV-kanavat. Samalla blogien sisältö viestittää markkinoille helpolukuista tietoa innovaatioiden leviämisestä ja eri kuluttajaryhmien käyttäytymisestä. Näin blogi seuraa luovan kulttuurin lisäksi myös sosiaalisia ja kulttuurisia rakenteita ja on menestynyt parhaiten juuri Ranskassa yksityisten kansalaisten käyttämänä ja Suomessa lehtien ja median keskuudessa, jossa uutinen on tehtävä joka päivä jäämättä toistamaan eilistä uutista. (Luostarinen 2010, 19.) Se, että Suomessa monet viestintäyritykset ovat tarttuneet sosiaalisen median ja sitä kautta myös mahdollisesti blogien mahdollisuuksiin, on hyvä asia. Sillä tavalla media pystyy itse toimimaan nykyaikaisesti ja vastaamaan ajan haasteisiin. Sosiaalisen median huomioiminen osoittaa sopeutumiskykyä mediamailman murrokseen, jossa kirjoitetaan myös verkkoon perinteistä mediaa kuitenkin unohtamatta. Sanomalehti on ja pysyy, mutta sen lisäksi voi hyödyntää myös verkon tarjoamia mahdollisuuksia.

Mielenkiintoinen kysymys on se, millä tavalla median viihteellistyminen näkyy suomalaisessa blogosfäärissä, vai näkyykö se. Lietsalan & Sirkkusen (2008, 78–79) mukaan

maaliskuussa 2008 syntyi mielenkiintoinen keskustelu suomalaisten bloggaajien ja Helsingin Sanomien journalistin Esa Mäkisen välillä viihteen painottumisesta Suomen blogosfäärissä. Mäkinen kirjoitti Helsingin Sanomiin (18.3.2008) suomalaisten blogien yksityistetystä luonteesta: kaikkein suosituimpia teemoja blogeissa ovat neulominen, nimettömät paljastukset henkilökohtaisesta elämästä, muoti ja trendit, vitsit ja huumori, sarjakuvat ja ruoka. Vakavammat teemat, kuten politiikka tai laajempi sosiaalinen kritiikki, ovat pikemminkin poissaolevia aiheita suomalaisessa blogosfäärissä verrattaessa joihinkin muihin maihin. Tämä sai aikaan paljon vihaisia kommentteja bloggaajilta, jotka halusivat korostaa bloggaajien muodostamien verkostojen tärkeyttä ja vapautta, jota nämä verkostot antavat kaikille. Jotkut bloggaajat myös halusivat puolustaa viihdeaiheita, koska ne voivat olla yhtä tärkeä tekijöilleen kuin myös ”vakavammat” blogit. On vaikea sanoa, kuinka paljon tämänkaltaista ruohonjuuritason mediakritiikkiä on olemassa Suomessa yleisesti, mutta ainakin joissain tapauksissa bloggaajat ovat pystyneet korjaamaan virheitä, joita valtavirtamedia on tehnyt. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 79.) Yksi viime vuosikymmenten suuria suomalaisia mediatrendejä on ollut viestinnän henkilöityminen. Toimittajat kirjoittavat mieluummin poliitikoista kuin politiikasta, taiteilijoista kuin taiteesta ja yritysjohtajista kuin yrityksistä. (Kilpi 2006, 93.) Tämän työn tutkimustulosten käsittelyosuudessa luvussa 5 kerrotaan, miten toimittajat asennoituvat itse viihdeaiheisiin ja ”vakaviin” aiheisiin, ja myös siitä, mistä aiheista kyselytutkimukseeni vastanneet toimittajat kirjoittavat.

### 3 TULEVAISUUDEN NÄKYMIÄ

Yksi tutkielmani keskeinen kysymys on se, pystyvätkö blogit ylittämään uutiskynnyksen vai jäävätkö ne tulevaisuudessa toimittajien päiväkirjamaiseksi kirjoitteluksi. Kilpi (2006, 96) kritisoi monien blogeista innostuneiden odotuksia: useat blogeista kiinnostuneet ovat julistaneet blogien tuhoavan pian perinteisen joukkotiedotuksen kentän. Tämä ei kuitenkaan ole kovin realistinen odotus. Järjestelmällinen journalistinen sisällöntuotanto on kovaa työtä, joka vaatii suuret resurssit. Harvalla blogilla on toimittajia ympäri maailmaa. Perinteisen median vahvuus (ja samalla kenties heikkous) on ennalta-arvattavuus: voi luottaa siihen, että perinteisten uutiskriteerien mukaan merkittävät asiat tulevat käsitellyksi mediassa, ja kokemuksen perusteella voidaan myös arvioida, millaisen näkyvyyden ne tulevat saamaan. Blogien vahvuutena taas on henkilökohtaisuus ja yllätyksellisyys (Kilpi 2006, 96.) Blogeilta voi tavallaan odottaa mitä vain: ei ole vält-

tämättä ennakkoon tiedossa, mistä blogissa saatetaan kertoa, ja se tekee blogista mielenkiintoisemman. Blogi ei Luostarisen (2010, 221) mukaan ole osa perinteistä mediaa, mutta ei myöskään tiedeyhteisön konventiota eli yleistä tapaa palveleva. Se vaatii toki kirjoittajalta vastaavia taitoja kuin esimerkiksi paperimedia mutta ei välttämättä pelkääntään asiantuntijalausuntojen tapaista kirjoitustyyliä. Blogi on vuorovaikutteinen prosessi, ja tutkija voi käyttää sitä samaan aikaan sekä tiedon tuottamiseen, keräämiseen että opetukseen ja sanomisensa popularisointiin.

Suomi on pieni maa. Majavan (2006, 84) mukaan suomalainen blogijulkisuus muodostaa vielä melko erillisen ja itsenäisen saarekkeen suhteessa muuhun julkiseen keskusteluun. Esteitä suomalaisten blogien muodostamalle julkisuudelle osana laajempaa mieliteenmuodostusta ovat toistaiseksi suomalaisen blogosfäärin suhteellinen pienuus ja blogien tuntemattomuus. Majava myös kertoo, että suomalaiset blogit ovat verraten epäpoliittisia. Aktiivisten toimijoiden, kuten aktivistien, kansalaisjärjestöjen, poliitikkojen, tutkijoiden ja journalistien osallistumisen panos erityisesti blogosfäärin kansallisen profiilin ja sosiaalisten käytäntöjen määrittelyssä on ollut vähäinen. Majavan mukaan kansainväliseen blogosfääriin verrattuna suomalaisessa blogikulttuurissa sosiaalisuus ja identiteetin rakentaminen korostuvat suhteessa julkiseen keskusteluun ja vertaistuotantoon. (Majava 2006, 82.) Tämän perusteella voisi olettaa, että blogien kautta Suomessa ei tavoitella menestystä ja julkisuutta, vaan syyt blogin pitämiselle ovat muunlaisia. Blogin kautta vuorovaikutteisuus ja keskustelu korostuvat, mutta syy kirjoittamiselle voi löytyä vaikkapa halusta kehittyä kirjoittajana tai halusta tutustua uusiin ihmisiin samojen kiinnostuksen kohteiden kautta.

Kemppainen (2007, 33) kertoo, että blogit tuskin tulevat syrjäyttämään perinteistä mediaa. Hän kuitenkin uskoo, että niitä ei kuitenkaan voi sivuuttaa, koska niiden merkitys kasvaa jatkuvasti. Perinteinen media ja blogit tulisi nähdä toisiaan täydentävinä asioina. Olen samaa mieltä Kemppaisen kanssa siitä, että blogien merkitys on huomattava. Myös Alasilta (2009, 87) katsoo, että bloggauksen mahdollisuus on ja pysyy. On kuitenkin muistettava, että verkkoviestinnän lajityypit kehittyvät edelleen. Siinä missä Facebook on muutama vuosi sitten ollut itselleni uusi juttu, on se nyt alkanut jo kyllästyttää. Samoin voi käydä jossain vaiheessa blogien kanssa. Huomasin kuitenkin tutkiessani tätä aihetta, että tiedotusvälineet suhtautuvat yleisesti sosiaalista mediaa kohtaan myönteisesti. En saanut kyselytutkimuksessa yhtään vastausta, jossa olisi suoranaisesti haukuttu

blogeja. Se kertoo siitä, että blogit ovat edelleen jossain määrin mukana toimittajan työssä. Tästä kerron lisää tutkimustuloksissa luvuissa 5 ja 6.

Yleisradion Uusien palvelujen kehityspäällikkö Tuija Aalto (2009) kertoo blogissaan, että sosiaalisen median ohittaminen olankohautuksella on virhe. Hän kertoo, että se kosta- tautuu mediatalolle yleisösuhteen, tavoittavuuden ja vaikuttavuuden asteittaisena rapau- tumisena: ”YLE ottaa vakavasti sen mediakulttuurin muutoksen, että ihmiset tekevät sisältöjä myös itse ja jakavat niitä toisilleen, suosittelevat toisilleen linkkejä verkossa, tuottavat yhdessä tietoa, viettävät aikaa ja viihtyvät.” (Aalto 2009). Myös esimerkiksi Helsingin Sanomat uskoo sosiaalisen median hyötyihin. Helsingin Sanomat on käynnis- tänyt HS Next -nimisen blogin. Blogissa kerrotaan Helsingin Sanomien sähköisestä ke- hityksestä. Blogissa toivotaan toiveita ja vinkkejä siitä, millainen tulevaisuuden sano- malehden kannattaisi olla. Sitä kirjoittaa joukko Helsingin Sanomien journalistejä ja kehittäjiä. Taloustoimittaja Olavi Koistinen kuvailee blogia seuraavasti: ”Helsingin Sa- nomien uusi blogi, HS Next, kertoo miten sanomalehtien uudet jakelukanavat muuttavat lehtisisältöä, lukutottumuksia sekä alan liiketoimintanäkymiä.” (Koistinen Olavi 2010).

Tremayne (2007, 268) kertoo, että bloggaaminen ei tule korvaamaan perinteistä journa- lismia. Se johtuu siitä, että blogosfäärissä on niin vähän tavallista uutisointia. Hän kui- tenkin kirjoittaa, että blogeilla tulee olemaan vaikutusta. Perustuen kirjallisuuteen, jota bloggaamisesta ja online-uutisista on tehty, hän ehdottaa viittä laajaa muutoksen kenttää journalismin tulevaisuudelle: mikropaikallinen journalismi (microlocal journalism), toimiva kansalaisjournalismi (managed citizen journalism), ongelma-keskeinen journa- lismi (problem-based journalism), tietokantajournalismi (database journalism) sekä pa- remmanlaatuinen journalismi (better quality journalism). Keskeistä Tremaynen esittä- missä malleissa on se, että journalistien pitäisi tulevaisuudessa yhä enemmän hyödyntää yleisöä työssään. Tietokantajournalismiin en pureudu sen enempää, koska se ei suora- naisesti liity blogeihin.

Mikropaikallisella journalismilla Tremayne tarkoittaa sellaisia uutisia, joita ei ole perin- teisessä mediassa tarjolla, esimerkiksi uutisia koulunäytelmistä ja paikallisista tapahtu- mista. Tremayne kirjoittaa, että ihmiset välittävät, mitä heidän lähellään tapahtuu. Sisäl- tö tulee tosin suurimmaksi osaksi näissä paikallisissa aiheissa yleisöltä. (Tremayne 2007, 268–269.) Toimiva kansalaisjournalismi puolestaan on harjaantunutta ”avoimien

lähteiden” journalismia, jossa lukijat tulevat sisällön tuottajiksi. Tällaisessa toiminnassa on olemassa kaksi ensisijaista etua. Olennainen on tietenkin hinta ja toinen on läheisyys, joka kirjoittajalla on aiheeseen: he tuntevat ympäristön paremmin kuin journalisti tuntee. Haittapuoli on kirjoittajien harjoituksen puute kirjoittamisen suhteen. Valtavirta-uutissivustot ovat kokeilleet kansalaisjournalismia. Esimerkiksi BBC:n ja MSNBC:n verkkosivustot pyysivät sisältöä lontoalaisilta, jotka todistivat terroristipommituksia vuonna 2005 digitaalisin kuvin ja pitämällä kirjaa tapahtumista sivustoille. Tremayne kertoo, että tämänkaltaiset pyrkimykset todennäköisesti yleistyvät keinona vastata yleisön muuttuviin odotuksiin ja suhteellisen halvan sisällön tuottamiseksi. (Tremayne 2007, 269.) Tulevaisuudessa siis saatetaan yhä enemmän hyödyntää yleisöä. Ammattijournalistit eivät poistu kuvasta, mutta he voisivat hyödyntää yleisöä aikaisempaa helpommin. Kolmas malli, jota Tremayne ehdottaa, on ongelmakeskeinen journalismi. Lontoon pommitukset tarjosivat tapahtumakeskeistä kansalaisjournalismia. Blogosfääri on osoittanut voimansa aloittaa yhteisöllisen toiminta ja sen, että se voi hankkia innostuneilta kansalaisilta tiettyyn aiheeseen tai ongelmaan nopeasti lähteitä. Sen sijaan, että journalismiorganisaatiot ainoastaan tarkkailisivat bloggaajien välistä aktiivisuutta, organisaatioilla on mahdollisuus hyötyä bloggaajista. (Tremayne 2007, 269–270.) Tiedon saaminen on siis tänä päivänä helpompaa, ja verkko on tehnyt tämän mahdolliseksi. Tremayne kertoo, että sillä välin kun jotkut uutisorganisaatiot ovat levittämässä tietoa ja lähteitä vastaukseksi supistuneelle yleisölle, tarvitaan jotain vastakohtaa: paremmanlaatuista journalismia. Laatua voi parantaa yleisön avulla. Vanha malli, joka päästi ainoastaan pienen yleisön äänen kuuluviin, on muuttumassa (Tremayne 2007, 270–271.) Toisin sanoen, journalistien pitäisi siis oppia ottamaan palautetta vastaan yleisöltä, ja tätä kautta huomioida yleisön tarpeet.

Toimittaja Tanja Aitamurron tekemä Raportti journalismin trendeistä Yhdysvalloissa vuonna 2009 kyseenalaistaa (Aitamurto 2009, 44), kannattaako toimittajaksi enää tulevaisuudessa ryhtyä. Tulevaisuudessa yleistyvät sekä freelancer-toimittajat että osa-aikaisesti sisältöä tuottavat toimittajat, joiden pääammatti on kuitenkin muualla. Osa-päiväiset kirjoittajat aloittavat hänen mukaansa journalistin työnsä omassa blogissaan, keräävät uskollisen yhteisön ja tulevat tätä kautta ostetuksi suurempiin julkaisuihin. Aitamurto pohjaa tämän Yhdysvaltojen trendeihin. Hän kertoo Yhdysvalloissa itsenäisten bloggaajien olevan alansa voimakkaasti kanta-aottavia supertähtiä, joita heidän omat yhteisönsä kuuntelevat. Yksi tällaisista supertähdistä on MG Siegler, joka on Piilaakson

seuratuimpia teknologiabloggareita. Hän työskentelee nykyisin maailman johtavassa teknologiablogissa Tech-Crunchissa. Hän keräsi yleisöä omalla blogillaan ja siirtyi sitten bloggaamaan suurempiin blogioperaatioihin, päätyen TechCrunchiin. Tällainen supertähtikulttuuri ja journalistiksi ryhtyminen muiden töiden ohella on entistä helpompaa, koska kuka tahansa voi nykyisin julkaista sisältöä verkossa. Jos sisällöllä on merkitystä yhteisölle, yleisö kasvaa nopeasti. (Aitamurto 2009, 44–45.) Aitamurto on myös tehnyt päätelmän siitä, kannattaako toimittajaksi näiden muutosten valossa ryhtyä:

Toimittajaksi kannattaa edelleenkin ryhtyä. On vain valmistauduttava siihen, että työnkuva, tulorakenteet ja rooli muuttuvat koko ajan. Tähän haasteeseen myös journalismikoulujen on vastattava. (Aitamurto 2009, 46.)

Mistään supertähteydestä en Suomessa ole blogien kirjoittajan yhteydessä kuullut puhuttavan, mutta Suomessa blogin kirjoittaja voi mielestäni olla suosittu. Yhdysvalloissa, jossa kaikki on isoa ja suurta, asiat ovat kuitenkin hyvin erilaisella tolalla journalismin suhteen verrattuna Suomeen – toki yhteistä näille kahdelle, niin kuin monelle muullekin maalle on se, että tulevaisuudessa journalismin muodot voivat laajentua sosiaalisen median ansiosta. Jos pysytään maantieteellisesti lähempänä, ja verrataan Suomea esimerkiksi Ruotsiin, on ero blogien suhteen nähtävillä jo näidenkin maiden välillä. Ruotsissa nimittäin voisi sanoa olevan blogien supertähtiä, esimerkiksi ruotsalaisissa muotibloggaajissa. Tästä esimerkkinä ruotsalainen toimittaja Ebba von Sydow<sup>1</sup>, joka on ollut suosittu muotibloggaaja Ruotsissa. Hänen sivuillaan on käynyt ainakin 200 000 ihmistä päivässä (Wikipedia 2009). Hän kuitenkin lopetti suosituksen Vecko Revyn -bloginsa (<http://www.veckorevyn.com/mode/ebbas-blogg/>) tämän vuoden alussa. On vaikea sanoa, miksi Suomessa ei synny blogien kautta niin suurta suosiota kuin Ruotsissa. Joka tapauksessa, ruotsalainen Ebba von Sydow on oiva esimerkki toimittajasta, joka on saavuttanut menestystä bloggaamisella ja saanut sitä kautta erilaisia töitä.

Aitamurto kertoo myös, että journalpreneureita eli toimittajan ja yrittäjän yhdistelmiä voi syntyä entistä enemmän Yhdysvalloissa. Journalpreneurit hyödyntävät parhaita taitoja bisneksestä sekä teknologiasta ja yhdistävät ne journalismiin. Journalpreneurit eivät ole aina journalisteja taustaltaan, ja he usein työskentelevät perinteisten journalististen organisaatioiden ulkopuolella. Journalpreneurit perustavat omia julkaisujaan, ja se on helpompaa kuin koskaan: ei tarvita suuria investointeja painokoneisiin tai kalliisiin toimitusrakennuksiin. Verkkojournalismi myös mahdollistaa kokeilevuuden. (Aitamurto

2009, 45.) Voisiko Suomessakin syntyä tulevaisuudessa journalistiyrittäjiä? Kannattaisiko töitä hakevien toimittajien perustaa oma blogi ja markkinoida ja näyttää siellä omaa osaamistaan? Uskon, että tämän voi hyvin rinnastaa myös Suomen mediamaiseen tulevaisuudessa. Perinteisiä toimittajia tarvitaan aina, mutta myös toimittajien uudenlaiset keinot toteuttaa itseään mahdollistuvat entistä paremmin internetin sosiaalisen median kautta. Nuoret toimittajanalut saattavat huonojen työnsaantimahdollisuuksien valossa pohtia uusia keinoja työllistyä ja panostamalla esimerkiksi omiin blogikirjoituksiinsa ja yhteisöltä saamaansa palautteeseen verkossa tämä voi hyvinkin onnistua. Aitamurron mukaan tämä vaatii uusia taitoja, kuten oman työn markkinoimista. Suomalainen ei tunnetusti ole tottunut kehuaan itseään, joten Yhdysvaltoihin verrattuna tämä voi olla haasteellisempaa Suomessa. Koen, että toimittajan tulee päivittää omaa osaamistaan. Myös se vaatii aikaa, että tottuu palautteeseen, jonka saa yhteisöltä, eikä kollegalta. Toimittajat Suomessa ovat perinteisesti tehneet työtään yleisön toimiessa passiivisena taustalla. Sosiaalinen media tuo mukanaan niin paljon uudenlaisia toimintatapoja, ettei ole ihmekään, että sopeutuminen muutoksiin median kentällä vaatii aikaa.

<sup>1</sup> Toimittaja, syntynyt ja kasvanut Göteborgissa. Intohimona muoti, pop-kulttuurin trendit, hyvät kirjat, uudet mediat, sanomalehdet ja tennis. Entinen Expressen Fredagin päätoimittaja, arvostelija, toimittaja ja tv-kirjailija. Kirjoittanut "Ebba tyyl" -kirjan, oli sanomalehti Veckorevyn päätoimittaja, kehittänyt lehdille liiketoimintamalleja internetissä, työskennellyt radiokanavalla Sveriges Radio, loi käsitteet kuten Blog Awards. ja Ruotsin ensimmäisen gaalan blogimaailmaan liittyen. "Royal Wedding"-ohjelman ohjelmapäällikkö ja päätoimittaja SVT:llä. Hänen nykyisen bloginsa osoite on <http://www.detkungligabrollopet.nu/ebbasblogg/>. (von Sydow, Ebba. Ebbas Blogg 2010.)

#### 4 AINEISTOT JA MENETELMÄT

Opinnäytetyöni on empiirinen tutkimus, jossa hyödynnän teoria-aineistoa, tekemääni kyselytutkimusta ja teemahaastatteluja. Halusin valita hyvin erilaisia tiedotusvälineitä, jotta lopputulokseksi saataisiin joukko erilaisia toimittajia, joita ohjaavat monenlaiset motiivit kirjoittaa blogia. Ennen kuin lähetin kyselyn, kysyin sähköpostitse lupaa päätoimittajilta lähettää kysely eteenpäin toimittajille. Kyselytutkimuksen tein Webropol-ohjelmalla. Webropolissa oli se hyvä puoli, että sen avulla pystyi lähettämään muistutusviestin kyselyyn vastaamisesta niille, jotka eivät vielä olleet vastanneet kyselyyn, ja rajaamaan ulkopuolelle jo kyselyyn vastanneet. Vastaajat saivat henkilökohtaisen linkin, jota klikkaamalla pystyi vastaamaan kyselyyn. Valitsin opinnäytetyötäni varten 6 erilaista tiedotusvälinettä: Helsingin Sanomat, MTV3, Yleisradio, Turun Sanomat, Savon Sanomat sekä Me Naiset. Valitsin kyseiset tiedotusvälineet, koska halusin hyvin monipuol-



lisen kuvan toimittajien blogeista. Helsingin Sanomilla, Turun Sanomilla sekä Savon Sanomilla on perinteisen sanomalehden lisäksi lehden verkkojulkaisu. Yleisradio puolestaan tekee radiota, televisiota sekä verkkoa. MTV3 tekee televisiota, mutta myös verkkolehteä MTV3.fi. Me Naiset -lehti puolestaan erosi kaikista näistä muista tiedotusvälineistä, koska se on aikakauslehti, jolla on myös verkkojulkaisu. Lähetin kyselyn 120 toimittajalle. Näitä toimittajia yhdistää se, että jokainen kirjoittaa tai on kirjoittanut blogia oman työnantajansa internet-sivuille. Lähetin kyselyn neljä kertaa. Ensimmäisen kerran lähetin kyselyn 17.5.2010. Ensimmäisen muistutusviestin lähetin 9.6. Toisen muistutusviestin kyselyyn vastaamisesta lähetin 4.8.2010 ja viimeisen 18.8.2010. Kyselyyn oli mahdollista vastata 25.8.2010 saakka. Kyselyyn vastasi 28 toimittajaa eli vastausprosentti oli 23,3. Tutkimustuloksista olisi ollut helpompi tehdä johtopäätöksiä, kun vastaukset olisivat kuvastaneet suurempaa joukkoa. Toki vastauksista on joka tapauksessa hyötyä, mutta suurempi vastaajamäärä olisi antanut tarkemman kuvan siitä, miltä suomalaisten toimittajien blogosfääri oikein näyttää.

Toisaalta sain kattavamman kuvan toimittajien blogien hyödyntämisestä, kun päätin ottaa mukaan teemahaastattelut. Teemahaastattelussa haastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan. Yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelu etenee tiettyjen keskeisten teemojen varassa. Tutkittavien ääni pääsee kuuluviin teemahaastattelussa. Teemahaastattelu ottaa huomioon sen, että ihmisten tulkinnat asioista ja heidän asioille antamat merkitykset ovat keskeisiä, samoin kuin sen, että merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47–48.) Teemahaastattelujen avulla mahdollistui myös kyselytutkimuksessa mukana olleiden kysymysten tarkentaminen ja lisäkysymysten esittäminen. Haastattelin kolmea henkilöä kyselytutkimuksen ulkopuolelta. Haastattelin verkkotutkija Kari A. Hintikkaa, freelancer-toimittaja Mari Koistista sekä sosiaalisen median konsulttia, kouluttajaa sekä vapaata kirjoittajaa Matti Lintulahtea. Jokainen haastateltava on tehnyt toimittajan töitä. Tarkemmat kuvaukset haastateltavista ja heidän vastauksistaan tulevat esille myöhemmin tässä työssä teemahaastattelujen tuloksia käsittelevässä luvussa. Heitä kaikkia joka tapauksessa yhdistää se, että he ovat tavalla tai toisella aktivoituneita sosiaalisessa mediassa. He tuntevat verkon tarjoamat mahdollisuudet hyvin ja antavat oman kokemuksensa kautta tietoa täydentämään kyselytutkimuksen tuloksia. Työni kannalta tärkeää on kysyä myös sosiaalisesta mediasta kiinnostuneilta henkilöiltä, miltä he uskovat toimittajien blogien maailman tällä hetkellä näyttävän. Teemahaastattelun kysymykset noudattivat samaa linjaa kuin kysely-

tutkimuksenkin kysymykset (ks. LIITE 2). Kysyin ensin kolmen haastateltavan blogikirjoittamisen taustoja: mitä blogeja he kirjoittavat ja mitkä ovat heidän syynsä blogin perustamiseen. Kysyin myös yleisemmän kysymyksen siitä, millä tavalla sosiaalinen media on osa heidän työtään ja vapaa-aikaansa. Tämän jälkeen menin tarkemmin toimittajan työnkuvaan Suomessa: millä tavalla sosiaalinen media vaikuttaa haastateltavien mielestä toimittajan työhön ja millä tavalla toimittajat suhtautuvat tällä hetkellä blogien kirjoittamiseen. Kysyin myös haastateltavien näkemyksiä siitä, minkälaiset aiheet ovat suosittuja suomalaisissa toimittajien blogeissa. Tämän jälkeen menin lähemmin opinäytetyöni kannalta keskeiseen kysymykseen siitä, miksi toimittajan kannattaa kirjoittaa blogia. Viimeiseksi pohditaan blogeja journalismina ja myös sitä, miltä blogien tulevaisuus näyttää. Analysoin seuraavassa luvussa Webropol-kyselyn monivalintakysymysten vastauksia. Taulukot havainnollistavat näitä tuloksia. Mukana on myös yksi asteikkokysymys. Lisäksi olen ottanut mukaan avoimia kysymyksiä.

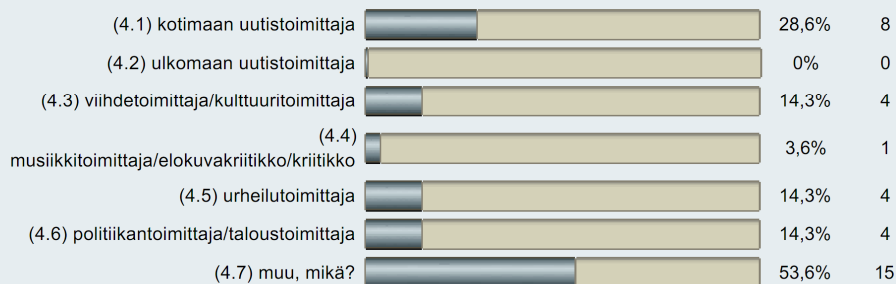
## 5 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

### 5.1 Blogia kirjoittavat toimittajat

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin, millainen toimittaja vastaaja on (KUVIO 1). Muu, mikä? -kategorian valinneita oli viisitoista (53,6 %): ajankohtaisohjelman toimittaja, arkistotoimittaja, asiatoimittaja, kaksi esimiestehtävissä olevaa, eläkkeellä oleva kulttuuritoimittaja, monimediatoimittaja, kaksi päätoimittajaa, tiedetoimittaja, toimitussihteeri, tuottaja, kehityspäällikkö, yleis- ja pääuutisten toimittaja sekä ympäristötoimittaja. Kotimaan uutistoimittajia oli kahdeksan (28,6 %). Poliitiikka-/taloustoimittajia, urheilutoimittajia sekä viihde /kulttuuritoimittajia oli jokaista neljä vastaajaa (14,3 %). Yksi vastaaja oli musiikkitoimittaja/elokuvakriitikko. Ulkomaantoimittajia ei ollut vastanneissa lainkaan. Vaikka kyselyni vastaajamäärä jäi pieneksi, on hyvä, että kyselyyni on vastannut hyvin erilaisia toimittajia. Toimittajien erilainen tausta ja työtehtävät siis monipuolistavat vastauksia, eikä yksittäinen toimittajaryhmä pääse liiaksi määrittämään vastauksia.

#### 4. Millainen toimittaja/media-alan työntekijä olet? (Huom! Voit valita monta vastausvaihtoehtoa)

Kysymykseen vastanneet: 28 (ka: 4,8)

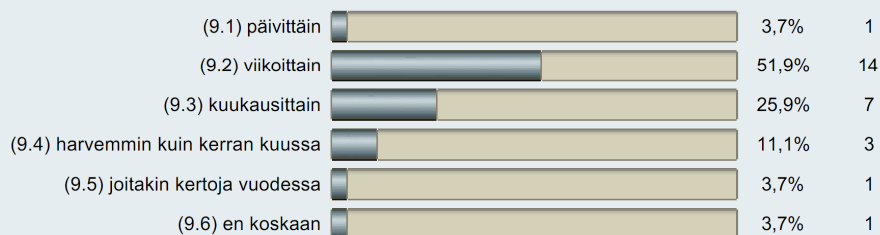


KUVIO 1. Millainen toimittaja/ media-alan työntekijä olet? (n = 28)

Kysyin myös, kuinka usein toimittajat kirjoittavat blogejaan (KUVIO 2). Tämän kysymyksen vastaukset osoittavat, että kyselyyn vastanneet toimittajat kirjoittavat suhteellisen aktiivisesti blogiaan ja voisi päätellä, että suuri osa tästä vastaajajoukosta käyttää työssään sosiaalista mediaa – tai ainakin blogeja jollain tavalla. Suurin osa vastaajista kirjoitti blogia viikoittain (51,9 %). Myös kuukausittain (25,9 %) ja harvemmin kuin kerran kuussa (11,1 %) sai vastauksia. Yksi vastaaja sanoi, että kirjoittaa blogiaan joitakin kertoja vuodessa ja yksi vastaaja kertoi kirjoittavansa blogiaan päivittäin. Yksi vastaaja myös ilmoitti, ettei kirjoita blogia. Blogit joka tapauksessa ovat tällä hetkellä tämän kysymyksen valossa säännöllinen osa toimittajan työtä.

#### 9. Kuinka usein kirjoitat blogiasi? (voit valita vain yhden vaihtoehdon)

Kysymykseen vastanneet: 27 (ka: 2,7)



KUVIO 2. Kuinka usein kirjoitat blogiasi? (n = 27)

## 5.2 Blogikirjoittamisen motiivit

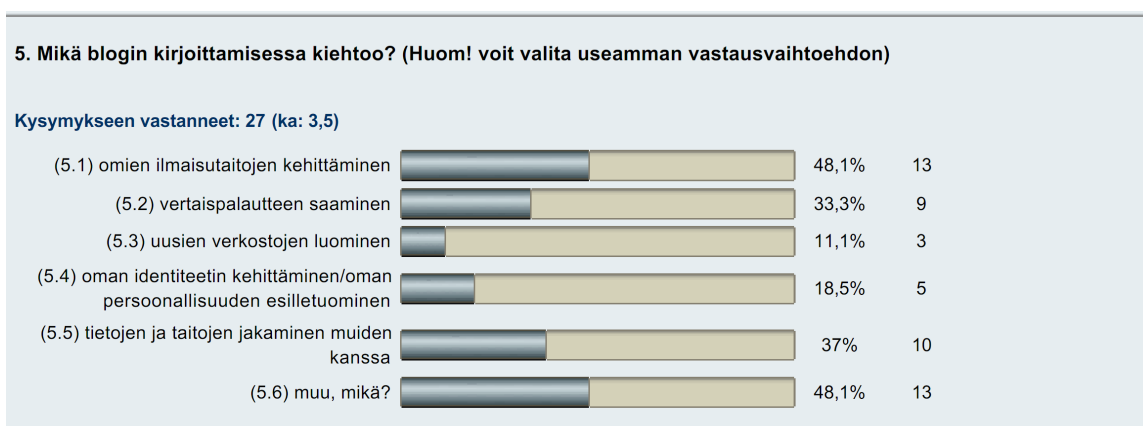
Seuraavaksi analysoin monivalintakysymystä siitä, mikä blogin kirjoittamisessa kiehtoo (KUVIO 3). Tämän kysymyksen taustalla ovat Sirkkusen (2008, 146–148) kertomat

yksilölliset ja yhteisölliset motiivit hänen pohtiessaan, miksi ihmiset innostuvat tekemään mediasisältöjä tai ylipäättänsä käyttävät vapaa-aikaansa esimerkiksi verkkojulkaisun tekemiseen. Yksilöllisiin motiiveihin kuuluvat esimerkiksi itseilmaisuus, omien taitojen kehittäminen, vertaispalautteen saaminen, suhdeverkostojen ja oman sosiaalisen pääoman kasvattaminen sekä yksilöllistytvä mediakulttuuri. Yhteisöllisiä motiiveja puolestaan ovat esimerkiksi tietojen ja taitojen jakaminen muiden kanssa ja toisistaan oppivat yhteisöt (Sirkkunen 2008, 146–148.) Olen siis poiminut muutamia vastausvaihtoehtoja Sirkkusen (2008) esittämistä motiiveista. Muu, mikä? -vaihtoehdon kautta halusin saada monipuolisempia vastauksia, mikäli joku ei kokenut vastausvaihtoehdoista mitään omakseen. Vaihtoehtojani tässä kysymyksessä olivat omien ilmaisutaitojen kehittäminen, vertaispalautteen saaminen, uusien verkostojen luominen, oman identiteetin kehittäminen/ oman persoonallisuuden esilletuominen, tietojen ja taitojen jakaminen muiden kanssa sekä muu, mikä? -vaihtoehto.

Omien ilmaisutaitojen kehittäminen kiehtoi eniten (48,1 %). Blogikirjoittamisessa vastaajille tärkeintä (muu, mikä? -vaihtoehdon vastausten lisäksi) siis on yksilöllisistä eli omista lähtökohdista lähtevä motiivi siitä, että halutaan kehittää omia ilmaisutaitoja. Blogit nähdään luovana alustana siinä mielessä, että voi kehittää itseään kirjoittajana. Muu, mikä? -vastausvaihtoehto sai saman verran kannatusta kuin omien ilmaisutaitojen kehittäminen (48,1 %). Tässä mielenkiintoista oli se, että muu, mikä -kategoria antoi hyvin erilaisia vastauksia, mutta niistä osa olivat samoja vastauksia kuin esittämäni vastausvaihtoehdot. Muu, mikä? -kohdan vastauksissa näkyi myös se, että asioiden jakaminen kuulijoiden kanssa nähtiin tärkeänä. Blogikirjoittamisessa kiehtoo monia siis myös yhteisöllinen motiivi eli halu jakaa tietoa muiden kanssa. Blogikirjoittamisessa otetaan siis huomioon myös yleisö.

Vastausvaihtoehdoksi olin antanut tietojen ja taitojen jakamisen muiden kanssa (37 %), ja muu, mikä? -kohdassa vastattiin myös samoin, joten tiedon jakaminen lukijoiden kanssa nähtiin siis erityisen tärkeänä. Monia kiehtoi blogissa myös ajatusten esilletuominen. Ainoastaan yksi nosti esille rahallisen hyödyn: vastaaja sai blogin kautta lisätuloa. Blogi on nopeampi ja vapaamuotoisempi ja tekstin voi linkittää kommentoitaviin kohteisiin. Myös esimerkiksi uusien asioiden kokeileminen ja oppiminen nähtiin kiehtovana. Eräälle vastaajalle blogin kirjoittaminen on työvelvoite. Blogikirjoittaminen nähtiin siis myös harmittavana velvollisuutena, joten kaikille blogi ei ollut positiivinen

asia. Vertaispalautteen saaminen (33,3 %) nähtiin myös tärkeänä. Muutama ajatteli oman identiteetin kehittämisen/persoonallisuuden esilletuomisen (18,5 %) kiehtovana. Itse ajattelin, että blogin kautta voi tutustua uusiin ihmisiin, mutta toimittajista ainoastaan kolmea kiehtoi uusien verkostojen luominen blogikirjoittamisessa. Vastauksissa yhdistävä tekijä oli se, että lähes kaikki vastaajat näkivät blogeissa jotain kiehtovaa. Negatiivinen vastaus tuli ainoastaan yhdeltä vastaajalta. Mielenkiintoista oli se, että kaksi vastaajaa kertoi blogissaan kiehtovan journalismin. Tämä on kiinnostavaa siinä mielessä, että kyselyni kannalta olennainen kysymys on se, ovatko blogit journalismia vai ei.



KUVIO 3. Mikä blogin kirjoittamisessa kiehtoo? (n=27)

Kysyin myös, miksi toimittaja on alun perin perustanut blogin. Tämän kysymyksen taustalla on Sirkkusen (2008, 146–148) jaottelu yksilöllisiin ja yhteisöllisiin motiiveihin. Kyselytutkimuksen vastauksissa tämä kohta näkyi siten, että osalle yhteisölliset motiivit olivat syynä blogin perustamiseen, ja osalle yksilölliset motiivit. Vastaukset vaihtelivat suuresti. Muutama vastaaja oli perustanut blogin kollegan, työpaikan tai muun tahon pyynnöstä. Pari vastaajaa kertoi blogin perustamisen syyn olleen kollegan painostus tai velvollisuus, joten kaikille blogikirjoittaminen ei ollut positiivinen asia. Eräälle vastaajalle syy blogin perustamiseen oli se, että katsojilla olisi pienempi kynnys ottaa yhteyttä toimitukseen, kommentoida ja keskustella ohjelmista. Blogikirjoittaminen koettiin myös vastaukseksi ajan haasteisiin. Eräs vastaaja kirjoitti blogia huvikseen. Joku halusi kehittyä kirjoittajana. Muutamalle vastaajalle kokeilunhalu tai halu kirjoittaa toimittajan työssä esiin tulleista asioista vapaammin kuin tavallisissa uutisjutuissa oli syy blogin perustamiseen. Myös vuorovaikutteisuuden joku koki tärkeäksi. Lisäksi aktivoituminen sosiaalisessa mediassa oli eräälle vastaajalle syy perustaa blogi. Eräs vastaa-

ja puolestaan halusi näyttää blogikirjoittamisella esimerkkiä:

Minua pyydettiin perustamaan, koska maassa ei tuolloin ollut päätoimittajablogeja. Toisekseen minun täytyi näyttää esimerkkiä toimitukselle vaiheessa, jossa blogit tekivät toimitukseen tuloaan.

Eräs vastaaja koki, että blogin kautta pystyi ilmaisemaan itseään:

Sen kautta saa oman mielipiteen esille juuri niin vahvasti kuin haluaa. Aina se ei ole normaalijutussa tietenkään mahdollista.

Toiselle vastaajalle blogi tarjosi kanavan asioiden kertomiseen:

Halusin kanavan, jota kautta voi tuoda julki asioita, jotka eivät uutisjuttuihin mahdu.

Eräs vastaaja kertoi, että häneltä odotetaan kannanottoja keskustelussa oleviin asioihin. Hän koki kirjoittavansa pikemmin kolumnia kuin blogia. Kiinnostavaa oli se, että myös muutama muu vastaaja kertoi tämän vastauksen yhteydessä kolumnista eikä blogista:

Koen kirjoittavani enemmänkin kolumneja, koska katson, että asemani edellyttää "tiettyä" virallisuutta. Valitsen aiheeni niin, ettei subjektiivisilla tuntemuksilla ole niissä juuri sijaa. Sellaiset aiheet jäävät varsinaisille toimittajille!

Voi olla, että journalismin perusteet ja traditiot vaikuttavat yhä taustalla siinä mielessä, että kolumni on vanha tekstilaji, kun taas blogi käsitteenä on tullut esille vahvasti vasta 2005 vuoden paikkeilla. Kolumnissa ja blogissa on yhtäläisiä piirteitä, ja se voi osaltaan vaikuttaa siihen, että blogien yhteydessä puhutaankin kolumneista: kolumnissa kirjoittaja tuo vahvasti esille oman mielipiteensä jostakin ajankohtaisesta aiheesta ja kirjoittaa persoonallisesti esimerkiksi ironiaa tyylikeinona käyttäen. Myös blogissa kirjoittaja kertoo oman mielipiteensä. Blogien keskeinen piirre on kommentointimahdollisuus, mutta myös kolumnia pystyy kommentoimaan verkossa. Ei siis ole ihme, että blogeja ja kolumneja saatetaan verrata toisiinsa. Toki blogit ja kolumnit eroavat toisistaan esimerkiksi siinä mielessä, että kolumni on lyhyt ja napakka kirjoitus, kun taas blogikirjoitus voi olla huomattavasti pidempi.

Kysyin kyselyssä myös, mitä blogin kirjoittaminen on toimittajalle itselleen antanut. Tämä vastaus oli puolestaan monivalintakysymys. Kilven (2006, 17) mukaan kommenttien varaan rakentuva keskustelu on blogien antoisinta sisältöä. Juuri ne tekevät blogeista demokraattisen ja moniäänisen median. (Kilpi 2006, 17.) Blogin kirjoittaminen on vuorovaikutteista toimintaa, jossa lukija ja kirjoittaja kommunikoivat keskenään, ja se

näkyi myös tämän kysymyksen vastauksissa: Suurin osa (77,8 %) on saanut blogin kautta palautetta. Toiseksi eniten ovat kehittyneet (44,4 %) taidot ilmaista itseään. Blogikirjoittamisen kautta on pystynyt jakamaan tietoa muiden kanssa tai saanut tietoa muilta (37 %). Kirjoittaminen on muutaman vastaajan mielestä antanut myös juttuideoita sekä luonut uusia suhteita/verkostoja. Seitsemän vastaajaa valitsi muuta, mitä? -vaihtoehdon, ja tässä muutamia poimintoja niistä:

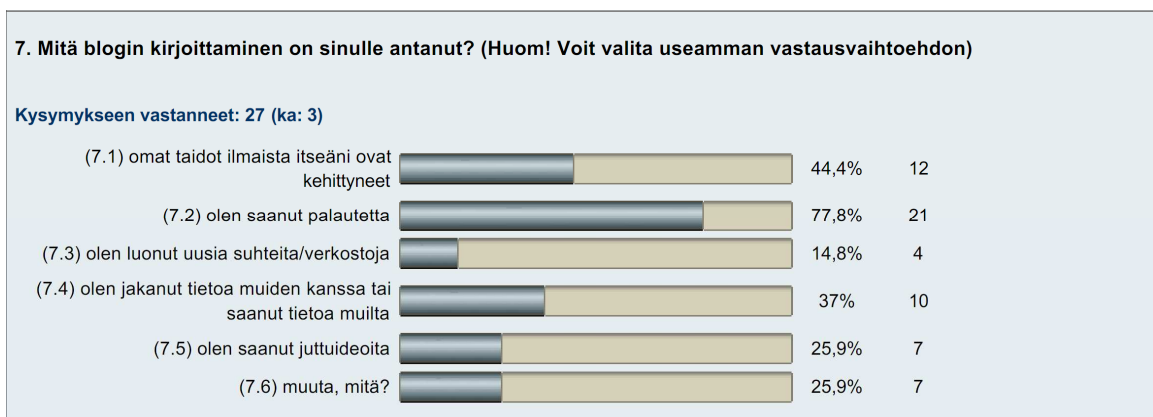
Blogin kirjoittaminen oli itselläni niin epäsäännöllistä, ettei se hirveästi kehittänyt omia taitoja. Saamani vähäinen palaute oli kuitenkin pääosin hyvää.

Lisännyt ymmärrystä siitä, miten mediankuluttajat verkossa toimivat.

Olen luonut itselleni työnantajasta erillisen julkisen ammatti identiteetin.

Olen saanut ideoita radiopakinoihin, joita joudun tekemään töissä. Blogista on siis ollut myös hyötyä työni kannalta.

Muita vastauksia olivat itsensä kehittäminen, tyyperyyksien bongaus sekä kannanottojen leviäminen kaikkien keskeisten tahojen tietoon. Vastausten perusteella voisi sanoa, että blogit ovat antaneet toimittajille myönteisiä kokemuksia ja harva näkee negatiivisia puolia siinä, mitä blogikirjoittaminen on antanut. Tässä vastauksessa korostui juuri blogille tyypillinen piirre eli vuorovaikutteisuus, koska blogikirjoittaminen oli antanut monelle palautetta muilta (77,8 %) sekä tiedon jakamista muiden kanssa (37 %). Vastauksissa näkyi myös vahvasti se, että omat taidot ilmaista itseä ovat kehittyneet (44,4 %), joten blogikirjoittamisesta voi hyötyä myös oman ilmaisutaitojen parantumisen kautta.



KUVIO 4. Mitä blogin kirjoittaminen on sinulle antanut? (n = 27)

Seuraava kysymys oli asteikkokysymys, jossa kysyin blogikirjoittamisessa tarvittavista

asioista (KUVIO 5). Vastaajan piti asteikolla 1–5 arvioida, tarvitseeko blogikirjoittamisessa kyseistä asiaa vai ei. Halusin ottaa mukaan sellaisia vaihtoehtoja, joita kuvittelisin journalistin työssä tarvittavan. Tätä kautta halusin liittää journalistin työssä tarvittavat asiat myös siihen, tarvitseeko niitä blogikirjoittamisessa. Tämän kysymyksen avulla saisin siis tietoa siitä, kokevatko toimittajat journalistin työn ja blogien välillä joitain yhtäläisyyksiä. Vaihtoehtoja olivat tiedonhankinta, aika, verkostoituminen, palaute, kirjoittamistaito, kritiikin sietokyky, journalistin ammattitaito sekä yleissivistys. Tiedonhankintaa käsittelevässä kohdassa eniten (42,9 %) vastattiin ”tiedonhankintaa tarvitsee aina” blogikirjoittamisessa. Aikaa käsittelevässä kohdassa yleisimmin vastattiin (42,9 %) ”aikaa tarvitsee usein” blogikirjoittamisessa. Verkostoitumista/uusia ystäviä -kohta ei ollut niin tärkeää vastaajille: yleisimmin vastattiin (33,3 %) ”verkostoitumista tai uusia ystäviä tarvitsee joskus” blogikirjoittamisessa ja saman verran vastaajia (33,3 %) ei osannut sanoa, tarvitseeko verkostoitumista tai uusia ystäviä blogikirjoittamisessa. Palaute -kohdan tulos oli yllättävä: eniten vastauksia (37 %) sai ”tarvitsee joskus” -vaihtoehto. Blogin pitäminen ei siis suurimman osan vastaajista mielestä edellytä palautetta, ja se oli yllättävää siksi, koska blogien yksi piirre on vuorovaikutteisuus. Kirjoittamistaitoa käsittelevässä kohdassa näkyi selkeästi oma työnkuva toimittajana: kaikkein eniten vastattiin blogikirjoittamista ”tarvitsee aina” -vaihtoehto. (59,3 %.) Moni vastaaja siis kokee, että kirjoittamistaito on edellytys blogikirjoittamiselle, ja se voi näkyä selkeästi myös tekstin laadussa – edustaahan toimittaja kuitenkin kirjoittaessa omaa ammattitaitoaan. Myös kritiikin sietokyky -kohta osoittaa, että yleisesti toimittaja tarvitsee kritiikin sietokykyä blogikirjoittamisessa. Eniten vastattiin ”kritiikin sietokykyä tarvitsee aina.” (46,4 %.) Myös journalistin ammattitaito -kohta sai eniten ”journalistin ammattitaitoa tarvitsee aina” -vastauksia (42,9 %). Myös yleissivistys koettiin tärkeäksi: puolet vastaajista (50 %) koki sen aina tarpeelliseksi. Tämän asteikkokysymyksen vastaukset osoittivat, että toimittaja kokee tarvitsevänsä monia asioita kirjoittaessaan blogia. Kirjoittamistaitoa tarvitaan siis tämän kyselyn valossa eniten, toiseksi eniten yleissivistystä ja kolmanneksi eniten tarvitaan kritiikinsietokykyä. Se, että palautetta ei koeta niin tärkeänä, voi kertoa siitä, että perinteisen toimittajakäsityksen mukaan toimittajat kirjoittavat tekstin, ja yleisö passiivisesti ottaa vastaan median tarjonnan. Sosiaalisessa mediassa kuitenkin palautteen saaminen on tärkeää, joten tämä vastaus on ristiriidassa juuri sen seikan kanssa, että toimittajat eivät koe tarvitsevänsä blogien kautta paljoakaan palautetta. Yleisöstä on hyötyä sosiaalisessa mediassa ja toimittajat eivät ehkä ole tottuneet siihen, että yleisö tulee mukaan tekemiseen. Vastauksesta voi ainakin vähän päätellä, että



perinteinen kuva toimittajan työstä on säilynyt.

**12. Arvioi asteikolla 1-5 seuraavia asioita (1= tarvitsee harvoin tai ei koskaan, 2=tarvitsee joskus, 3=en osaa sanoa, 4= tarvitsee usein, 5=tarvitsee aina), joita tarvitsee blogikirjoittamisessa**

**Kysymykseen vastanneet: 28**

	1	2	3	4	5
tiedonhankinta (ka: 3,893; yht: 28)	3,6% 1	14,3% 4	14,3% 4	25% 7	42,9% 12
aika (ka: 4; yht: 28)	3,6% 1	7,1% 2	10,7% 3	42,9% 12	35,7% 10
verkostoituminen/ uudet ystävät (ka: 2,444; yht: 27)	18,5% 5	33,3% 9	33,3% 9	14,8% 4	0% 0
palaute (ka: 2,963; yht: 27)	3,7% 1	37% 10	25,9% 7	25,9% 7	7,4% 2
kirjoittamistaito (ka: 4,444; yht: 27)	3,7% 1	0% 0	3,7% 1	33,3% 9	59,3% 16
kritiikin sietokyky (ka: 4,036; yht: 28)	7,1% 2	7,1% 2	7,1% 2	32,1% 9	46,4% 13
journalistin ammattitaito (ka: 3,893; yht: 28)	3,6% 1	14,3% 4	14,3% 4	25% 7	42,9% 12
yleissivistys (ka: 4,192; yht: 26)	3,8% 1	7,7% 2	3,8% 1	34,6% 9	50% 13
ka: 3,735; yht: 219	5,9% 13	15,1% 33	14,2% 31	29,2% 64	35,6% 78

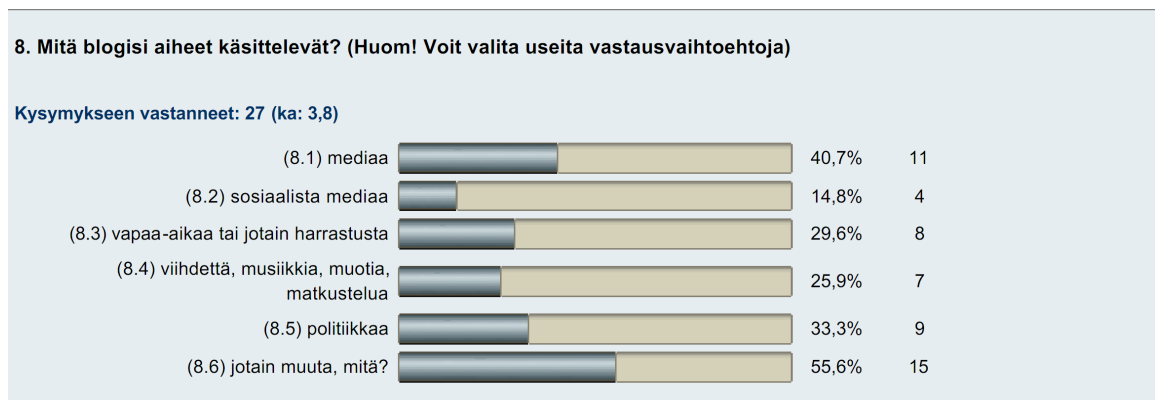
KUVIO 5. Arvioi asteikolla 1–5 seuraavia asioita (1= tarvitsee harvoin tai ei koskaan, 2=tarvitsee joskus, 3=en osaa sanoa, 4=tarvitsee usein, 5=tarvitsee aina), joita tarvitsee blogikirjoittamisessa (n = 28)

### 5.3 Blogien aiheet

Minua kiinnosti myös tietää, mitä aiheita toimittajien aiheet käsittelevät (KUVIO 6). Tämä kysymys oli monivalintakysymys. Ilmeni, että vastaajat kirjoittavat monenlaisista aiheista. Eniten (55,6 %) vastattiin ”jotain muuta, mitä”: asiakysymyksiä, elämäntapoja sosiologisesta näkökulmasta, etiikkaa, filosofiaa, uskontoja, F1:tä, mitä tahansa elämän ilmiöitä, ohjelmieni aiheita, päivän uutisaiheita, perhettä ja lapsen saamista, taloutta ja yhteiskuntaa, tekniikkaa, teknologiaa ja yhteiskuntaa, urheilua/jääkiekkoa, urheilun rakenteita ja taustailmiöitä, uutisaiheiden taustoja, vähälle huomiolle jääneitä, mutta tärkeitä asioita, ympäristöasioita.

Yhdentoista vastaajan blogit käsittelevät mediaa. Tämä osoittaa, että blogissa on vahvasti mukana omaan työhön liittyvä aihe, eli media. Yhdeksän vastaajan blogit käsittelevät politiikkaa. Kahdeksan vastaajan blogit käsittelevät puolestaan vapaa-aikaa tai jo-

tain harrastusta. Seitsemän vastaajan blogit puolestaan käsittelevät viihdettä, musiikkia, muotia tai matkustelua. Ainoastaan neljän vastaajan blogi käsittelee sosiaalista mediaa.



KUVIO 6. Mitä blogisi aiheet käsittelevät? (n = 27)

Viihteellistyminen näkyy myös blogien aiheissa. Teoria osuudessa luvussa 2 kerroin, miltä blogit Suomessa aiheiltaan näyttävät. Lietsalan & Sirkkusen (2008, 78–79) mukaan maaliskuussa 2008 syntyi mielenkiintoinen keskustelu suomalaisten bloggaajien ja Helsingin Sanomien journalistin Esa Mäkisen välillä viihteen painottumisesta Suomen blogosfäärissä. Mäkinen kirjoitti Helsingin Sanomiin (18.3.2008) suomalaisten blogien yksityistetystä luonteesta: kaikkein suosituimpia teemoja blogeissa ovat esimerkiksi neulominen, nimettömät paljastukset henkilökohtaisesta elämästä sekä muoti ja trendit. Vakavammat teemat, kuten politiikka tai laajempi sosiaalinen kritiikki, ovat poissaolevia aiheita suomalaisessa blogosfäärissä. Tämä sai aikaan paljon vihaisia kommentteja bloggaajilta, jotka halusivat korostaa bloggaajien muodostamien verkostojen tärkeyttä ja vapautta, jota nämä verkostot antavat kaikille. Jotkut bloggaajat myös halusivat puolustaa viihdeaiheita, koska ne voivat olla yhtä tärkeä tekijöilleen kuin myös ”vakavammat” blogit. Yksi viime vuosikymmenten suuria suomalaisia mediatrendejä on ollut viestinnän henkilöityminen. Toimittajat kirjoittavat mieluummin poliitikoista kuin politiikasta, taiteilijoista kuin taiteesta ja yritysjohtajista kuin yrityksistä. (Kilpi 2006, 93.) Mutta mitä mieltä toimittajat ovat siitä, että suuri osa blogisisällöistä käsittelee viihdeaiheita? Avoimessa kysymyksessä halusin tietää, pitäisikö aiheissa näkyä enemmän ”vakavammat” aiheet, kuten politiikka?

Moni vastaaja oli sitä mieltä, että vakavampia aiheita pitäisi olla blogeissa enemmän. Osa taas ajatteli, että blogeissa näkyvät vakavamatkin aiheet hyvin tällä hetkellä. Eräs vastaaja ei osannut vastata, koska ei seuraa blogeja. Tässä kysymyksessä näkyi vahvasti

vastakkainasettelu. Myös sitä mieltä oltiin, että poliittisia blogeja on jo vaikka kuinka. Viihdekin voi olla vakavaa ja politiikka voi olla viihteellistä:

Ei ihmisten ”pidä” tehdä yhtään mitään. Suomen blogiskenen jääminen muoti- ja neuleblogeihin on surku, mutta ei näin pienessä maassa oikeastaan yllätä. Ne, joilla on eväitä asioiden seuraamiseen, saavat kyllä töitä, jossa tätä tehdä. Olisi tietysti mukavaa, jos blogeista tulisi uutiskilpailua.

Vastauksissa pohdittiin myös sitä, miten viihde voidaan määritellä. Viihde ei myöskään aina ole negatiivista:

Miten viihde määritellään? Jos tavallinen ihminen pitää virkkausblogia, onko se viihdettä? Mielestäni blogeilla on monta funktiota. Tavalliselle ihmiselle virkkaus- tai ruokablogin pitäminen voi olla pakoa arjesta tai keino jakaa omaa erityistietoutta ja luoda blogin ympärille verkosto. Mielestäni tällaista tapahtumaa ei pidä leimata viihteeksi sen negatiivisessa mielessä. Poliitiikka voi kuitenkin toimia samalla tavoin ja sillä voi olla blogeissa eri funktioita. Se on kiinni kirjoittajan tyylistä ja oivalluksesta.

Tämä kysymys on hassu, koska eikö meidän eduskuntamme ole yksi suuri BB-talo? Eikö politiikka jos mikä ole viihdettä nim. Uuniperunat, pääministerin morsian, Johanna Tukiainen-Ile Kanerva, Urpilaisen verkkosukat, Mikael & Maria Jungner.

Ihminen on sitä, mitä hän ”syö.” Yleinen idiotismihan lisääntyy koko ajan. Pitäisi ja pitäisi, mutta ei kai ketään voi pakottaa ajattelemaan, kun ei pysty eikä taho. Perhe-nimisen lehden kannessa oli Martina Aitolehti. Tällaisilla arvoilla maailma pelaa. Voihan perhe!

Yhdessä vastauksessa kerrottiin, että vakavaa asiaa pitäisi näkyä enemmän, mutta vakavaa asiaa ei aina tarvitse kirjoittaa tosikkomaisesti. Vastattiin myös, että kevyt aihe ei välttämättä ole huono: tapa käsitellä asiaa ratkaisee. Eräs vastaaja kertoi, että monet blogit hukkuvat massan sekaan. Silloin parempi foorumi on uutislähetys tai sanomalehti. Toinen taas vastasi, että viihdeblogeja ei ole pakko lukea. Niillä on yhteiskunnallisen keskustelun kannalta enemmän merkitystä kuin viihdeblogeilla. Myös yhteiskunnan epäkohtia pitäisi tuoda enemmän esille. Blogien avulla voi kirjoittaa kärkkäämmin kuin uutisjournalismissa. Yhteiskunnallista keskustelua voisi tuoda blogeissa esille.

Kysynnän ja tarjonnan laki ovat määräävässä asemassa. On siksi itsestään selvää, että ns. kevyet blogit saavuttavat enemmän lukijoita aivan samalla tavalla kuin juorahtavat uutiset saavat eniten klikkauksia. Netin tai blogien paremmuutta ei pitäisikään määritellä yksinomaan klikkausten suhteen. Vakavalla journalismilla ja korkeatasoisilla journalistisilla blogeilla pitää olla paikkansa myös netissä.

Ei siis pitäisi tuijottaa pelkästään lukijamääriä, vaan antaa tilaa monenlaisille blogeille.

Erään vastaajan mielestä myös sillä on merkitystä aiheiden suhteen, millaisessa toimituksessa työskentelee. Se näkyy aiheissa.

Meidän sivuillamme valtaosa blogeista on vakavampia aiheiltaan. Ja se on hyvä. Viihteellisempiäkin blogeja toki tarvitaan, mutta mielestäni uutistoimitukseen sopivat asiapitoiset blogit.

Eräs lukija nosti esille myös tärkeän seikan: ihmisen pitää kirjoittaa siitä, minkä itse kokee tärkeäksi.

Ihmiset kirjoittavat siitä, mistä haluavat. Minusta se on hyvä juttu. Aika vaikea se olisi ruveta pakolla ruveta vääntämään kiinnostavaa poliittista blogia, jos pomo käskisi sellaista tekemään. Hyvä teksti syntyy siitä, mistä haluaa kirjoittaa.

Yhteenvetona tähän kysymykseen voisi sanoa, että toimittajien mielestä internetissä on tilaa monenlaisille blogeille. Toimittajan pitää usein myös kirjoittaa sellaisesta aiheesta, joka yleisöä kiinnostaa. Sanoisin kuitenkin, että toimittajan ei kannata tuijottaa pelkästään klikkauksia, aivan kuin edellä eräs vastaaja kertoi. Mielenkiintoista on seurata, mihin suuntaan blogien aiheissa mennään tulevaisuudessa. Jos blogit ovat jo nyt aiheiltaan viihteellisiä, tuleeko niistä tulevaisuudessa vielä viihteellisempiä aiheiltaan? Seuraava vastaus kiteyttää mielestäni sen, miksi myös vakavia aiheita on vaalittava:

Vakavalle, kriittiselle mutta samalla viihdyttävälle yhteiskunnalliselle keskustelulle on aina tilausta. Media jatkaa viihteellistymistä, joten ”vakavia” aiheita on vaalittava, jotta kansalle tarjotaan myös sitä, mitä heidän tarvitsee tietää. Ei pelkästään sitä, mitä he haluavat tietää.

Halusin kyselytutkimuksessa tietää myös siitä, kuinka paljon vastaajan työyhteisö ja/tai tiedotusväline vaikuttaa aiheisiin, joista toimittaja blogissa kirjoittaa, vai kokeeko vastaaja voivansa kirjoittaa mistä tahansa aiheesta. Tämän kohdan vastauksissa oli mielenkiintoista se, että muutama vastaaja koki työyhteisön vaikuttavan hyvinkin paljon siihen, mistä blogissa kirjoittaa. Pari vastaajaa koki, että oman aseman takia ei voi blogissa kirjoittaa mistä tahansa. Vastattiin, että blogi tulkitaan usein lehden linjaksi. Yksi vastaaja nosti esille Suomen lain ja journalistin ohjeet.

Kun kirjoittaa blogia tiedotusvälineen nettisivuilla, täytyy ottaa huomioon lehden linja ja brändi sekä tietysti journalistin ohjeet ja Suomen lainsäädäntö.

Valtaosa vastaajista kuitenkin koki, että pystyy kirjoittamaan blogissaan mistä tahansa

aiheesta.

Päätän aiheet täysin itsenäisesti. Tiedotusvälineeni ei puutu aiheisiini. Olen kuitenkin blogia kirjoittaessani työnantajan palveluksessa, joten en voi ajaa blogisani omaa asiaani tyyliin epäonnistunutta putkiremonttia.

Eräs vastaaja koki, että vaikka voi kirjoittaa blogissa mistä tahansa, ei maailmankatso-  
musta saa halventaa kirjoituksissa:

Voin kirjoittaa mistä tahansa. Kannattaa kuitenkin muistaa, ettei kenenkään maailmankatsomusta saa kyseenalaistaa tai halventaa kirjoituksissaan. Se on sivistystä ja kun sen muistaa, on turvassa vääriltä valinnoilta.

Pari vastaajaa puolestaan ajatteli, että lukijoiden palaute vaikutti aiheisiin, joista kirjoittaa:

Voin kirjoittaa mistä tahansa, mutta seurailen päivän uutisvirtaa ja lukijoiden palautetta ja poimin niistä aiheita.

Muutama vastaaja koki myös ajankäytön haasteeksi:

Työblogissani kirjoitan työhöni liittyvistä aiheista, omassa henkilökohtaisessa ammatillisessa blogissani digimediaan ja arjen teknologisoitumiseen liittyvistä aiheista tarkemmin. Koen toisaalta voivani kirjoittaa mistä tahansa aiheesta. Ajankäytöllisistä syistä vain on rajattava.

Työyhteisöni vaikuttaa juuri niin päin, että voin kirjoittaa mistä tahansa aiheesta. Ei vain aika riitä, koska instant-juttuja eli ”miltä nyt tuntuu” -juttuja en kirjoita. Kai pitäisi, koska blogi ei ole myöskään essee.

Teoriaosuudessa nostin esille, että mediayritykset eivät aina ole katsoneet suopeasti toimittajiensa bloggaamista (Domingo & Heinonen 2009, 80.) Eräässä tapauksessa yhdysvaltalaisen Hartford Courant -sanomalehden päätoimittaja puolusti toimittajan irtisanomispäätöstä sillä, että toimittajan yksityisenkin blogin näkemykset voivat vaikuttaa hänen työnantajansa maineeseen. Hänen mukaansa lukijat saattoivat kuvitella, että blogijutut edustivat toimituksen näkemystä. (Toolan 2003, 93.) Perustelut erottamiselle kuulostivat oudoilta journalistista sananvapautta ajatellen. Kukaan kyselyni vastaaja ei maininnut, että työpaikalla esimies tai joku muu työyhteisöstä vaikuttaisi siihen, mistä blogissa kirjoittaa. Voisi siis vastausten perusteella sanoa, että toimittajat uskovat siihen, että heillä on sananvapaus kirjoittaa blogissaan haluamastaan aiheesta. Vastauksissa korostui kuitenkin se, että pitää kirjoittaa hyvän maun rajoissa ja miettiä, mistä työpaik-

kansa nimissä voi kirjoittaa. Pitää ottaa huomioon esimerkiksi journalistin ohjeet. Muutama korosti vastauksessaan ajanpuutetta syynä sille, ettei ole voinut kirjoittaa mistä tahansa.

#### 5.4 Ovatko blogit journalismia?

Avoimessa kysymyksessä tiedustelin toimittajilta vastausta siihen, miksi blogit ovat journalismia ja/tai miksi ne eivät ole journalismia. Kysyin myös teemahaastattelussa saman kysymyksen. Tämä tieto on hyvin tärkeä työni kannalta, koska teoriaosuudessa pohdin, ovatko blogit journalismia ja miten ne asettuvat perinteisen median kirjoitusten rinnalle. Luvussa 2 nostin esille toimittajien kirjoittamien blogien lajityypit, jotka ovat nimeltään mediablogi ja journalistiblogi. Domingon & Heinosen (2009, 81) mukaan mediablogit ovat osa tiedotusvälineiden sisältöä. Mediablogien ylläpitäjät ovat lehden vakinaisia toimittajia tai valikoituja vieraita, toisin sanoen median palkkatyöläisiä. Tässä tutkielmassa kyselytutkimukseen on osallistunut jonkin tietyn tiedotusvälineen palkkatyöläisiä eli vastaajat kirjoittavat tai ovat kirjoittaneet mediablogia. Toinen toimittajan kirjoittaman blogin lajityyppi on nimeltään journalistiblogi. Ammattijournalistit julkaisevat journalistiblogia median ulkopuolella. (Domingo & Heinonen 2009, 76.) Voisi siis sanoa, että teemahaastatteluihin osallistuneet kirjoittavat puolestaan journalistiblogeja.

Moni vastaaja koki, että blogit voivat olla journalismia. Eräs vastaaja koki otteen ratkaisevan: hyvin toimitettu blogi on journalismin osa-alue, huonosti toimitettu ei. Vastattiin myös, että blogit ovat kanta-aottavaa journalismia. Eräs vastaaja ajatteli blogin olevan journalismia, koska se on verkossa ilmestynvä kirjoitus. Yhtä hyvin kirjoitus voisi ilmettyä paperilehdessä. Blogissa voi tuoda uuden näkökulman ja yksityiskohdan esiin, ja siksi se voi olla journalismia. Erään vastaajan mielestä kirjoituksen taso vaikuttaa siihen, onko blogi journalismia vai ei. Blogeja myös verrattiin mielipidekirjoituksiin ja monessa vastauksessa kolumneihin:

Lyhyt ja napakka vastaus tällä kertaa, vaikka kysymyksesi on melko laaja. Mitä journalismi on? Kuka on se kukkulan kuningas, joka määrittelee, mikä on journalismia ja mikä ei? Ovatko kaikki kolumnit journalismia? Itse vertaisin blogeja kuitenkin kolumneihin, jos yritän edes jotenkin vastata kysymykseesi. Osa kolumneista on mielestäni kiinnostavampia kuin toiset. Sama pätee blogeihin.

Mielipidekirjoitukset ja kolumnitkin voivat olla journalismia. Journalismi on Kuutin

([www.mediadoc.fi](http://www.mediadoc.fi)) mediasanaston mukaan ajankohtaisina ja faktapohjaisina esitettävien, pääosin yhteiskunnallista ainesta sisältävien joukkoviestintäsanomien tuottamista. Journalismin tehtäviä ovat totuudenmukaisen ja olennaisen tiedon välitys, yhteiskunnan kriittinen tarkkailu ja yhteiskunnallisen vallankäytön valvonta sekä sananvapauden ja julkisen keskustelun edistäminen. Journalismin genreihin eli lajityyppeihin kuuluvat kolumni, pääkirjoitus, arvostelu, pakina, uutinen, taustajuttu sekä reportaasi. Bloggeja verrattiin myös päiväkirjamaiseksi kuvaukseksi. Esimerkiksi kahdessa seuraavassa vastauksessa bloggeja ei nähdä journalismina:

Blogit ovat usein hyvin subjektiivisia, pakinamaisia kirjoituksia. Niissä ei useinkaan tarvitse esitellä asian kaikkia puolia vaan tuoda esille yksi näkökulma. Mielestäni ne eivät ole journalismia.

Blogit eivät ole journalismia, koska ne ovat lähempänä mielipidekirjoituksia kuin journalistisia juttuja. Blogit sisältävät yleensä hataria tulkintoja, kirjoittajan omia mielipiteitä ja sellaisia ajatelmia, joita ei voida journalismiksi kutsua. Tieto ei ole blogeissa tärkeintä.

Suurin osa vastaajista kertoi, että blogit ovat journalismia silloin, kun tietyt kriteerit täyttyvät. Eräs vastasi, että blogit ovat journalismia silloin, kun niissä analysoidaan jotain. Kun kerrotaan vain, mitä kuuluu, ne ovat juoruja tai jutustelua. Toisen vastaajan mielestä blogit voivat olla journalismia silloin, kun blogit ovat tapahtumien ja yhteiskunnallisten ilmiöiden asiallista analysointia eivätkä pelkkää ”läppää.” Vastattiin myös, että blogien kriteerejä ovat ajankohtaisuus ja kiinnostavuus.

Blogeissa vaikuttavat journalismin kriteerit: ajankohtaisuus ja kiinnostavuus. Siksi ne voivat olla journalismia, etenkin jos harrastetaan kriittisyyttä ja lähdekriittisyyttä sekä totuudenmukaisuutta. Fiktiivinen tajunnanvirta on jo kaukana journalismista. Se on muuta itseilmaisua.

Muutama vastaaja nosti myös esille journalismin muutoksen. Blogit ovat esimerkki siitä, että maailma muuttuu.

Ne ovat erityisesti nykyisen nettisukupolven nopeaa ajatustenvaihtoa, mikä on hyvää. Hyvän tai pikemminkin huonon maun rajoilla nimettömänä liikkuminen taas on se huono puoli.

Ei myöskään ole aina helppo määritellä, onko blogi journalismia vai ei.

Ei ehkä voi sanoa, että blogit ovat tai eivät ole journalismia. Journalistiset blogit (useimmiten siis toimittajien kirjoittamat, lehtien verkkosivuilla ilmestyvät) ovat

journalismia/mielipidejournalismia, mutta blogi on mielestäni jo muovautunut niin laajaksi yleiskäsitteeksi (jos vertaa vaikka käsitteeseen "lehti"), että sen määrittelyminen yhdeksi joukoksi on mahdotonta. Sanoisin silti, että suurin osa blogeista ei ole journalismia, vaan ennemminkin päiväkirjoja/elämäkertatyylisiä tallentamista.

Eräs vastaaja myös koki, että oma asema vaikuttaa blogikirjoittamiseen. Journalistiset ohjeet koskevat myös blogia kirjoittavaa toimittajaa.

Kaikki blogit eivät ole journalismia! Journalistit eivät voi päästä radoistaan ja käyttäytyä blogeissaan täysin riippumattomasti varsinaisesta asemastaan. Niissä voi ja pitää kuitenkin olla subjektiivisempi; esittää näkemyksiään asioista. Blogit ovat silti journalismia sen aiempaa laveammassa muodossa. Blogit ovat laajentaneet journalismin käsitettä. Blogeja kirjoittavat myös ne, jotka eivät ole journalistejä. Heitä eivät rasita journalistin ohjeet. Vastuu julkaisemisesta, elleivät blogit rajoitu vain kotisivuille, on aina medialla, joten tietyllä tapaa ohjeet koskevat myös näitä blogeja. Ne täydentävät parhaimmillaan journalistien tuotteita ja sitä kautta niitäkin tietysti voi laajasti ajateltuna pitää journalismina!

Eräs vastaaja myös koki, että blogit voivat olla myös ongelmallisia journalistille.

Blogit eivät ole journalismia. Ne voivat olla journalistille varaventiili omiin perusteluihin (huom!!) näkemyksiin. Siksi ne ovat samalla ongelmallisia journalistille. Pitäisi pysyä aatteiden ja liikkeiden ulkopuolella, eikä ainakaan asettua tukemaan ketään eikä mitään. Kaikkea saa haukkua.

Yllättävää tämän kysymyksen vastauksissa oli se, että ainoastaan yksi nosti tässä oman bloginsa esille ja määritteli bloginsa journalistiseksi.

Oma blogini valottaa uutisjutun taustoja, ja blogissa voin kertoa jonkun yksityiskohdan, joka ei mahtunut tv-juttuun. Tämän vuoksi blogi on journalismia.

Kukaan muu kuin yksi vastaaja ei maininnut blogiaan journalismina, vaan kertoi yleisesti siitä, ovatko blogit journalismia vai eivät. Blogit voivat monen mielestä olla journalismia, mutta journalistisuuteen sisältyy yleisesti vastauksissa jokin ehto. Ei voi vain sanoa, että "blogit ovat journalismia tai eivät ole journalismia", koska aivan kuin muisakin tekstilajeissa, jutut ovat journalismia silloin, kun tietyt kriteerit, kuten vastauksissa esiintyneet ajankohtaisuus, kiinnostavuus tai lähdekriittisyys täyttyy. Toki vastausta voi etsiä kyselytutkimuksen vastaajien lisäksi journalismin määritelmästä: journalismi on Kuutin mediasanaston ([www.mediadoc.fi](http://www.mediadoc.fi)) mukaan ajankohtaisina ja faktapohjaisina esitettävien, pääosin yhteiskunnallista ainesta sisältävien joukkoviestintäsanomien tuottamista. Journalismi -määritelmässä ei kuitenkaan mainita blogeja, joten se tekee blogien määrittelyn journalismiksi hankalamman. Blogeissa ja sosiaalisessa mediassa koros-



tuu yleisön/lukijoiden kautta keskusteleisuus, ja se asettaa journalismin määrittelyinkin kannalta uusia puolia. Domingoa & Heinosta (2009, 69) lainaten, ”nykyään blogit näyttävät olevan kaikkialla journalismissa.” Edellisen perusteella blogeilla on asemansa journalismissa.

### 5.5 Blogien tulevaisuus

Kyselytutkimuksessa käsitellen lopuksi journalististen blogien tulevaisuuden näkymiä. Journalistisella blogilla tarkoitan blogia, jossa on journalistinen käsittelytapa. Tyypillisimmin journalistista blogia kirjoittaa toimittaja, mutta myös muut voivat kirjoittaa journalistista blogia. Tärkeintä journalistisessa blogissa ovat journalismin piirteet, kuten yhteiskunnallisen ilmiön tarkastelu tai ajankohtaisuus. Jotkut vastaajat eivät ymmärtäneet, mitä tarkoitan journalistisilla blogeilla. Siksi olisi ollut parempi tarkentaa, mitä sillä tarkoitin. Suurin osa kuitenkin ymmärsi, mitä journalistisella blogilla tarkoitin. Eräs vastaaja koki, että blogit ovat tulevaisuudessa kasvava taiteenlaji. Toinen vastaaja taas kertoi, että blogit asettuvat jonnekin yhä uusien vastaavien ilmaisukeinojen kentässä. Erään vastaajan mielestä journalistiset blogit tulevat tulevaisuudessa keskittymään tiettyihin aiheisiin kuten tekniikkaan, muotiin, politiikkaan, lemmikkieläimiin, ruokaan ja käsitöihin, kun taas yleisblogien määrä vähenee. Monen vastaajan mielestä blogien tulevaisuus on hyvä, koska esimerkiksi mielipiteet, jotka herättävät ajatuksia, kiinnostavat lukijoita. Eräs vastaaja koki, että blogien määrä tulevaisuudessa voi lisääntyä, ja samalla blogit voivat kehittyä ja muuttaa muotoaan. Vastattiin myös, että jos blogeja osataan tulevaisuudessa hyödyntää oikein, niiden suosio kasvaa vielä enemmän. Toinen taas ajatteli, että niiden uutuudenviehätys on ohi ja merkitys vähenemään päin. Eräs vastaaja taas ajatteli, että blogikirjoittaminen on tulevaisuudessa tärkeää bränditoimittajille, kun taas rivitoimittajille ne ovat sivujen täyttettä, vaikka heidänkin kirjoituksensa ovat tärkeitä. Seuraava vastaaja puolestaan koki, että blogit ovat tulevaisuudessa sellaisia, kuin mitä journalistit niistä tekevät:

On osattava vastata yleisöjensä tiedon ja viihtymisen tarpeisiin ja yhteisöön kuuluminen motiiveihin. Jos siihen ei pysty, voi jäädä merkityksettömäksi.

Myös sitä pohdittiin, miten blogi käsitteenä määritellään:

Blogi käsitteenä ymmärretään liian subjektiiviseksi. Verkkouutisilla ja analysoivilla kirjoituksilla on varmasti jatkossa suuri tilaus. Jos niitä varsinkin uutisana-

lyysin kaltaisia kirjoituksia haluaa kutsua blogiksi, niillä on varmasti tulevaisuus.

Blogi on Suomessa mielestäni lähinnä toinen sana kolumnille. Harva blogi toimii niin, että siellä käydään kunnollista dialogia kirjoittajan ja lukijoiden välillä. Blogi ei ole sellainen, jossa kirjoittaja ei osallistu mukaan.

Edellinen sitaatti on tärkeä siinä mielessä, että se perustelee, miksi blogi rinnastetaan samanlaiseksi kuin kolumni. Kun blogi jää yksinpuheluksi, se voi menettää asemaansa blogimuotona. Tottahan se on, että blogi perustuu keskustelevuuteen. Myös se nostettiin esille, että blogikirjoittaminen ei sovi kaikille journalisteille:

Uskoisin että nimekkäät journalistit ovat kiinnostavia henkilökohtaisellakin tasolla. Toisaalta kaikille blogeille tuskin riittää lukijoita infoähkyn takia. Uskoisin että blogisteiksi valikoituvat journalistit, jotka kokevat sen kaltaisen kirjoittamisen luontevasti omakseen. Kaikkien ei tarvitse kirjoittaa blogeja.

Mielestäni edellinen kommentti oli osuva siinä mielessä, että se kyseenalaistaa journalistin työnkuvan: uskon, että journalistin kannattaa tehdä juuri sitä, minkä kokee omaksi jutukseksi. Seuraava vastaus puolestaan kiteyttää taisteluasetelman perinteisen journalismin ja internetin sosiaalisen median välillä. Perinteisillä tiedotusvälineillä on edelleen merkitystä, mutta blogit eivät poistu kuvasta.

Ne ovat tulleet jäädäkseen. Ne eivät kuitenkaan voi korvata perinteistä objektivistista journalismia; vain täydentää.

Eräs vastaaja koki, että tutkiva journalismi tuskin tulee blogeissa räjähtämään, eli tuskin yksittäinen ihminen alkaisi julkaista jotain journalistisesti merkittävää blogissa:

Luulisin, että ne toimivat parhaiten perinteisen median rinnalla, tarjoten ehkä vapaamuotoisempaa tilaa journalistien omille mielipiteille ja samalla tietysti lukijoiden keskustelulle. Toisaalta verkkolehdistä (esim. juuri HS) on myös tavallisia kolumneja, joita voi kommentoida sekä jokaisen uutisen perässä on keskustelumahdollisuus, joten voi olla, että blogit uutismaailmassa käyvät tarpeettomiksi. Eri asia on sitten yksityisten ihmisten lifestyleblogit, kuten käsitöitä, sisustusta ja ruuanlaittoa käsittelevät. Mutta ne eivät mielestäni ole journalismia.

Yhteenvedona tämän kysymyksen vastauksista voisi sanoa, että toimittajat näkevät blogien tulevaisuuden hyvänä, mutta ei mitenkään mullistavana. Voisi sanoa, että blogit tulevat toimimaan edelleen perinteisen median rinnalla, vaikka niiden uutuudenviehätys voikin olla ohi. Blogit eivät korvaa perinteistä journalismia, mutta täydentävät sitä. Eräs vastaaja vertasi blogia kolumniin, koska hänen mukaansa blogeista puuttuu keskustele-

vuus. Blogien vertaus kolumneihin korostui myös monen muun kysymyksen vastauksessa. Voi olla, että tulevaisuudessa blogien ja kolumnien raja hämärtyy entisestään. Uskon, että blogien tulevaisuuteen vaikuttaa juuri se, kuinka paljon blogeissa on dialogia lukijan ja kirjoittajan välillä. Jos tulevaisuudessa kirjoittajat eivät ota blogeissaan yleisöä mukaan, ja yleisö puolestaan ei kommentoi bloggaajien kirjoituksia, voi blogien tulevaisuus olla huono.

## 6 TEEMAHAASTATTELUN TULOKSET

### 6.1 Teemahaastattelun taustaa ja haastateltavat

Teemahaastattelua varten haastattelin kolmea henkilöä. He kaikki ovat eri tavoin aktivoituneet sosiaalisessa mediassa ja toimineet myös toimittajina. Jokainen heistä näkee internetin sosiaalisessa mediassa tulevaisuuden mahdollisuuksia. Haastateltavat eivät kuuluneet kyselytutkimukseen valikoituneisiin henkilöihin. Kaikki kolme suostuivat esiintymään opinnäytetyössäni nimellään. Teemahaastattelussa halusin nostaa esille tämänhetkisen tilanteen toimittajien kirjoittamien blogien suhteen. Halusin myös kuulla, minkälaisena haastateltavat näkevät toimittajien blogimaiseman tulevaisuuden. Lisäksi nostin esille myös sen, ovatko blogit heidän mielestään journalismia. Kysymykset olivat pääpiirteittäin samoja kuin kyselytutkimuksessa, mutta halusin ottaa teemahaastattelut mukaan täydentämään kyselytutkimuksen vastauksia. Toteutin teemahaastattelut lokaan 2010 aikana. Haastattelin heitä jokaista puhelimitse, nauhoitin haastattelut ja litte-roin haastattelunauhut tämän jälkeen tietokoneelle.

Kari A. Hintikka on työskennellyt 1980-luvulta lähtien internetin parissa. Hän on toiminut useissa internet-osaamista vaativissa tehtävissä. Lisäksi hän on ollut toimittajana monessa eri medioissa ja kirjoittaa tällä hetkellä kolumnia MikroBitti-lehteen. Hän on verkkotutkija, ja kirjoittaa tällä hetkellä väitöskirjaa aiheesta Verkkovoima, jossa blogit ovat yhtenä ilmentymänä. Verkkovoimalla Hintikka tarkoittaa sitä, että suuri joukko satunnaisia ihmisiä voi organisoidua projektiksi ja toimia ilman muodollista koordinoitua nopeasti, tehokkaasti, tilapäisesti ja globaalisti yhteisen konkreettisen päämäärän toteuttamiseksi tietoverkkojen välityksellä. (Verkkovoimaa 2010.)

Mari Koistinen on viestintää työkseen ja huvikseen tekevä kuluttaja- ja nettiaktiivi ja

freelancer -toimittaja. Verkossa hän esiintyy nimillä Mari Koo ja Marinadi. Tärkeä osa hänen toimintaansa on viime vuodet ollut Kulutusjuhla-blogin kirjoittaminen. Hän siirtyi freelanceriksi vuonna 2007, jota ennen hän on toiminut viestinnän alan tehtävissä.

Matti Lintulahti toimii median liiketoiminnan konsulttina, sosiaalisen median ja sen journalistisen hyödyntämisen konsulttina, kouluttajana sekä vapaana kirjoittajana Red Tail Mediassa ja Future Media Consultingissa. Hänellä on takanaan monivuotinen kokemus verkkomedian ja median liiketoiminnan strategisen suunnittelun, kehittämisen ja johtamisen parissa. Tätä ennen hän on työskennellyt 1980-luvun lopulta lähtien journalistissa tehtävissä (toimittajana, toimituspäällikkönä ja päätoimittajana) sanomalehdissä, aikakauslehdissä ja verkkopalveluissa. Lintulahti on työskennellyt ennen yrittäjyyteen siirtymistä seuraavissa isoissa mediayrityksissä: Kaleva, Talentum, A-lehdet ja Suomen Lehtiyhtymä.

## 6.2 Haastateltavien oma suhde blogeihin ja sosiaaliseen mediaan

Halusin tietää, millä tavalla blogit ovat mukana haastateltavien työssä/vapaa-ajassa. (ks. LIITE 2). Jokainen haastateltu kirjoittaa tällä hetkellä blogia. Matti Lintulahti on kirjoittanut omaa mediablogiaan vuodesta 2005 asti. Sen osoite on [www.mattilintulahti.net](http://www.mattilintulahti.net). Kari A. Hintikka kirjoittaa blogia ja on vierailevana bloggaajana erilaisissa blogeissa. Hän kirjoittaa Verkkovoimaa, Netcrowds-nimistä blogia ja kollektiiviblogia Foresight.fi. Lisäksi hänellä on projektikohtaisia blogeja, kuten viime talvena Julkinen data -oppaan miniblogi Posterouksessa. Mari Koistinen kirjoittaa useaa eri blogia: esimerkiksi Kulutusjuhla -nimistä blogia osoitteessa <http://kulutusjuhla.fi/> sekä Mari Koo -blogia osoitteessa <http://www.marikoistinen.fi/>. Hän kertoo kirjoittavansa tämän lisäksi ”hömppä-blogeja”, esimerkiksi Mieto marinadi -blogia.

Mukana oli myös kysymys siitä, miksi haastateltava on perustanut blogin (ks. LIITE 2). Kari A. Hintikalle blogin kirjoittaminen on luonteva jatkumo lehtikirjoittamiselle. Lisäksi blogiin pystyy kirjoittamaan vapaamuotoisemmin.

No varmasti se tuntui ihan luontealta jatkolta noihin lehtiin, kolumnin kirjoittaminen. Plus et siinä oli se juttu, että kun pitää omaa blogia, niin sinne voi kirjoittaa juuri sellaisella vapaamuotoisella kielenkäytöllä kuin huvittaa. Voi käyttää virkeitä ilmaisuja, jotka ei välttämättä sopisi kaupalliseen joukkoviestimeen. Blogi on siinä mielessä paljon ketterämpi ja joustavampi, että siinä pystyy rea-

goimaan aika nopeastikin ajankohtaisiin aiheisiin, vaikka samana päivänä tai puolessa tunnissa, jos iskee inspiraatio, että siinä on aika monta syytä. (Hintikka, Kari A, henkilökohtainen tiedonanto 12.10.2010.)

Mari Koistinen kertoi kirjoittaneensa blogiaan vuodesta 2004. Hän on aina pitänyt kirjoittamisesta, ja avointa nettipäiväkirjaa hän muistelee kirjoittaneensa jo noin vuonna 1999. Ensimmäisen bloginsa hän perusti anonyyminä, ja hän kertoo sen olleen arkitu-rinointia. Sitten kiinnostus blogeihin laajeni ja kiinnostuksesta kuluttaja-asioihin Koisti-nen päätti perustaa blogin, joka käsitteli kuluttamista. Blogi sai nimen Kulutusjuhla. Sit-temmin hänelle on osoittautunut myös mielekkääksi pitää jotain ammatillista blogia. Hänellä on useita motiiveja blogin kirjoittamiseen.

Se on semmosta omien ajatusten prosessointia ja tiedon levittämistä ja jakamista, koska musta tuntuu, et mä oon hirveen paljon saanu verkosta muilta, oppinu val-tavasti sillä, et seuraa muitten blogeja ja älykkäitä ajatuksia ja vinkkejä toimin-taan, niin on tuntunu ihan hyvältä jakaa sitä takaisin, ja sit myös sosiaalinen puoli on ollu aika tärkeä, et on blogien kautta tutustunu valtavasti ihmisiin, tavannu naamakkain tuttuja tyyppejä. Se on helpottanu monien kontaktien ottamista ja te-kemistä, että on jo blogimaailmassa tuttuja tyyppejä. Siihen on oikeestaan aika paljon syitä, itserakkauden pönkityksestä hyöty näkökulmiin, kaikenlaista. (Koisti-nen, Mari, henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Matti Lintulahti perusti blogin ammatillisista syistä.

2005 tämä sosiaalinen media ja ihmisten yhteisöllinen sisällön tekeminen alkoi olemaan nousussa. Maailmalla oli sellanen, Suomessa ne oli vasta alkamassa, et-tä blogit oli tosi uusi juttu Suomessa, mutta sillon 2005, sillon myöhemmin pe-rustettiin muun muassa tää Nopola news, joka on suomalainen esimerkki ihmis-ten tuottamasta sisällöstä. Tavallaan sen tutkimiseksi, selvittämiseksi, oman asi-antuntija keskustelun herättämiseksi syntyy se blogi. (Lintulahti, Matti, henkilö-kohtainen tiedonanto 22.10.2010.)

Halusin myös tietää sosiaalisen median merkityksestä haastateltaville (ks. LIITE 2). So-siaalinen media on jokaiselle haastateltavalle tärkeä osa työtä. Kari A. Hintikka tekee monia eri töitä internetin parissa. Tällä hetkellä hän kirjoittaa myös väitöskirjaa ja toimii siis verkkotutkijana.

Olen ollut internetissä töissä jo 90-luvulta alkaen kokopäivätoimisesti, et tuohon nyt ei hirveen lyhyesti pysty oikein vastaamaan. Eli teen nettiin konseptien käy-tettävyyssuunnittelua ja sitten artikkeleita ja strategista työskentelyä, neuvottelua ja kirjoittelen oppaita netistä ja koulutan ihmisiä netin etevämpään käyttöön, lista on aika pitkä. (Hintikka, Kari A, henkilökohtainen tiedonanto 12.10.2010.)

Mari Koistinen puolestaan on toiminut freelancerina vuodesta 2007 asti.

No 2007 oon jättäytyny friikuks, eli sitä ennen oon ollu muissa töissä, viestintää tehny kyllä, mutta kuitenkin vakipalkkatyössä ja nykyisin sitten tienaan kirjoittamalla muillekin puhumalla, luennoimalla, kouluttamalla ja sellasella toiminnalla sen minkä nyt tienailen, että henkisesti olen free-toimittaja erityisesti. (Koistinen, Mari, henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Matti Lintulahdelle sosiaalinen media on osa työtä ja osa vapaa-aikaa. Hän kertoo kouluttavansa ja konsultoivansa mediaa ja journalisteja ja myös median liiketoimintamalleja. Hän kertoo sosiaalisesta mediasta tulleen osa journalismia.

Siinä tämmönen yleisön mukaanottaminen journalismiin on yksi keskeinen tulevaisuuden menestystekijä ja sitten kun taas miettii vapaa-ajan näkökulmasta, niin tämmöset alueet mitä ite vapaa-aikana, valokuvaus, niin ne on lähteny blogin muodosta. Semmoset merkittävät mediat joita seuraa valokuvauksen lisäksi. Et kyllä tämmöset joita verkossa seuraan niin on blogimuotisia medioita ja sitten tällä hetkellä myös hyvin kaupallisesti tehtyjä tottakai. (Lintulahti, Matti, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.)

### 6.3 Toimittajien asennoituminen

Halusin kuulla haastateltavilta myös heidän näkemyksiään siitä, millä tavalla sosiaalinen media vaikuttaa toimittajan työhön Suomessa (ks. LIITE 2). Mari Koistinen kokee, että toimittajat voisivat hyödyntää sosiaalista mediaa työssään enemmän. Sosiaalisen median kautta toimittaja voi löytää juttuvinkkejä ja ideoita. Sosiaalisessa mediassa on hänen mukaansa paljon harrastajia ja edelläkävijäjoukkoa, joiden kautta näitä vinkkejä ja ajatuksia voi löytää. Koistinen sanoi, että media kokee tänä päivänä sosiaalisen median tärkeämmäksi. Hän kertoi, että hänen työhönsä se vaikuttaa ainakin juttuideoiden ja vinkkien haalimisena. Suhde on vielä vähän haparoiva ja outo, ja kaikki käyvät samoja keskusteluja: miksi perinteinen media ei linkkaa internet-sivuilla lähteisiinsä tai miksi he eivät esimerkiksi kerro, että idea tuli keskustelupalstalta. Haparoiva ja outo suhde sosiaaliseen mediaan voi hänen mukaansa muuttua sitten, kun ihmiset tottuvat ja toimittajillakin on henkilökohtainen tuntuma ja kokemus sosiaalisesta mediasta ja sen hyödyistä.

Jos suhtautuu vaan negatiivisesti siihen ja pitää sitä semmosena narsistisena elämänesittelynä, niin tottakai se sitten näkyy siinä työssäkin, että ei halua ja niitä juttuja tehdessään tai muuten suhtautuu vähä vähätellen siihen. Mut sit ne, jotka on ollu aktiivisia ja jotka toimii siellä harrastuksen myötä tai muuten, niin niillä tuntuu olevan paljon helpompaa sit omaksuu se myös työkäyttöön ja nähdä siinä ne edut. Sosiaalisen median käyttö on paljon yleistyny. (Koistinen, Mari, henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Uskon, että sellaiset, jotka suhtautuvat myönteisesti sosiaaliseen mediaan, pystyvät myös helpommin omaksumaan sosiaalisen median hyödyt. Jos ihminen ei usko siihen, mitä tekee, on vaikeaa ottaa sitä osaksi omaa tekemistä. Kyselytutkimuksessa nousi esille, että kannattaa kirjoittaa siitä, mistä itse pitää. Väkinäinen tekeminen paistaa läpi, ja se kannattaa muistaa myös sosiaalisen median yhteydessä: kaikkien ei tarvitse käyttää sosiaalista mediaa, jos ei tunne sopeutuvansa sen ympäristöön. Kari A. Hintikan mielestä tällä hetkellä sosiaalinen media ei vaikuta juuri mitenkään toimittajan työhön, vaikka se voisi vaikuttaa huomattavasti enemmän.

Ollaan aika sikiöasteella mun mielestä tässä vaiheessa. Et lähinnä Facebookista revitään otsikoita, jos siellä on joku kiva ryhmä, mut siinä se melkein onkin. Nuuskitaan uutis- tai viihdeaiheita satunnaisesti. Et paljon enemmän olis mahdollisuuksia nimenomaan ammattikäytössä eli kollektiivisen toiminnan eri muotoja, jossa toimittaja olisi ikään kuin tietyssä mielessä projektin koordinoija, ja sitten ihmiset, joita aihe innostaa ja joilla on aikaa ja niin edelleen, niin vapaaehtoisesti osallistuis siihen aktiviteettiin. (Hintikka, Kari A, henkilökohtainen tiedonanto 12.10.2010.)

Hän kertoo top-down mallista, jolla viitataan aivan yleisesti perinteiseen organisaatioon ja joukkoviestintään, missä jokin auktorisoitu taho kuten johtaja, journalisti tai asiantuntija välittää viestin ”ylhäältä-alas” ja vastaanottajien rooli on lähinnä olla yleisö. Hintikan mukaan joukkoviestinnän vakiintunut malli on sellainen, että toimitukset seulovat tärkeimmät uutiset, sitten ne julkaistaan ja yleisöllä on mahdollisuus kommentoida uutista esimerkiksi paperilehden mielipidepalstalla. Internet on mullistanut oleellisesti tämän ajattelun. Hintikan mukaan bottom-up -ajattelu tarkoittaa sen vastinparia: yleisö voisi keskeisesti olla joukkoviestinnän apuna ja tavallisilta lukijoilta voisi tulla esimerkiksi merkittäviä uutisvinkkejä ja raportointiakin. Mielestäni tämä ”alhaalta-ylös” -malli murtaa ajatuksen siitä, että journalisti toimii yksin ja yleisö kommentoi vasta kun juttu on julkaistu. Yleisöltä voi saada journalistisen työprosessin aikana mielenkiintoisia huomioita ja journalismi voi yleisön avulla olla monipuolisempaa.

Matti Lintulahden mukaan sosiaalinen media kuvastaa vuorovaikutuksen, keskustelun ja yhteistyön isoa muutosta, jolloin edellisten merkitys korostuu, ja ne näkyvät jokaisella toimialalla ja myös mediassa. Silloin median ja journalismin pitää olla aikaisempaa avoimempaa, läpinäkyvämpää ja rehellisempää.

Tässä työssä ne, jotka pystyy ottamaan yleisön mukaansa journalistiseen prosessiin ja sosiaalisen median erilaiset työkalut mukaan tähän tekemiseen, niin ne pystyy tekemään parempaa journalismia ja sellaista journalismia, mitä ihmiset haluaa lukea, ja sillä tavalla myös menestymään sekä itse ihan yksittäisinä journalisteinä että sitten mediayhtiöinä ja mediana. (Lintulahti, Matti, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.)

Lintulahden kommentti osoittaa, että sosiaalisen median vahvuutta ei kannata vähätellä. Toimittajat voivat parhaimmillaan tehdä sosiaalisen median avulla parempaa journalismia.

Sosiaalista mediaa koskevien kysymysten jälkeen halusin kuulla haastateltavilta, millä tavalla toimittajat suhtautuvat tällä hetkellä blogien kirjoittamiseen (ks. LIITE 2). Yleinen tästä vastauksesta jäänyt kuva oli se, että haastateltavien mielestä toimittajat suhtautuvat tällä hetkellä Suomessa vaihtelevasti blogien kirjoittamiseen. Osa toimittajista suhtautuu hyvin myönteisesti, ja osa kokee puolestaan blogikirjoittamisen ajanhukkana. Matti Lintulahden mukaan toimittajat suhtautuvat blogeihin koko ajan myönteisemmin. Se johtuu siitä, että journalisti oppii ja näkee toisten kollegojen onnistumisia ja saattaa itsekin kiinnostua sitä kautta.

Blogeja mutta myös Facebook juttuideoiden löytämisessä, lähteiden löytämisessä niin sitä käytetään yllättävän paljon mediayhtiöissä. (Lintulahti, Matti, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.)

Kari A. Hintikka koki, että tämä ei liity pelkästään blogeihin, vaan ylipäättänsä journalistien prosessien avaamiseen.

Että esim. Facebookissa eri journalistit on hyvin erityyppisillä statuksilla liikenteessä. Jotkut käsittelee hyvin reippaalla asenteella ja ottaa vastaan työasioita lukijoilta, osalla taas ei ole missään päin nettiä saatavilla avointa tai julkista keskustelua varten, et se skaala on hirveen iso. (Hintikka, Kari A, henkilökohtainen tiedonanto 12.10.2010.)

Mari Koistinen kertoi, että edistystä on tapahtunut, sillä vielä vuonna 2005 hänen aloitettua blogin kirjoittamisen, hän sai selittää, mikä blogi on ja mistä on kyse.

Että nyt sitten tiedetään nämä ja kaikki on melkein Facebookissa, et siinä mielessä kehitystä on tapahtunut. En tiedä, mitä 10 vuoden päästä, että kyllä nyt varmas-ti maailma ehtii mullistua sen osalta aika paljonkin. (Koistinen, Mari, henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Myös kyselytutkimukseen osallistuneet toimittajat näkivät blogeissa pääosin positiivis-



ta. Kyselytutkimukseen osallistuneet eivät nostaneet kuitenkaan mitään sosiaalisen median muotoa blogien rinnalle. Tässä vastauksessa mielenkiintoista oli se, että Lintulahti, Koistinen ja Hintikka puolestaan nostivat esille Facebookin merkityksen toimittajan työssä, vaikka kysymykseni käsitteli blogeja. Sen kautta aloin pohtimaan, onko Facebook toimittajien kanavana vahvistunut entisestään. Toimittajien suhtautuminen Facebookiin olisi sinänsä mielenkiintoinen tutkimuskohde.

Haastatteluissa kysyttiin myös, minkälaiset aiheet ovat haastateltavien mielestä suosittuja suomalaisissa toimittajien blogeissa (ks. LIITE 2). Kari Hintikan mielestä blogien aiheet vaihtelevat hyvin pitkälle journalistin ohjeiden ja oman ammattikuvan mukaan. Omiin aiheisiin vaikuttaa se, mitä seuraa ja mistä toimittaja kirjoittaa. Hänen mielestään positiivista on se, että toimittajien niin sanotuissa yleisissä aiheissa näkyy, jos nyt ei suoranaisesti mediakritiikki, niin ainakin median ihmettely. Sitä ei Hintikan mukaan perinteisessä joukkoviestimessä hirveästi näe. Tässä Hintikka nosti mielestäni tärkeän seikan esille, nimittäin eron perinteisen tiedotusvälineen ja internetin kirjoitusten välillä. Teoriaosuudessa luvussa 2 kerroin muutamia esimerkkejä Blogilista.fi -palvelun kautta löytyvistä blogeista, jossa oli mielestäni havaittavissa juuri sellaista median ihmettelyä. Blogien kautta oma näkemys asioista nousee vahvasti esille, ja se voi olla syynä siihen, että mediaa uskalletaan ihmetellä vahvemmin kuin esimerkiksi sanomalehdessä.

Lisäksi Hintikan mielestä positiivista on se, että aiheissa näkyy myös tekniikka. Aiheita löytyy laidasta laitaan, ja toimittajat kirjoittavat hänen mukaansa omasta erityisaiheestaan, esimerkiksi tietotekniikasta, ympäristöjournalismista tai taloudesta. Mediablogeja ja journalistiblogeja ei Suomessa hänen mukaansa hirveästi ole. Hintikan mukaan Kari Haakana, Tuija Aallon Tuhat Sanaa ja verkkomediaan liittyvä Vierityspalkki ovat esimerkkejä media tai journalistiblogeista. Tällä hetkellä on käynnissä hiuksenhieno rajanveto siitä, mikä on blogimerkintä ja mikä on kolumni. Hän kertoo, että Helsingin Sanomat on tyyppiesimerkki siitä, lasketaanko yksittäiset kirjoitukset siellä kolumneiksi vai blogimerkinnöiksi sellaisenaan. Hintikka kuitenkin muistuttaa, että sillä ei ole välttämättä väliä.

Oleellista siinä on se, että journalisti kirjoittelee sen oman ammattitaitonsa lainausmerkeissä ohi siinä mielessä, että kommentoi ja esittää näkökulmia eikä sitten kirjoita sitä pelkkää uutista tai radiota tai lähetä televisiota. Mutta ehkä tuolla kirjoittavien journalistien puolella lehdessä on eniten journalistisia bloggaajia, mikä on tietysti ihan luontevaa, että radiossa ja televisiossa ei tarte sen tyyppistä kir-

jottavaa ammattitaitoa kuin perinteisessä printissä. (Hintikka, Kari A, henkilökohtainen tiedonanto 12.10.2010.)

Rajanveto sen välillä, mikä on kolumni ja mikä blogi, nousi esille myös kyselytutkimuksen vastauksissa. Kyselytutkimuksessa eräs vastaaja kertoi, että blogit muistuttavat kolumneja silloin, kun blogeista puuttuu dialogi eli keskustelu lukijan kanssa. Blogin keskeinen piirre on vuorovaikutteisuudessa ja keskustelussa. Mutta niin kuin Hintikka-kin sanoi, oleellista on myös se, että kommentoi ja esittää näkökulmia. Uskon, että blogien merkitys korostuu juuri oman mielipiteen esille tuomisessa. On tärkeää, että toimittajalle blogit tarjoavat kanavan sellaisten asioiden kertomiseksi, jotka eivät uutisjuttuun ole mahtuneet, niin kuin kyselytutkimuksessakin eräs vastaaja sanoi. Mari Koistinen kokee, että toimittajat pitävät blogeja monista eri aiheista. Toimittaja voi kirjoittaa blogia esimerkiksi harrastuksistaan eli pitää esimerkiksi valokuvausblogia, vaikka hän olisi kirjoittava toimittaja. Siihen, mistä aiheesta kirjoittaa, vaikuttaa se, kirjoittaako työnantajansa nimissä vai vapaa-ajallaan.

Se on vähän eri asia, et kirjoittaako omaa blogia jossain omassa jutussaan, vai kirjoitatko siellä, jos oot mediassa töissä tai sulta tilataan blogi, et kirjoitatko sivustolle. Toimittajakin voi pitää aika semmosta arkista omaelämä blogia, jossa se on sen oma tai sit jostain kiinnostuksen aiheesta, mutta jos siitä tulee selvemmin osa sitä työroolia, niin sittenhän se käsittelee todennäköisesti ajankohtaisia asioita ja mahdollisesti medianäkökulmia ja mediakriittisyyttä ja muitten tekemisiä sillä saralla. (Koistinen, Mari, henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Myös kyselytutkimuksessa ja teoria-aineistossa nostin esille kysymyksen siitä, kuinka paljon työnantaja vaikuttaa aiheisiin, joista blogissa kirjoittaa. Kyselytutkimuksessa nousi esille, että toimittajat voivat kirjoittaa mistä tahansa aiheesta, mutta oma asema pitää ottaa huomioon ja kirjoittaa hyvän maun rajoissa. Kyselytutkimuksessa nousi esille lisäksi journalistin ohjeet, jotka koskevat myös blogeja. Totta kai, kun kirjoittaa työpaikkansa nimissä, edustaa toimittaja blogissaan työnantajaansa ja varmasti pyrkii ottamaan sen huomioon. Ja niin kuin Koistinenkin sanoi, blogeissa kirjoittajalla on tietynlainen rooli: esimerkiksi työpaikan blogissa työrooli ja arkielämän blogissa arkirooli.

Halusin myös kuulla haastateltavilta, mitä hyötyä blogin pitämisestä on toimittajalle (ks. LIITE 2). Mari Koistinen nosti esille tässä vastauksessa henkilöbrändiajattelun. Toimittajalta odotetaan tulevaisuudessa yhä enemmän myös avoimuutta, näkyvyyttä ja löydettävyyttä, jotta voidaan katsoa, minkälainen toimittaja on, mitkä ovat hänen taustansa ja

miksi hän kirjoittaa niin kuin kirjoittaa. Blogissa toimittaja pystyy tuomaan omaa asiantuntemustaan ja tietämystään julki sellaisilla sanavalinnoilla, kuin itse haluaa. Kun googlaa henkilön nimeä, löytää tämän blogia kirjoittavan toimittajan. Koistinen muistuttaa, että kannattaa kuitenkin olla tarkka sen suhteen, mitä blogiin kirjoittaa. Näin toimittaja pysyy vakuuttavana.

Ja sit kun ei nyt nää työpaikatkaan oo sellasia, että loppuikä oltas saman puljun parissa töissä, niin tietysti kannattaa myös vähän miettiä sitäkin, et millasta informaatiota vuosien aikana nettiin tuottaa, että sitten olisi vakuuttavamman toimittajan oloinen ainakin. (Koistinen, Mari, henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Koistinen nosti esille myös sen, miksi hänelle itselleen blogikirjoittaminen on tärkeää. Oleellisinta hänen mukaansa on se, että blogikirjoittaminen on kiehtovaa ja se auttaa kehittämään omia ajatuksia, siellä saa palautetta, juttuideoita, ammatillista tukea sekä neuvoja. Blogissa voi käsitellä asioita, joita muuten olisi hankalampi käsitellä. Koistinen nosti myös esille mielenkiintoisen näkemyksen freelanceihin liittyen. Koska freelancerilla ei ole selkeää työyhteisöä, avaa virtuaalinen maailma hänen mukaansa myös uuden ulottuvuuden tällaiselle freelancer-toimittajalle:

Tämmösenä freenä, kun ei oo työyhteisö niin selkee tai muuta, niin tuohan se virtuaalinen maailma siihen semmosen oman sosiaalisen ulottuvuuden. Tietysti myös haluun kehittyä kirjoittajana ja se on varmaan toimittajille ylipäättään semmonen osa-alue, että kirjottamista oppii lähinnä vaan kirjottamalla. Blogimaailma opettaa sen ja samalla sitten myös muuta paljon nettimaailmasta, että miten netissä toimitaan. (Koistinen, Mari henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Uskon, että freelancer-toimittajien kannattaa harkita blogien, ja yleisesti sosiaalisen median kokeilemista juuri siitä syystä, että niiden kautta tutustuu uusiin ihmisiin. On vaikeaa pitää työtä mielekkäänä ja kehittyä työssään, jos ei ole minkäänlaista vuorovaikutusta muiden ihmisten kanssa. Matti Lintulahden mukaan blogia kannattaa kirjoittaa, koska sen kirjoittamisen kautta pystyy keräämään sellaista tietoa, taitoa ja osaamista, joka ei pelkästään juttujen kirjoittamisella välity. Kun toimittaja kirjoittaa tästä omasta osaamisalueestaan, syntyy sosiaalisessa mediassa keskustelupiiri. Siellä syntyvän keskustelun kautta toimittaja pystyy tekemään parempia juttuja, parempaa journalismia, löytämään uusia lähteitä, ideoita ja näkökulmia. Hän kuitenkin nostaa esille ajankäytön. Blogin kirjoittaminen vie aikaa, ja sen pitää sopia toimittajan normaaliin journalistiseen prosessiin. Jos journalistilla ei ole halua sitoutua ja tehdä parempaa journalismia, ei blogin kirjoittaminen ole oikea ratkaisu. Myös kyselytutkimuksessa nousi esille, että ajan-

puute voi vaikuttaa siihen, ettei toimittaja ehdi kirjoittamaan blogia. Monen toimittajan pitää yhden päivän aikana tehdä juttu radioon tai televisioon ja sen lisäksi kirjoittaa sama juttu verkkoon. Vaatii valtavasti energiaa, että jaksaa kaiken muun lisäksi kirjoittaa vielä blogiakin.

Lintulahti muistuttaa, että blogi ei ole ainut tapa ottaa yleisö mukaan journalistiseen tekemiseen. Blogit eivät sovi kaikille. Esimerkiksi Facebook, Irc-galleria, oman lehden keskustelufoorumi, Twitter, Linked In, kyselyraati tai vaikkapa yleisöblogit ovat kanavia ottaa yleisöä mukaan journalistiseen tekemiseen. Sitten on olemassa esimerkiksi kutsuntablogeja ja avoimia blogeja, joissa journalistit eivät bloggaa vaan yleisö: journalistit ovat mukana keskustelussa ja seuraavat tiiviisti yleisön tuottamaa sisältöä. Sieltä journalistit voivat poimia sisältöä, kun löytyy esimerkiksi ajankohtaista keskustelua tai juttuaihteita. Tässä nousi jälleen mielestäni esille journalistin työnkuvan muutos, koska journalisti voi sosiaalisen median kautta hyödyntää yleisöä paremmin kuin koskaan. Lisäksi Lintulahti nosti esille syksyllä 2010 ajankohtaisena olleen teeman homokeskustelusta<sup>2</sup> ja siitä, kuinka Uusi Suomi teki erinomaista työtä.

Esimerkiks Uusi Suomi tekee erinomaista työtä varsinkin esimerkiksi tässä viimeaikaisessa homokeskustelussa. Uusi Suomi pysty nopealla reagoinnilla ja hyvillä blogikirjottajilla, ketä siellä on reagoimaan hyvin nopeasti tähän ja sai huomattavasti enemmän lukijoita kuin moni muu media. (Lintulahti, Matti henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.)

Lintulahden kertoma esimerkki osoittaa, että blogit pystyvät parhaimmillaan nopeudestaan jopa parempiin tuloksiin kuin muut tiedotusvälineet.

<sup>2</sup> 18.10.2010 Ylen TV 1:llä esitetty tv-keskustelu homojen oikeuksista ja kirkosta aiheutti erovyöryn Suomen evankelis-luterilaisen kirkon jäsenyydestä. Kirkosta erosi keskustelun innoittamana tuhansia ihmisiä, minkä arvioidaan aiheuttavan sille jopa miljoonan euron verotulojen menetyksen. Studiassa tilannetta arvioi arkkipiispa Kari Mäkinen. Näkemyksiään selvittivät myös Kristillisdemokraattisen puolueen puheenjohtaja Päivi Räsänen ja ateisti, Vapaa-ajattelijoiden liiton puheenjohtaja Jussi K. Niemelä. (YLE 2010.)

#### 6.4 Ovatko blogit journalismia?

Kysymys siitä, ovatko blogit journalismia (ks. LIITE 2), osoittautui hankalaksi, niin kuin kyselytutkimuksessakin. Kyselytutkimuksen ja teemahaastattelujen vastausten välinen ero oli kuitenkin huomattavissa tämän kysymyksen kohdalla. Kyselytutkimukses-

sa suurin osa toimittajista oli sitä mieltä, että blogit voivat olla journalismia silloin, kun tietyt journalistiset kriteerit kuten ajankohtaisuus tai kriittisyys toteutuu. Teemahaastatteluissa yleinen tästä vastauksesta jäänyt kuva oli se, että haastateltavat kokivat tämän kysymyksen merkityksettömäksi blogien näkökulmasta. Mari Koistinen kertoi, että blogeissa ei ole tarvetta pyrkiä sellaisiin journalistisiin kriteereihin, kuin mihin journalismi pyrkii. Blogi henkilöityy aina sen kirjoittajaan: siinä ei ole pyrkimystä etäännyttää kirjoittajaa, niin kuin journalismissa.

Blogissa saa esittää ihan vapaasti ja olla oma itsensä sillä tavalla, kun mitä toimittaja ei ehkä ihan perusuutisjuttua kirjoittaessaan voi aina etsiä siihen jotain kommenttia, niin kyl mä näen, että blogeilla ja journalismilla, asijournalismilla, on vielä eronsa. Mutta voihan blogikin olla journalismia, en sitä kiellä. Jos sillä lailla tekee, että käy asioita läpi ja pohtii taustat ja mieltii, niin mikä ettei. (Koistinen, Mari henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Myös Kari A. Hintikka kokee, että kysymys on jopa tarpeeton blogien näkökulmasta. Blogien aiheet vaihtelevat laidasta laitaan. Jos asiat esitetään journalistisessa muodossa ja sitten sen lopussa on jokin synteesi, niin sitten blogikirjoitusta voi kutsua journalismiksi. Journalistikaan ei välttämättä kuitenkaan kirjoita journalistisesti omaan blogiinsa. Matti Lintulahden mielestä olisi sama, jos kysyisi, onko paperi journalismia.

Sinänsä blogi on muoto, jolla voi julkaista erilaista sisältöä. Osa sisällöstä voi olla päiväkirjamaista, osa sisällöstä voi olla journalismia, osa sisällöstä voi olla asiantuntija-artikkeli, osa sisällöstä voi olla tieteen harjoittamista. Eli se kannattaa muistaa, että blogi on sama kuin paperi myös analogisessa ajattelussa. (Lintulahdi, Matti, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.)

Hän siis näkee blogin enemmänkin viestin jakelu- ja esitysvälineenä kuin varsinaisena journalismin muotona. Blogi toki voi olla journalismia, mutta se ei ole blogin perusedellytys. Ihmiset ylipäättensä kirjoittavat erilaisista syistä, ja blogi tarjoaa alustan monenlaisen kirjoittamiseen – oli blogi nyt sitten journalismia tai ei. Tärkeintä kirjoittajille on se, että saa kirjoittaa. Blogit ovat joka tapauksessa kyseenalaistaneet ajatuksen siitä, mitä voidaan pitää journalismina ja mitä ei.

## 6.5 Blogien tulevaisuus

Haastatteluissa kysyttiin lopuksi, millainen tulevaisuus haastateltavien mielestä journalistisilla blogeilla on (LIITE 2). Haastateltavat olivat kaikki yhtä mieltä siitä, että blogit eivät tule katoamaan, mutta tulevaisuudessa muut sosiaalisen median muodot yleistyvät.

Blogit eivät ole enää niin merkityksellisiä. Kari A. Hintikka kertoi, että osaltaan ne saatavat sulautua muuhun valtavirtaan. Blogeille on nyt tullut kovasti verkossa erilaisia kilpailijoita, joista Facebook on yksi keskeinen tapa ilmaista itseään. Blogit tarjoavat vaihtoehtoisen tuotanto- ja jakelukanavan, jos mennään tarkastelemaan perinteistä joukkoviestintää. Blogien kulta-aika alkaa Hintikan mukaan kuitenkin olla pikkuhiljaa ohi, koska internetissä on paljon sosiaalisen median palveluita, mutta myös muita palveluita, joissa ihmisiä ensinnäkin tavoittaa huomattavasti paremmin kuin blogeilla. Toiseksi, viestintä alkaa muuttua tai on jo muuttunut aikaisempaa hektisemmäksi. Ihmisillä ei ole aikaa kirjoittaa blogeja. Blogit kuitenkin tulevat hänen mukaansa säilymään yhtenä tapana ilmaista itseään ja ajatuksiaan. Hintikka kokee, että erityisesti freelancerille blogikirjoittamisesta voi olla hyötyä. Hän mainitsi hyvänä esimerkkinä Mari Koistisen Kulutushla-blogin.

Ihan lähtökohtaisesti toi koko blogitouhu on ainakin Suomen oloissa mun mielestä hyvin marginaalissa ja tarjoisi journalisteille erinomaiset väylän kaikinpuolin mukaan lukien sitten ne joukkoviestimet, joilla ne journalistit tekee töitä ja myös freelancereille. (Hintikka, Kari A, henkilökohtainen tiedonanto 12.10.2010.)

Mari Koistisen mukaan blogit eivät ole enää niin merkityksellisiä, kuin ne joskus ovat olleet. Se johtuu siitä, että keskustelu on hajaantunut ympäri verkkoa ja on nopeampaa ja helpompaa. Koistinen on verkossa monessa paikassa läsnä. Vielä viisi vuotta sitten ei ollut Facebookia, ja nyt se vie melkoisen osan linkkien välityksestä, kiinnostavien asioiden pohdinnasta ja keskustelusta. Hän nosti esille Uuden Suomen.

Joku Uusi Suomi on tuntunu aika vahvasti profiloivan sen blogipuolensa ja myös sen hyödyntämisen siinä toimitustyön tekemisessä. Ne aika tehokkaasti käyttää niitä, ketä heillä on bloggaamassa myös kävijöiden saamisena sivustolle, et varmaan siitä aika moni muu voi olla kateellinenkin. (Koistinen, Mari, henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Koistinen kuitenkin uskoo, että blogit eivät katoa. Etenkin se tulee säilymään, että toimittajat ovat yhä enemmän persoonallaan esillä verkossa. Hän pohtii seuraavassa omaa suhdettaan blogikirjoittamiseen.

Kyllähän sit myös säilyy blogien hyödyntäminen just mun tapasessa, että etsitään sieltä juttuideoita ja vinkkejä ja näkökulmia ja aiheita ja mikä tällä hetkellä kiinnostaa tai haastateltavia. Harrastajabloggaajista löytyy helposti ihmisiä, jotka voi olla valmiita sanomaan medialle kommentteja, että sentyyppinen hyödyntäminen ainakin varmasti. En tiedä, onko se nyt blogi vai mikä, mutta kyllä varmasti säilyy se, että toimittajat ovat yhä enemmän myös omalla persoonallaan esillä verkossa. (Koistinen, Mari, henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.)

Matti Lintulahden mukaan journalistisiin blogeihin pätee sama tulevaisuus kuin mihin tahansa journalistiseen sisältöön. Jos sisältö puhuttelee, keskustelee ja saa innostusta aikaan omassa yleisössään, on sillä hyvä tulevaisuus. Jos näitä piirteitä ei ole, sillä ei ole tulevaisuutta. Blogimuodolla sinänsä voi Lintulahden mukaan olla tulevaisuus, mutta blogit ovat jo valtavirtajuttu.

Blogeista on tullut tällainen mainstream-juttu jo. Niistä ei paljon puhuta, mutta niitä koko ajan tehdään ja niiden käyttö laajenee jo, kun huomaa, että blogit ei olukkaan heidän media, ja Twitteri, Facebook käyttöön yhteisöllisessä journalistisessä keskustelussa. Jotkut taas on sitten kokenu, että blogit ja Twitter, Facebook-tyylinen lyhyempi kirjoittelu ei olekaan se heidän juttu, millä tavalla he pystyy omaa journalismia parantamaan, vaan ovat palanneet sitten enemmän käyttämään blogeja, blogimuotoa. (Lintulahti, Matti, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.)

Yhteenvedona kysymykseen blogien tulevaisuudesta voisi sanoa, että sekä kyselytutkimuksen että teemahaastattelun vastaajat näkevät blogien tulevaisuuden hyvänä, mutta ei mitenkään mullistavana. Voisi sanoa, että blogit tulevat toimimaan edelleen perinteisen median rinnalla, vaikka niiden uutuudenviehätys voikin olla ohi. Blogit eivät korvaa perinteistä journalismia, mutta täydentävät sitä. Uskon, että blogien tulevaisuuteen vaikuttaa juuri se, kuinka paljon blogeissa on dialogia lukijan ja kirjoittajan välillä. Jos tulevaisuudessa kirjoittajat eivät ota blogeissaan yleisöä mukaan, ja yleisö puolestaan ei kommentoi bloggaajien kirjoituksia, voi blogien tulevaisuus olla huono. Sosiaalisessa mediassa voi syntyä lisää uusia muotoja, ja siksi voi olla, että blogit menettävät merkitystään aikaisempaa enemmän. Kerroin aiemmin luvussa 2, että blogien määrä Blogilista.fi sivustolla on kasvanut huomattavasti vuodesta 2009. Vaikka Blogilista.fi kattaa vain osan suomalaisista blogeista, voisi sen perusteella kuitenkin olettaa, että blogien kirjoittaminen on edelleen suosittua vuonna 2010.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön päätutkimuskysymyksenä oli, miksi toimittajat kirjoittavat blogeja. Yleinen vastauksista jäänyt kuva oli se, että toimittajat kokevat blogit jollain tavalla tärkeäksi osaksi toimittajan työtä. Vastattiin esimerkiksi, että blogit tarjoavat uudenlaisen kanavan sellaisten asioiden kertomiseksi, jotka eivät uutisjuttuun mahdu. Blogin kirjoittaminen on vuorovaikutteista toimintaa, jossa lukija ja kirjoittaja kommunikoivat kes-

kenään, ja se näkyi myös vastauksissa: 77,8 prosentin mielestä blogin kautta on saanut palautetta. Uskon, että blogit voittavat perinteisen tiedotusvälineen siinä mielessä, että blogien kautta yleisön mukaan ottaminen onnistuu hyvin, niin kuin sosiaalisessa mediassa yleensäkin. Yleisöltä voi saada esimerkiksi juttuvinkkejä, ideoita ja ylipäättänsä apua jutun tekoon. Mielenkiintoista oli myös huomata se, että vaikka kyselyni vastaajamäärät jäivät pieniksi, kyselyyn oli kuitenkin vastannut erilaisia toimittajia. Lisäksi kyselyyn vastanneista suurin osa kirjoittaa blogiaan viikoittain eli aika säännöllisesti. Vastaajien aiheet blogeissa vaihtelevat laidasta laitaan, urheilusta median analysointiin. Esa Mäkinen (2008) kritisoi suomalaisen blogosfäärin viihteellisyyttä: suosituimpia aihepiirejä ovat esimerkiksi muoti, neulominen ja ruoka, kun taas politiikka ja muut vakavammat aiheet jätetään vähemmälle huomiolle. Kysyttyäni toimittajilta, mitä mieltä he ovat blogien viihteellisestä painotuksesta, sain kuitenkin yleisesti sellaisen kuvan, että blogimaailmaan mahtuu monenlaisia blogeja. Viihde ei välttämättä ole huonoa ja politiikka-aiheisia blogeja on muutaman vastaajan mielestä jo vaikka kuinka. Vastaajat myös kertoivat, että he kirjoittavat helposti aiheesta, joka yleisöä kiinnostaa. Eräs vastaaja kuitenkin totesi hyvin, että ei pidä antaa yleisölle pelkästään sitä, mitä he haluavat, vaan mitä he tarvitsevat.

Kyselytutkimus ja teemahaastattelut osoittivat, että blogin perustamiselle voi olla monenlaisia syitä. Muutama vastaaja oli perustanut blogin kollegan, työpaikan tai muun tahon pyynnöstä. Eräs vastaaja perusti blogin, koska katsojilla olisi pienempi kynnys ottaa yhteyttä toimitukseen, kommentoida ja keskustella ohjelmista. Blogikirjoittaminen koettiin myös vastaukseksi ajan haasteisiin. Myös esimerkiksi kokeilunhalu, vapaampi kirjoitustyyli, kirjoittamisessa kehittyminen ja aktivoituminen sosiaalisessa mediassa nähtiin tärkeinä. Kukaan kyselyni vastaaja ei maininnut, että työpaikalla esimies tai joku muu työyhteisöstä vaikuttaisi siihen, mistä blogissa kirjoittaa. Voisi siis vastausten perusteella sanoa, että toimittajat uskovat siihen, että heillä on sananvapaus kirjoittaa blogissaan haluamastaan aiheesta. Vastauksissa korostui kuitenkin se, että pitää kirjoittaa hyvän maun rajoissa ja miettiä, mistä työpaikkansa nimissä voi kirjoittaa. Esimerkiksi journalistin ohjeet tulee ottaa kirjoittaessa huomioon.

Domingoa & Heinosta (2009, 69) lainaten, ”nykyään blogit näyttävät olevan kaikkialla journalismissa.” Blogien merkitystä ei siis kannata vähätellä, sillä blogit ovat enemmän kuin koskaan mukana mediakentällä. Siitä huolimatta kysymys siitä, ovatko blogit jour-



nalismia, osoittautui hankalaksi. Tämän kysymyksen kohdalla kyselytutkimuksen ja teemahaastattelujen vastausten välinen ero oli suuri. Kyselytutkimuksessa suurin osa toimittajista kertoi, että blogit voivat olla journalismia, mutta journalistisuuteen sisältyy tyypillisesti jokin ehto. Ei voi vain sanoa, että ”blogit ovat journalismia tai eivät ole journalismia”, koska aivan kuin muissakin tekstilajeissa, jutut ovat journalismia silloin, kun tietyt kriteerit, kuten vastauksissa esiintyneet ajankohtaisuus, kiinnostavuus tai lähdekriittisyys täyttyy. Teemahaastatteluissa ajateltiin jyrkemmin: kysymys siitä, ovatko blogit journalismia, koettiin merkityksettömäksi blogien näkökulmasta. Toki vastausta voi etsiä myös journalismin määritelmästä: journalismi on Heikki Kuutin mediasanaston mukaan ajankohtaisina ja faktapohjaisina esitettävien, pääosin yhteiskunnallista ainesta sisältävien joukkoviestintäsanomien tuottamista. ([www.mediadoc.fi](http://www.mediadoc.fi).) Jos journalistiset piirteet toteutuvat blogeissa, ovat blogit journalismia. Blogeissa ja sosiaalisessa mediasa korostuu yleisön kautta keskustelevuus, ja se asettaa toisaalta journalismin määrittelynkin kannalta uusia puolia.

Matti Lintulahti (henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.) korosti teemahaastattelussa, että ne, jotka osaavat ottaa yleisön ja sosiaalisen median työkalut mukaan tekemiseen, pystyvät tekemään parempaa journalismia ja sillä tavalla myös menestymään sekä itse journalisteinä että mediayhtiöinä ja mediana. Blogin kirjoittaminen vie aikaa ja sen pitää sopia toimittajan normaaliin journalistiseen prosessiin. Kyselyssä muutama korosti juuri sitä, että blogien kirjoittamiselle ei tunnu jäävän aikaa. Jos journalistilla ei ole halua sitoutua ja tehdä parempaa journalismia, ei blogin kirjoittaminen ole oikea ratkaisu. Bloggaajiksi valikoituvat sellaiset, jotka kokevat kirjoittamisen luontevasti omakseen. Alalla kuin alalla kannattaa mielestäni tehdä sitä, missä on hyvä. Jos blogi ei tunnu omalta jutulta, kannattaa jättää kirjoittamatta. On olemassa myös muita sosiaalisen median muotoja, mikäli blogit eivät tunnu omalta jutulta.

Verrattuna esimerkiksi Ruotsiin, ei Suomesta löydy samanlaista blogikulttuuria. Ruotsissa esimerkiksi muotibloggaajat ovat saavuttaneet blogien kautta huomattavaa suosiota. On vaikea sanoa, miksi Suomessa bloggareista ei ole tullut alansa supertähtiä, mutta se kertoo siitä, että Suomen blogimaisema on erilainen. Mielenkiintoinen teemahaastatteluissa esille noussut asia oli se, että freelancerille blogiyhteisöstä voi olla hyötyä. Mari Koistinen (henkilökohtainen tiedonanto 19.10.2010.) kertoi haastattelussa, että koska hän on freelancer, ei työyhteisö ole niin selkeä. Virtuaalinen maailma tuo omaan teke-

miseen sosiaalisen ulottuvuuden. Jos haluaa toimia freelancerina, on omaa osaamista helppo tuoda esille esimerkiksi blogin kautta ja samalla verkostoitua. Freelancerille blogit ja sosiaalinen media voi olla hyödyllinen väline markkinoida omaa osaamistaan.

2000-luvun puolivälin paikkeilla blogit olivat uusi ja tuntematonkin asia. Tänä päivänä olisi hassua, jos joku esittäisi kysymyksen siitä, mitä blogeilla tarkoitetaan. Kemppainen kertoi vuonna 2007, että blogien suhteen vain aika näyttää, miten hyvin potentiaali toteutuu. Hän kertoi, että yksittäisellä blogilla, oli se kuinka hyvä tahansa, on suuri riski hukkaa massaan. Kemppainen kuitenkin kertoo työssään, että hän itse näkee blogeissa potentiaalia. Hän kertoi, että avoimia kysymyksiä blogien suhteen on paljon. (Kemppainen 2007, 34.) Uskon, että kyselyni antoi vastauksia auki jääneisiin kysymyksiin, koska sain toimittajilta sekä sosiaalisen median asiantuntijoilta mielipiteitä blogien tulevaisuudesta ja siitä, kuinka he tällä hetkellä blogia työssään hyödyntävät. Sanoisinkin, että oli hyvä idea tehdä sekä kyselytutkimus että teemahaastattelut. Teemahaastattelut täydensivät hyvin kyselytutkimuksen vastauksia ja sain aika kattavan kuvan siitä, miltä blogien tulevaisuus saattaa näyttää. Sekä kyselytutkimuksen että teemahaastattelun vastaajat näkevät blogien tulevaisuuden hyvänä, mutta ei mitenkään mullistavana. Matikaisen (2009) tutkimuksessa Simo Porola on kartoittanut tietoa blogien määrästä Blogilista.fi -palvelun kautta. Kun vertasin Simo Porolan tekemää kartoitusta (Matikainen 2009, 18) ja vuoden 2010 tilannetta Blogilista.fi -sivustolta (19.11.2010), on blogien määrä kasvanut huimasti. Tämän perusteella voisi sanoa, että blogit ovat yhä tärkeämpi ja yleisempi osa suomalaisia. En silti usko, että blogit korvaavat perinteistä journalismia, mutta täydentävät sitä. Voi olla, että tulevaisuudessa blogien ja kolumnien raja hämärtyy entisestään. Jos tulevaisuudessa kirjoittajat eivät ota blogeissaan yleisöä mukaan, ja yleisö puolestaan ei kommentoi bloggaajien kirjoituksia, saatetaan blogien sijaan ruveta puhumaan yhä enemmän kolumneista. Teemahaastateltavat olivat kaikki yhtä mieltä siitä, että blogit eivät tule katoamaan, mutta tulevaisuudessa muut sosiaalisen median muodot yleistyvät. Blogit eivät ole enää niin merkityksellisiä. Kari A. Hintikka (henkilökohtainen tiedonanto 12.10) kertoi, että osaltaan ne saattavat sulautua muuhun valtavirtaan. Vastausten perusteella uskallan väittää, että blogit tulevat säilymään yhtenä tapana ilmaista itseään. Matti Lintulahtea lainaten:

Journalistisiin blogeihin pätee sama tulevaisuus kuin mihin tahansa journalistiseen sisältöön. että jos se sisältö on sellasta, mikä puhuttelee, keskustelee, saa innostusta siinä omassa yleisössään, niin sellasella sisällöllä, oli se sitten missä ta-

hansa muodossa esitettynä, niin on hyvä tulevaisuus. (Lintulahti, Matti, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2010.)

Kari A. Hintikka (henkilökohtainen tiedonanto 12.10.2010) kertoi top-down mallista, missä jokin auktorisoitu taho kuten journalisti välittää viestin ”ylhäältä-alas” ja vastaanottajien rooli on lähinnä olla yleisö. Joukkoviestinnän vakiintuneessa mallissa toimitukset seulovat tärkeimmät uutiset, sitten ne julkaistaan ja yleisöllä on mahdollisuus kommentoida uutista esimerkiksi paperilehden mielipidepalstalla. Internet on mullistanut oleellisesti tämän ajattelun. Hintikan mukaan bottom-up -ajattelu tarkoittaa sen vastaparia: yleisö voisi keskeisesti olla joukkoviestinnän apuna ja tavallisilta lukijoilta voisi tulla esimerkiksi merkittäviä uutisvinkkejä ja raportointiakin. Mielestäni tämä ”alhaalta-ylös” -malli murtaa ajatuksen siitä, että journalisti toimii yksin ja yleisö kommentoi vasta kun juttu on julkaistu. Keskeinen sana blogien ja sosiaalisen median yhteydessä on nimittäin yleisö, mutta en usko, että yleisön merkitystä olisi vieläkään täysin ymmärretty. Jatkotutkimusaiheena näkisinkin sen, millä tavoin journalistit voivat ottaa yleisön mukaan sosiaalisen median kautta. Toimivatko journalistit perinteisesti vai ovatko he valmiita ”alhaalta-ylös” -malliin? Tulevaisuudessa kansalaisjournalismi ja yleisön merkitys saattaa korostua entisestään. Journalisti ja yleisö voivat toimia myös yhdessä. Blogien ja sosiaalisen median vahvuus on vuorovaikutteisudessa, ja siksi journalistin ei kannata unohtaa täysin blogeja. Kysymys kuuluukin, haluaako journalisti ottaa yleisöä mukaan tekemiseensä vai ei?

## LÄHTEET:

### Kirjalliset lähteet:

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

Domingo, David & Heinonen, Ari 2009. Blogit journalismin muutoksen merkinä. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. 68-87.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

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

Luostarinen, Matti 2010. Uusi mediayhteiskunta. Blogit ja sosiaalinen media innovaatioyhteiskunnan muutoksessa. Helsinki: Books on Demand GmbH.

Sirkkunen, Esa 2008. Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. Teoksessa Aula ym. (toim.) Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Palmenia. 137-158.

Tremayne, Mark 2007. Blogging, Citizenship, and the Future of Media. New York: Routledge Taylor & Francis Group.

### Internet-lähteet:

Aalto, Tuija 2009. Toimittaja tekee työtään sosiaalisessa mediassa monessa moodissa. YLE blogit. Viitattu 1.11.2010.  
<http://blogit.yle.fi/aalto/toimittaja-tekee-tyotaan-sosiaalisessa-mediassa-monessa-moodissa>

Aitamurto, Tanja 2009. Raportti Journalismin trendeistä Yhdysvalloissa vuonna 2009. Helsingin Sanomain säätiö. Viitattu 5.10.2010.  
[http://www.hssaatio.fi/images/stories/tiedostot/raportti2\\_net.pdf](http://www.hssaatio.fi/images/stories/tiedostot/raportti2_net.pdf)

Björksten, Tuomo. Havaintovihko -blogi. Viitattu 21.9.2010.

<http://www.bjorksten.fi/blogi/aiheet/tulevaisuus>

Blogilista 2010. Viitattu 19.11.2010.

<http://www.blogilista.fi/>

Haakana, Kari. Mediaa, tekniikkaa ja mediatekniikkaa. Blogi. Viitattu 15.11.2010.

<http://www.karihaakana.net/blog/>

Hintikka, Kari 2007. Web 2.0 – johdatus internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin. Helsinki: Tieke Tietoyhteiskunnan Kehittämiskeskus Ry:n julkaisusarja. Viitattu 4.11.2010.

[http://www.tieke.fi/mp/db/file\\_library/x/IMG/20815/file/julkaisu\\_28.pdf](http://www.tieke.fi/mp/db/file_library/x/IMG/20815/file/julkaisu_28.pdf)

Hintikka, Kari A. Verkkovoimaa – väkijoukot netissä -blogi. Viitattu 15.11.2010

<http://verkkovoimaa.wordpress.com/>

HS.fi blogit. Viitattu 1.11.2010.

<http://blogit.hs.fi/hsnext/>

Junkkaala, Jouni 2009. Tietoviikko. Viestinnän viimeinen vallankumous. Viitattu 3.11.2010.

<http://www.tietoviikko.fi/taustat/article267339.ece>

Kangas, Petteri, Toivonen, Santtu & Bäck, Asta (toim.) 2007. Googlen mainokset ja muita sosiaalisen median liiketoimintamalleja. Espoo: VTT tiedotteita 2369. Viitattu 15.11.2010.

<http://vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2007/T2369.pdf>

Kemppainen, Karoliina 2007. Blogit median työvälineenä. Stadia-ammattikorkeakoulu. Helsinki. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 2.11.2010.

<https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/6780/stadia-1178870555-3.pdf?sequence=1>

Kiilablogi. Viitattu 21.9.2010.

<http://kiilablogi.net/2009/02/mita-nyt/>

Koistinen, Mari. Mari Koo -blogi. Viitattu 19.10.2010.

<http://www.marikoistinen.fi/>

Koistinen, Olavi. HS Next -blogi. Viitattu 1.11.2010.

<http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Milt%C3%A4+n%C3%A4ytt%C3%A4%C3%A4+tulevaisuuden+HS+Kommentoi+uutta+blogia+ja+videota/1135253564222>

Kulutusjuhla. Viitattu 19.10.2010.

<http://kulutusjuhla.fi/>

Kuutti, Heikki i.a. Media Doc Oy. Lääkitystä mediaongelmiin. Mediasanasto. Viitattu 18.11.2010.

<http://www.mediadoc.fi/mediasanasto.html>

Laine, Johanna 2009. Sosiaalisen median hyödyntäminen uutistoimittajan työssä. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Diak Länsi, Turku. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Viitattu 4.11.2010.

[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4967/Laine\\_Johanna.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4967/Laine_Johanna.pdf?sequence=1)

Lietsala, Katri & Sirkkunen, Esa 2008. Social Media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. Tampere: University of Tampere, Hypermedia Laboratory Net Series 17.

Viitattu 20.9.2010.

<http://tampub.uta.fi/tup/978-951-44-7320-3.pdf>

Lintulahti, Matti. Mediablogi. Viitattu 22.10.2010.

<http://mattilintulahti.net/mediablogi/>

Lintulahti, Matti. Mediablogi. Suomessa 52 000 aktiivista blogia -tai jotain ihan muuta.

Viitattu 3.11.2010.

<http://mattilintulahti.net/mediablogi/2005/10/12/suomessa-52-000-aktiivista-blogia-tai-jotain-ihan-muuta/>

Majava, Jere 2006. Suomalaisten weblogien verkosto keskustelevana julkisuutena. Helsingin yliopisto. Helsinki. Valtiotieteellinen tiedekunta. Pro gradu tutkielma. Viitattu 1.11.2010.

[http://blogit.helsinki.fi/tyonimi/weblogit\\_julkisuutena.pdf](http://blogit.helsinki.fi/tyonimi/weblogit_julkisuutena.pdf)

Matikainen, Janne 2009. Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla. Helsingin yliopisto. Helsinki. Viestinnän tutkimuskeskus CRC. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009.

Viitattu 15.11.2010.

[http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/sosiaalisen\\_ja\\_perinteisen\\_median\\_rajalla\\_raportti.pdf](http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/sosiaalisen_ja_perinteisen_median_rajalla_raportti.pdf)

Mediabistro.com. FishbowlDC 2010. Viitattu 17.11.2010.

<http://www.mediabistro.com/fishbowldc/>

Me Naiset.fi. Jälkikirjoitus -blogi. Viitattu 15.11.2010.

<http://blogit.menaiset.fi/jalkikirjoitus/>

MTV3.fi. Tiedonjulkistamispalkinto Tsunami-sivustolle. Viitattu 1.11.2010.

<http://www.mtv3.fi/uutiset/arkisto.shtml/arkistot/kotimaa/2005/03/358325>

Mäkinen, Esa. HS.fi kulttuuri, 2008. HS:n blogijuttu kirjoitti kriittisen keskustelun. Viitattu 18.11.2010

<http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/HSn+blogijuttu+kirvoitti+kriittisen+keskustelun/1135234883841>

von Sydow, Ebba. Ebbas Blogg. Viitattu 17.11.2010.

<http://www.detkungligabrollopet.nu/ebbasblogg/>

von Sydow, Ebba. Veckorevyn. Ebbas Blogg. Viitattu 15.11.2010

<http://www.veckorevyn.com/mode/ebbas-blogg/>

Toolan, Brian 2003. An Editor Acts to Limit a Staffer's Weblog. Nieman Reports. Viitattu 7.11.2010.

<http://www.nieman.harvard.edu/assets/pdf/Nieman%20Reports/backissues/03fall.pdf>

Vainionkulma-Immonen, Outi. Merkintöjä mediasta -blogi. Viitattu 21.9.2010.

<http://outi.posterous.com/?page=2>

Vallivaara, Mikko 2009. Blogi – tekniikka, yhteisö ja media. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä. Tietojenkäsittelytieteiden laitos. Pro Gradu tutkielma. Viitattu 16.11.2010.

[https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/22353/URN\\_NBN\\_fi\\_jyu-200910284275.pdf?sequence=1](https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/22353/URN_NBN_fi_jyu-200910284275.pdf?sequence=1)

Wikipedia, 2009. Ebba von Sydow. Viitattu 15.11.2010

[http://fi.wikipedia.org/wiki/Ebba\\_von\\_Sydow](http://fi.wikipedia.org/wiki/Ebba_von_Sydow)

Yle, 2010. Ajankohtaisohjelmien aiheita. A-studio: Homokeskustelu liikaa kirkolle. Viitattu 15.11.2010

<http://tv1.yle.fi/juttuarkisto/ajankohtaisohjelmien-aiheita/a-studio-homokeskustelu-liikaa-kirkolle>

Tutkimushaastattelut:

Hintikka, Kari 2010. Verkkotutkija. Litteroitu puhelinhaastattelu. 12.10.2010. Tallenne tekijän hallussa.

Koistinen, Mari 2010. Freelancer –toimittaja. Litteroitu puhelinhaastattelu. 19.10.2010. Tallenne tekijän hallussa.

Lintulahti, Matti 2010. Viestinnän konsultti ja kouluttaja. Litteroitu puhelinhaastattelu. 22.10.2010. Tallenne tekijän hallussa.



## LIITTEET

### LIITE 1: Kyselylomake

## kysely bloggaaville toimittajille

### 1) Sukupuolesi

- ☐ Nainen  
☐ Mies

### 2) Ikäsi

- ☐ 0-25  
☐ 26-35  
☐ 36-45  
☐ 46-55  
☐ 56-70  
☐ 70+

### 3) Missä tiedotusvälineessä työskentelet?

- ☐ Yle  
☐ MTV3  
☐ Helsingin Sanomat  
☐ Me Naiset  
☐ Savon Sanomat  
☐ Turun Sanomat

### 4) Millainen toimittaja/media-alan työntekijä olet? (Huom! Voit valita monta vastausvaihtoehtoa)

- ☐ kotimaan uutistoimittaja  
☐ ulkomaan uutistoimittaja  
☐ viihdetoimittaja/kulttuuritoimittaja  
☐ musiikkitoimittaja/elokuvakriitikko/kriitikko  
☐ urheilutoimittaja  
☐ politiikantoimittaja/taloustoimittaja  
☐ muu, mikä?

### 5) Mikä blogin kirjoittamisessa kiehtoo? (Huom! voit valita useamman vastausvaihtoehdon)

- ☐ omien ilmaisutaitojen kehittäminen  
☐ vertaispalautteen saaminen  
☐ uusien verkostojen luominen  
☐ oman identiteetin kehittäminen/oman persoonallisuuden esilletuominen  
☐ tietojen ja taitojen jakaminen muiden kanssa  
☐ muu, mikä?

### 6) Miksi alun perin perustit blogin?

### 7) Mitä blogin kirjoittaminen on sinulle antanut? (Huom! Voit valita useamman vastausvaihtoehdon)

- ☐ omat taidot ilmaista itseäni ovat kehittyneet  
☐ olen saanut palautetta  
☐ olen luonut uusia suhteita/verkostoja  
☐ olen jakanut tietoa muiden kanssa tai saanut tietoa muilta  
☐ olen saanut juttuideoita  
☐ muuta, mitä?

### 8) Mitä blogisi aiheet käsittelevät? (Huom! Voit valita useita vastausvaihtoehtoja)

- ☐ mediaa  
☐ sosiaalista mediaa  
☐ vapaa-aikaa tai jotain harrastusta  
☐ viihdettä, musiikkia, muotia, matkustelua  
☐ politiikkaa  
☐ jotain muuta, mitä?

**9) Kuinka usein kirjoitat blogiasi? (voit valita vain yhden vaihtoehdon)**

- ☐ päivittäin  
☐ viikoittain  
☐ kuukausittain  
☐ harvemmin kuin kerran kuussa  
☐ joitakin kertoja vuodessa  
☐ en koskaan

**10) Miksi blogit ovat journalismia? Miksi blogit eivät ole journalismia?**

**11) Millainen tulevaisuus journalistisilla blogeilla on?**

**12) Arvioi asteikolla 1-5 seuraavia asioita (1= tarvitsee harvoin tai ei koskaan, 2=tarvitsee joskus, 3=en osaa sanoa, 4= tarvitsee usein, 5=tarvitsee aina), joita tarvitsee blogikirjoittamisessa**

	1	2	3	4	5
tiedonhankinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
verkostoituminen/ uudet ystävät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palaute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kirjoittamistaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kritiikin sietokyky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
journalistin ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
yleissivistys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13) Mitä mieltä olet siitä, että suuri osa blogisisällöistä internetissä ovat viihdeaiheita? Pitäisikö aiheissa näkyä enemmän "vakavammat" aiheet, kuten politiikka?**

**14) Kuinka paljon työyhteisösi ja/tai tiedotusvälineesi vaikuttaa aiheisiin, joista blogissasi kirjoitat, vai koetko voivasi kirjoittaa mistä tahansa aiheesta?**

Lähetä



## LIITE 2: Teemahaastattelun kysymykset

1. Kirjoitatko tällä hetkellä jotain blogia tai oletko kirjoittanut blogia?
2. Miksi päätit perustaa blogin?
3. Millä tavalla sosiaalinen media on osa työtäsi ja/tai vapaa-aikaasi?
4. Millä tavalla sosiaalinen media vaikuttaa toimittajan työhön Suomessa?
5. Millä tavalla toimittajat suhtautuvat tällä hetkellä blogien kirjoittamiseen?
6. Millaiset aiheet ovat suosittuja suomalaisissa toimittajien blogeissa?
7. Miksi toimittajan kannattaa kirjoittaa blogia?
8. Ovatko blogit journalismia?
9. Millainen tulevaisuus journalistisilla blogeilla on?