

Mikko Vallivaara

Blogi - tekniikka, yhteisö ja media

Tietojärjestelmätieteen
Pro gradu-tutkielma
11.03.2009

Jyväskylän yliopisto
Tietojenkäsittelytieteiden laitos
Jyväskylä

TIIVISTELMÄ

Vallivaara, Mikko Antero

Blogi – tekniikka, yhteisö ja media / Mikko Vallivaara

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2009.

109 s.

Tietojärjestelmätieteen pro gradu -tutkielma

Blogilla tarkoitetaan yksinkertaista verkkosivua, jonka pääasiallinen tarkoitus on monimuotoisen sisällön jakaminen verkossa. Lähtökohtana tässä työssä pidetään VTT:n koostamaa sosiaalisen median kolmijakoa, joka muodostuu teknologian, sisällön ja yhteisön kokonaisuuksista. Työssä tarkastellaan blogeja tämän kolmijakomallin perusteella.

Työ käsittää kolme kokonaisuutta. Teknologian osalta tutkielmassa kuvataan blogin perusrakennetta, blogiverkkoja, käsitteitä blogien teknisestä aihepiiristä sekä tehdään katsaus blogityyppeihin. Blogiyhteisöt kuvataan perinteisen yhteisön ja verkkoyhteisön määritelmien avulla omana erilaistuneena yhteisönään verkkoyhteisön määritystä apuna käyttäen. Viestinnällisesti blogit kuvataan riippumattomana sisältöalustana, jonka luonne synnyttää mahdollisuuksia ja uhkia perinteiseen tiedonvälitykseen verrattuna.

Pro gradu-työn tulos on kattava peruskäsitys siitä mitä blogit ovat teknisestä, yhteisöllisestä sekä julkaisemisen ja tiedonvälityksen näkökulmista katsottuina. Tutkielman tutkimusmenetelmä on kirjallisuuskatsaus. Tutkimusaiheen käsittely perustuu aiemmista kohdealueen tutkimuksista ja kirjallisuudesta koottuun tietoon.

AVAINSANAT: blogi, blogityypit, blogiverkot, blogijournalismi, blogiyhteisöt.

ABSTRACT

Vallivaara, Mikko Antero

Blogs - technology, community and media/Mikko Vallivaara

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2008.

109 s.

Master's thesis for information systems and computer science

A blog is a simple website which main function is distribution of polymorphic content on the internet. The baseline of this master's thesis is the research from VTT which divides social media as three separate sections: technical, communal and content-based perspective. This master's thesis examines blogs based on this tripartition.

Technological aspect describes the basic structure of blogs, blog networks, and blogtypes. Blog community is seen as a distinct form of community which has similarities with classic form of community and cyber community. From the content based perspective blog is examined as an independent content platform which nature creates potential and threats compared to traditional communication.

The result of this dissertation was comprehensive basic understanding of what blogs are from technical, communal and informational aspects. In this master's thesis the research method was literature review which is based on observations from scientific research and literature from the target environment.

KEYWORDS: blog, blog networks, blog types, journalism in blogs, blog communities.

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	6
1.1 Tausta	6
1.2 Tutkielman rakenne	12
2 BLOGIN MÄÄRITELMÄ.....	14
2.1 Blogi	14
2.2 Blogien hyperlinkitykset.....	19
2.3 Blogiverkot.....	21
2.4 Blogin ylläpito ja palvelut.....	28
2.5 Yhteenveto	30
3 BLOGITYYPIT	32
3.1 Yleiset blogityypit.....	32
3.2 Yritysblogit	36
3.3 Opetusblogit	40
3.4 Yhteenveto	42
4 BLOGIT VERKKOYHTEISÖINÄ.....	44
4.1 Perinteinen yhteisö	44
4.2 Yhteisöllisyys.....	46
4.3 Verkkoyhteisö	47
4.4 Verkon yhteisöllisyys	54
4.5 Blogit yhteisöllisyyden tunteen luojana	57
4.6 Identiteetti verkkoyhteisössä	61
4.7 Blogiyhteisö	64
4.8 Yhteenveto	67
5 BLOGI MEDIANA	70
5.1 Tee-se-itse-mediasta kansalaisjournalismiin	70
5.1.1 Miksi halutaan tuottaa tietoa verkkoon?.....	71
5.1.2 Osallistuva media	74
5.1.3 Kansalaisjournalismi	74
5.2 Journalistisen bloggauksen määritelmiä	76
5.3 Blogien ja perinteisen median suhde	82
5.4 Blogien merkitys tiedonvälityksessä.....	86
5.5 Yhteenveto	88
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	90
6.1 Mikä on blogi ja miten blogeja voidaan luokitella?	90
6.2 Blogit yhteisönä.....	92
6.3 Millainen blogi on viestintä- ja tiedonhankintavälineenä?.....	95

6.4 Yhteenveto	99
LÄHTEET	101
LIITE 1: BLOGIVERKOSTO.....	112
KUVAT	
KUVA 1 : SOSIAALISEN MEDIAN KOLMIYHTEYDEN YDINTEKIJÄT.	7
KUVA 2 : ESIMERKKI TYYPILLISESTÄ BLOGISTA.....	18
KUVA 3 : YRITYSBLOGIEN LUOKITTELU.	38
KUVA 4 : BLOGIYHTEISÖN MALLI.....	51
KUVA 5 : JOURNALISTISTEN BLOGIEN TYPOLOGIA.	81

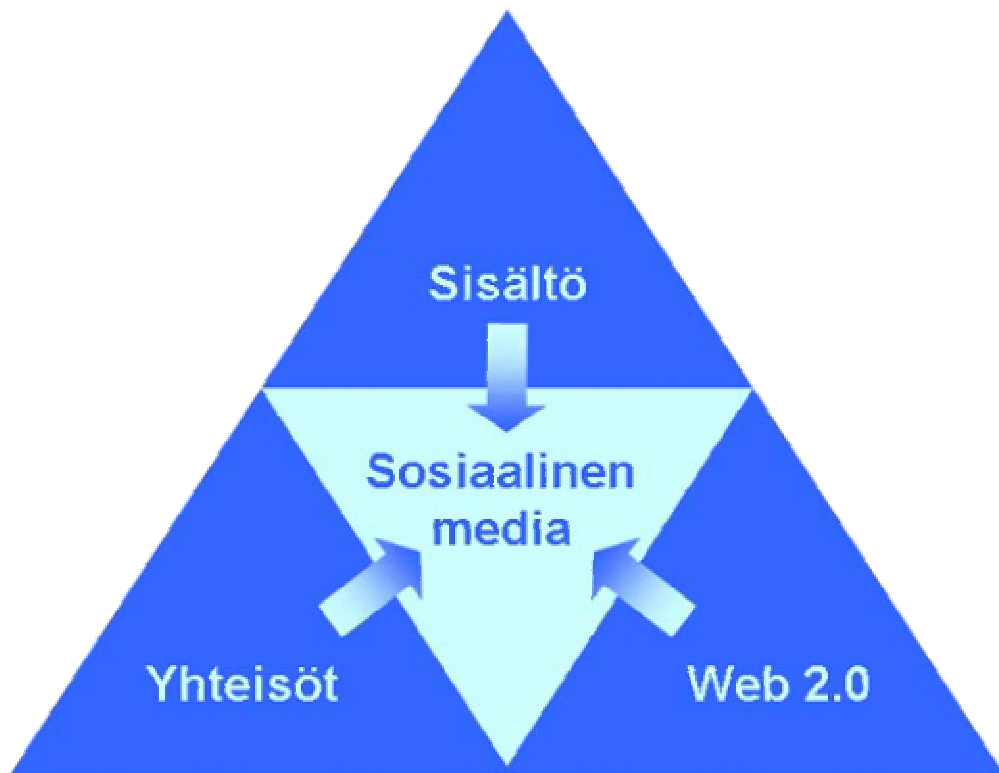
1 JOHDANTO

1.1 Tausta

Maailmassa oli vuoden 2008 loppupuolella yli 120 miljoonaa ihmistä, jotka tuottivat sisältöä blogeihin¹. Määrän on arvioitu kaksinkertaistuvan puolivuositain tulevaisuudessa muutaman viime vuoden tapaisesti. Sosiaalisen median verkkopalvelut ovat ihmisille nykyisin arkinen kommunikaation muoto ja päivittäinen yhteisöllisen toiminnan väline. Blogit ovat osa sosiaalisen median muodostamaa vuorovaikutteista sovelluskenttää, johon kuuluvat blogien ohella esimerkiksi verkon tietosanakirjat eli wikit, verkostoitumispalvelut ja sosiaaliset kirjanmerkit. Vuorovaikutteisuudeksi sovellusryhmässä mielletään käyttäjän toimenpiteet, jotka voivat olennaisesti muuttaa sivun sisältöä.

Yleisesti sosiaalinen media määritellään internetissä ja tietoverkoissa yhteisöllisesti tuotetuksi ja jaetuksi mediasisällöksi. Tärkeää sosiaaliselle medialle on yhteisen tiedon tuottaminen verkkoon, jokaisen itsenäinen osallistuminen tiedon tuottamiseen sekä ihmisten välinen vuorovaikutus juuri tähän tarkoitukseen luotujen helppokäyttöisten sovellusten avulla. Julkaisemisen kynnys on matala, eikä sisältöä tyypillisesti valvota ulkopuolisen tahon toimesta. Bäckin ym. (2007) tutkimus kuvaa sosiaalisen median kokonaisuudeksi, joka esitetään kuvassa 1. Tämä kolmiomainen kokonaisuus rakentuu sisällöstä, yhteisöistä ja Web 2.0-teknologioista.

¹ ks. <http://www.technorati.com> arvio internetissä julkaistujen blogien määrää



Kuva 1: Sosiaalisen median kolmiyhteyden ydintekijät.

Bäckin ym. (2007) mukaan sosiaalinen media voidaan kuvan 1. mukaisesti jaotella koostuvaksi sisällöstä, Web 2.0-palveluista ja yhteisöistä. Sisältöä edustavat tekstit, kuvat, videot ja musiikki. Yhdistelmäs sisältöä ovat koostetut sisällöt ja miksaukset (*engl. mashups*). Luokiteltu sisältö voi olla esimerkiksi soittolistoja tai arvosteluja. O'Reillyn (2005) mukaan Web 2.0-sovelluksia ovat esimerkiksi blogit, wikit, omaa multimediasisältöä painottavat lukuisat kuva- ja videopalvelut, kuten YouTube ja MySpace, sekä Facebookin kaltaiset sosiaaliset yhteisöpalvelut, joissa ihmiset luovat omalla profiilillaan ja verkostoitumisellaan sisältöä itselleen ja muille käyttäjille. Kuvassa 1. esitetyn kolmiomallin yhteisöt ovat reaalielämän yhteisöjä tai virtuaalisia yhteisöjä, jotka tuottavat sisältöä Web 2.0-sovellusten avulla.

90-luvun alun linkkilistoista bloggauksen kehitys on edennyt yksityisen ihmisen elämää kuvaavaksi, eri motiiveja korostavaksi itseilmaisun välineeksi. Blogilla voidaan niin dokumentoida arkipäivää kuin luoda kontakteja

yksilöihin ja yhteisöihin. Blogi voi myös olla paikka ilmaista julkisesti kritiikkiä tai mielipiteitä jostain asiasta. Samaten blogi voi toimia terapeuttisena tunteiden tilityskanavana. Bloggeja käytetään yritysmaailmassa, johtamisen apuvälineenä, julkisessa viestinnässä sidosryhmille tai sisäisen viestinnän välineenä intranetissä. Blogit ovat tulleet myös opetusvälineeksi korvaten osaksi liitutaulun ja monisteniput. Käyttötarkoituksia on useita, joista tavanomaisin lienee kuitenkin vapaa-ajalla omien kiinnostuksen kohteiden ilmaisu. Blogien nopeasti kasvaneeseen suosioon syitä voidaan löytää niin matalasta aloituskynnyksestä, kehittyneistä verkkoyhteyksistä kuin myös blogien riippumattomasta luonteesta tiedonvälityksessä.

Sosiaalisen median palvelut ovat muokanneet ihmisten tapaa tuoda esille kokemuksiaan, välittää tietoa ja osallistua yhteiseksi koettuihin asioihin. Organisaatioille ja yrityksille sosiaalisen median sovellukset ovat tarjonneet mahdollisuuden muuttaa tapaa toimia, innovoida ja kehittyä. Riippumatta ympäristöstä, palveluiden käyttäjät verkostoituvat ja alkavat muodostaa yhteisöjä, joiden uudenlaiset kulttuuriset säännöt muokkaavat laajasti yhteiskuntaa. Näistä yhteisöistä puhuttaessa käytetään termejä sosiaalinen verkko, kansalaisjournalismi, vertaismedia tai osallistuva media.

Vaikka itse blogit ovat suhteellisen uusi ilmiö, blogien ja journalismin suhdetta on tutkittu laajasti. Valtamedialle blogit tarjoavat vastineeksi nopean ja editoimattoman, täysin erilaisen viestintäkanavan ilman perinteisen tiedottamisen kankeutta. Tiedonvälityksen ja journalismin kannalta keskeiseksi kysymykseksi muodostuu se ovatko blogit varteenotettava tapa tuottaa ja välittää tietoa. Kaikki blogit välittävät tietoa ja ovat osana kommentoivaa nykymediaa, mutta problemaattiseksi muodostuu milloin blogi täyttää varteenotettavan tiedonvälityksen vaatimukset ja milloin blogia voidaan pitää tasavertaisena uutislähteenä muun median rinnalla. Lähtökohtaisesti blogit ja perinteinen media ovat kaukana toisistaan hyvinkin erilaisina tiedonvälityksen muotoina.

Edellä esitellyn taustan perusteella pro gradu-työn tutkimusongelmiksi muodostuvat seuraavat kysymykset:

1. Mikä on blogi ja miten blogeja voidaan luokitella?
2. Millainen on verkon blogiyhteisö? Mitkä tekijät saavat aikaan yhteisöllisyyden tunteen syntymistä blogiyhteisössä?
3. Millainen blogi on viestintävälineenä sekä tiedon tuotanto- ja hankintävälineenä?

Tämän pro gradu-työn tavoite on vastata esitettyihin tutkimusongelmiin ja tehdä kattava akateemisiin tutkimuksiin perustuva kirjallisuuskatsaus. Kirjallisuuskatsauksessa käydään analyttisesti läpi aihepiirin aikaisempia tutkimuksia. Kirjallisuuskatsauksen tavoite on arvioida, vertailla, luokitella ja kommentoida olennaista aikaisempaa tutkimusta sekä suhteuttaa aikaisemmat tutkimukset tähän tutkimukseen. Kirjallisuuskatsaus suuntautuu tässä pro gradu-työssä blogeihin sosiaalisen median, blogien teknisen näkökulman, blogeihin liittyvän yhteisöllisyyden, blogityyppien ja blogijournalismin kannalta katsottuna.

Kirjallisuuskatsausten pohjana on käytetty hyväksi pääasiassa Association for Computer Machinery -portaalista löytyvää verkkoyhteisö- ja blogitutkimukseen liittyvää tutkimusaineistoa. Lisäksi IEEE-konferenssien materiaali ja SpringerLink- sekä Google Scholar -hakupalvelut ovat toimineet lähdeaineiston etsinnässä apuna. World Wide Web Consortium on toiminut lähteenä eri standardien teknisissä määrityksissä. Useimmat lähteet ovat löytyneet aiempien tutkimusten lähdeluetteloista, mutta myös esimerkiksi Helsingin, Tampereen ja Jyväskylän yliopistojen tietokannat ovat toimineet väitöskirjojen, opinnäytteiden ja artikkeleiden hakupaikkoina. Suurin osa lähteistä on 2000-luvun alkupuolella julkaistuja akateemisia tutkimuksia. Poikkeuksena tähän ovat esimerkiksi yhteisö- ja verkkoteoriat (esimerkiksi Tönnies, 1887;

Granovetter, 1973), joiden merkitys on säilynyt julkaisuvuodesta huolimatta. Lisäksi varsinaisina lähteiksi on luettu esimerkiksi viestintätieteen ja tietojärjestelmätieteen opetusmateriaali (Jyu, 2006; Moilanen, 2002).

Lähdeaineistoa tutkimusalueesta on saatavilla paljon. Aiempia blogitutkimuksia on julkaistu runsaasti ja tutkimuksia on tehty hyvin laaja-alaisesti eri näkökulmista. Blogien perusolemusta ja bloggaukseen liittyviä syitä on käsitelty lukuisissa eri tutkimuksissa (esimerkiksi Nardi ym., 2004A; Nardi ym., 2004B; Schiano ym., 2004; Bar-Illan, 2004). Blogien luokittelua ovat aiemmin tehneet esimerkiksi Herring (2004) ja Heinonen sekä Domingo (2007). Verkon tuottama yhteisöllisyys on nähty myös houkuttelevana tutkimuskohteena (esimerkiksi Rheingold, 1993; Preece, 2000, Preece & Maloney-Krichmar, 2003; Chin & Chignell, 2006), mutta toisaalta blogien luomasta yhteisöllisyydestä ja yhteisöjen erityispiirteistä (esimerkiksi Efimova ym., 2005; Zhou & Davis, 2007) on työläämpi löytää edeltävää tutkimusaineistoa. Sen sijaan blogien ja median suhdetta tai blogien luonnetta mediana on käsitelty laajasti akateemisissa tutkimuksissa kun taas bloggaustraditioiden tai blogien merkittävyyden kulttuurisia eroavaisuuksia on yleisesti ottaen tutkittu varsin vähän. Tässä työssä on useasti lainattu esimerkiksi Domingon ja Heinosen (2007), Sirkkusen (2007), Majavan (2006), Bloodin (2002) sekä Andrewsien (2003) näkemyksiä blogeista viestinnän muotona ja mediana.

Tekstiä tukevia toissijaisia lähteitä, kuten blogikirjoituksia, artikkeleita (esimerkiksi Lintulahti, 2005; Mäkinen, 2008) tai keskusteluryhmien materiaalia ei ole juurikaan käytetty työssä. Toissijaisten ja kuvaavien lähteiden arvo on ollut enemmänkin näkökulmien ja kokonaiskuvan luojana työn aikana. Itse sisältöluvuissa alaviitteillä on pyritty antamaan lisäarvoa lukijalle kulloisestakin käsiteltävästä yksityiskohdasta.

Työn tarkoituksena on ollut löytää mahdollisimman kattava vastaus edellä mainittuihin kolmeen tutkimusongelmaan. Tämän perusteella työn tulos on määritelmä siitä mikä on blogi teknisestä, yhteisöllisestä ja tiedonvälityksellisestä näkökulmasta. Blogi määritellään teknisestä näkökulmasta muun muassa blogin rakenteen, alustan ja blogeihin keskeisesti kuuluvien eri ohjelmointitekniikoiden avulla. Blogien hyperlinkitykset esitetään omana osionaan, johon liittyy kiinteästi blogiverkkojen määritelmät eri verkkoteorioiden perusteella. Lisäksi blogeista on tehty kattava luokittelu eri tutkimuksia hyväksikäyttäen. Tämän avulla tuodaan esille blogien laajaa käyttömahdollisuuksien kirjoa. Blogi määritellään yhteisöllisestä näkökulmasta perinteisen yhteisöteorian ja vakiintuneiden verkkoyhteisömääritelmien perusteella omaksi yhteisötyypikseen. Verkko- ja blogiyhteisön määrittelyssä kiinnitetään myös huomiota verkkoidentiteetin tuomiin mahdollisuuksiin sekä uhkiin. Työn tuloksena yhteisönäkökulmasta katsottuna on blogiyhteisön ja verkkoyhteisön erottava määrittely ja lähdehavaintojen perusteella tehty verkkoyhteisöissä yhteisöllisyyden tunteen muodostumiseen johtavien tekijöiden koonta. Tiedonvälityksellisesti blogia arvioidaan sen ominaisuuksien ja eroavaisuuksien kannalta suhteessa valtamediaan. Tämän ohessa viitataan aikaisempiin blogitutkimuksiin, joiden avulla on tehty journalistisen bloggauksen luokitteleva määritelmä.

Tämän tutkielman tekemistä motivoi erityisesti kiinnostus verkon mahdollisuuksiin yhteisöllisenä viestintäkanavana. Työn tuloksia voidaan käyttää hyväksi niin uusissa blogitutkimuksissa kuin myös verkkoyhteisöllisen tutkimuksen laatimisessa. Työn lähde- ja lähdemateriaalista on omiaan antamaan lukijalle laajan katsauksen saatavilla olevasta blogeihin ja verkkoyhteisöihin liittyvästä lähdemateriaalista ja alan keskeisistä akateemisista tutkimuksista.

1.2 Tutkielman rakenne

Tutkielma sisältää neljä päälukua. Pääluvut pohjautuvat tieteelliseen kirjallisuudessa esitettyihin aiempiin tutkimuksiin sosiaalisesta mediasta, blogeista ja bloggauksesta. Tutkielman pääluvut järjestyvät luvussa kaksi esitetyn sosiaalisen median jaottelun mukaisesti. Tämä pro gradu-tutkielma sisältää päälukujen lisäksi johdannon sekä johtopäätökset.

Luku 2 - Blogin määritelmä - esittää näkökulman Bäckin ym. (2007) kolmiomallin osaan Web 2.0-tekniikat ja palvelut. Huomio kohdennetaan blogien perusominaisuuksien tarkasteluun ja blogin yleiseen tekniseen rakenteeseen. Lisäksi tehdään selkoa kattavasti hyperlinkitysten luonteeseen ja rooliin blogeissa muun muassa Majavaa (2006) mukailten. Blogien hyperlinkitysten käsittelyn myötä tarkastelunäkökulma siirtyy blogiverkkoihin ja verkkojen sisäisiin valtasuhteisiin, joita kuvataan muun muassa Granovetterin (1973), Laszlo-Barabasin (2002) ja Shirky'n (2002) teorioihin ja tutkimuksiin perustuen. Luvun loppuosassa kuvataan blogien ympärille kehittyneitä kaupallisia ja ei-kaupallisia palveluja sekä selvitetään blogien määrää verkossa. Luku 2. vastaa tutkimusongelmaan "Mikä on blogi ja miten blogeja voidaan luokitella?" siten, että luku kaksi keskittyy blogin määritelmään.

Luku 3 - Blogityypit - jatkaa edellisen pääluvun rakenteellisen selonteon jälkeen miten blogeja voidaan luokitella ja millä perusteella olemassa olevia luokitteluja on tehty eri tutkijoiden toimesta. Luku jakautuu kolmeen kappaleeseen. Kappale 3.1 esittelee yleisesti blogityyppejä ja blogien luokitteluperusteita esimerkiksi Stonen (2004) luokittelun mukaisesti. Erityishuomiota blogiluokittelussa on kiinnitetty kappaleessa 3.2 yritysblogeihin osana yrityksen viestintästrategiaa ja mielikuvan luontia sekä kappaleessa 3.3 opetusblogeihin oppimisen apuvälineenä sekä opettajan

opettamisvälineenä. Luku 3. vastaa ensimmäisen tutkimuskysymyksen blogien luokitteluperusteiden osalta.

Luku 4 - Blogit verkkoyhteisönä - keskittyy edellä mainitun Bäckin ym. (2007) sosiaalisen median kolmiomallin mukaisesti yhteisöihin. Yhteisöä ja yhteisöllisyyttä perinteisten yhteisöteorioitten näkökulmasta tarkastellen siirrytään pohtimaan verkkoyhteisön luonnetta ja eroavaisuuksia perinteiseen yhteisöön verrattuna, verkkoyhteisöllisyyden tunteen muodostumista, verkkoyhteisöille tyypillistä anonymiteettiä sekä sitä miten blogiverkoista on mahdollista löytää yhteisöllisyyttä. Täten luku 4. vastaa tutkimusongelmaan "Millainen on verkon blogiyhteisö? Mitkä tekijät saavat aikaan yhteisöllisyyden tunteen syntymistä blogiyhteisössä?".

Luku 5 - Blogi mediana - tarkastelee johdannossa esitetyn Bäckin ym. (2007) kolmijaottelumallin sisältö-osaa. Sosiaalisen median sisältöä blogeissa tarkastellaan tiedon välittämisen, tiedon tuottamisen ja journalismin näkökulmasta. Luvun ensimmäisessä kappaleessa tutustutaan kansalaisjournalismin ja vertaismedian käsitteisiin sekä tehdään tarkasteluja blogien käyttötarkoituksista yksittäisen bloggaajan ja blogien lukijan kannalta. Kappaleessa 5.2 tarkastellaan Bloodin (2002) sekä Domingon ja Heinosen (2007) luokittelua, jotka määrittelevät millaisia ovat journalistiset blogit. Perinteisen tiedonvälityksen ja blogien suhde nousee esiin kappaleessa 5.3, jota seuraava luku tarkastelee blogien merkitystä tiedonvälityksessä. Luku 5. vastaa kolmanteen tutkimuskysymyksen "Millainen blogi on viestintävälineenä sekä tiedon tuotanto- ja hankintävälineenä?".

2 BLOGIN MÄÄRITELMÄ

Tämä luku käsittelee johdannossa esitetyn sosiaalisen median kolmiomallin osalta Web 2.0-teknologioita blogien osalta. Luvussa tarkastellaan blogeja teknisestä näkökulmasta, blogien rakenteellisia piirteitä ja keskeisellä sijalla blogeissa olevia hyperlinkityksiä, jonka jälkeen tarkastelu siirretään laajemmin hyperlinkityksien muodostamiin blogiverkkoihin. Lopuksi käsitellään millaisilla välineillä blogia ylläpidetään ja millaisia palveluja verkkoon blogien ympärille on syntynyt. Keskeisinä lähteinä luvussa toimivat Herringin ym. (2004) *Bridging the gap: A genre analysis of weblogs*, Nardin ym. (2004) konferenssijulkaisu *Blogging as a social activity, or, would you let 900million people read your diary?*, sekä Nardin ja Schianon (2004) *Blogging by The Rest of Us*.

2.1 Blogi

Historian ensimmäinen blogi² ilmestyi verkkoon lähes kaksi vuosikymmentä sitten vuonna 1991. Tim Berners-Leen, jota pidetään yleisesti blogien isänä, luoma ensimmäinen verkkosivu listasi ylläpitäjän tietoon tulleita verkon sivuja kommentteilla höystettynä (Bar-Illan, 2004). Nykyisen muotonsa blogit saivat ensimmäistä kertaa kuitenkin vuonna 1996. Blogin muotoisia verkkosivuja alettiin kutsua weblog-nimityksellä Jorn Bargerin toimesta joulukuussa 1997 (Herring & Scheidt, 2004). Schiano ja Nardi (2004) puolestaan toteavat blogien saaneen nykyisen muotonsa vuonna 1997, Dave Winerin Scripting News -blogilla. Tuohon aikaan blogin ylläpitäjän täytyi osata itse rakentaa sivunsa ohjelmointitaitoonsa luottaen, joten bloggaaajat olivat yleisesti ottaen internetin käyttöön perehtyneitä ammattilaisia tai aktiiviharrastajia. Ensimmäinen bloginteko-ohjelma, Pitas, julkaistiin vuonna 1999 ja saman vuoden elokuussa blogger.com-verkkosivu aloitti toimintansa. Yksinkertaisten apuvälineiden ja

² <http://info.cern.ch>

median antaman huomion myötä blogit yleistyivät nopeasti ja saivat vankan jalansijan viestintävälineenä.

Blogille tai weblogille on vaikea löytää hyvin kuvaavaa vastinetta suomen kielestä. Yleisesti puhekielessä käytetty ilmaus blogi tulee englannin kielen sanasta *web log*. Yleisesti puhutaan myös nettipäiväkirjasta ja silloin tällöin kuulee myös käytettävän suoraa lainausta weblog tai verkkoloki (Majava, 2006). Hieman virallisemmän sävyinen suomenkielinen sana verkkopäiväkirja sisältää usein vakavammin otettavaa tekstiä ja tätä kuulee käytettävän esimerkiksi poliitikkojen blogien yhteydessä. Blog-sana sinänsä ei kuitenkaan suoranaisesti merkitse verkkopäiväkirjaa, ja voidaan ajatella bloggauksen olevan täysin erilainen julkaisemisen muoto kuin päiväkirjan kirjoittaminen verkossa. Suomenkieleen omaksuttuja käytettäviä termejä kuvaamaan bloggauksen luomia yhteisöjä ovat ”blogoslavia”, ”blogistan” sekä ”blogosfääri”, jotka ovat väännöksiä englanninkielisestä *blogosphere*-sanasta. *Blogosphere* on yhteisöllisyyteen viittaava termi, joka pitää sisällään kaikki blogit ja niiden yhteydet toisiinsa (Bruns & Jacobs 2006, 5). Tällä ymmärretään, että blogit ovat olemassa yhdessä toisiinsa liittyneenä verkostona (tai toisiinsa liittyneinä verkostoina) tai sosiaalisena verkostona. Samaten sana *blogger* on muovautunut suomenkielen sanaksi bloggaaja tai blogaaja, ja ylläpitotoimintaa kuvastava sana bloggaus on omaksuttu sanasta *blogging*.

Yleinen määritelmä blogille on loki- tai päiväkirjan kaltainen, päivätyistä ja itsenäisistä merkinnöistä koostuva verkkosivu. Blogimerkintä koostuu lyhyestä kuvaavasta otsikosta, sisällöstä ja automaattisesti lisätystä päivämäärästä. Blogin merkinnät ovat aina käännettyyn kronologiseen muotoon järjestettyjä, jossa uusimmat merkinnät ovat sivun yläladassa. Blogit koostuvat pääosin tekstistä. Yksittäinen blogimerkintä on useimmiten tekstistä koostuva, mutta voi myös olla blogin luonteesta riippuen tekstistä ja multimediaelementistä rakentunut hybridi. (Li, 2005; Nardi ym., 2004; Schiano, 2004.)

Uudet blogimerkinnät eivät korvaa edellistä vaan kaikki vanhat merkinnät arkistoidaan. Merkinnät ovat usein linkkeinä kuukausittain tai viikoittain järjestettynä sivun reunassa. Hakumahdollisuuksia helpottavat merkintöjen järjestysperiaatteet, joita voivat olla esimerkiksi aihe tai blogimerkinnän kirjoittaja. Tavallisesti blogimerkinnät tallentuvat järjestelmään automaattisesti ja niiden löytäminen on vaivatonta sivupohjassa olevien hyperlinkkien kautta. (Li, 2005; Nardi ym., 2004; Schiano, 2004.)

Useimmissa blogeissa lukijoilla on mahdollisuus kommentoida merkintöjä tai merkintöjen kommentteja tarkoitukseen varatun lomakekentän avulla. Kommentit voivat toimia keskustelukanavana kirjoittajan ja lukijan välillä sekä rikastuttavat vaihtoehtoisilla näkökulmilla itse sisältöä. Kommentit mahdollistavat keskustelun käymisen ilman oman blogin ylläpitämistä. Blogin pitäjällä on mahdollisuus muokata merkintöjä ja poistaa häiritsevät tai aiheen ulkopuoliset kommentit. Merkintöjen kirjoittaminen ja kommentointi vaativat yleensä rekisteröitymisen palveluun, joka mahdollistaa muun muassa kävijöiden ja lukijakunnan kartoittamisen. (Blood 2002, 1-10.)

Rakenteeltaan blogit ovat tavallisesti varsin yksinkertaisia HTML³ tai XHTML-kuvauskielillä ja CSS-tyylimäärittelyillä⁴ toteutettuja verkkosivuja. Blogien sisältöelementtien ja asettelun variaatioita on rajattomasti riippuen julkaisujärjestelmästä, käytettävästä alustasta ja käyttäjän henkilökohtaisista mieltymyksistä. Kuvassa 2. (Tietokone, 30.7.2007) nähtävän esimerkin blogi on tyypillinen kahteen palstaan jaettu sivu, jossa keskellä on varsinainen teksti ja laidassa lista aikaisemmista merkinnöistä kuukausittain. Vaihtoehtoisesti

³ HTML ja (engl. *Hypertext Markup Language*) XHTML (engl. *eXtensible Hypertext Markup Language*) kielet ovat rakenteeltaan yksinkertaisia rakenteisen tekstin merkkaukieliä, joka on kehitetty hypertekstidokumenttien tuottamiseen www-ympäristössä (W3C-HTML; W3C-XHTML).

⁴ CSS (engl. *Cascading Style Sheets*) on verkon dokumenteille kehitetty tyylimäärittely (W3C-CSS).

merkinnät voidaan järjestää myös aihealueittain. Yläreunassa on jokaisella sivulla toistuva graafinen ylätunniste, joka toimii myös navigointilinkkinä blogin etusivulle. Lisäksi blogista löytyvät kirjoittajan tai kirjoittajien nimet sekä mahdollisuus hakea sanahauulla palvelusta haluttua blogia tai blogien aihepiiriä. (Li, 2005.)

Blogien merkinnät julkaistaan myös verkkosyötteenä. Verkkosyöte (*engl. Web feed*) on päivittyvän tiedon välitystapa internetissä. Verkkosyöte on julkaisujärjestelmän tuottama XML-kielinen kooste muille ohjelmille. (Chin & Chignell, 2006.) Syötteet mahdollistavat blogien seuraamisen eri uutisohjelmilla ja merkintöjen julkaisemisen verkon toisilla sivustoilla. Yleisimmät syötteen tiedostomuodot ovat RSS (*Really Simple Syndication*) ja Atom.

TIETOKONE
 blogit

Tietoja koneesta

Tietokone-lehden toimituksen blogi

« [Käyttäjärekisterillä ei saada tv-maksajia](#)
 Toimiston standardi ISO:n tuella tai ilman »

Sonera pääsi palkahästä ainakin hetkeksi

29. marraskuuta 2007 kello 14:25, Tero Lehto

Viestintävirasto julkisti tänään [markkinakatsauksessaan](#) arvionsa Suomen mobiili- ja laajakaistamarkkinoista kolmannella neljänneksellä eli heinä-syyskuussa. Odotin lukuja mielenkiinnolla siksi, että halusin nähdä miten kiinteän mobiilidatan menekki kasvaa sekä toisaalta nähdäkseni miten kännykkäliittymien markkinaosuudet kehittyvät. Niitä lukuja ei nyt poikkeuksellisesti saada, minkä takia soitin ihmeissäni Viestintävirastoon.

Virastosta kerrottiin, ettei markkinaosuuksia poikkeuksellisesti julkaista tältä neljännekseltä, koska operaattoreiden ilmoittamien lukujen kanssa on häikkää. Kuulemma operaattorit eivät näytä pääsevän yhteisymmärrykseen siitä, miten liittymämäärät kehittyvät.

DNA, Elisa tai Saunalahti eivät ole julkisesti ilmaisseet tyytymättömyyttään tietoihin, mutta Sonera on [kiistänyt menettävänsä markkinaosuutta](#) ja väittänyt Viestintäviraston lukuja joidenkin operaattoreiden osalta virheellisiksi.

Tuoreimmat kolmannen neljänneksen liittymämäärät operaattoreiden tulokatsauksista kuitenkin kertoivat, että Elisan ja Soneran välinen [ero on kutistunut enää 80 000 liittymään](#).

Viraston luvut ovat Soneralle kiusallisia, sillä niiden mukaan osuus kännykkäliittymissä olisi laskenut Q2 2006:n 46 prosentista Q2 2007:n 40 prosenttiin (lue [uutinen arkistosta](#)). Kolmannelta neljännekseltä tänä vuonna ei nyt siis saada lukuja.

Viestintäviraston markkinatutkijoiden mukaan ratkaisu on tehty virastossa, eikä operaattoreiden painostuksesta. Markkinaosuuksia yritetään saada katsaukseen taas seuraavan neljänneksen yhteydessä.

Kommentoi

Nimi (vaaditaan)

Sähköposti (ei näy julkisesti) (vaaditaan)

Web-sivusto

Roskapostin esto: 10 + 3 ?

Kirjoittajat

- » [Kari Haakana](#)
- » [Tero Lehto](#)

Arkisto

- » [Joulukuu 2007](#)
- » [Marraskuu 2007](#)
- » [Lokakuu 2007](#)
- » [Syyskuu 2007](#)
- » [Elokuu 2007](#)
- » [Heinäkuu 2007](#)
- » [Kesäkuu 2007](#)
- » [Toukokuu 2007](#)
- » [Huhtikuu 2007](#)
- » [Maaliskuu 2007](#)
- » [Helmikuu 2007](#)
- » [Tammikuu 2007](#)
- » [Joulukuu 2006](#)
- » [Marraskuu 2006](#)
- » [Lokakuu 2006](#)
- » [Syyskuu 2006](#)
- » [Elokuu 2006](#)
- » [Heinäkuu 2006](#)
- » [Kesäkuu 2006](#)
- » [Toukokuu 2006](#)
- » [Huhtikuu 2006](#)
- » [Maaliskuu 2006](#)
- » [Helmikuu 2006](#)
- » [Tammikuu 2006](#)

Aiheet

- » [Lehti \(13\)](#)
- » [Tekniikka \(142\)](#)
- » [Tuotteet \(112\)](#)
- » [Uutiset \(181\)](#)
- » [Yleiset \(38\)](#)

Tietokone.fi

- » [Uutiset](#)
- » [Viikon kysymys](#)
- » [Ohjelmat](#)
- » [Keskustelut](#)
- » [Tietokone testaa](#)
- » [Toimitus](#)

Tietoja koneesta on toteutettu [WordPressillä](#).
[Artikkelit \(RSS\)](#) — [Kommentit \(RSS\)](#)

Kuva 2: Esimerkki tyypillisestä blogista.

2.2 Blogien hyperlinkitykset

Blogeilla on yksilöllinen kiinteä osoite, joka mahdollistaa viittaamisen hyperlinkillä. Viittaukset voivat koskea joko blogin haltijan kirjoituksia tai viitata merkintää kommentoineen henkilön kirjoitukseen. Bar-Illan (2004) kutsuu blogien hyperlinkkejä ikilinkeiksi (*engl. permalink*). Bloodin (2002) mukaan hyperlinkkien avulla pyritään antamaan arvoa alkuperäiselle lähteelle ja alkuperäiselle kirjoittajalle. Linkitys antaa kirjoittajan oman kontribuution lisäksi usein relevanttia lisäinformaatiota keskusteltavasta aiheesta.

Blogeissa esiintyviä hyperlinkkejä on kolme eri tyyppinä: tekstin seassa olevina hyperlinkkeinä toiseen dokumenttiin, linkkistoina, joihin blogin ylläpitäjät tavallisesti listaavat sivullaan lukemansa suosikkiblogit samasta aihepiiristä tai kiinnostusalueistaan (*engl. bloggroll*) tai linkkiyhteisönä, missä yhteisön jäsenet muodostavat eräänlaisen hyperlinkkiringin (*engl. blogring*). (Li, 2005; Marlow, 2004.)

Majava (2006) jakaa hyperlinkit selkeästi kahteen luokkaan: merkinnöissä ja merkintöjen ulkopuolella esiintyviin hyperlinkityksiin. Blogimerkinnöissä esiintyvät linkit voidaan jakaa edelleen viiteen yksittäiseen ryhmään linkkityypeittäin Majavaa (2006) mukaillen.

- **Tiedotuslinkki** on usein verkossa olevaan aihetta tukevaan tietoon, resurssiin tai palveluun. Blogimerkintä koostuu tiedotuslinkin ympärille rakentuneesta kuvailevasta tekstistä. Tiedotuslinkit ovat olennainen osa niin sanottuja linkkiblogeja ja suodattimia.
- **Via-linkki** osoittaa lähteeseen mistä blogimerkinnän käsittelemä aihe on tullut merkinnän kirjoittajan tietoon. Via-linkillä halutaan arvottaa "alkuperäisen" tiedon esille nostajaa.

- **Keskusteluviittaus** toimii blogimerkinnässä viittauksena toiseen blogimerkintään tai olla osana toisaalla käytyä keskustelua. Keskusteluviittaus yhdistää toisten keskustelujen merkinnät osaksi keskustelua ja mahdollistaa verkostomaisten keskustelujen seuraamisen
- **Taustoittava linkki** osoittaa blogimerkinnän aiheen kannalta keskeisen aineiston sijainnin. Taustoittava linkitys toimii syventävänä lähteenä lukijalle ja on verrattavissa alaviitteeseen.
- **Identifioiva linkki** johdattaa lukijan blogimerkinnän keskeisten teemojen, instituutioiden tai henkilöiden kotisivuille tai yleisiin tietosanakirjoihin.

Blogiverkoston muodostavat viittaukset toisiin blogeihin ja blogikirjoituksiin. Hyperlinkkien avulla liitytään verkkoyhteisöön tiiviimmin ja luodaan henkilökohtaisia suhteita toisten bloggaajien kanssa. Majavan (2006) mukaan hyperlinkit ovat keskeinen väline blogien välisessä vuorovaikutustekniikassa ja blogien väliset viittaukset muodostavat hajautettuja, hyperlinkein nivottuja keskusteluja ja avoimia, verkostomaisia keskusteluyhteisöjä.

Lisäksi on olemassa seurantaominaisuuksia (*engl. reback, trackback ja pingback*), joilla blogin pitäjä informoidaan kun toisella verkkosivulla viitataan hänen kirjoitukseensa tai linkkiä blogimerkintään napsautetaan. Tällä tavalla julkaisijat saavat tietoonsa kuka linkittää, viittaa heidän artikkeleihinsa ja kuinka usein heidän blogimerkintöjä luetaan. (Zhou & Davis, 2007.)

2.3 Blogiverkot

Blogiverkoston tai blogien muodostamaa maailmanlaajuista yhteisöä kutsutaan yleisesti blogosfääriksi (*engl. blogosphere*) tai blogimaailmaksi. Suomalaista blogien käsittämää verkkoyhteisöä kutsutaan yleisesti suomalaiseksi blogosfääriksi, mutta toisinaan myös bloggareiden toimesta blogistaniaksi sekä blogoslaviaksi. Suomalainen blogosfääri muodostuu sekä suomenkielisistä blogeista että Suomessa asuvien ulkomaalaisten kirjoittamista useimmiten englanninkielisistä blogeista, jotka verkottuvat taas tiiviisti suomenkielisiin blogeihin. Majavan (2006) mukaan suomalaisten blogien molemmansuuntainen vuorovaikutus jää kuitenkin vähäiseksi ulkomaalaisten blogien kanssa pääasiassa kieleemme vaikeuden vuoksi. Näin ollen kotimainen blogosfääri on jokseenkin sulkeutunut.

Suomalainen blogilista.fi listaa kaikki kotimaiset aktiiviset blogit. Listan mukaan suomalaisessa blogistanissa on aktiivisia blogeja runsaat 18300 kappaletta⁵. Blogilista.fi on merkittävä osa suomalaista blogikulttuuria ja monelle käyttäjälle blogilista.fi:n sisältö vastaa suomalaista blogosfääriä kokonaisuudessaan (Majava, 2006). Palvelu ei kuitenkaan listaa läheskään kaikkia blogeja ja listalle pääsee ilmoittamalla blogin palveluun. Puutteistaan huolimatta blogilista luo kuitenkin kattavan katsauksen suomalaiseen viihteelliseen blogosfääriin tilatuimmat sekä luetuimmat -listan avulla. Lintulahden (2005) blogin mukaan Suomessa blogien määräksi on arvioitu vuonna 2005 170000 kappaletta, ja kasvuvauhti on ollut 10000–15000 blogia kuukaudessa. Ero blogilistan tuoreeseen lukumäärään perustuu juuri julkaisemisen helppouteen eikä anna kuvaa aktiivisesti ylläpidettyjen blogien määrästä. Blogien jopa eksponentiaaliseen kasvuvauhtiin on syytä siis suhtautua varauksella. Yleinen aktiivisten blogien määrän kehitys Suomessa on

⁵ Lähteenä käytetty www.blogilista.fi -sivuston listaamien blogien määrää.

mukaillut maailmanlaajuisia trendejä vuodesta 2004 lähtien, jolloin blogit todenteolla löivät itsensä läpi.

Herring ja Scheidt (2004) toteavat blogien määräksi Yhdysvalloissa vuonna 2004 noin 1,3 miljoonaa, joista aktiivisesti ylläpidettyjä oli 874000. Blogietsintätyökalu Technoratin mukaan 14.12.2007 blogien määrä maailmassa oli yli 112.8 miljoonaa. Verkkopalvelu Nitle Weblog Census⁶ on ottanut tavoitteekseen löytää mahdollisimman monta aktiivista blogia kielestä riippumatta. Tällä hetkellä vuonna 2003 aloittanut palvelu on kerännyt tiedon 2 869 632 sivusta, jotka todennäköisesti ovat aktiivisia blogeja. Maailmassa perustetaan päivittäin yli 70000 blogia ja määrän päivittäinen kasvu on ollut tähän asti voimakasta. Verkon hakupalveluiden arvioiden mukaan säännöllisesti päivitettävien blogien määrä on kuitenkin vain hieman yli puolet kokonaismäärästä (Domingo & Heinonen, 2007). Blogien kasvavan suosion myötä verkkosivujen määrä verkossa on lisääntynyt huomattavasti. Taustalla on blogien keskeinen tiedon varastoimisen filosofia (Domingo & Heinonen, 2007).

Blogikohtainen lukijoiden määrä voi vaihdella parista useisiin tuhansiin. Kävijät voivat olla satunnaisia tai vakituksia. Bar-Illanin (2004) mukaan vain noin 4 % verkon käyttäjistä lukee säännöllisesti blogeja. Ilmiön laajentuessa ja bloggareiden artikkeleiden ilmestyessä lehtiin blogien lukijamäärä kuitenkin moninkertaistuu. Blogikielenä suurimmassa osassa blogeja on ollut englanti, mutta japani blogikielenä on korean- ja kiinankielisten blogien ohella yleistynyt nopeasti.

Blogeja tutkittaessa yhteisölliseltä tai sosiaaliselta kannalta, on verkostonäkökulma blogeihin lähes poikkeuksetta keskeinen. Tämä siksi, koska useimmat tietotekniikkaa hyödyntävät verkostot ovat myös jollain tavalla

⁶ ks. <http://www.knowledgesearch.org/census/>

sosiaalisia verkostoja. Verkostojen pääasiallinen tarkoitus on usein tiedonvälittämisen ja saannin helpottaminen, mutta samalla verkot yhdistävät myös ihmisiä ja organisaatioita muodostaen sosiaalista verkottumista. (Majava, 2006.) Yhteisöllisyyden ja yhteisön käsite liitetään verkottumisen takia usein blogeihin (katso luku 4.). Hintikka (2008) käyttää ilmaisua *verkkovoiman ominaispiirteet* käsitellessään verkottumisen tapahtumakulkua ja sille ominaisia piirteitä. Esimerkiksi Rheingold (1993) käyttää verkkovoiman sijaan käsitteitä mobiilijoukot ja älykäs rahvas (*engl. smart mobs*). Hintikka (2008) määrittelee verkkovoiman näin: *"suuri joukko satunnaisia ihmisiä voi organisoida ja toimia ilman muodollista koordinaointia nopeasti, tehokkaasti, tilapäisesti ja globaalisti yhteisen konkreettisen päämäärän toteuttamiseksi tietoverkkojen välityksellä"*. Hintikan (2008) mukaan verkottuminen näyttää olevan erityisen voimakasta juuri ääritilanteissa, jolloin ihmisten luonnollinen tiedon- ja yhteenkuulumisen tarve lisääntyy. Tähän viittaa verkottumisen käynnistyminen impulsiivisesti ja hyvin usein tarvelähtöisesti erilaisten kriisitilanteiden yhteydessä. Verkottuessa jäsenenä on päämäärä mitä hän haluaa verkottumisella saavuttaa, joten voidaan sanoakin verkottumisen olevan hyvin tavoitehakuista toimintaa. Hintikan (2008) mukaan itse verkko on suvaitsevainen: se ei ole kiinnostunut jäsenen arvomaailmasta, sukupuolesta, rodusta tai muista yksilöivistä ominaisuuksista.

Blogiverkostot muodostuvat itsenäisistä ja erilaisista solmuista, jossa yksittäistä solmua edustaa yksittäinen blogi (Liite 1.). Tämä poikkeaa huomattavasti internetin totutuista verkstorakenteista missä yksittäinen keskeisesti hallinnoitu ohjelma tai palvelu muodostaa verkon ympärilleen (Majava, 2006). Blogien luomaa verkkoa hahmotettaessa tutkitaan solmujen suhteita toisiinsa ja yksittäisen solmun asemaa verkossa kokonaisuudessaan suhteessa muihin verkon solmuihin. (esimerkiksi Chin & Chignell, 2006; Majava, 2006; Efimova & Grudin, 2007.) Solmujen suhteista ja linkityksistä voidaan päätellä verkon informaatiokulkuja, valta-asetelmia sekä verkossa esiintyviä poikkeavia solmutiivistymiä ja klustereita, joiden perusteella voidaan havaita

yhteisöllisyyttä eri menetelmillä ja näin löytää tiiviimmän vuorovaikutuksen verkon sisäisiä blogiverkkoja (Majava, 2006). Klusteri tai ryväs (*engl. cluster*) tarkoittaa verkon sisäistä verkottunutta kokonaisuutta. Klusterin sisäiset yhteydet ovat vahvoja eri solmujen välillä eli voidaan todeta, että klusterin sisäinen verkottuminen on muuta verkkoa voimakkaampaa. (Herring ym., 2005.)

Yksittäisen solmun rooli blogiverkossa perustuu siihen liittyvien linkitysten määrään. Linkitysten määrä kuvaa sitä, kuinka monta viittausta blogiin on blogiverkoston muissa blogeissa. Blogiviittaus voidaan nähdä arvomerkitänä, joka kertoo blogin olevan lähteenä vertailukelpoinen ja varteenotettava tiedon lähde (Majava, 2006). Linkitysten määrä johtaa myös hakukonenäkyvyyteen ja tämän ohella blogiverkoston sisäiseen vaikutusvallan lisääntymiseen yksittäisen blogin kohdalla. Näkyvyys hakukoneissa tarkoittaa sitä kuinka korkealla hakukoneen hakutuloksissa linkki blogiin on. Tämä nostaa näkyvyyttä, tunnettavuutta ja kävijävirtojen ohjautumista huomattavasti. (Zhou & Davis, 2007.)

Kuvassa 3. on suomalaisten 50 suosituimman blogien suhdeverkosto. Suhteet perustuvat 257 suomalaisen blogin blogroll-listoihin eli blogien reunapalkissa oleviin linkkilistoihin (Blogitutkimus, 2005). Kuvassa 3. solmujen koko on suhteutettu solmuun tulevien linkitysten määrään. Mitä kauempana solmu on verkon keskustasta, sitä heikommin se on linkittynyt muihin solmuihin. Kuvan 3. verkosto muodostuu kahdesta klusterista, joiden blogeja kuvaavien solmujen koko on suhteutettu niihin tulevien linkitysten määrään. Blogeja kuvaavien pallojen koko on suhteessa blogiin osoittaviin linkkeihin. Liitteessä 1. kuva 3. on esitetty tarkemmassa muodossa verkon muodostavien blogien nimien kanssa.



Kuva 3: Suomalaisten suosituimpien blogien suhdeverkosto vuodelta 2005.

Granovetterin (1973) heikot siteet -teoria on usein siteerattu verkkotutkimuksen yhteydessä. Hän näki sosiaalisissa verkoissa vahvoja ja heikkoja siteitä tutkiessaan läheisten ihmisten ja hieman etäisempien tuttavien tarjoamia tietämyksellistä diversiteettiä. Nykyaikaisempaa verkkotutkimusta edustaa Laszlo-Barabasin (2002) julkaisema universaali teoria mittakaavattomasta verkosta (*engl. scale free network*). Laszlo-Barabasin (2002) teoria mittakaavattomasta verkosta kuvaa hyvin useimpia luonnollisella tavalla kehittyviä verkostoja. Teoria kuvaa erityisesti ihmis- ja tietoverkoston mekanismeja ja toimintamalleja, joissa verkoston jäsenillä on mahdollisuus tehdä vapaita valintoja verkottumisen suhteen. Hintikan (2008) mukaan mittakaavaton verkko koostuu solmuista, jossa tavallisella solmulla on vain muutama yhteys muihin solmuihin. Niin kutsut navat keräävät mittakaavattomassa verkossa suurimman osan yhteyksistä. Navat ovat

eräänlaisia välittäjiä tai solmukohtia myös muiden solmujen yhteyksien välillä. Laszlo-Barabasin (2002) mukaan mittakaavattomassa verkossa todennäköisyys, jolla yksittäinen solmu linkittyy toiseen solmuun, on suoraan verrannollinen sen solmun valmiiden yhteyksien määrään, johon ollaan linkittymässä. Täysin satunnainen valinta linkittymisessä johtaisi suhteellisen tasapuoliseen linkittymiseen solmujen välillä. Shirky (2002) mukaan satunnaisuuden puuttuminen ja aikaisemmin verkkoon liittyneiden jäsenten linkitysvalinnat vaikuttavat siihen kuinka uudet verkon jäsenet tulevat linkittymään verkossa. Erityisesti tiettyjen solmujen kasvaminen verkon keskuksiksi on helposti ymmärrettävissä esimerkiksi blogiverkossa, jossa uusi blogi linkittyy jo olemassa oleviin blogeihin ja tämän luomaan valmiiseen sosiaaliseen verkkoon. Blogit muodostavat Shirky (2002) mukaan mittakaavattoman verkon sekä linkkien että lukijamäärien jakautumisen suhteen.

Blogiverkoston navat ovat usein eniten linkityksiä kerääviä blogeja. Shirky (2002) jakaa blogit kolmeen luokkaan: A-, B- ja C-listan blogit. Eniten linkityksiä tai viittauksia kerääviä blogeja kutsutaan hänen mukaansa A-listan blogeiksi (*engl. A-list blogs*). Suurimman lukijamäärän kerääville A-listan blogeille on tyypillistä yhdensuuntainen vuorovaikutus, johtuen niihin kohdistuneesta huomion määrästä blogiverkossa ja jonka seurauksena A-listan blogien vuorovaikutus ei ole tasavertaista perussolmujen muodostaman enemmistön kanssa. Enemmistö verkon blogeista perustaa vuorovaikutuksensa symmetrisyyteen ja rajatun piirin sisälle. Näillä niin kutsutuilla C-listan blogeilla on hyvin rajattu lukijakunta sekä vaatimaton määrä yhteyksiä. Osa C-listan blogien yhteyksistä voidaan nähdä Granovetterin (1973) teorian mukaisina muutamina vahvoina siteinä, jotka perustuvat symmetriseen huomioon ja läheisiin ihmissuhteisiin. A-listan blogit saavat lukijakuntansa lähinnä pienistä enemmistönä olevista C-listan blogeista ja niiden tietämyksellisiin tarpeisiin perustuvista A-listan blogeihin luoduista heikoista siteistä. Shirky (2002) mukaan blogiverkossa on lisäksi edellä mainittujen

väliin sijoittuvat B-listan blogit, jotka kykenevät keräämään linkityksiä suhteellisen paljon, mutta myös vastaamaan jokseenkin tasapuolisesti saamaansa huomioon. Paljolti solmun saamiin viittauksiin blogiverkossa vaikuttavat sisältö ja kirjoittaja, mutta kuitenkin esimerkiksi blogin iän on todettu vaikuttavan kumulatiivisesti blogiin luotujen linkitysten määrään (Majava, 2006).

Yleisesti blogiverkkojen valta-asetelmien ja solmujen kehitystä voidaan tarkastella niin kutsutun pitkän hännän mukaan (*engl. the long tail*) (Shirky, 2002). Alun perin ilmiö kuvaa internetin ja verkossa tapahtuvan digitaalisen jakelun mahdollistamaa markkinoihin liittyvää ilmiötä, missä uuden teknologian avulla pystytään vaivattomasti pääsemään käsiksi myös valtavirran ulkopuolella oleviin tuotteisiin. Pitkän hännän merkitys etenkin verkkomainonnassa on huomattavasti suurempi kuin on osattu yleisesti ottaen ymmärtää. Ilman pitkää häntää ei esimerkiksi Googlea tai Amazonia olisi olemassa (Shirky, 2002).

The Long Tail -ilmiötä on kuvattu nykyaikaisen median pitkäksi hännäksi. kun blogimaailma kasvaa, myös pitkän hännän ilmiö vahvistuu entisestään (Shirky, 2002). Ilmiötä sovellettaessa blogiverkkoihin, huomataan, että suurin osa linkityksistä suosituimpiin verkon blogeihin tulevat juuri pienimmistä blogeista. Mitä enemmän blogimaailmassa on valinnanvaraa, sitä enemmän A-listan ydinjoukko kerää linkityksiä, joka takaa näkyvyyden, ja joka myös vie näkyvyyttä muilta sitä haluavilta. Pelkistetysti todettuna blogimaailma jakaantuu pieneen ryhmään todella paljon luettuja blogeja ja suureen enemmistöön, joiden lukijakunta on hyvin vähäinen. Shirky (2002) esittää mainitun kaltaisen epätasa-arvon väistämättömäksi ja välttämättömänä pahana, joka on seurausta valinnanvapaudesta ja valtavasta monipuolisuudesta blogimaailmassa.

On syytä muistaa, että puhuttaessa blogiverkoista, mielletään blogiverkosto helposti samaksi asiaksi kuin blogien kirjoittajien välinen verkosto. Packwood (2004) toteaa olennaisen: vaikka blogit viittaavat linkityksellään blogin taustalla olevan henkilön olemassaoloon, blogiverkon ja hypertekstin välityksellä tapahtuva kommunikointi ei suoranaisesti tapahdu kuin blogin kanssa. Blogin takana olevan kirjoittajan läsnäolo on käytännössä vain illuusiota. Puhuttaessa blogiverkoista, on syytä puhua pelkästään blogien välisestä vuorovaikutuksesta eikä niinkään blogikirjoittajien välisestä vuorovaikutuksesta (Packwood, 2004).

2.4 Blogin ylläpito ja palvelut

Blogeja ylläpidetään web-pohjaisilla, selaimen avulla toimivilla julkaisujärjestelmillä (esimerkiksi TypePad tai LiveJournal). Julkaisujärjestelmässä lomakkeen kautta siirretään tekstit sivulle ja tehdään ulkoasuun sekä rakenteeseen liittyvät valinnat (Schiano ym., 2004). Vaihtoehtona Garcia (2005) esittelee artikkelissaan työstöön kehitetyt valmiit ohjelmat, ilmaiset itse asennettavat työkalut (esimerkiksi MovableType, WordPress, Textpattern). Näillä työkaluilla blogin ylläpitäminen vaatii hieman enemmän teknistä osaamista, mutta käytössä on suurempi valikoima toimintoja sovelluskehitykseen, roskapostin suodatukseen, huomattavasti laajemmat muotoilumahdollisuudet sekä ominaisuuksia useamman blogin ylläpitämiseen.

Blogipalvelun taustalla olevat järjestelmät huolehtivat merkintöjen taltioinnista tietokantaan (esimerkiksi ilmaiset MySQL- ja SQLite-tietokannat) sekä tekevät mahdolliseksi merkintöjen kommentoinnin ja vuorovaikutteiset ominaisuudet. MySQL ja SQLite ovat ilmaisia ja kevyitä tietokannanhallintajärjestelmiä verkkosovellusten tarpeisiin. Suosituimpia yleisessä käytössä olevia ilmaisia avoimen lähdekoodin blogipalvelun ylläpito-ohjelmia ovat esimerkiksi Dottclear ja LifeType, joiden avulla on yksinkertaista luoda alusta blogeille. (Schiano ym., 2004.)

Tunnetuimmat blogeja tilastoivat sivustot ovat Technorati ja The Truth Laid Bear⁷ (käytetään myös lyhennettä TTLB) (Bar-Illan, 2004). Technorati käyttää blogien tilastolliseen luokitteluun RSS-syötteeseen perustuvaa arviointia ja TTLB arvioi blogeja muiden sivujen blogiviittausten perusteella sekä päivittäisen liikennemäärien keskiarvon⁸ perusteella. Molemmat tavat mitata suosiota ovat vinoutuneita, koska syötteeseen perustuva arvio laskee mukaan myös muut kuin blogit, esimerkiksi uutissivut, ja linkitykseen perustuva arvio taas korostaa tiettyjä blogeja. (Herring ym., 2005.) Lisäksi on olemassa palveluja, jotka etsivät ja mittaavat trendejä blogimaailmassa. Näillä on mahdollista saada selkoa mistä blogeissa puhutaan. Tähän käytettävä verkon palvelu on esimerkiksi BlogPulse. Blogin pitäjä voi halutessaan lisäksi seurata erilaisilla seurantajärjestelmillä mihin muihin blogeihin kirjoitetut merkinnät linkittyvät (Bar-Illan, 2004). Näitä sivustoja ovat edellä mainittu Technorati ja Blogdex.

Ihmiset löytävät usein uudet blogit saadessaan linkin juuri tutusta blogista tai kiinnostuksen kohteesta. Blogien etsimistä varten on olemassa myös runsaasti hakupalveluita, joista eräs käyttökelpoisin lienee Googlen hakupalvelu⁹. Hakupalvelut listaavat kaikki verkon blogit, jotka tuottavat RSS- tai Atom-verkkosyötteen. (Zhou & Davis, 2007.)

Kilpi (2006, 137–145) toteaa, että suosituksen blogin ylläpitäjän on aina mahdollista ansaita rahaa kävijöidensä avulla. Helpoin tapa lienee pyytää lahjoitusta sivuillaan esimerkiksi PayPal-palvelun¹⁰ avulla. Blogin kävijämäärät kiinnostavat mainostajia ja mikäli blogia luetaan tuhansia kertoja viikossa, on

⁷ ks. <http://www.truthlaidbear.com>.

⁸ Verkkosivujen liikennemääriä mittaava sivusto on esimerkiksi <http://www.sitemeter.com>.

⁹ ks. <http://blogsearch.google.com>.

¹⁰ PayPal on verkossa käytettävä maksujärjestelmä, joka on tarkoitettu korvaamaan perinteisiä maksumenetelmiä. PayPal on suosittu maksutapa verkkokaupoissa ja sitä käytetään myös lahjoitusten vastaanottamisessa.

syitä harkita mainosten lisäämistä blogin yhteyteen. Tätä varten on kehitetty ohjelmia (esimerkiksi AdSense¹¹), jotka laskevat mainoksiin hiirellä kohdistuneet napsautukset ja tämän mukaan sivun ylläpitäjälle hyvitetään rahallinen korvaus suoraan pankkitilille.

Yhtenä monista, Kilpi (2006, 137–145), suosittelee sivuston graafisen ulkoasun tai oman tavaramerkiksi muodostuneen fraasin tuotteistamista. Blogin yhteyteen tai erilliseen verkkotunnuksen alle on mahdollista rakentaa tätä tarkoitusta varten verkkokauppa myymään suosiota saanutta julkisuutta painotuotteina. Lisäksi luonteva tapa on suositun blogin blogimerkintöjen muuntaminen painettuun muotoon, joko omakustanteisesti tai kustantajan avulla.

2.5 Yhteenveto

Blogit ovat palstoitukseltaan yksinkertaisia, pääasiassa tekstipohjaisia, tyypillisimmillä sivunkuvauskielillä toteutettuja verkkosivuja. Blogit ovat myös eräänlaisia hybridejä, jotka yhdistelevät eri medioiden tarjoamia mahdollisuuksia henkilölle ilmaista itseään ja välittää tietoa. Blogeissa olennaisia ovat blogimerkinnät ja blogimerkintöjen kommentit. Merkinnät ja kommentit mahdollistavat vuorovaikutuksen niin blogin kirjoittajan ja lukijan kuin myös lukijoiden välillä. Blogin ylläpito tapahtuu joko selainpohjaisesti tai erikseen asennetulla ylläpito-ohjelmalla. Blogin ylläpito on usein täysin ilmaista ja vaivatonta yksinkertaisilla ohjelmistoilla.

Olennainen osa blogeja ovat blogeja toisiinsa yhdistävät ja verkon muihin resursseihin yhteyksiä luovat hyperlinkitykset. Majavan (2006) mukaan hyperlinkityksellä voidaan antaa arvoa alkuperäiselle kirjoittajalle, antaa

¹¹ AdSense on hakukoneyhtiö Googlen luoma ja ylläpitämä ohjelma, jonka avulla verkkojulkaisijat voivat ansaita mainostuloja. Google hallinnoi jaettavia mainoksia, tilastoi tapahtumat, laskuttaa mainostajia ja maksaa julkaisijoille osan mainosten tuotoista. AdSense-mainosten tuotto perustuu toteutuneisiin hiiren painalluksiin.

lisätietoa keskusteltavasta aiheesta, viitata toiseen blogikeskusteluun tai johdattaa lukija keskustelun aiheena olevaan kohteeseen. Hyperlinkityksillä toisiinsa yhteydessä olevat blogit luovat blogiverkon. Blogiverkko on Laszlo-Barabasin (2002) verkkoteorian mukainen mittakaavaton verkko. Navoista ja solmuista koostuva mittakaavaton verkko kuvaa hyvin ihmisten muodostamia verkostoja, joissa yksilöllä on täydellinen valinnanvapaus. Blogiverkkojen valtasuhteet voidaan nähdä esimerkiksi Shirbyn (2002) esittämän A-listanmallin mukaisesti. A-listan blogit kuvaavat linkitysten muodossa blogiverkon eniten huomiota keränneitä blogeja. Blogien suosiota voidaan havainnollistaa niin sanotun pitkän hännän mukaisesti, jossa suurin osa A-listan blogien huomiosta tulee yksittäisiltä vähän viittauksia saavilta blogeilta.

3 BLOGITYYPIT

Luvussa kolme tarkastellaan blogityyppejä usean eri luokitteluperusteiden avulla. Laajempina omina alakohtaisina kappaleinaan esitetään yritys- ja opetusblogit.

3.1 Yleiset blogityypit

Blogeilla on käyttötarkoituksesta ja ylläpitäjän mieltymyksistä riippuen lähes loputtomasti erilaisia tyyplejä ja lajityyppejä. Usein käytetään lajityyppiäottelua linkkiblogit ja päiväkirjat (esimerkiksi Blood, 2002; Majava, 2006). Tämä kahtiajaottelu perustuu pitkälti blogien syntyhistoriaan, jossa ensimmäisiä blogieja edustivat juuri linkkiblogit. Herring ym. (2004) pitää blogieja omana kulttuuririippumattomana lajityyppinä, jolla on täysin omat piirteensä ja tyyppinsä. Blogi yhdistelee useita elektronisen viestinnän lajityyppejä, kuten kolumni, joukkotiedotus, pakina ja kuvakirja. Herring ym. (2004) mukaan blogit toimivat eräänlaisena kokoavana sulatusuunina eri käyttötarkoituksille ja eri medioille.

Blogien luokitteluja on tehty yleisesti sisällön, käyttötarkoituksen, kirjoittajien määrän, käytettyjen tiedotusvälineiden ja journalistisen näkökulman mukaan (katso luku 5.2). Rajanveto on mahdollista myös julkisten ja yksityisten blogien välille (Herring ym., 2005; Majava, 2006). Julkisen ja yksityisen blogin välille tehty rajanveto selittyy sillä, että julkisessa blogissa on merkintöjen kommentointimahdollisuus kun taas yksityinen blogi on yksittäisen ihmisen ylläpitämä ja täysin hänen kontrollissaan (Herring ym., 2005). Yksityisyysaspektin luo myös mahdollinen lukijakunnan rajaus, joko määritelyihin käyttäjiin tai verkon fyysinen rajaus.

Stone (2004) jakaa blogit kolmeen sisältöluokkaan aihealueittain: tekniikka, politiikka ja henkilökohtainen päiväkirja. Kuitenkin Suomessa poliittiset ja tiettyyn puoluekantaan sitoutuneet tai sitoutumattomat blogit ovat tähän

saakka olleet melko marginaalinen aihealue. Ihmisten poliittinen aktivoituminen aiheuttaa poliittisten blogien ja blogimerkintöjen määrän kausittaista kasvua muun muassa vaalien tai yhteiskunnallisten muutosten yhteydessä (Domingo & Heinonen, 2007).

Blood (2002) kuvailee blogien sisällön heijastelevan kattavasti kaikkea sitä mitä ihmiset tarkastelevat tai miten elämäänsä elävät. Hän luokittelee kolme blogien perustyyppiä sisällön mukaan seuraavasti:

- 1) **Henkilökohtainen päiväkirja** on yksittäisen henkilön itseilmaisun väline ja käsittelee kirjoittajansa havaintoja ja tuntemuksia niistä asioista, jotka hän kokee julkaisemisen arvoisiksi elämässään. Henkilökohtainen päiväkirjana blogi ei kommentoi ja harvoin linkittää muita internetin artikkeleita, vaan käsittelyssä ovat kirjoittajan omaan maailmaan kuuluvat asiat. Tällöin esitystapa on henkilökohtainen. Tämän tyyppinen blogi voi liittyä myös kirjoittajan tuntemaan erikoisalaan, jolloin sitä kutsutaan asiablogiksi.
- 2) **Aiheorientoitunut blogi** on joko harrasteeseen, ammatilliseen osaamiseen tai esimerkiksi taloudellisten intresseihin keskittynyt. Pää tarkoituksena tietyn aiheen ympärille muodostuneessa blogissa on tuottaa tietoa aiheesta ja keskittää tarkastelu aiheen tai aiheiden ympärille. Aiheorientoituneet blogit poikkeavat henkilökohtaisista aihekeskeisyytensä puolesta.
- 3) **Linkkiblogi.** Pelkkiä linkkejä kommentteineen sisältäviä blogeja kutsutaan linkkiblogeiksi tai suodattimiksi (*engl.* filter). Linkkiblogit suodattavat netin sisällöstä huomionarvoiset linkit julkiseen tietoisuuteen.

Blogit voidaan jaotella myös kirjoittajien määrän mukaan. Blogit ovat usein yksityishenkilön julkaisemia ja yhden henkilön ylläpitämiä henkilökohtaisia

julkaisukanavia. Yksityishenkilön ylläpitämästä blogista voi aistia helposti vivahteen kirjoittajan persoonallisuudesta ja joskus räiskyvistäkin luonteenpiirteistä. Blogi on tällöin hyvin henkilökohtaisesti sidoksissa kirjoittajan omaan elämään. Schianon ym. (2004) määritelmän mukaan yksityishenkilön ylläpitämille blogeille on ominaista kommentoiva ja persoonallinen esitystapa, näkökulma kerrottaviin ja käsiteltäviin asioihin sekä kirjoittajien rajattu määrä.

Ryhmäblogeissa on usein kaksi tai useampi kirjoittajaa kuten esimerkiksi koululuokan oma blogi tai usean julkaisijan tieteellinen ryhmäblogi. Ryhmäblogille on ominaista yhteinen kiinnostus, harrastus tai ammatillinen osaaminen. (Chin & Chignell, 2006.)

Yhteisöblogit ovat tietyn yhteisön jäsenille tarkoitettuja blogeja. Tällaisia ovat esimerkiksi sisäiset blogit yrityksen omassa sisäisessä verkossa. Yhteisöblogien avulla pystytään tarjoamaan vuorovaikutteinen viestintäkanava, joka kytkee yhteisön viestinnän, asiakkaat ja muut mahdolliset sidosryhmät yhdeksi yhteisöksi. (Herring ym., 2005.) Perinteisen viestinnän ohella tällaisen blogin luoman yhteisön tarkoitus on tuottaa lisäarvoa, esimerkiksi ideoinnissa tai välittömän palautteen saamisessa. Yritysblogin ja yksityisen blogin välille vedettävä raja ei kuitenkaan ole selkeä. Usein yksityisen henkilön elämää käsittelevä blogi sivuaa tavalla tai toisella myös työasioita tai päinvastoin. (Salmenkivi & Nyman 2007, 158–175.) Eräänlainen yhteisöblogi on myös vuonna 1999 Matthew Haugheyn perustama metafilter¹², jonka tarkoituksena on vaihtaa tietoa verkon sivustoista ja ilmiöistä. Metafilter:ssä on yli 17000 jäsentä ja kävijöitä tässä maailman suurimmassa yhteisöblogissa on noin 3,5 milj. kuukaudessa. Toinen pienemmän mittakaavan yhteisöblogi on nimeltään

¹² ks. <http://www.metafilter.com>

40100, joka on Jyväskylän keskusta alueen elämään ja tapahtumiin keskittyvä paikallisen tason blogi¹³.

Vastineeksi edellä esitetyle blogien luokittelulle Bernstein (2004) toteaa blogien luokittelun olevan yleistävää, eikä suurta osaa verkon blogeista voida perustellusti asettaa mihinkään valmiiksi määriteltyyn luokkaan. Blogien yksityiskohtainen luokittelu ei tämän perusteella ole mahdollista. Edellä esitellyt luokittelumääritelmät helpottavat kuitenkin hahmottamaan blogien käyttötarkoitusta.

Sisällön mukaan tekstipohjaiset blogit edustavat valtaosaa blogivalikoimasta, joskin myös video- ja kuvablogeja on jo olemassa. Esimerkkeinä Flickr.com, joka on avoin blogityyppinen kuvapalvelu. Flickr tarjoaa käyttäjille mahdollisuuden julkaista omia kuvia metatietoinen sekä tehokkaat folksonomiset hakupalvelut palvelun kuvamaailmassa. Folksonomia viittaa yhteisöllisesti luotuun hakujärjestelmään, jossa käyttäjät voivat vaikuttaa sisällön luokitteluun (Mathes, 2004; Salmenkivi & Nyman 2007, 183–184). Vuorovaikutusmetodina Flickr:ssä toimii muiden käyttäjien kuvien arvostelu ja linkitys vastaavanlaisen kuvamateriaalin välillä. Alun perin suomalainen mikroblogi Jaiku.com, joka nyttemmin on siirtynyt amerikkalaisen Googlen omistukseen, on verkossa toimiva yhteisö- ja mikroblogipalvelu. Jaikun kokoluokkaa isompi isovelji sekä vastaava verkkopalvelu on Twitter.com. Choudhury ja Ghaonkarin (2007) mukaan mikroblogi on blogityyppi, jossa blogikirjoitukset ovat pääosin lyhyitä alle 160-merkin eli tekstiviestin mittaisia ”microblog-viestejä”. Palvelut ovat suunnattuja etenkin kehittyneiden matkapuhelinten käyttäjien tarpeisiin. Yleisesti ottaen mikroblogipalvelut toimivat tekstiviestien, pikaviestiohjelmien, blogien ja foorumien välimuotona

¹³ Jyväskylän keskustan elämään keskittyvä blogi 40100 löytyy osoitteesta ks. <http://www.40100.net>

tai sekoituksena. Lisäksi on olemassa marginaalisia blogityyppejä kuten sarjakuvablogi ja videoblogi esimerkiksi YouTube-palvelussa.

3.2 Yritysblogit

Yritysbloggaus on osa yrityksen viestintä- ja markkinointistrategiaa. Sähköpostin ja virallisten kotisivujen ohella blogit muokkaavat sekä sisäistä että ulkoista yrityskuvaa. (esimerkiksi Efimova & Grudin, 2007; Bellamy ym., 2007.) Yritysbloggaus palvelee osaltaan yrityksen viestinnällistä tarvetta, mutta yritysbloggauksen taustalta löytyvät aina myös liiketoiminnalliset tavoitteet. Salmenkiven ja Nymanin (2007, 170) mukaan blogistrategiassa tulisi ottaa huomioon muun muassa blogin tavoitteet, miten blogit tukee yrityksen muulla viestinnällä rakentamaa mielikuvaa ja kuinka reagoida kriisitilanteissa, jotka liittyvät joko blogikirjoitukseen tai yrityksen kohderyhmään.

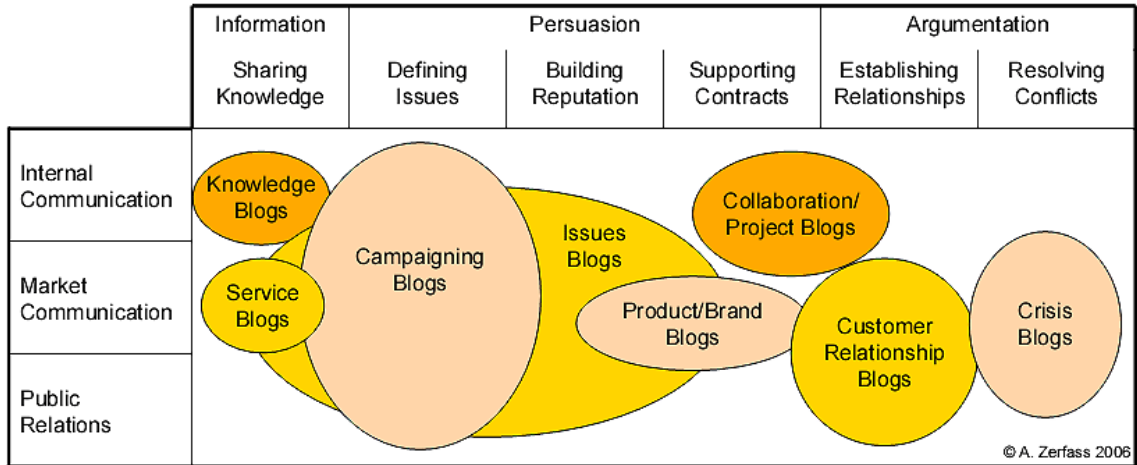
Yritysblogista voidaan erottaa muutama sille tunnusomainen piirre, jota henkilökohtaisesta blogista ei löydy. Blogimerkinnät sisäiseen verkkoon syntyvät palkallisella työajalla työnantajan välineillä yleensä työntekijän toimesta tai vaihtoehtoisesti räätälöitynä tilattuna viestintään erikoistuneilta tahoilta. Tällöin blogimerkinnät koskevat pääsääntöisesti yritykseen ja työhön liittyviä asioita, jolloin kirjoitukset syntyvät työnantajan ohjeistuksen perusteella. (Efimova & Grundin, 2007.) Rajoittaakseen blogien sisältöä, blogeja viestinnässään käyttävät yritykset ovat laatineet omat blogiohjeensa tai -sääntönsä. Blogiohjeet määrittelevät sen mitä asioita yritysblogiin saa kirjoittaa ja mistä tulee kirjoittaa. Avoimuus ja verkostoituminen eivät ole vastaavassa määrin ominaispiirteitä yritysblogille kuin yksityisen henkilön blogille. Yritysblogista puhuttaessa voidaan jossain määrin jopa puhua ilmiöstä, jonka voi erottaa monellakin tapaa perinteisestä bloggauksesta. Yritysblogien yhteydessä muun muassa mainonta ja markkinointi ovat joko täysin tai osittain karsittuja blogien yhteydestä. Lisäksi yrityskulttuuri sitoo työntekijöitä käyttämään blogeja jo työnsä puolesta. (Salmenkivi & Nyman 2007, 158-175.)

Yritysblogit voidaan jakaa karkeasti kahteen luokkaan: sisäisiin ja ulkoisiin (esimerkiksi Zerfass, 2006; Efimova & Grudin, 2007). Sisäinen blogi julkaistaan vain yrityksen työntekijöiden luettavaksi intranetissä, ulkoinen blogi on tarkoitettu julkiseksi internetissä julkaistavaksi asiakkaille ja sidosryhmille.

Sisäinen blogi tarjoaa yksittäiselle työntekijälle kanavan osallistua yrityksen sisäiseen keskusteluun mihin muutoin ei välttämättä olisi mahdollisuutta. Blogien käyttö vahvistaa sisäistä viestintää yrityksessä, eikä korvaa tai vähennä muiden viestintätapojen merkitystä (Bellamy ym., 2007). "Intrabloggaus" on oivallinen tapa muodostaa myös kollektiivista älyä hajaantuneista innovaattoreista yrityksen sisällä.

Ulkoinen blogi on julkinen, jossa yrityksen työntekijät, osakkeenomistajat ja johto jakavat ajatuksiaan ja näkemyksiään kohderyhmänään erityisesti sijoittajat ja asiakkaat (Efimova & Grudin, 2007). Blogi toimii tavallisesti eräänlaisena informaalina ikkunana yrityskulttuuriin kuitenkin ajaen samaa asiaa kuin viralliset lehdistötiedotteet ollen ajanhermolla tuotelanseerauksien ja osavuositarkastuksien suhteen. Ulkoisilla blogeilla pyritään luomaan halutun kaltaista yrityskuvaa ja niiden tärkein merkitys on yritys-asiakas-suhteen (B2C) ja niin ikään B2B-tason suhteiden hoitamisessa (Salmenkivi & Nyman 2007, 168). Tirapat ym. (2006) toteavat, että yrity maailma on kiinnostunut luonnollisesti aina mitä nykyiset ja potentiaaliset asiakkaat ajattelevat heistä. Blogit tuovat erityisesti läpinäkyvyyttä yrityksen toimintaan, jolloin yrityksen ja asiakkaan välille rakentuu luonnollista luottamusta hieman henkilökohtaisemmalla tasolla (Bellamy ym., 2007). Yritysblogilla voidaan välittää kuvaa yrityksestä hieman epävirallisemmassa, jopa rennossa ympäristössä, mutta sitäkin tärkeämpää on välittää kuva teknisesti aikaansa seuraavasta ja ajan hermolla olevasta asiantuntevasta yrityksestä asiakkaille, kilpailijoille ja sidosryhmille. Yritysviestinnän näkökulmasta blogit eivät sinänsä ole itseisarvo: blogi on väline, jos yritys haluaa käydä avointa dialogia sidosryhmiensä kanssa. (Salmenkivi & Nyman 2007, 163). Esimerkkinä

yrittäjäbloggauksen edelläkävijästä on suomalainen tietoturva-yhtiö F-Secure, jonka tunnettu blogi *News from the Lab* kertoo viimeiset uutiset tietoturvamaailmasta. Kuvassa 3. havainnollistetaan yritysblogityyppejä Zerfassin (2006) mukaan.



Kuva 3: Yritysblogien luokittelu.

Yritys tavanomaisesti haluaa julkisuutta tuotteilleen. Tätä varten voi tuotteen ympärille olla kehittynyt blogi. Tuoteblogin taustalla ovat tarpeet suoran palautteen saamiseen kuluttajilta ja suoran tiedon saaminen heidän käyttökokemuksistaan (Salmenkivi & Nyman 2007, 162). Blogia ylläpitää useimmiten henkilöt, jotka tuotteen kehityksestä ovat pääosin vastanneet. Asiakas saa tällöin välittömän kontaktin teknisesti vastuussa oleviin henkilöihin. Tuoteblogi keskittyy tavallisesti yhden tuotteen tai tuoteryhmän tekniseen puoleen ja ohessa siihen mitä tuotteen taustalta löytyy historian ja kehitystyön osalta. Tuoteblogi, tai vaihtoehtoisesti tuotetukiblogi, ei niinkään paneudu henkilökohtaisiin aiheisiin, vaan tuottaa ajantasaista tietoa tuotteen teknisestä kehityksestä ollen virallisia markkinointi- ja PR-kanavia tukeva informaatiolähde asiakkaalle. (Efimova & Grudin, 2007.)

Kriittisiä näkemyksiä tuoteblogeja kohtaan on esitetty laajalti. Tuoteblogin epävirallinen luonne on myös riskitekijä, jolloin blogi ei välttämättä tyydytä informaatiokanavana korkealaatuisen tuotteen asiakkaan tieto- tai tukitarpeita

täysin. Riippuvaisena tuoteblogista asiakas tällöin myös odottaa saavansa tietoa blogista aina kun sitä tarvitsee (Salmenkivi & Nyman 2007, 162). Blogin tiiviisti päivittyvä luonne ei läheskään aina toteudu tuoteblogin osalta. Tällöin on syytä korostaa tuoteblogin informaalisuutta tuotteen valmistajan ja asiakkaan kommunikoinnin välineenä. Lisäksi asiakkaat ovat kokeneet tuoteblogit mielenkiinnottomiksi niiden teknispainotteisen luonteen takia, koska ihmiset lukevat mieluummin enemmän henkilökohtaissävytteisempiä blogeja kuin yrityksen tuote-esitteitä blogin muodossa (Efimova & Grudin, 2007).

Johtajablogit (*engl. CEO-blogs*) ovat kiistelty aihe. Yritysjohdajien bloggaus on niin laskeutumista keskusteluetäisyydelle perustyöntekijän ja osakkaan tasolla kuin myös julkisuushakuisena markkinointikeinona. Hanson (2006) toteaa johtajablogit toimiviksi etenkin yrityksen raportoidessa laajemmista linjauksistaan tai merkittävien tuotelanseerausten kohdalla.

Työntekijöiden motiiveja bloggaukseen on kartoitettu usealla haastattelututkimuksella. Efimovan ja Grudin (2007) artikkelissa viitataan laajaan tutkimukseen Microsoftin työntekijöiden sisäisen bloggauksen motiiveista. Tutkimuksessa esille nousivat erityisesti halu jakaa työhönsä kohdistunutta intohimoa toisten työntekijöiden kanssa. Tämän motivaation esittäneillä oli halu näyttää ulospäin yrityksen humaani puoli, joka korosti työntekijöiden välittämistä ja asennoitumista työhönsä. Lisäksi useimmat haastatellut kokivat tärkeäksi kommunikoida työtovereidensa kanssa organisaation sisällä. Joissain tapauksissa blogia käytettiin erityisenä ideapankkina tai organisoimaan omia työtehtäviä. Jos dokumentit olivat blogissa julkisia, niitä ylläpitävät henkilöt halusivat usein rehellistä palautetta työstään. Tällöin blogi toimi myös näyteikkunana omaan työhön. Merkittävänä pidettiin blogimerkinnän kautta mahdollisuutta tutustua monituhattapäisen yrityksen sisällä osaajiin, joita ei muuten tapaisi. Efimova & Grudin (2007) toteavat, että positiivisena asiana haastattelusta kävi ilmi työntekijöiden käsitys

siitä, että osaksi verkon avoimuuden johdosta ja blogien luonteen kautta aktiivisten työntekijöiden osaaminen tulee paremmin esiin.

3.3 Opetusblogit

Röngäs (2007) esittää lukuisia käyttötarkoituksia blogeille opetusmaailmassa. Hänen mukaansa opettajan näkökulmasta blogi voi olla esimerkiksi päiväkirjamuotoinen oman kehittymisen seurantaväline, jolloin henkilön on yksinkertaista seurata omaa ammatillista kehittymistään työnsä. Blogi voi toimia myös työn päivittäisenä seurantamenetelmänä. Tällöin blogi tukee työn suunnittelua, uusien opetusmetodien tallentamista sekä löytämistä tulevaisuudessa. Opettajien yhteisö voi käyttää bloggausta hyväkseen opetusmenetelmien jakamisessa tai esimerkiksi oppilaitoksen sisäisten ongelmatilanteiden ratkaisemisessa.

Downesin (2004) mukaan on useita merkittäviä tapoja hyödyntää blogeja opetuskäytössä. Blogit toimivat luonnollisesti räätälöitynä verkkosivuna kurssille ja blogista löytyvä jaettu informaatio kurssimateriaaleineen on kaikkien opiskelijoiden käytössä kuin luokkahuoneessa ikään. Blogi toimii lisäksi opettajalta oppilaalle ilmoitustauluna, johon on opettaja voi kirjata kurssin aikataulut, antaa oheistietoa hyperlinkkien kautta tai kommunikoida suoraan yksittäiselle oppilaalle palauteasioissa. Kurssille osallistujat kykenevät vaivattomasti kertomaan mielipiteensä kurssista mahdollisen nimettömyyden turvin ja kommunikoidaan vertaistensa kanssa. Blogit antavat opiskelijalle mahdollisuuden tehdä yhteistyötä muiden opiskelijoiden kanssa monin tavoin. Tiedon jakamisen näkökulmasta opiskelijat voivat jakaa ideoitaan, tietoaan ja ajatuksiaan blogien avulla. Opiskelijat voivat tehdä yhteistyötä ryhmässä, jolloin opiskelijaryhmät voivat pitää yllä blogia, kommentoida tai vastata kysymyksiin itsenäisenä ryhmänä.

Aktiivisen opiskelijan blogi voi toimia työkansiona eri kursseille. Samalla blogin perinteinen kronologisuus tarjoaa hyvän alustan virtuaaliselle

oppimispäiväkirjalle. Blogi tukee opettajan ja oppilaan välistä kommunikointia sekä opettajan mahdollisuuksia seurata opiskelijoiden edistymistä. Blogit eivät ole oppimistilanteissa anonyymejä, joten kaikki mitä opiskelija tuottaa, vaikuttaa myös arviointiin. Opettajan mahdollisuudet arvioida oppilaan työtä henkilökohtaisen blogin kautta paranevat ja suoran palautteen antaminen on helpompaa. Opiskelijoiden on myös helpompaa verrata töidensä tasoa muihin ryhmän jäseniin blogien sekä arviointiperusteiden ollessa kaikille avoimia. (Du ym., 2005.) He osoittavat miten blogit voivat vaikuttaa oppimiseen:

- **Aktiivinen tiedon konstruointi.** Oppimisblogin ylläpito vaatii opiskelijalta aktiivista ajatusten ja merkitysten koostamista, josta opiskelija muodostaa itselleen kokonaiskuvan opittavasta asiasta.
- **Inkrementaalinen kehittyminen.** Blogien jatkuva käyttö tukee myös jatkuvaa oppimisprosessia, eikä oppiminen ole ainoastaan tentteihin tähtäävää.
- **Itseohjattu opiskelu.** Opiskelija tehdessään itsenäisesti verkon harjoituksia kykenee ymmärtämään oppimansa asiat ja mahdolliset omat heikkoutensa itsereflektoinnin kautta.

Majava (2005) puolestaan luettelee millaiseen opetukseen blogit soveltuvat:

- Kurssin julkisuus ja kurssin ulkopuolisen palautteen saaminen on toivottavaa tai ei ainakaan haitallista.
- Kurssilla voidaan edellyttää opiskelijoilta melko itsenäistä työskentelyä suhteellisen väljästi asetetuissa rajoissa ja opiskelijat ovat riittävän osaavia ja motivoituneita ottamaan aktiivisen roolin kurssin toiminnassa.
- Vapaamuotoinen keskustelu ja vuorovaikutus ovat toivottavaa tai välttämätöntä kurssin tavoitteiden kannalta.

- Kurssi edellyttää yhteistyötä, mutta osallistujat voivat itse määritellä ryhmänsä ja sen sisäisen työnjaon.
- Kurssin suoritus on prosessimainen, eikä suoritus perustu esimerkiksi yhteen laajaan työhön. Prosessimaisuus kannustaa jatkuvaan blogikommunikaatioon ja yhteisölliseen oppimiseen.

Verkko-opiskelua tukevat blogit ja oppimisalustat vapauttavat opiskelijat ja opettajat tekemään työtä valitsemiaan aikoina. Oppimista varten jalostetut oppimisalustat eli verkko-oppimisympäristöt ovat palvelinohjelmistoja, joilla tuetaan johonkin pedagogiseen ajatukseen pohjautuvien oppimisprosessien hallintaa. Nämä usein avoimen lähdekoodin ohjelmat sisältävät opettajalle työvälineitä opintokokonaisuuksien toteuttamiseksi ja hallinnoimiseksi verkossa sekä oppilaalle työvälineitä opintoihin osallistumiseen. Useimmat oppimisalustat tukevat erilaisia keskustelutoimintoja, blogeja, mahdollisuuksia yhteiseen tiedon rakenteluun sekä tehtävien palautuksen sähköisesti. Laajalti käytettyjä oppimisalustoja ovat muun muassa Blackboard, Dokeos sekä maailmanlaajuisesti suurimman kehittäjäyhteisön tuote Moodle. (Graf & List, 2002.)

3.4 Yhteenveto

Muun muassa Stone (2004) jaottelee blogit päiväkirjamaisiin blogeihin, linkkiblogeihin ja aiheorientoituneisiin blogeihin. Useat tutkijat (Herring ym., 2004; Chin & Chignell, 2006; Schiano & Nardi, 2004) näkevät jaottelun mahdolliseksi esimerkiksi kirjoittajien määrän mukaan tai kuten Herring ym. (2004) sekä Majava (2006) julkisen ja yksityisen blogin välillä. Myöhemmin kappaleessa 5.2 esitetään Bloodin (2002) sekä Domingon ja Heinosen (2007) journalististen blogien identifioiva jaottelu.

Blogityyppien jaottelussa käytettiin esimerkinomaisesti kahta yksittäistapausta blogityypeistä: yritysblogia ja opetusblogia. Yritysblogit ovat osa yrityksen

viestintästrategiaa, mielikuvanhallintaa ja -rakentamista. Yritysblogilla halutaan tavallisesti myös antaa yritykselle inhimilliset kasvot ja tuoda yritys lähemmäksi kuluttajaa. Yritysblogit voidaan jakaa sisäiseen yritysblogiin, jonka katsotaan tehostavan yrityksen sisäistä viestintää niin ammatillisesti kuin epävirallisestikin ja antavan uudenlaisen tavan tietämykselle löytää tietämys organisaation sisällä, sekä ulkoiseen yritysblogiin, joka on suunnattu esimerkiksi yrityksen asiakkaille, sidosryhmille ja saman kiinnostuksen parissa työskenteleville. Esimerkiksi ulkoinen tuotekehitys- ja tuoteblogi voivat palvella myös vastavuoroisena kommunikointikanavana kuluttajien suuntaan. Ulkoisia yritysblogimalleja on lukuisia käyttötarkoituksesta ja kohderyhmästä riippuen. Yritysblogeista suurinta näkyvyyttä nauttivat useimmiten johtajablogit.

Opetusblogit voivat toimia opettajan työvälineenä ja oppilaan virtuaalisena luokkahuoneena. Opettajan näkökulmasta blogi palvelee erityisesti oppimisen seuraamista, opetusmateriaalin jakamista ja henkilökohtaisen palautteen antamista. Opiskelijalle blogin tarjoaa materiaalin helpon saatavuuden, kurssitiedot, väylä kommunikoida opettajan ja kanssaopiskelijoiden kanssa sekä mahdollisen ryhmätyövälineen.

4 BLOGIT VERKKOYHTEISÖINÄ

Luvussa neljä käsitellään yhteisöllisyyden perusajatuksia, millainen on yhteisön perusmääritelmä, mikä on verkkoyhteisö, miten yhteisöllisyys voidaan tunnistaa verkossa ja millainen on blogien luoma verkkoyhteisö. Peruslähteenä toimivat muun muassa yhteisön teoriataustassa Ferdinand Tönniesin klassinen *Gemeinschaft-Gesellschaft* -teos ja yhteisöllisyyden tunnistamisessa Alvin Chinin ja Mark Chignellin tutkimus *A Social Hypertext Model Finding Community in Blogs*.

4.1 Perinteinen yhteisö

Yhteisöä käytetään yleensä ryhmämuodostamisen yleisnimityksenä ja yhteisökäsitteen ala voi vaihdella ihmiskunnasta pariin, kolmeen ihmiseen ja sen alueellinen laajuus maapallosta ruokakuntaan. Yleisimmillään yhteisön käsite viittaa ihmisten välisen vuorovaikutuksen tapaan, yhteisyyteen, ihmisten väliseen suhteeseen tai siihen, mikä on tietylle ihmisryhmälle yhteistä, vapaaehtoista, yhteisten pelisääntöjen ja demokratian puitteissa tapahtuvaa toimintaa. (Lehtonen, 1990.)

Lehtosen (1990) mukaan yhteisön jäsenillä on oltava jotakin yhteistä eli voidaan puhua yhteisyydestä. Tähän on kaksi kehitysprosessia:

- Yhteisyys vuorovaikutuksessa kehittyvänä ilmiönä, jossa jäsenten ryhmäidentiteetti muotoutuu konkreettisen toiminnan seurauksena ja tuloksena voi olla toiminnallinen yhteisö.
- Yhteisyys tietoisuudessa vahvistuvana yhteenkuuluvuuden tunteena, jonka seurauksena kehittyy symbolista yhteisyyttä ja ryhmäidentiteetin vahvistumista

Lehtonen (1990) luonnehtii yhteisöä esimerkiksi alueellisena, vuorovaikutuksellisenä ja normatiivisena kokonaisuutena. Lehtosen (1990)

mainitsema yhteisyys viittaa yhteisesti jaettuun maailmassa olemisen tapaan ja normatiivisuus yhteisesti hyväksytyyn säännöstöön yhteisön sisällä.

Klassista yhteisön määritelmää edustaa Tönniesin vuonna 1887 esittämä erottelu *Gemeinschaft-Gesellschaft*, joka suomeksi käännetään yhteisö ja yhteiskunta. *Gemeinschaft* viittaa kylämäiseen, sosiaaliseen verkostoon. Tiivis *Gemeinschaft*-yhteisö on jäsenilleen itsessään arvokas ja itsestään selvä osa jokapäiväistä elämää. Yhteisön jäsenten suhteet, asemansa toisiinsa nähden tai yhteiset toimensa eivät perustu sopimuksiin vaan tapoihin, vakaumukseen ja yksimielisyyden tarpeeseen. *Gesellschaft* on puolestaan teollistuneille suurkaupungeille olennainen sosiaalisuuden muoto, jossa ihmiset ovat erillisiä ja ainutlaatuisia yksilöitä. Ihmisten välisiä suhteita määrittävät ennen kaikkea raha, sopimukset ja tavaroiden vaihto. Tönnies esittää, että kaikki yhteisöt rakentuvat yhteisymmärryksen varaan. Toimivassa yhteisössä vallitsee sopu, koska kaikki yhteisön jäsenet noudattavat yhteisesti sovittuja, mutta julkilausumattomia sääntöjä. Yhteisössä ihmiset pysyvät yhdessä käytännöllisten ja henkilökohtaisten intressien kietoutuessa vahvasti toisiinsa. Tönnies esitti, että yhteisöllinen organisoituminen kokonaisuudessaan on väline jonkin päämäärän tavoitteluun. (Kunelius 1998, 11–15.)

Yhteisöt voidaan jakaa todellisiin yhteisöihin ja mielikuvitusyhteisöihin. Todelliset yhteisöt ovat klassisia Tönniesin ajattelemia yhteisöjä, joissa jäsenten väliset suhteet perustuvat maantieteelliseen sijaintiin, ihmissuhteisiin, ystävyyteen ja jaettuun vastuuseen. Kuvitteelliset yhteisöt perustuvat tietoon, tunteeseen yhteisöstä ja uskomuksiin. Empiirisessä yhteisötutkimuksessa yhteisö taas määritellään joko alueellisesti rajattavaksi yksiköksi, yhteisön vuorovaikutuksellisen luonteen tai yhteisön synnyttämän yhteenkuuluvuuden tunteen tai muita symbolista yhteisyyttä osoittavien ilmiöiden perusteella. (Lehtonen, 1990.)

Yhteisön muodostava yhteisöllisyys voidaan käsittää ideana tai tavoitteena. Yhteisöllisyys on myös vuorovaikutustapa. Kun joukko ihmisiä pyrkii järjestämään elämänsä tämän idean mukaisesti, kysymyksessä on yhteisöllistyminen eli pyrkimys muodostaa yhteisö. (Lehtonen, 1990.)

4.2 Yhteisöllisyys

Yhteisöllisyyden keskeinen tekijä on yhteisöllisyyden tunne (*engl. Sense of Community*) (MacMillan & Chavis, 1986). Yhteisöllisyyden tunne on sosiaalipsykologinen käsite, jota käytetään yhteisöllisyyden tunteen määrittelyssä. MacMillanin ja Chavisin (1986) määritelmän mukaan yhteisöllisyyden tunteella tarkoitetaan tunnetilaa, jossa henkilö kokee olevansa merkityksellinen sekä toisille yhteisön jäsenille että koko yhteisölle, kuuluvansa yhteisöön ja jakavansa sitoutumisen kautta yhteisöön samat päämäärät ja tarpeet muiden yhteisön jäsenien kautta. MacMillanin ja Chavisin (1986) mukaan yhteisöllisyyden tunteessa on neljä keskeistä osatekijää:

- **Jäsenyyden tunne.** Henkilö pystyy tunnistamaan itsensä yhteisöön kautta ja kokee kuuluvansa siihen.
- **Vaikutusmahdollisuudet.** Henkilö kokee voivansa vaikuttaa yhteisön toimintaan omalla panoksellaan. Hän kokee myös, että yhteisöllä on vaikutusta hänen toimintaansa ja arvoihinsa.
- **Tarpeiden tyydyttäminen.** Henkilön kokee omien tarpeiden täyttymisen ja yhdentymisen yhteisön jäsenten ja yhteisön kautta.
- **Tunnesiteet.** Yhteisön jäsenet muodostavat tunnesiteitä keskenään.

Chin ja Chignell (2006) käsittelevät tutkimuksessaan yhteisöllisyyden tunteen keskeisiä teemoja. Heidän mukaansa yhteisön jäsen tuntee saavansa vaikutusmahdollisuuksia yhteisöä kohtaan antaessaan tietoa yhteisölle. Vastavuoroisesti jäsen kokee saavansa yhteisöstä vaikutteita myös omien

henkilökohtaisten tarpeiden toteuttamiseen. Merkittävä syy Chinin ja Chignellin (2006) mukaan yhteisöön hakeutumiseen on henkilön tarve tuntea saavansa tukea yhteisöstä ja toisaalta saavansa muita jäseniä tukemalla tiettyä mielihyvää. Tuen saaminen ja antaminen lisäävät jäsenen statusta yhteisön sisällä. Lisäksi jäsen voi kokea olevansa tunnesiteessä yhteisöön ja sen jäseniin jaetun vuorovaikutuksen seurauksena.

4.3 Verkkoyhteisö

Blogit käsitetään osaksi verkkoviestintää, jonka on sanottu muokkaavan yhteisöllisyyttä, ja antavan sille uuden aseman yhteiskunnassa. Jotkut ovat jopa todenneet median ja verkon olevan pelastus rappeutuneelle yhteisöllisyydelle, mutta on myös nähty median olevan uhka perinteisille yhteisöille. Joka tapauksessa lähes jokainen verkossa enemmän aikaa viettävä osallistuu joko passiivisesti tai aktiivisesti yhteisölliseen toimintaan. Yhteisöllä on sosiologisessa ja sosiaalipsykologisessa tutkimusperinteessä joukko kriteerejä, jotka auttavat hahmottamaan yhteisön käsitettä. Kuitenkin perinteiseen yhteisökäsityksen kontekstiin eivät mahdu tietyt uusien viestintävälineiden tuomat lukuisat erityispiirteet, kuten paikkariippumattomuus, vuorovaikutus ja viestintä verkossa.

Internetin synty ja kehittyminen ovat luoneet uudenlaisen tilan ihmisten välisen yhteisöllisyyden kehittämiseksi karsimalla voimakkaasti aikaa, paikkaa ja kulttuuriin liittyviä rajoituksia. Tämän kehityksen myötä ovat syntyneet verkkoyhteisöt. Englanninkielisessä lähdekirjallisuudessa käytetään verkon yhteisöistä yleisesti termejä *virtual community* tai *online community* (Rheingold, 1993). Suomessa puhutaan virtuaalisesta yhteisöstä tai verkkoyhteisöstä.

Alkujaan verkkoyhteisöt olivat lähinnä tutkijoiden välisen kommunikoinnin väline. Tätä seurannut kehitys on edennyt yleistä keskustelua tukevien sähköisten ilmoitustaulujen kautta nykymuodossa esiintyviin yhteisöihin internetissä. Suurin osa verkkoyhteisöistä rakentuu viestinvaihtoon ja

keskusteluihin tekstipohjaisten menetelmien avulla. Tämän rinnalle verkkoyhteisöt ovat saaneet tuekseen aiempaa rikkaamman sosiaalisen vuorovaikutusmaailman (esimerkiksi Facebook ja IRC-galleria), jonka myötä kehitys sosiaalisen median suuntaan on tuonut verkolle ja verkkoyhteisöille runsaasti suosiota ja lisää käyttäjiä (Rheingold, 1993).

Verkkoyhteisön määrittelemineen on hieman monimutkaisempaa kuin perinteisen lokaalisen yhteisön. Yleinen määritelmä yhteisölle on seuraavan kaltainen: yhteisö koostuu ihmisistä, joilla on yhteinen päämäärä tai mielenkiinnon kohde ja toimivat yhteisössä kaksisuuntaisesti vuorovaikutusperiaatteita mukailien (Lehtonen, 1990). Eräs ensimmäisistä verkkoyhteisön määrittelijöistä oli Rheingold (1993), joka määritteli virtuaalisen yhteisön sosiaalisesti yhteenliittymäksi verkostossa, joka syntyy kun tarpeeksi iso joukko ihmisiä keskustelee julkisesti tarpeeksi kauan ja riittävän suurella inhimillisellä tunteella muodostaakseen henkilökohtaisia suhteita. Hänen mukaansa verkkoyhteisö vaatii sosiaalista kanssakäymistä ja jäsenten pitkäkestoista osallistumista sekä tunnesiteiden vahvuutta. Rheingold itse on tullut myöhemmin kriittisemmäksi määritelmälleen, joka ei sinänsä ole aukoton. Miten voidaan määritellä mikä on tarpeeksi kauan ajallisesti yhteisöllisyyden muodostumiselle ja millainen tunne on tarpeeksi riittävän inhimillisen tunnesiteen luomiseen?

Virtuaalisen yhteisön toimintaan ei sisälly suoranaisesti fyysistä kanssakäymistä mitä voisi tarkastella paikan tai ajan suhteen tai minkä perusteella yhteisöllisyys konkreettisesti syntyisi. Rheingoldia (1993) mukailien Chin ja Chignell (2006) toteavat, että virtuaalinen yhteisöllisyys määritellään luonnolliseksi seuraukseksi pitempään jatkuneesta tietyn tunnetason kommunikoinnista, joka taas muodostaa ihmisten välille suhteiden verkostoja. Toisaalta Majavan (2006) mukaan verkkoyhteisöt eivät edellytä yhteisön jäseniltä henkilökohtaisen siteen muodostamista muihin yhteisön jäseniin. Esimerkiksi blogiyhteisöön syntyy kuitenkin myös vahvempia siteitä, joissa

samaistuminen ja yhteenkuuluvuuden tunne ovat suhteiden perustana ja jäsenien keskuudessa tunnustettuja.

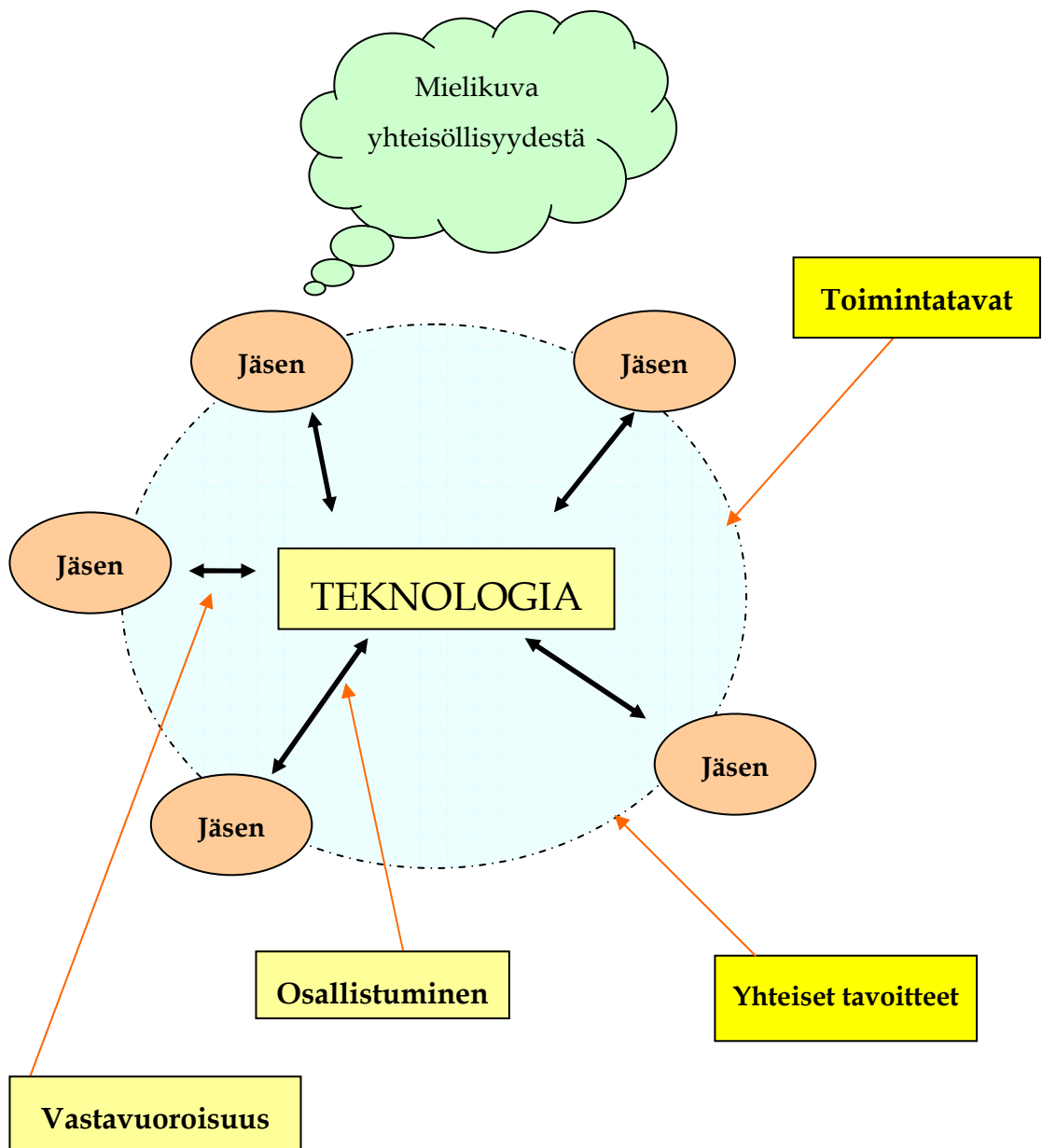
Toinen useasti siteerattu määritelmä on Preecen (2000) verkkoyhteisön määritelmä. Hänen mukaan verkkoyhteisö rakentuu ihmisistä, yhteisistä tarpeista, menettelytavoista ja säännöistä sekä tietoteknisistä järjestelmistä. Edellä mainitut neljä kohtaa voidaan jakaa myös kahteen pääkohtaan seurallisuuden (ihmiset, tarpeet ja toimintatavat) ja käytettävyyden (teknologiat) perusteella. Määritelmä ottaa huomioon kehitysvaiheessa olevan yhteisön kaikki tarvittavat rakenneosat ja on jokseenkin avoin, mutta perusteltu, sillä vasta myöhemmässä vaiheessa verkkoyhteisön kehityksessä voidaan tunnistaa Rheingoldin (1993) mainitsemia tunnesiteitä ihmisten välillä kun yhteisön jäsenillä on tunne yhteisöstä itsenäisenä ja rajallisena kokonaisuutena.

Kolmas kattava määritelmä verkkoyhteisöihin on vuodelta 1996, jonka tarkoituksena oli pohtia verkkoyhteisöjen perusolemusta ja -piirteitä. Preece ja Maloney-Krichmar (2003) esittävät julkaisussaan määritelmän sisällön seuraavasti:

- jäsenillä on yhteinen päämäärä, kiinnostus, tarve tai aktiviteetti, joka luo perussyyn kuulua yhteisöön
- jäsenten aktiivinen osallistuminen on toistuvaa ja näin syntyy intensiivistä vuorovaikutusta, vahvoja tunnesiteitä ja jaettua toimintaa
- jäsenillä on pääsy jaettuihin resursseihin ja yhteisö määrittelee pääsyn periaatteet resursseihin
- jäsenten välillä on tärkeää vastavuoroisuus tietoon, tukeen ja palveluihin
- yhteinen jaettu viitekehys sosiaalisille tavoille, käytetylle kielelle ja toimintaohjeille

Lisäksi verkkoyhteisöä kuvailevia piirteitä ovat jäsenten roolit, ihmisten taustan vaikutus, tietoisuus jäsenyyden rajoista ja ryhmäidentiteetistä, samojen rituaalien merkitys sekä vapaaehtoinen osallistuminen (Preece & Maloney-Krichmar, 2003).

Salmenkivi ja Nyman (2007) toteavat yhteisöihin osallistumisen olevan sekä aktiivista, että passiivista. Aktiivinen osallistuminen tarkoittaa yhteisöllisen median luomista tai esimerkiksi blogien kommentoimista tai linkittämistä. Aktiivinen osallistuminen voidaan myös mieltää aktiiviseksi verkostojen luomiseksi sosiaalisen median palveluiden avulla. Passiivinen osallistuminen näkyy internetin palveluissa esimerkiksi Amazon.com -palveluiden tuotesuosituksina tai kuten Last.fm -nettiradiossa, käyttäjä voi kuunnella radioasemaa, joka erittäin suurella todennäköisyydellä soittaa juuri sitä musiikkia mitä käyttäjä itse valitsisi. Tämä palvelu perustuu tuhansilta käyttäjiltä saatuihin käyttäjätietoihin omalla koneella soitetuista kappaleista. Kuvassa 4. verkkoyhteisö on kuvattu ympyränmuotoiseksi alueeksi, jonka osittaisessa vaikutuspiirissä yhteisön jäsenet ja blogit ovat. Yhteisön jäsenet jakavat samat teknologian avulla luodut osallistumisen ja vastavuoroisuuden mahdollisuudet sekä yhteisön tavoitteet ja toimintatavat.



Kuva 4: Blogiyhteisön malli.

Verkkoyhteisöjen luokittelu on vaikeaa. Tutkimuksen lähtökohdista ja mielenkiinnosta riippuen yleisesti verkkoyhteisöjä tarkastellaan lähinnä yhteisön tavoitteiden tai viestinnän muodon kautta. Yleisesti käytetty yksityiskohtaisempi jaottelutapa jakaa yhteisöt neljään luokkaan. Tätä jakotapaa käyttää muun muassa Moilanen (2002), jonka mukaan tyypillisiä verkkoyhteisön muotoja ovat esimerkiksi:

- **Suhdeyhteisöt.** Perustuvat verkossa tapahtuvaan ihmisten väliseen kommunikaatioon. Suhdeyhteisöjen tiiviimpi muoto on valmiiden ihmissuhteiden ympärille muodostuneet yhteisöt.
- **Mielikuva/mielikuvitusyhteisöt.** Keskeistä yhteisölle on mielikuvitusidentiteetti ja yhteisön fiktiivinen luonne.
- **Tuoteyhteisöt.** Tuotteen ympärille syntyneet yhteisöt, joita pyörittää jäsenten jakama kiinnostus tuotteisiin tai tuoteryhmään.
- **Harrasteyhteisöt** ovat harrasteen ympärille syntyneitä yhteisöjä.

Edellä mainittu jaottelu tukee verkkoyhteisöjen karkeaa jakamista kahteen luokkaan: reaali maailmasta pohjautuviin tai puhtaasti virtuaalisiin yhteisöihin. Stanoevskaja (2001) jakaa verkkoyhteisöt keskusteluyhteisöihin, tehtävä- ja tavoiteorientoituneisiin yhteisöihin, virtuaali maailmoihin ja hybridiverkkoyhteisöihin, jotka ovat yhdistelmiä muista verkkoyhteisötyypeistä. Tehtävä- ja tavoiteorientoitunut yhteisö järjestyy yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi ja rakentuu usein omien toimintatapojen ja sääntöjen puitteissa. Stanoevskajan (2001) mukaan tämän kaltainen yhteisö voidaan jakaa edelleen pienempiin osakokonaisuuksiin, joita ovat transaktioyhteisö, suunnitteluyhteisö ja verkko-oppimisyhteisö.

Suuri osa verkkoyhteisöistä käytävästä keskustelusta liittyy yhteisöjen laatuun ja arvoon. Yleisessä keskustelussa verkkoyhteisöjä puoltavia näkökulmia esittävät muun muassa Willson (1997, 148) ja Verschueren (2005, 170), joiden mukaan verkkoyhteisöt antavat jäsenilleen vapautta, veljeyttä ja tasa-arvoa suhteessa enemmän kuin todelliset reaali maailman yhteisöt. Tutkijat näkevät verkkoyhteisöjen vapauttavan ihmiset fyysisistä tilan ja ruumiillisuuden rajoittavista tekijöistä. Verkkoyhteisöjä puoltaville mielipiteille on tärkeä valinnan vapaus. Verkkoyhteisöissä yksilöt voivat valita oman identiteettinsä mielensä mukaisesti.

Pessimistisesti verkkoyhteisöihin suhtautuvat näkevät verkkoyhteisöjen lisäävän ihmisten eristäytymistä, joka taas puolestaan heikentää todellisten lokaaliyhteisöjen toimintaa ja vähentävät ihmisten keskinäistä riippuvuutta toisistaan (Verschueren 2005, 170). Tämän ohessa yhteisöllinen toiminta materialisoi sosiaalista käyttäytymistä. Kriittiset näkemysten mukaan verkkoyhteisöistä puuttuu todellisten yhteisön kaltaisia ominaisuuksia, kuten sitoutuminen, intiimiys ja yhteinen velvollisuus (Verschueren 2005, 70–71; Willson 1997, 154). Eräät kyseenalaistavat mielipiteet toteavat virtuaalisten yhteisöjen muodostuvan viestintävälineillä epätodellisen helposti. Salmenkiven ja Nymanin (2007) mukaan uusien sosiaalisen median sovellusten hyödyntäminen ja palveluihin liittyminen ei vaadi samanlaista sosiaalista sitoutumista kuin esimerkiksi keskusteluryhmän muodostamaan yhteisöön kuulumisen. Syitä verkkoyhteisöihin sitoutumisen vaikeuteen on monia. Sitoutuminen on usein pinnallista ja vähäistä, johtuen sosiaalisten siteiden puutteellisuudesta verkkoyhteisön sisällä ja mahdollisesti anonyymiteetin puuttumisesta (Salmenkivi & Nyman, 2007).

Virtuaalisiin yhteisöihin kriittisesti suhtautuvat sanovat virtuaalisten yhteisöjen olevan vain uudenlainen tapa verkottua, luoda vuorovaikutusta ja kokea yhteisyyden tunnetta, muttei yhteisöllisyyttä siinä määrin mitä perinteisesti käsitetään yhteisöllisyydellä. Salmenkiven ja Nymanin (2007) mukaan yhteisön koon kasvaessa käyttäjän saama hyöty vähenee yhteisön aihepiirin rajojen hälvetessä. Kun musiikista kiinnostuneen tiiviin yhteisön jäsenmäärä kasvaa, samanaikaisten keskustelun määrä lisääntyy ja aihepiiri laajenee. Hajanaisten keskustelun seuraaminen muodostuu hankalaksi jos jäsen on kiinnostunut vain tietyistä aihealueista ja tämä puolestaan vähentää yhteisön arvoa käyttäjälle. Vastapainona yhteisön laajentumisen tuomalle hajaannukselle käy usein niin, että käyttäjät synnyttävät itsenäisiä yhteisöjä yhteisön sisälle käyttäen hyväkseen jo valmista verkostoa (Salmenkivi & Nyman, 2007).

Verkkoyhteisöjä puoltavaa ja kritisoivaa näkemystä yhdistää ajatus kriisissä olevasta yhteisöllisyydestä. Puoltavat ajattelijat näkevät, että verkkoyhteisöt voivat auttaa palauttamaan nykyaikaiseen yhteiskuntaan sitä yhteisöllisyydentunnetta, joka on ollut kadoksissa. Kriittisten ajattelijoiden mukaan verkon yhteisöistä käsitteenä ei pitäisi puhua samassa yhteydessä perinteisten yhteisöjen kanssa, jolloin se ei vääristäisi käsitteen merkitystä. On todettu, että verkkoyhteisöt voivat myös rapauttaa olemassa olevia yhteisöjen rakenteita. Kriittiset mielipiteet perustuvat pääosin reaali maailman ja verkkoyhteisön liian yksinkertaiselle erottelulle, mikä taas pois sulkee sen tosiasian, että reaali maailman yhteisöjen toiminta perustuu myös pitkälti yksilön mielikuviin ja toiveisiin. (Verschueren, 2005.)

Mitä eroa sitten on verkostolla ja yhteisöllä? Ero on pieni, mutta sitäkin merkittävämpi. Yhteisön jäseniä yhdistää aina jokin yhteinen nimittäjä, kiinnostus tai harrastus, joka liittyy yhteisön jäsenet toisiinsa ja muodostaa yhteisön jäsenille mahdollisuuden yhteisölliseen kokemukseen. Esimerkiksi blogiverkosto taas ei vaadi yhteistä nimittäjää ja siihen kuulumiseen riittää passiivinen osallistuminen tai käyttäjälle itselleen näkymätön yhteys toiseen verkon käyttäjään. (Salmenkivi & Nyman 2007, 43.)

4.4 Verkon yhteisöllisyys

Internetissä on lukematon joukko yhteisöjä, joissa kuka tahansa voi toteuttaa yhteisöllisiä tarpeitaan parhaaksi katsomallaan tavalla. Verkkoyhteisöt tarjoavat tyypillisesti kanavan mielipiteiden vaihdolle, eri elämäntilanteiden vertaistuelle, pelikokemuksille ja pelikaveruudelle tai kuten Jacobs (2003) ilmaisee, oman henkilökohtaisen julkisuuden narsistiselle näyttämölle. Yhteisöt tarjoavat mahdollisuuden luoda kontakteja, säilyttää ne verkossa tai tuoda verkossa syntyneet ihmissuhteet verkon ulkopuolelle reaalielämään.

Verkon yhteisöllisyydessä on keskeistä ymmärtää internetin luonne viestintäkanavana ja henkilökohtaisen medialukutaidon sekä

mediakriittisyyden vahvistaminen verkkoa selailtaessa. Medialukutaito tarkoittaa median välittämän tiedon ja ajatusten oikeanlaista arviointia. Tästä näkökulmasta tarkastellaan mediaa ja tulkitaan kohdattuja mediavälitteisiä sanomia. (Varis; Salmenkivi & Nyman 2007, 44–46.)

Verkkoyhteisöllisyys poikkeaa perinteisestä yhteisöllisyyden määritelmästä joiltain osin. Wellman ja Gulia (1997) toteavat verkkoyhteisöllisyyden yksilölliseksi ja täysin itsenäiseksi kokemukseksi. Tämä tarkoittaa verkon vuorovaikutustilanteessa sitä, että henkilö kokee omaan luontaiseen mielikuviutusrikkauteen, tunneherkkyyteen tai päättelykykyynsä perustuen vastapuolen viestin hymiöt, ilmeet, eleet ja sanat omalla tavallaan pystymättä ottamaan huomioon täysin varmuudella viestin semantiikkaa ja taustalla olevia tunteita. Jäkälä ja Berki (2004) näkevätkin tärkeäksi osaksi verkon yhteisöllisyyden toimivuutta viestien selkeyden ja sisällön ymmärtämisen sekä viestien ja kontekstin oikean suhteen.

Verkkoyhteisöjen kehittymisen johdosta vuorovaikutus ihmisten välillä ei ole enää riippuvainen maantieteellisestä sijainnista, mutta tämä johtaa myös siihen, että viestintävälineet eristävät ihmisiä omiin lokeroihinsa (Jacobs, 2003). Merkittävä ero verkon yhteisöllisyydessä perinteiseen yhteisöllisyyteen on se, että vaikka kyseessä on parhaimmillaan jopa sadoista jäsenistä rakentunut yhteisö, verkkoyhteisössä ihminen on kuitenkin useimmiten aina fyysisesti yksin mieleensä rakentuneen yhdessä olemisen illuusion varassa kommunikoinnin tapahtuessa pääsääntöisesti aina tietokonevälitteisesti. Pahimmillaan verkon näennäinen yhteisöllisyys voi johtaa päinvastaiseen äärimmäiseen yksinäisyyteen ja oikean identiteetin eristäytymiseen ulkomaailmasta (Jacobs, 2003).

Verkkoyhteisöllisyyteen kuuluu merkittävänä osana teknologiavälittyneisyys, jolla tarkoitetaan sitä, että yhteisöllisyys muodostuu aina tekniikan tai ohjelmiston varaan, joista riippuvaisia yhteisön toiminta ja elinkaari lopulta

ovat (Chin & Chignell, 2006). Yleisesti ottaen verkon yhteisöt ovat herkkiä muodon muutoksille tai yhteisön kuihtumisille juuri välinesidonnaisuuden johdosta. Tämä on selkeä ero perinteiseen yhteisöön.

Perinteisen yhteisöllisyyden muodostuessa yhteisöllisyyden tunteesta, vuorovaikutuksesta ja muun muassa tiedon jakamisesta ja saamisesta, yhteisöllisyyden tunne verkossa on usein henkilökohtaista ja enemmänkin omasta sitoutumistasosta ja -halusta kiinni (Chin & Chignell, 2006). Luonnollisesti taso, jolla halutaan tietoisesti yhteisöllisyyttä kokea, on täysin yhteisön jäsenestä kiinni: jotkut kokevat yksityisen henkilön blogin lukemisen satunnaisena viihteenä riittäväksi, kun taas toisille blogit yhteisöllisenä vuorovaikutusvälineenä ovat tapa muodostaa reaalielämän kontakteja. Jokaisen henkilökohtaisesta intressistä riippuvaa on kuinka pitkälle haluaa viedä vuorovaikutuksen yhteisön jäsenien kanssa ja kuinka nopeasti. Aktiivisesta käyttäjäkunnan seuraamisesta ja oppimisesta voi olla seurauksena suhtautumisen muuttuminen, ja kuten Rheingold (1993) asian ilmaisi, viestintä tarpeeksi pitkään ja tarpeeksi vahvalla tunnetasolla luo yhteisöllisyyttä.

Viestintäteknologian uusimpia välineitä käyttämällä esimerkiksi maantieteellisen sijainnin perusteella muodostuneet yhteisöt voivat tiivistää toimintaansa vaivattomasti. Mäkinen (2006) käyttää tästä termiä *uusyhteisöllisyys*, joka käsitteenä pitää sisällään avoimuuden, informaation vaihdettavuuden, uuden teknologian käytön sekä globaalin viestintätrendin vaikutuksen yhteisön elämään. Uusyhteisöllisyydessä korostuu erityisesti tietoisuus, jonka tason taas määrittelee yhteisön mahdollisuudet menestyä muun muassa ympäröivässä taloudellisessa ja sosiaalisessa miljöössä. Mäkisen (2006) mukaan tietoyhteiskunnassa uusyhteisöllisyyden malli on tavoiteltava malli, joka johtaa hyvinvointiin ja menestykseen. Paikallisen yhteisön kaikkia toimintoja ei useinkaan onnistuta siirtämään kokonaisuudessaan verkkoon, eikä näitä täysin voida korvata verkkojulkaisemisen välineillä. Uudet viestintävälineet, kuten blogit, toimivat kuitenkin merkittävänä yhteisöjen

tukena ja tekevät paikalliset yhteisöjen toiminnasta lokaalisesti riippumattomampaa (Mäkinen, 2006).

4.5 Blogit yhteisöllisyyden tunteen luojana

Yhteisöllisyyden tunteen muodostumista verkkoyhteisöissä ovat aiemmissa tutkimuksissa käsitelleet muun muassa Horton ja Wohl (1956), McMillan ja Chavis (1986), Rheingold (1993), Blanchard (2004) sekä Efimova (2007). McMillanin ja Chavis (1986) määrittivät yhteisöllisyyden tunteen jäsenyyden ja yhteisöön kuulumisen tunteena, johon liittyy vahvasti tuen saaminen ja sen antamiseen liittyvät kokemukset. Rheingold (1993) käsittää McMillanin ja Chavisin (1986) ohella tärkeäksi yhteisöllisyyden tunteen vahvistajaksi yksilön vaikutus- ja tukikokemuksen yhteisön toiminnassa. Esimerkiksi Preece (2000) ja Rheingold (1993) pitävät keskeisenä yhteisöllisyyden tunteen muodostumisessa mahdollisuutta luoda tunnesiteitä muihin yhteisön jäseniin ja mahdollisuutta jakaa yhteistä historiaa muiden yhteisöön kuuluvien kesken.

Yhteisö voidaan käsittää sosiaalisena rakenteena, jossa käyttäytyminen ja vastuut yhteisön sisällä riippuvat jäsenen roolista yhteisössä. Markuksen (1994) mukaan osana yhteisöllisyyskokemusta ovat yhteisössä kunkin yhteisön jäsenen roolit, jotka niin ikään vahvistavat tehtävineen ja vastuineen tuntemusta yhteisöön kuulumisesta osana yhteisöä. Yhteisön asettamat normit tuottavat jäsenelle tunteen yhteisistä säännöistä ja toimintatavoista, jonka myötä myös yhteisön luonne ja hierarkiaa on havaittavissa. Kollock ja Smith (1996) käsittävät puolestaan yhteisöllisyyden tunteessa merkittäväksi tekijäksi jäsenyyden, määritellyt yhteisön rajat ja yhteisölle tunnusomaiset symbolit tai tunnukset.

Yhteisöllisyys voidaan nähdä myös yksipuolisena henkilön itsenäisenä kokemuksena. McMillan ja Chavis (1986) pitävät merkityksellisenä jo liittymisprosessin tuomaa kokemusta yhteisöllisyyden kannalta. Hyvinkin tunnepitoinen suhde voi syntyä esimerkiksi verkon sosiaalisissa palveluissa,

fiktiivisten sarjojen hahmoihin tai kuuluisuuksiin. Horton ja Wohl (1956) määrittelevät parasosiaalisen suhteen kuvitteelliseksi yksipuoliseksi ystävyudeksi katsojan ja mediapersoonan välillä. Horton ja Wohl (1956) näkevät parasosiaalisen suhteen myös illuusiona interpersonallisesta viestinnästä ja kasvokkaiskokemuksesta. Esimerkiksi Majava (2006) ja Jacobs (2003) käsittelevät blogeja julkisuutena sekä verkon ilmiönä, jotka yhdistävät kuvallisen tai tekstipohjaisen ilmaisun huomion tavoitteluun ja räikeään esiintymiseen verkossa. Jacobs (2003) pitää ilmiötä verkkoyhteisöön kuuluvana kulttuurisena narsismina, joka kuuluu osaltaan blogien luomaan itsetutkiskeluun, mutta myös yksipuoliseen verkkoyhteisöön kuulumisen tunnetta luovaan tirkistelevään ilmapiiriin.

Edellä esitettyjen yhteisöllisyyden tunnetta koskevien tutkimustulosten pohjalta tässä työssä voidaan konstruoida malli tekijöistä, jotka vaikuttavat yhteisöllisyyden tunteen muodostumiseen blogiyhteisöissä. Lisäksi edellisissä tekstikappaleissa mainittuihin tutkimuksiin yhteisöllisyydestä blogien muodostamissa verkkoyhteisöissä on liitetty Hortonin ja Wohlin (1956) määritelmä parasosiaalisesta suhteesta sekä Jacobsin (2003) ja Efimovan (2007) tutkimusten perusteella tehty määritelmä voyeristis-yksisuuntaisen yhteisöllisyyskokemuksen johdosta syntyvästä yhteisöllisyyden tunteesta blogeissa.

Yhteisöllisyyden tunne ja riippuvuus yhteisöön blogiympäristössä muodostuu seuraavien tekijöiden johdosta:

- **Palveluun rekisteröityminen.** Yhteisöllisyyden tunne muodostuu rekisteröidytessä ja liityttäessä blogiyhteisöön. Yhteisöön liittyminen ja sovelluksen käyttäminen eivät vaadi minkään tason yhteydenpitoa muihin yhteisön jäseniin rekisteröinnin jälkeen. Esimerkkinä bloggaaja, jonka blogia ei kukaan lue, kokee kuuluvansa bloggaavaan yhteisöön kirjoittaessaan omaa blogia.

- **Osallistuminen.** Ihmisellä on perustarve tulla huomioiduksi ja hyväksytyksi osana bloggaavaa yhteisöä vaikei kasvokkainkontaktia tapahdu. Yhteisöt toimivat turvapaikkoina, joissa yksilön oma identiteetti vahvistuu ja tuovat helpotusta tosielämän turvattomuuden ja epävarmuuden tunteille (Salmenkivi & Nyman 2007, 46).
- **Voyeuristis-yksisuuntainen-yhteisöllisyyskokemus.** Määritelmä tarkoittaa henkilön itsenäistä kokemusta yhteisöllisyydestä, joka syntyy muiden yhteisön jäsenten toimintaa passiivisesti seuraamalla. Voyeurismilla (engl. voyeur) tarkoitetaan tässä yhteydessä tirkistelyä tai seuraamista verkkopalveluiden yhteydessä. Yhteisöllisyyden ollessa tunne, yhteisöllisyyden yksipuolinen kokeminen ei välttämättä vaadi kuin yhdensuuntaista kontaktikokemusta ilman vastavuoroisuutta tai muiden yhteisön jäsenten hyväksyntää. Nykyajan voyeristinen viestintäkulttuuri rohkaisee kokeilemaan uusia tapoja tirkistelyyn ja mahdollistaa sekä itsensä monipuolisen ilmaisemisen että ihmisten monipuolisen seuraamisen verkossa. Tähän yhdistettynä verkon palveluiden käyttäjien toisinaan hyvinkin avoin ja välinpitämätön suhde verkkoon helpottavat tirkistelypainotteisen yhteisöllisyyskokemuksen syntymistä. Luonnollisesti voidaan kysyä, onko mahdollista blogin lukijan kokea yhteisöllisyyttä seuratessaan verkkoyhteisöä kommentoimatta sitä lainkaan? Ihminen voi kokea kuuluvansa joukkoon vaikka ei kommunikoi joukon kanssa lainkaan. Efimova (2007) määrittelee yhteisöön kuulumisen siten, että tirkistelijät tai väijyjät eivät ole osa yhteisöä, koska he eivät kommunikoi yhteisön kanssa, eikä virtuaalista yhteisöä voida määritellä äänettömien jäsenten mukaan. Blanchard (2004) huomauttaa, etteivät äänettömät jäsenet koe vastaavaa yhteisöllisyyskokemusta kuin aktiiviset osallistujat.
- **Parasosiaalinen suhde virtuaaliseen hahmoon.** Parasosiaalinen suhde tarkoittaa katselijoiden ja kuuntelijoiden affektiivista suhtautumista

mediassa esiintyvään persoonaan. Tarpeeksi pitkään jatkunut seuranta tuo väistämättä hyvinkin henkilökohtaisia piirteitä esiin kirjoittajasta, jolloin lukija oppii tuntemaan kirjoittajan paremmin kuin monet reaalielämän vuorovaikutuskumppaninsa. Esimerkiksi blogeissa kirjoittajan ja lukijan suhde voi muodostua hyvinkin intiimiksi, vaikkei toinen osapuoli sitä näin kokisikaan.

- **Tiedonvälityksellinen yhteisökokemus.** Yhteisöllisyyskokemus voidaan määritellä myös tiedonvälitykseen liittyvänä kokemuksena. Tämän näkemyksen mukaan yhteisössä nopeasti liikkuva tieto antaa verkkoyhteisöön kuuluvalle tietämyksellistä valtaa. Esiitetyn perusteella tiedon saaminen ja antaminen sitoo ihmisiä yhteisöihin, jo saadun hyödyn perusteella, mutta myös tiedon jakamisen tuoman aseman perusteella yhteisön sisällä. Tieto ja tiedonmäärä tuovat arvostusta verkossa siinä missä reaali maailmassakin ja on myös tapa tehdä itsestä kiinnostava muiden yhteisön jäsenten silmissä.

Edellä mainittujen tekijöiden ohella voidaan todeta, että yksilöllinen erottautuminen ja hyväksyntä omana erilaisena itsenään luovat yhteisöllisyyden tunteen ja myös riippuvuutta yhteisöä kohti. Tällöin hyväksyvä ympäristö ja tähän ympäristöön muodostunut yhteisö luo mielekkyyttä vuorovaikutukseen ja tekemiseen omana itsenään. Blanchardin (2004) mukaan viestien frekvenssillä on merkittävä osuus siihen miten yhteisöllisyyden tunne vahvistuu verkkoyhteisössä. Samaten viestin laatu on tärkeä sitova tekijä verkkoyhteisön jäsenillä. Blanchard (2004) toteaa, että mitä useammin ja mitä laadukkaampia viestejä jäsen tuottaa verkkoyhteisöön, sitä voimakkaammaksi tuntemus yhteisöllisyydestä kasvaa. Samalla laadukas viestintä lisää yhteisön vetovoimaa muiden jäsenien keskuudessa.

4.6 Identiteetti verkko yhteisössä

Nykyinen informaatioteknologian ohessa kehittyneet yhteisö- ja verkostopalvelut mahdollistavat oman identiteetin muokkaamisen sekä toisten ihmisten mielikuvien manipuloinnin oman profiilin avulla. Verkossa oman identiteetin ilmaiseminen ilmentää omaa läsnäoloa verkossa, jolloin se voi toimia esimerkiksi referenssinä työnhaussa, profiilina yhteisössä tai mielikuvitteellisena verkkopersonana muille. Verkkoon välittyvää kuvaa itsestä voi muokata omilla henkilökohtaisilla kotisivuilla, blogilla, luomalla sisältöä erilaisilla verkon kuva- ja sosiaalisyhteisöllisiin palveluihin tai personoidulla verkko-osoitteella. Mahdollisuuksia ja käyttötapoja on monia. Itsensä profilointi ja identiteetin muodostaminen liittyvät läheisesti erilaisiin sosiaalisen median palveluihin. Salmenkiven ja Nymanin (2007) mukaan sosiaalisille yhteisö- ja verkostoitumispalveluille on juuri ominaista:

- 1) mahdollisuus rakentaa oma profiili
- 2) mahdollisuus tarkastella muiden käyttäjien profiileja
- 3) mahdollisuus käyttäjien keskinäiseen viestintään

Jäkälän ja Berkin (2004) mukaan yksilön identiteetti koostuu persoonallisuudesta ja sosiaalisesta konstruktiosta, joka sisältää henkilön omakuvan, kuinka henkilö haluaisi muiden näkevän itsensä ja kuinka muut näkevät henkilön. Tietokonevälitteinen viestintä (*engl. computer mediated communication*) mahdollistaa oman identiteetin monipuolisen esiin tulemisen verkko yhteisöissä. Identiteetti verkossa on kehottomuuden ja tekstuaalisuuden vahvistaman ärsykeettömyyden aikaan saama mielikuva, johon liittyy sekä toivottuja, että ei-toivottuja piirteitä. Käyttämällä verkkoidentiteettiä, henkilö saa mahdollisuuden vapauttaa peittyneitä luonteenpiirteitä, jolloin vahvistunut verkkoidentiteetti voidaan joissain tapauksissa myös nähdä moniminäisyytenä (Jacobs, 2003; Wikiversity, 2008).

Verkkoidentiteetti on sekä uhka että mahdollisuus. Jacobsin (2003) mukaan virtuaalinen ja osallistuva toiminta verkossa samanaikaisesti julkisen identiteetin kanssa on haastava aktiviteetti, joka vaatii persoonallisen vahvuuden ja kehittyneen itseluottamuksen ohella luovaa persoonallisuutta. Toisaalta verkkoidentiteetin vahvistuminen ja itseluottamuksen kasvu verkossa voi nostaa esiin yksilössä narsistisia piirteitä, heikentää aikuisuuden realistista kokemista ja vähentää yksilön kypsää osallistumista (Wikiversity, 2008).

Yksilö voi kokea oman identiteettinsä ja ryhmäidentiteetin vahvistumista kuuluessaan tiiviisti verkkoyhteisöön. Ryhmäidentiteetti tarkoittaa ryhmän käsitystä itsestään muista eroavana kokonaisuutena. Yksilö kuulumisen ryhmään ei itsessään riitä ryhmäidentiteetin muodostumiseen ryhmän jäsenelle vaan yksilön on myös hyväksyttävä ryhmän jäsenyys itseään määrittävänä tekijänä (Nario-Redmond, Biernat, Eidelman & Palenske, 2004). Ryhmäidentiteetti on usein moniulotteinen kokonaisuus, johon kuuluvat yksilön oman ryhmämäärittelyn lisäksi ryhmään liitetyt kognitiiviset uskomukset, arvot ja affektiiviset merkitykset sekä ryhmään liittyvä käyttäytyminen (Ashmore, Deaux & McLauplin-Volpe, 2004).

Anonymiteetti on eräs nimettömyyden laji ja verkkoyhteisöjä kuvaava piirre. Anonymiteetti tarkoittaa nimettömyyttä tai nimettömänä esiintymistä. Thurlow (2006, 62) esittää anonymiteetin esiintymisen kolmena tyyppinä: täydellinen anonymiteetti, osittainen anonymiteetti tai tilanteen, jossa anonymiteettiä ei esiinny lainkaan. Täydellinen anonymiteetti toteutuu suhteellisen harvoin esimerkiksi tilanteessa, jossa viestintä on tapahtunut vahingossa väärän henkilön kanssa. Osittainen anonymiteetti tarkoittaa tilannetta, jossa henkilöstä tiedetään vain osittainen identiteetti esimerkiksi sähköpostin yhteydessä tai satunnaisen kanssakäymisen ohessa. Anonymiteettiä ei esiinny kasvokkaistilanteessa.

Jäkälän & Berkin (2004) mukaan anonymiteetin ohella muita yksilön identiteetin muotoja verkossa ovat muun muassa:

- **Pseudonymiteetti**, jolloin käyttäjä esiintyy väärällä nimellä ja jonain muuna kuin hän on. Pseudonymiteetti suojaa käyttäjänsä ja mahdollistaa mielikuvien hallinnan sekä suojaa käyttäjänsä.
- **Nonymiteetti** taas tarkoittaa esiintymistä täysin ilman nimeä ja ilman muiden tiedostamista käyttäjän läsnäolosta. Nonymiteetti toteutuu yhteisössä missä on mahdollista esiintyä esimerkiksi näkymättömänä tai vierailijana.
- **Eponymiteetti** käsittää käyttäjän esiintymisen verkkoyhteisössä omalla nimellään, jolloin viestijä viestii omana itsenään eikä suojaudu nimettömyyden tai aliaksen taakse.

Anonymiteetti tuo viestintään tasa-arvoa verrattuna kasvokkaisviestintään. Kasvottomuus edistää kommunikointia antaen henkilölle vapauden poiketa omasta identiteetistään. Identiteetin paljastava viestintä ymmärretään usein heijastumana lähettäjistä hyvine ja huonoine puolineen sisältäen vastaanottajan tietyn ennako-odotuksen tai näkemyksen viestiä kohtaan. Neutraali anonymiteetti antaa arvoa vain viestin sisällölle, eikä viestin lähettäjän identiteetti manipuloi vastaanottajan suhtautumista viestin sisältöön tai kommunikointiin lähettäjän kanssa. Anonymiteetti antaa ihmisille tilaa toteuttaa itseään eri rooleissa. (Jäkälä & Berki, 2004.)

Anonyymit verkkoyhteisöt ovat usein tekstipohjaiseen viestintään keskittyviä. Tämä johtuu perinteisten normien sitovuudesta ja nonverbaalisten viitteiden paljastavuudesta. Anonymiteetti verkkoyhteisöissä on tuonut tullessaan moniroolisuuden verkossa, joka tarkoittaa sitä, että yksittäisellä ihmisellä voi olla useita eri rooleja yhden tai useamman verkkoyhteisön sisällä (Jacobs, 2003). Sosiaalistava vaikutus vuorovaikutustilanteissa ja roolituksen tuoma rohkeus

ilmaista itseään ovat eräitä anonyymiteetin tuomista eduista verkossa. Tämän lisäksi anonyymien henkilön on mahdollista kattavammin hallita hänestä verkkoon välittyvää informaatiota. Tämä parantaa ihmisten verkkoa kohtaan kokemaa luottamusta. Epäluottamus, joka syntyy verkkoyhteisöissä esiintyvistä ”virtuaalisesta skitsofreniasta”, on eräs syy siihen miksi ihmiset eivät koe verkon yhteisöjen tuomaa vuorovaikutusta yhtäläiseksi reaali maailman vuorovaikutuksen kanssa. Toisaalta anonyymiteetin siekailematon käyttö lisää kauttaaltaan verkkoon kohdistuvaa epäluottamusta ja epävarmuutta etenkin vastuukysymysten ja toimintojen luotettavuuden suhteen (Jäkälä & Berki, 2004). Eräs anonyymiteetin väärinkäyttöön liittyvä uhka on identiteettipetos. Tällöin joku saa käsiinsä henkilökohtaista informaatiota toisesta ihmisestä ja esiintyy hänen identiteetillään verkossa. Vastavoimana anonyymiteetin haittapuolille verkossa toimivat julkisuus ja läpinäkyvät toimintatavat verkkoyhteisöissä.

Blogiyhteisö koostuu karkeasti ajatellen blogiyhteisön luonteelle ominaisista identiteetin muodoista riippuen käsiteltävästä aiheesta ja kohdejoukosta. Esimerkiksi ammatillinen blogi kertoo usein kirjoittajastaan selkeästi henkilötiedot kun taas päiväkirjamaiselle blogille elinehtona on anonyymiteetin säilyminen. Voidaan ajatella, että oikealla nimimerkillä kirjoittaminen on mahdollisesti merkki henkilön halusta luoda voimakkaammin koko identiteettiään ja blogi olisi tällöin selkeä jatke reaalielämälle. Oman identiteettinsä näkyvästi esiintuominen blogiyhteisössä myös vetää lukijoita enemmän puoleensa kuin satunnaiset anonyymit bloggaajat.

4.7 Blogiyhteisö

Blogien muodostaman yhteisö koostuu joko toisiinsa linkittyneestä blogijoukosta tai yksittäisen blogin ympärilleen muodostamasta yhteisöstä. Zhou ja Davis (2007) määrittelevät pelkistetyksi blogiyhteisön tiheästi verkottuneeksi yksilöllisten verkkosivujen joukoksi. Kappaleessa 2.3 esitetyn

blogiverkkojen rakenteen mukaisesti Zhou ja Davis (2007) näkevät blogiyhteisön napojen ja keskenään yhdistyvien solmujen joukkona, jossa linkitysten määrä yhteisön sisällä on suurempi kuin linkitykset yhteisön ulkopuolelle. Blogiyhteisö on sosiaalinen verkosto, joka muodostuu toisiinsa kytkeytyneistä yksittäisistä ihmisistä tai ryhmistä, jotka tuottavat tekstiä samanlaisista aiheista sekä ajoittain lukevat ja kommentoivat toisten vastaavanlaisten henkilöiden kirjoituksia (Zhou & Davis, 2007). Blogiyhteisössä on olennaista ymmärtää blogin luonne verkkomediana. Linin ym. (2006) mukaan blogiyhteisö poikkeaa muista verkon yhteisöllisistä palveluista esimerkiksi vaihtelevan dynamiikkansa, blogimerkintöjen aikaherkkyden, kontekstista riippuvan linkkien vaihtelevan semantiikan ja yhteisökeskeisyytensä johdosta. Linin ym. (2006) käsittelevät blogiyhteisöä vastavuoroisen tiedostamisen näkökulmasta. Vastavuoroinen tiedostaminen muodostuu bloggajien toiminnasta, joka johtaa tietoisuuteen bloggaajien olemassaolosta. Vastavuoroiseen tiedostamiseen liittyy blogiviestit, kommentointi ja linkitykset toisiin blogeihin.

Aiemmin esitettyjen hyperlinkitysmäärittelyjen mukaisesti blogien sosiaalisina siteinä toimivat hyperlinkitykset toisiin blogeihin. Kappaleen 2.2 esitetyn mukaisesti blogeissa esiintyviä hyperlinkitystyyppöjä ovat blogilistat, ikilinkit, kommentit ja jäljittävät linkit. Zhoun ja Davisin (2007) mukaan sosiaalinen side, joka yhdistää kaksi blogia, tunnustetaan hyperlinkityksestä blogien välillä. Näin ollen voidaan ajatella, että hyperlinkitysten määrä ilmaisee myös sosiaalisen siteen vahvuuden. Hyperlinkitykset kahden blogin välillä blogiyhteisössä ovat viestintää kahden henkilön välillä ja osoitus jonkin tason ihmissuhteesta. Verkkosivujen välillä esiintyvä yhteisöllisyys perustuu näille yhteyksille.

Efimova ym. (2005) esittävät blogien luoman verkkoyhteisön tunnistamiseksi yksittäisen henkilön kohdalla muun muassa seuraavat seikat:

- **Meemit** eli niin sanotut kulttuurigeenit. Meemit ovat ideoita, ajattelutapoja tai käyttäytymismalleja, joita emme ole itse keksineet, ja joita monistetaan sekä levitetään eteenpäin niiden ominaisuuksien takia. Blogeissa meemit ovat havaittavissa yhtenevänä informaationa liikuttaessa blogista toiseen.
- **Jatkuva lukeminen.** Blogin jatkuva lukeminen on tapa luoda suhde blogikirjoittajaan tai ylläpitää jo luotua suhdetta. Tätä voidaan tutkia analysoimalla esimerkiksi lukijakunnan verkko-osoitteita.
- **Linkitykset.** Linkitykset blogeissa osoittavat (esimerkiksi Herring, 2005) yhteyden kirjoittajien välillä.
- **Blogikeskustelut** syntyvät annettaessa blogimerkintään palautetta käyttämällä palautelomaketta tai vastataan toisessa blogikeskustelussa linkittäen keskustelun. Tätä voidaan pitää vahvana osoituksena yhteisöstä ja yhteisen tiedon jakamisesta.
- **Tapaamiset.** Maininnat kasvokkaistapaamisista tai online-tapaamisista, jotka yhdistävät bloggareita toisiinsa.
- **Yhteisöllisyyttä luovat tunnukset.** Tietyt tunnukset, ryhmätilat tai hakemistot voivat olla merkkejä kuulumisesta johonkin tiettyyn yhteisöön.

Efimovan ym. (2005) mukaan blogiyhteisöillä ei ole selkeitä rajoja, jaettua tilaa, jäsenyyttä. Yhteisöllisyyden tunnistaminen blogiverkossa on siis jo sinällään haastava tehtävä. Chinin ja Chignellin (2006) mukaan yhteisöllisyyden tunnistamiseen kehitettyjä erityisiä apuvälineitä ovat muun muassa sisältö- tai teksianalyysi blogikirjoitusten ja-vastauksien tutkimista varten. Edellä mainittujen lisäksi käyttäjien joukossa voidaan järjestää kyselytutkimuksia ja haastatteluja yhteisöllisyyden tunnusmerkkien havaitsemiseksi.

Kyselytutkimukset ovat kuitenkin osoittautuneet subjektiivisiksi ja virheherkiksi tutkimustavoiksi.

Rakenneanalyysi on lupaava vaihtoehto perinteiselle tavalle etsiä yhteisöllisyyttä blogiverkoista. Rakenneanalyysissä sosiaalinen verkko käsitetään monisolmuiseksi kokonaisuudeksi, jossa yksi solmu edustaa yhtä blogia. Analyysissä käytetään hyväksi blogien linkityksiä ja näiden avulla muodostetaan kuva verkon blogien suhteista sekä eri solmujen rooleista ja käyttäytymisestä blogiverkossa. Rakenneanalyysissä käytettäviä verkostanalyysityökaluja ovat esimerkiksi UCINET ja Agna. Työkaluilla voidaan visualisoida (katso liite 1.) verkon rakenne, solmujen suhteet ja tuottaa matemaattisia arvioita lähdeaineiston perusteella. Keskeisiä käsitteitä rakenneanalyysissä ovat solmun keskeisyys verkossa, solmun etäisyys keskustasta ja solmun kyky toimia välittäjänä muiden solmujen välillä. (Chin & Chignell, 2006.)

4.8 Yhteenveto

Luvussa viisi perinteinen yhteisö on määritelty sekä Tönniesin (Kunelius 1998, 11-15) sekä Lehtosen (1990) näkemysten pohjalta. Perinteinen yhteisö on Tönniesin kahtia jaetun määritelmän mukaan joko lokaalinen, kiinteään sosiaaliseen verkostoon jaettu, jossa yksilöt tuntevat toisensa, jakavat yhteisen historian ohella yhtenevät tavat, tottumukset ja uskomukset, tai urbaani kaupunkiyhteisö missä keskeistä ja ihmisten välisiä suhteita määrittävät muun muassa oma identiteetti, sopimukset ja vauraus. Lehtonen (1990) toteaa yhteisöjä hyvin kuvaaviksi käsitteiksi alueellisuuden, vuorovaikutteisuuden ja normatiivisuuden.

Verkkoyhteisön määritelmä perustui Rheingoldin (1993) ja Preecen (2003) määritelmille. Rheingold perustaa näkemyksensä laajalti siteerattuun riittävään sosiaaliseen kanssakäymiseen, joka synnyttää yhteisöllisyyden tunnetta verkossa. Preecen neljän kohdan pelkistetyn näkemyksen mukaan

verkkoyhteisö rakentuu ihmisistä, yhteisistä tarpeista, menettelytavoista ja säännöistä sekä tietoteknisistä järjestelmistä. Moilasen (2002) mukaan verkkoyhteisön muotoja ovat muun muassa suhde-, mielikuvitus-, tuote- ja harrasteyhteisöt. Usein yhteisöt jaetaan karkeasti reaali maailman ja virtuaalisiin yhteisöihin.

Verkkoyhteisöjen puolestapuhujat näkevät yhteisöt vapauttavina ja tasa-arvoa luovina, jotka mahdollisesti vahvistavat heikentyneitä yhteisöllisyyttä nyky-yhteiskunnassa. Verschueren (2005, 170) Kriittiset näkemysten mukaan verkkoyhteisöistä puuttuu todellisten yhteisön kaltaisia ominaisuuksia, kuten sitoutuminen, intiimiys ja yhteinen velvollisuus (Willson 1997, 154).

McMillanin ja Chavisin (1986) mukaan yhteisöllisyudentunne koostuu jäsenyyden tuomasta tunteesta, vaikutusmahdollisuudet yhteisössä, tarpeiden tyydyttämisen mahdollistavat olosuhteet ja tunnesiteet muihin yhteisön jäseniin. Verkon yhteisöllisyys poikkeaa jonkin verran perinteisestä yhteisöllisyydestä ja se mielletään usein täysin itsenäiseksi kokemukseksi. Verkkoyhteisöllisyyteen kuuluu olennaisena osana teknologia. Tämä heijastuu myös yhteisön elinkaareen ja säilyvyyteen.

Olennaisena osana verkkoyhteisöjä on identiteetin ja anonymiteetin käsitteet. Identiteetti verkossa ilmentää omaa läsnäoloa verkossa ja voi toimia henkilökohtaisena näyteikkunana tai mielikuvituksellisena verkkopersonana. Jäkälän ja Berkin (2004) mukaan yksilön identiteetti koostuu persoonallisuudesta ja sosiaalisesta konstruktiosta, joka sisältää henkilön omakuvan, kuinka henkilö haluaisi muiden näkevän itsensä ja kuinka muut näkevät henkilön. Verkon identiteetin muotoja ovat nimettömänä esiintyminen eli anonymiteetti, väärällä nimellä esiintyminen eli pseudonymiteetti, täysin ilman nimeä esiintyminen eli nonymiteetti ja eponymiteetti, jolloin esiinnyttään omalla nimellä verkkoyhteisössä. Identiteetti verkossa on sekä mahdollisuus

ihmiselle itsensä toteuttamiseen, mutta myös epäluottamusta herättävä ilmiö tiedon väärinkäyttöä koskevissa kysymyksissä.

Zhou ja Davis (2007) määrittelevät pelkistetysti blogiyhteisön tiheästi verkottuneeksi yksilöllisten verkkosivujen joukoksi, jossa hyperlinkitykset suuntautuvat pääasiassa blogiyhteisön sisälle kuin sieltä ulos. Kappaleessa 3.2 esitettyjen hyperlinkitysmäärittelyjen mukaisesti blogien sosiaalisina siteinä toimivat hyperlinkitykset toisiin blogeihin. Efimova (2007) esittää blogiyhteisön tunnusmerkeiksi yksittäisen henkilön kohdalla meemit, toistuva tiettyjen blogien lukeminen, hyperlinkitykset tiettyihin blogeihin tai blogiryhmiin, vastavuoroiset blogikeskustelut, yhteiset ryhmätunnukset ja reaalielämän tapaamiset. Yhteisöllisyyden tunnistamiseen voidaan käyttää esimerkiksi bloggajien keskuudessa suoritettavalla kyselytutkimuksella, tekstianalyysillä tai haluttuun algoritmiin perustuvalla rakenneanalyysillä.

5 BLOGI MEDIANA

Sosiaalisen median myötä yksisuuntaisen viestinnän tilalle verkossa on vähitellen tullut kaksisuuntainen, keskusteleva ja pitkälti vuorovaikutukseen pohjautuva ilmapiiri. Osana edellä lyhyesti kuvattua viestinnällistä muutosta ovat olleet blogit. Tässä luvussa käsitellään blogia viestintä- ja uutisointivälineenä sekä blogien suhdetta perinteiseen mediaan. Keskeisinä lähteinä toimivat muun muassa Rebecca Bloodin vuonna 2002 julkaistu kirja *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog* sekä Ari Heinosen ja David Domingon tutkimus *Weblogit: Journalismin liepeillä*.

5.1 Tee-se-itse-mediasta kansalaisjournalismiin

Blogit ovat osa tekniikan tukemaa julkaisemisen demokratisoitumista internetissä. Menneiltä vuosikymmeniltä tunnetaan vastaavanlaisia blogeihin verrattavia ilmiötä, joita jo tuolloin käsiteltiin termeillä vaihtoehtomedia tai kansalaismedia. Tällaisia ilmiöitä ovat olleet esimerkiksi 80-luvulla suurta suosiota saaneet musiikkiharrastajien toimittamat *fanzinet*, 90-luvun kaapelitelevisiion tee-se-itse-sisällöt, amatööriradiotoiminta ja lukuisat erimuotoiset omakustannejulkaisut. (Sirkkunen, 2007.)

Blogeille läheisiä julkaisumuotoja verkossa ovat kotisivut, verkkoyhteisöt sekä verkkojulkaisut. Tavallisista verkkosivuista blogit eroavat juuri siinä, että niiden kautta paitsi julkaistaan tietoa, myös vastaanotetaan sitä. Blogeilla on siis keskusteleva rooli verkkoviestinnässä (Majava, 2006). Domingon ja Heinosen (2006) mukaan blogien edeltäjinä toimineet verkkolehdet ja staattiset kotisivut olivat toteutukseltaan monimutkaisia ja kömpelöitä, joten niitä voidaan pitää enemmän perinteisen median kaltaisina kun taas blogit ovat aidosti verkkolähtöinen viestintätapa. Sirkkunen (2007) toteaa blogien eroavan edeltäjistään siinä, että ne käsittelevät juuri aikaa ja historiaa eri tavalla kuin aiemmin sosiaalisessa verkossa on tehty. Blogien sosiaalisessa verkossa voi

liikkua kronologisesti taaksepäin kuin myös horisontaalisesti linkkien avulla blogien ja muun verkon sisällön välillä. Blogien ajankohtaisuuden ohella tiedon varastointi tuo mukanaan historiaperspektiivin. Järjestelmällinen blogimerkintöjen tallentaminen mahdollistaa kulkemisen ajassa taaksepäin internetin tietovarastoissa. Voikin todeta, että blogit eivät ole vain tämän hetken media, vaan myös katsaus eiliseen.

5.1.1 Miksi halutaan tuottaa tietoa verkkoon?

Blogin perustaminen ei vaadi laajaa teknistä osaamista. Bloggaaja kykenee tuomaan blogissaan mielipiteensä ja ajatuksensa esiin haluamallaan tavalla vaikuttamalla niin sisältöön kuin ulkoasuun ilman suurempaa teknistä asiantuntemusta. Bloggaaminen ei edellytä erityistaitoja ja blogien perustaminen sekä käyttäminen helppous. Kaye (2007, 129) mainitseekin, että bloggaajia motivoi julkaisemisen helppous. Tekstin ja kuvien julkaiseminen tapahtuu verkon yli tarvittaessa vaikka matkapuhelimella eikä erillisiä ohjelmia tarvita.

Kayen (2007, 130) mukaan pitkälti ratkaisevaksi motivaatiotekijöiksi muodostuvat blogien kaksisuuntaisuus ja osallistumistason valinnan vapaus. Tämä pätee niin lukijoihin kuin tiedon tuottajiin. Kaye (2007, 134) jatkaa ja toteaa yleisesti yksittäisen henkilön motivaatiotekijöiksi:

- blogit ovat mielenkiintoisia, viihteellisiä, hauskoja ja jännittäviä
- blogit ovat paikka missä paeta todellisuutta
- blogit edustavat uutta kirjallisuuden tirkistelevää muotoa

Tavallisesti blogi voi palvella tarvetta purkautua ja toimia ajatuksien ja tunteiden purkamiskanava, paikkana missä "huutaa". Näin ihmiset kokevat saavansa äänensä kuuluviin blogin kautta, koska heillä on yleisöä, jotka pitävät kirjoituksia kiinnostavina. (Nardi ym., 2004.)

Nardi ym. (2004) näkevät yksittäisen henkilön bloggaamisen erääksi motivaatiotekijäksi oman elämän itsedokumentoinnin. Tällöin blogista tulee yhdistelmä päiväkirjaa, muistiota ja postituslistaa. Sen avulla informoidaan kirjoittajaan sidoksissa olevia ihmisiä oman elämän tai yhteisön tapahtumista omin sanoin ja juuri tietyille kohderyhmälle.

Tirapat ym. (2006) sekä Kaye (2007, 140) toteavat yhä useampien ihmisten löytävän uutisensa ja mielipidevaikuttajansa blogeista perinteisten medioiden (esimerkiksi sanomalehdet, televisio) sijaan. Tästä syystä blogien potentiaalinen vaikutusmahdollisuus yleiseen mielipiteeseen ja kulttuuriin on valtava. Ihmiset hakevat blogeista tietoa päätöstensä tueksi ja haluavat verrata omia näkemyksiään muiden mielipiteisiin, osallistua keskusteluun. Lisäksi blogeista halutaan hankkia vastakkaisia näkökulmia ja perusteita omille näkemyksille. Blogeista löytyy päivitettyinä pieneen uutiseen liittyen syvempiä analyysejä monen kirjoittajan tuoreella äänellä, joita ei välttämättä muista medioista ole saatavilla. Toisinaan blogeja luetaan toisten tiedonlähteiden objektiivisuuden ollessa kyseenalaista. Herring ym. (2004) ilmaisee blogien luovan muita perinteisiä vuorovaikutusmedioita täydentävän viestintäkanavan. Moni blogien lukija kokee saavansa blogeista tietoa kiinnostuksen kohteena olevasta asiasta pitemmällä aikajänteellä, ja tähän liittyen Kaye (2007, 129) esittää blogien viehätyksen olevan ehkä juuri siinä, että ne seuraavat tiettyä aihetta pidempään ja laajemmin kuin perinteinen media. Bar-Illan (2006) taas tiivistää, että asiantuntijablogit ovat erinomainen tiedonlähde: saman tiedon voi löytää muualta, mutta blogeissa tieto on valikoivasti tiivistynyt muista blogeista tai uutislähteistä kirjoittajien itse toimiessa suodattimina.

Eräs näkökulma yksilön motivaatioon blogata on informaation tuottaminen. Henkilö haluaa tuottaa ja jakaa tietoa itselleen tärkeistä asioista tai kokemuksista, tuoda esiin totuuden. Esimerkkinä tästä ovat yksittäisten amerikkalaisten sotilaiden ja Irakilaisten ylläpitämät sotablogit Irakin sodasta (Johnson ym., 2004). Johtuen tiedonkulun haasteista ja rajoituksista

sotatoimialueella, sotablogit saivat merkittävän roolin tiedonvälityksessä sotablogien ollessa jatkuvasti siteerauksen kohteena. Osa blogeista joutui sensuurin alle armeijan virallista kantaa vääristävien näkemysten tai operatiivisen turvallisuuden vaarantamisen vuoksi. Sotablogit saivat kuitenkin jalansijan tiedotusvälineissä.

Usein myös halutaan jakaa toisten tuotoksia oman verkkoprofiilin yhteydessä laajentaen kokonaiskuvaa aiheesta tai linkityksillä keräten tietoa omaan blogiin. Monet bloggaajat nimenomaan pitävät kirjoittamisesta ja nauttivat saadessaan kirjoituksille myös lukijakunnan palautetta. Sirkkunen (2007) katsoo vertaispalautteen merkityksen tärkeäksi motivaatiotekijäksi yhteisön sisällä, jolloin muilta saatu positiivinen palaute kannustaa. Blogin kirjoittamisesta voi tulla rituaali tai sen avulla yksinkertaisesti kulutetaan aikaa (Li, 2005). Joku voi kokea kirjoittamisen myös rentouttavaksi.

Sirkkunen (2007) korostaa merkittävänä motivaatiotekijänä olevan sosiaalisen pääoman kasvattamisen. Ihmissuhteita halutaan luoda blogien verkostoituneessa maailmassa. Sosiaalinen kontakti kirjoittajan ja lukijan ja toisaalta eri blogien välillä on tavoiteltua ja merkittävää ja luo sekä aihekohtaisia että blogikeskeisiä yhteisöjä. Samankaltaisesti ajatteleviin halutaan saada kontakteja, oli sitten kyse harrastuksista tai ammatillisesta osaamisesta. Kayen mukaan (2007, 130) bloggareit saattavat jopa tarkoituksella kärjistä kantaansa kirjoittamansa asian suhteen tunteakseen voimakkaammin kuuluvansa tiettyyn joukkoon.

Yhteisöllisiä motiiveja tarkastellessa nousee esille luonnollisesti informaation ja oman osaamisen jakaminen muiden verkonkäyttäjien kanssa. Saman yhteisön jäseniin suhtaudutaan luottavaisesti, jolloin omien tietojen ja taitojen jakaminen omassa yhteisössä tuntuu merkitykselliseltä (Sirkkunen, 2007). Läheisesti tähän liittyy verkon sosiaalisten sovellusten yhteisöissä tapahtuva vapaaehtoinen kehitys, jolloin kehittäjä sitoutuvat vahvasti yhteisöön useimmiten anonymiteetin alla.

5.1.2 Osallistuva media

Blood (2002) käyttää termiä osallistuva media (*engl. participating media*), jolla hän tarkoittaa tiedon korostamista ja linkittämistä eri uutismedioiden ja blogiverkon välillä. Tiedon linkityksellä tarkoitetaan tässä tapauksessa bloggareiden aktiivista tapaa osallistua tiedon välitykseen toistamalla raportoivan journalismin uutisointia. Termillä tehdään selkeä ero perinteisen raportoivaan tiedonvälitykseen ja tietoa linkittävien blogien välille molempien ollessa Bloodin (2002) mukaan omalla tavallaan molemmat merkittävässä asemassa verkon uutistarjonnassa.

Läheisesti Bloodin (2002) käyttämään termiin osallistuva media liittyy Sirkkusen (2007) käyttämä vertaismedian käsite. Vertaismedialla Sirkkunen (2007) tarkoittaa verkon sisältöjä, jotka syntyvät vapaaehtoisesti, tekijän omista tai yhteisön sopimista tarpeista. Sirkkunen (2007) toteaa eräiksi vertaismedian tunnusmerkeiksi vapaaehtoisuuden ja sen, etteivät henkilöt vertaismedian taustalla välttämättä saa korvaustaan suoranaisesti rahallisena vaan saatu hyöty perustuu muunlaiseen aineettomaan palkkioon. Vertaismedian muodoiksi Sirkkunen (2007) luettelee esimerkiksi blogit, blogiverkostot ja -klusterit (katso kappale 2.2) sekä muut avoimessa vertaisverkossa syntyvät ja jaettavat sisällöt. Sirkkunen (2007) toteaa kokonaisuudessaan blogeihin liittyvän vertaistuottamisen mullistavaksi tavaksi tuottaa sisältöä.

5.1.3 Kansalaisjournalismi

Kansalaisjournalismi ei ole käsitteenä erityisen uusi. Nimitys kansalaisjournalismi (*engl. civic journalism, public journalism*) on viimeisin nimitys käsitteelle, jota alkujaan sanottiin osallistuvaksi tai avoimeksi journalismiksi (Gilmorin, 2004). Usein kansalaisjournalismia on myös kutsuttu nimellä ruohonjuuritason journalismi. Kansalaisten journalismi eli niin sanottu kansanjournalismi (*engl. citizen journalism, public's journalism*) viittaa

kansalaisten itsensä luomaan epäammattillisiin tiedonvälitys- ja julkaisutoimintaan (Mäkinen, 2006). Tähän liittyy usein kiinteästi pieni yhteisö tai maantieteellinen kokonaisuus josta idea ja voimavarat toimintaan ovat lähteneet liikkeelle (Kavanaugh, 2006).

Lähemmin tarkasteltuna kansalaisjournalismi kytkeytyy ammattimaiseen suuntaukseen, jota ajoivat toimittajat, tutkijat ja kansalaisryhmät 80-luvun loppupuolella. Gilmorin (2004) mukaan kansalaisjournalismin ajatuksena on uudistaa tiedon välitystä pyrkimällä saamaan kansalaisten ääni kuuluviin ja näin tekemällä saada heidät tasavertaisemmiksi yhteiskunnan jäseniksi. Kansalaisjournalismi käsitetään useimmiten median muodoksi, joka sisältää kohtalaisen lukijakunnan osallistumisen. Kansalaisjournalismilla käsitteenä ei ole suoranaista yhteyttä journalismin tai tietyn kansalaisuuden kanssa.

Kansalaisjournalismi kääntää perinteisen median tuotantoprosessin päinvastaiseksi. Siinä missä perinteinen media käyttää journalisteja informaation ja uutisten esittämisessä, kansalaisjournalismissa toimittajan rooli voi olla kansalaisten äänen kuuluviin saattaminen ja ilmaisuun rohkaiseminen. (Andrews, 2003.) Glaser (2004) muotoilee asian puolestaan, että aiemmin toimittaja oli portinvartijan roolissa uutisoinnin suhteen, nykyisen kansalaismedian aikakaudella rooli on lähinnä paimenen rooli. Paimenta voisi tässä tapauksessa verrata editoriin, jonka läpi kansalaisreportterien tuottama aineisto päätyy verkon julkaisuihin. Aidosta journalismista kansalaisjournalismin erottaa juuri ei-ammattillinen reportterikunta.

Poikkeuksetta kansalaisjournalismi toimii parhaiten tiheästi asutuilla alueilla, joissa on suhteellisen hyvät tietoliikenneyhteydet (Kavanaugh ym., 2006). Tällöin kansalaisjournalismin muotona on hyvin usein verkossa ilmestyvä verkkolehti, jonka pääasiallisia tuottajina ovat paikalliset ihmiset. Kansalaisjournalismi syntyy tarpeesta ilmaista itseään ja tunteesta, että omaa

kanavaa paikalliselle itseilmaisulle ei ole käytössä tai kyseinen kanava on puutteellinen.

Esimerkkejä kansalaisjournalismin toteutumisesta on lukuisia ja näistä ehkä tunnetuin on eteläkorealainen verkkojulkaisu OhmyNews¹⁴. OhmyNewsin periaatteena on, että kuka tahansa verkkojulkaisun lukija voi tuottaa uutisen sivulle haluamastaan aiheesta muiden luettavaksi. Palvelun uutisoinnista noin 80 % tuottavat tavalliset kansalaiset raportoinneillaan. Vastaava Suomalainen Nopola News Kyyjärvellä on 1600 asukkaan kunnan oma verkkojulkaisu. Kunnan asukkaista 5 % toimii verkkojulkaisun reporttereina. Hintikan (2008) mukaan Nopola News on korvannut lähes täysin muut viestintäkanavat kunnan sisällä ja tuonut uudentyypistä yhteisöllisyyttä kuntaan.

5.2 Journalistisen bloggauksen määritelmiä

Papacharissin (2006) laaja tutkimus 260 blogista osoittaa suurimmalla osalla blogeista olevan enemmän yhteistä päiväkirjan kanssa kuin varsinaisen tiedottamisen. Suomalaista blogiyhteisöä kartoittava blogilista.fi-sivusto listaa Suomen suosituimmat blogit muun muassa kävijöiden ja tilaajien mukaisesti. Pikainen tarkastelu tästä joukosta kertoo, että yli 40 tästä 50 suosituimman blogin joukosta on viihdettä ilman informatiivista sisältöä tai lisäarvoa. Nopeasti pääteltyä blogien anti journalismille on hyvin vähäistä. Silti mielikuvaa blogeista kansalaisjournalismin pelastajana tai uutena muotona pidetään jatkuvasti yllä. Miksi?

Journalismiksi käsitetään toiminta, jonka tehtävänä on tuottaa ja varmentaa ajankohtaista informaatiota ja julkistaa se joukkoviestinten avulla esimerkiksi uutisten muodossa (Jyu, 2006). Journalismi edustaa suurta yleisöä toiminnassaan, jonka pyrkimys on olla itsenäistä ja omaan harkintaan

¹⁴ ks. <http://www.ohmynews.com>

perustuvaa. Joukkoviestintä on säännöllistä, yleisesti kiinnostavaa, kaikkien saatavissa olevaa ja julkista. Joukkoviestintä nähdään myös institutionaalisenä, epäsuorana ja usein yksipuolisena viestintänä (Jyu, 2006). Perinteisiä joukkoviestimiä ovat painetut aikakauslehdet ja sanomalehdet sekä sähköiset viestimet kuten radio ja televisio.

Uusmedialla puolestaan käsitetään 1990-luvulla tietoyhteiskunnan kehityksen myötä syntyneitä vuorovaikutteista, verkkoon tuotettua tai verkossa olevaa digitaalista mediaa, joka joko tukee perinteistä mediaa tai on täysin itsenäinen ja internetpohjainen. Uusmedian piiriin kuuluvat verkkosivut, verkkopalvelut, mobiilipalvelut ja multimedia. (Pohto & Wiren, 2001.)

Blogeilla on lukuisia eri käyttömuotoja päiväkirjasta ryhmätyövälineeksi. Näistä useimmat liittyvät henkilökohtaiseen tiedon tuottamiseen aihealueista, joilla ei sinänsä ole informatiivisesti suurempaa merkitystä. Bloodin (2002) mukaan journalistiset blogityypit voidaan määritellä seuraavanlaisesti:

- **Ammattijournalistien kirjoittamat blogit.** Bloodin (2002) mukaan perinteikkäiden uutisia toimittavien organisaatioiden blogit voidaan mieltää journalismiksi mikäli ne ylläpitävät samoja perusperiaatteita kuin koko organisaatio. Perinteisen median julkaisemat blogit toimivat kanavana toimittajille esittää asian tiimoilta henkilökohtaisia näkemyksiä. Pääasiallisesti yhteistyö pääjulkaisun kanssa toimii saumattomasti. Kuitenkin yksityishenkilöiden ja mediainstituutioiden lisukeblogit voivat olla ongelmallisesti yhteensovitettavissa eri perusperiaatteiden ja journalististen sääntöjen puolesta.
- **Alan asiantuntijoiden kirjoittamat blogit.** Asiantuntijan ylläpitämä blogi on tarkka, tietokylläinen ja voi antaa hyvinkin yksityiskohtaista tietoa asiasta asianosaajille. Toisaalta riippumattoman kirjoittajan tai toimittajan blogi tuotteesta tai kaupanalasta on riippumaton, reilu kilpailevia yrityksiä kohtaan ja laajan yleisön ymmärrettävissä

- **Yksityisten ihmisten kirjoittamat tapahtumablogit.** Ongelmallisin blogiryhmä Bloodin (2002) mukaan on yksityisen ihmisen kirjoittama silminnäkijäkertomus ja sen luokittelu journalismiksi. Riippuuko se tapahtumasta? Kirjoittajan ammatillisesta kyvystä tuottaa tekstiä vai siitä, että kukaan toinen henkilö ei ole raportoimassa tapahtunutta?
- **Blogit, jotka linkittyvät tuoreimpiin uutisiin.** Bloggarin toiminta on samantyylistä kuin uutistoimituksen toiminta: materiaalia linkittävää, uusimpia uutisia tai henkilöä kiinnostavia uutisia kommentoivaa kuitenkin rajoituksena se, ettei bloggari voi vaikuttaa siihen mitä uutisia raportoidaan linkitettävissä lähteissä.

Keskeiseksi puhuttaessa blogista journalismina Bloodin (2002) mukaan muodostuukin kysymys, minkälaisia blogeja voidaan pitää journalismina. Toimittajien kirjoittamat blogit eivät kuitenkaan automaattisesti ole vartenotettavaa informaation tuottamista vaan tähän pätee myös journalismin standardit ja periaatteet. Eräs Bloodin (2002) mainitsemista kriteereistä journalistisen standardien toteutumiseksi on editointiprosessi. Toisaalta tämä taas sotii sitä vapautta vastaan, jota toimittajat haluavat blogeista editoimattomana uutisvälineenä. Gallo (2004) mukaan eräs kriittinen näkökulma on myös se, miten perinteisen median sponsoroiman blogiympäristö vaikuttaa bloggauksen autonomisuuteen ja joutuuko bloggaus erilaisten kontrollimekanismien tai editointiprosessin alaiseksi.

Vaikka lähes kaikki blogien kirjoittajat osallistuvat omalla tavallaan yhteiskunnalliseen keskusteluun, useimmat blogit eivät pyri saamaan tiedottamisroolia perinteisessä merkityksessä. Yleisesti ottaen yhteiskunnalliseksi keskusteluksi mielletään koskemaan kaikki mitä yhteiskunnassa tapahtuu ja miten ihmiset sen arkipäivässä kokevat. Wall (2005) esittää blogit uutena journalismin lajityyppinä, jossa korostuvat yhteiskunnallisen keskustelun ohessa henkilökohtaiset kokemukset ja

valtavirran uutismedioista poikkeava riippumaton kerrontatapa. Olennainen uskottavuuden edellytys on juuri henkilökohtainen näkökulma ja omaan kokemuspohjaan perustuva persoonallinen esitystapa. Tähän liittyvän Domingo ja Heinonen (2007) tarjoavat jaotteluperusteen journalismin ja blogikulttuurin suhteesta. Jaottelu selventää bloggauksen lajityyppejä journalismin kannalta.

- **Kansalaisblogit:** kirjoittajina toimivat medioista riippumattomat ihmiset. Nämä blogit voidaan tapauskohtaisesti arvioida joko journalismiksi tai kriittiseksi ajankuvan tarkasteluksi. Blogin kirjoittaja mieltää itsensä median kommentoijana, tiettyyn aihepiiriin erikoistuneena kirjoittajana, amatöörireportterina satunnaisissa henkilökohtaisesti todistamissaan tilanteissa tai vähälle huomiolle jääneiden näkökulmien alleviivaajana. Tietyn aihepiirin kirjoittajat voivat olla tietyn alan asiantuntijoita tai ajattelijoina, jotka seuraavat kehitystä ja esittävät siitä näkökulmia. Toisaalta esimerkiksi 40100.net antaa hyvän kuvan siitä millaista voi olla tietyn aihepiirin amatöörikirjoittajien uutisointi paikallisessa blogissa. Yhteisöblogi 40100.net käsittelee Jyväskylän alueen, etenkin keskustan alueen ihmisten elämää ja asioita arkipäivän näkökulmasta. Blogi sisältää raportteja, kommentteja ja tarinoita keskusta-alueen elinpiiristä tarjoten lukijoilleen mikrotason julkisen keskustelutilan, jossa on vain heitä koskevia relevantteja uutiskynnyksen ylittäneitä ja ylittämättömiä tarinoita.
- **Yleisöblogit** tarkoittavat tässä yhteydessä eri mediatalojen tarjoamia ilmaisia blogialustoja asiakkailleen. Yleisöblogit ovat osa tuotetta ja niiden osallinen tarkoitus on tehostaa merkkiuskollisuutta ja merkkiin liittyvää luottamusta. Yleisöblogien tarkoitus on luoda yhteisöllisyyttä tietyn kuluttajaryhmän keskuudessa luomalla heille mahdollisuus vuorovaikutukseen ammattijournalistien ja muiden kuluttajien kesken.

- **Journalistiblogit** ovat ammattitoimittajien tai kirjoittajien julkaisemia blogeja, jotka julkaistaan usein päivänvalon kestävässä ja vertailukelpoisten medioiden verkkopalveluissa. Blogeissa ammattitoimittajat saavat enemmän vapauksia käsitellä aiheita ilman editointia ja näkökulmista mikä ei virallisessa, kaupallisessa julkaisussa nouse keskeisesti esiin. Journalistiblogit tarjoavat laajemman vapauden tuoda esiin riippumattoman mielipiteen tai tulkinnan aiheesta.
- **Mediablogit** eli teemablogit, mielipideblogit ja keskustelublogit ovat osa yrityksen kontrolloimaa sisällöntarjontaa verkossa. Blogit ovat tällöin osa uutissivuston näkyvää tarjontaa ollen ulkoasullisesti yhteensopivia muun kokonaisuuden kanssa. Sisällönvalvonta ei yleensä ole mediablogeissa yhtä tiukkaa kuin varsinaisessa uutismateriaalissa, mutta läpipääsevät blogimerkinnät ovat kuitenkin esitarkastettu, eikä mediablogeissa ole useimmiten yleistä kommentointimahdollisuutta. Domingo ja Heinonen (2007) näkevät mediablogeissa kolme eri alaluokkaa: erikoistapahtumia käsittelevät blogit, jotka syntyvät ja kuolevat tapahtuman mukaisesti; mielipidekolumnit ja uutisten kommentointiin keskittyvät blogit. Mediablogi tarjoaa varsinaisen uutissivuston keskeiselle sisällölle epävirallisen lisän, jossa on luovuttu osittain perinteisen uutisoinnin jäykkyydestä. Mediablogilla annetaan tilaa epäviralliselle tiedolle, huhuille ja spekuloinneille virallisen tiedon ohessa.

Edellä kuvatun perusteella kuva 5. havainnollistaa Domingon ja Heinosen (2007) mukaista blogimaailman jakautumista. Heidän mukaansa julkisen viestinnän kenttään kuuluvat kansalaisblogit ja yleisöblogi, ja suurten mediainstituutioiden ja lehtitalojen muodostamaan valtamedian kenttään puolestaan kuuluvat journalistien blogit sekä mediablogit.



Kuva 5: Journalististen blogien typologia.

Päinvastoin kuin Blood (2002), Domingo ja Heinonen (2007) eivät näe mielekkääksi jaottelua journalistisen blogin ja ei-journalistisen blogin välille. Heidän mukaansa blogien varsinainen merkitys on perinteisen ja laitostuneen median haastajana. Blogit muovaavat median toimintatapoja ja tarjoavat varteenotettavan vaihtoehdon tiedonlähteeksi, joka on perinteisesti etäällä yleisöstään. Lisäksi blogit ovat tuoneet tasa-arvon ilmapiiriin julkaisemisen. (Domingo & Heinonen, 2007.)

Paparachissi (2006) pitää blogeja vaihtoehtoisena muotona journalismille verkossa. Blogit eivät välttämättä ole yhtä kattavia uutistarjonnassaan kuin tarkoitusta varten toimivat uutissivustot, mutta ne mahdollistavat personoidun tavan uutisoinnille ja keskustelulle uutisista kiinnostuneiden ihmisten kesken. Gallo (2004) tiivistää, että keskustelut vertaisryhmään avoimen tiedonkulun ilmapiirissä johtavat väistämättä verkkomedian läpinäkyvyyteen ja vuorovaikutus muiden lukijoiden kanssa tapahtuu välittömästi sitä haluttaessa. Tätä blogien jo vakiintunutta asemaa läpinäkyvänä kanavana käyttävät hyväkseen myös valtamedian tiedotusvälineet seuraamalla aktiivisesti keskustelualueita sekä viittaamalla säännöllisesti kiinnostaviin blogikeskusteluihin omilla verkkosivuillaan (Andrews, 2003). Nykyisin

blogiviittauksia käytetään aktiivisesti jopa New York Timesin paperiversiossa sille varatussa osiossaan.

5.3 Blogien ja perinteisen median suhde

Puhuttaessa internetin vaikutuksesta ja suhteesta perinteisiin tiedotusvälineisiin, blogien merkitys korostuu osana informatiivista uusmediaa. Yleisesti ottaen Mathesonin (2005) mukaan tätä keskustelua hallitsee näkökulma siitä, että blogit haastavat kaupallisen tiedonvälityksen verkossa sekä perinteisen median totutun rakenteen ja toimintamekanismit. Blogit ovat journalististen sääntöjen ja normien ulkopuolella eräänlaisena kontrolloimattomana tiedon lähteenä (esimerkiksi Sirkkunen, 2007; Domingo & Heinonen, 2008). Mathesonin (2005) mukaan blogit ymmärretään erityisesti demokraattisen mielipidevapauden alueena verkottuneessa nyky-yhteiskunnassa. Vastapainoksi Matheson (2005) osoittaa myös kielteisen näkökulman, jonka ylläpitäjänä toimivat lähes aina tiedotusvälineet perinteisessä muodossa. Tämän mukaan blogit ovat objektiivisen tiedon välittymiselle haitaksi tai jopa vaaraksi. Taustalla on ajatus, joka katsoo, että blogin ylläpitäjällä tai kirjoittajalla ei ole velvollisuutta tarkistaa lähteitään. Näin ollen tiedotusvälineitä säätelevien lakipykäliden lisäksi journalistinen etiikka ja alalla yleisesti hyväksytyt käytännöt eivät koske yksityishenkilön pitämiä blogeja (Blood, 2002). Tällöin disinformaation määrä voi olla merkittävä.

Pitkälti blogien ja perinteisen median suhde riippuu kulttuurisidonnaisesti siitä miten läpinäkyvää ja totuudenmukaista valtamedioiden uutisointi on. Kulttuurisidonnaisuus kuvaa myös blogia lajityyppinä, koska usein tiedottamiseen liittyy eri kulttuureissa eri tekemisen tapa ja tällä taas on suora yhteys blogien välittämän relevantin informaation ja blogeja lukevien ihmisten määrään (Sirkkunen, 2007). Suomessa blogien osuus ihmisten päivittäisessä uutisvirrassa ei liene kovinkaan suuri, kun taas esimerkiksi maissa, joissa

valtamedian omistus on keskittynyt tai poliittinen tilanne vaikeuttaa median toimintaa, blogien vaihtoehtoisuus on selkeästi havaittu. Kun valtamedian tuottama tieto on vääristynyttä tai vähäistä, ihmiset hakevat puolueetonta tietoa valtamedian ulkopuolelle syntyneistä riippumattomista informaatiolähteistä. Blogikulttuurin laajuudesta ja informaatiomäärältään varteenotettavien blogien määrästä voi päätellä esimerkiksi tietyn kielialueen valtamedian uskottavuutta. Ihmiset kokevat yksittäisen riippumattoman tiedontuottajan uskottavammaksi kuin värittyneen median, oli se sitten perinteistä tai ei. Bergerin (2005) mukaan eri maissa vaihteleva blogien suosion yleistymisen johtuu kunkin maan journalistisen kulttuurin objektiivisuudesta ja puolueettomuudesta. Esimerkiksi Yhdysvaltain median kapea-alaiset poliittiset painotukset jättävät Bergerin (2005) mukaan runsaasti tilaa poliittiselle bloggaukselle päinvastoin kuin Britanniassa missä perinteinen lehdistö käsittelee politiikkaa varsin läpinäkyvästi.

Perinteinen sanomalehtimäinen uutisointi on totutusti puettu tiettyyn muotoon ilman puhekielisiä ilmaisuja tai lyhenteitä. Tekijöinä ovat koulutetut ja kokeneet kirjoittajat, joiden taustalta löytyvät usein vielä toimittajat, oikolukijat ja päätoimittaja varmistamassa tekstin kieliasun ja sanaston liittymisen kontekstiin ennen lopulliseen julkaisuun päätymistä (Osman ym., 2007). Bloggauksesta puuttuu hyvin pitkälti edellä mainittu moniportainen journalistisen menettelyn jopa byrokraattinen kankeus, jossa pyritään varmistamaan, ettei mitään harkitsematonta pääse julkisuuteen, ja jossa on aina joku joka kantaa vastuun. Useimmissa blogeissa kirjoittajalla on huomattava valta sisällön suhteen, eikä tekstin sensuroinnista vastaa kuin kirjoittaja itse. Yhteiskunnan säädetyt lait ja määräykset pätevät myös blogeihin, mutta sisällön valvonta on vaikeaa, jollei mahdotonta.

Verrattuna valtamediaan blogit ovat tyyllilajiltaan usein epämuodollisia ja epävirallisia. Poikkeuksena tähän ovat esimerkiksi poliittiset blogit, joiden kieli ja ulkoasu ovat korrektia. Papachrissin (2006) tutkimus osoittaa, että sarkasmin

ja ironian olevan tyypillisiä huumorinlajeja blogikirjoituksissa. Humoristiset ilmaisut, itseironinen asenne ja joskus jopa pureva kiroilu kuuluvat osaksi blogeissa käytettävää kieltä ja informaalia luonnetta. Huumori mielletään usein merkiksi epävirallisuudesta. Hämmentävän usein bloggarit tyrnävätkin kielellisillä keinoilla perinteisen tahdikkuuden vaikeimmissakin aiheissa. Bar-Illan (2004) näkee blogimerkinnät hyvin monimuotoisina: blogimerkinnät voivat olla linkkejä verkkosivuille tai esseitä, jotka eivät sisällä lainkaan linkityksiä. Tällöin merkintöjen luonne voi olla myös täysin informatiivinen, tulevaisuutta silmällä pitävä, kuten esimerkiksi oppilaitoksen uutisblogissa. Blogimerkinnät voivat olla luonteeltaan monologeja, jotka ovat läheisesti liitoksissa kirjoittajan elämään, asiantuntemukseen tai harrastukseen, ja jotka ovat tarkoitettu vain luettavaksi. Merkintä voi olla myös enemmän interaktiivinen, keskustelua herättävä, jopa kysyvä tai tarkoitushakuisen provokatiivinen. Hyperlinkitykset osana blogin sisältöä mahdollistavat monimutkaisten kokonaisuuksien koostamisen ja viittauksen mihin tahansa verkon sisältöön. Bloodin (2002) mukaan linkitykset tuovat medialle tärkeän läpinäkyvyyden, joka on mahdotonta esimerkiksi sanomalehdille.

Tiedonvälityksen nykyinen trendi tutkivasta uutisoinnista enemmän kommentoivaan raportointiin tekee blogipainotteisen uutisoinnin tasavertaiseksi valtavirran uutisisällön kanssa (Jacobs 2007,11). Useat blogit kommentoivat uutisia ajoittain ja varsinkin silloin kun blogin kirjoittaja koee uutisen itselleen tärkeäksi. Toisin kuin perinteiset ajoittain päivittyvät verkkosivut, blogimerkintöjen päivitystiheys voi olla useammin kuin kerran päivässä. Nardin ym. (2004) tutkimusjoukossa bloggaajien uusien merkintöjen ilmestymistiheys vaihteli useasta merkinnästä päivässä pariin merkintään kuukaudessa. Bar-Illanin (2004) osoittaa päivitystiheyden keskiarvo olevan 3-4 kertaa kuukaudessa. Tiheyteen vaikuttavat luonnollisesti blogin ylläpitäjän aktiivisuus ja idearikkaus.

Merkintätiheyden voivat myös vaikuttaa muun muassa blogin loppuun palaminen (*engl. blog burnout*), jolloin bloggaaja lopettaa joksikin aikaa merkintöjen kirjoittamisen, rajoitetun anonyymiyden tunteen häviäminen kirjoittajalta blogin koskettaessa ”arkoja” aiheita tai kuten Tirapat ym. (2006) toteavat blogimerkintöjen määrän hetkellisen kasvun ja yleisesti koskettavien uutisten välillä olevan selvän syy-yhteyden. Gurzick ja Lutters (2006) arvioivat blogin kuoleman taas liittyvän usein kiinnostuksen, ajanpuutteeseen tai motivaatiotekijän sammumiseen. Heidän mukaansa hyvin usein taustalla on myös juuri monelle kirjoittajalle elintärkeän anonyymiteetin katoaminen, jolloin kirjoittaja tunnistetaan tekstistään.

Kriittisiä huomioita blogeja kohtaan esittää muun muassa Wall (2005), jonka mukaan blogimaailman huomio keskittyy yleensä seuratuimmille bloggaajille. Nämä niin kutsutut A-listan blogit ovat linkitetyimpiä blogeja hierarkian yläpäässä blogien verkostossa. Blogimaailman voidaan sanoa jakautuvan myös mielipidejohtajiin tai-vaikuttajiin. Tähän voidaan liittää niin sanottu viestinnän kaksivaihehypoteesi, joka tarkoittaa sitä, että mielipiteet virtaavat mediasta ensin mielipidejohtajille ja nämä sitten levittävät mielipiteitään epävirallisia reittejä pitkin vähemmän aktiivisille ihmisille (esimerkiksi Lind, 1987; Kavanaugh, 2006). Majavan (2006) mukaan teoriaa voidaan soveltaa helposti blogimaailman verkostoituneeseen rakenteeseen, jossa vanhimmat ja kumuloituneesta linkityksestä eniten hyötyneet blogit keräävät myös suurimman lukijakunnan ja näin ollen saavuttavat mielipidevaikuttajan aseman. Majava (2006) toteaa A-listan blogien toimivan enemmän yhdensuuntaisina julkaisukanavina kuin vastavuoroisina keskustelua tukevana blogeina linkityksineen. Esimerkkinä tästä ovat poliittiset blogit, joiden eräänä ominaispiirteenä on yhdensuuntaisuus. Singerin (2005) mukaan poliittisten blogien journalistit toimivatkin usein eräänlaisina portinvartijoina käyden vähän tai lainkaan keskustelua yleisön kanssa. Poliittisten blogien linkitykset ovat varsin usein suunnattu blogia tukevaan aineistoon.

Lisää kriittistä ajattelua jatkaa Haas (2005), joka monen muun tutkijan ohella arvioi blogien toimintatavat pitkälti perinteisen median kaltaisiksi. Mielipidejohtajuus nivoutuu tiukasti luetuimpien blogien kirjoittajien teksteihin ja aiheet ovat pitkälti peräisin päivälehdistä tai televisiosta ja niitä tyydytään vain kommentoimaan kriittiseen sävyyn (Haas, 2005). Haas esittääkin mielenkiintoisen näkemyksen siitä, että blogit enemmän vahvistaisivat valtamedian asemaa kierrättämällä uutisia kuin tarjoamalla varteenotettavaa vaihtoehtoa tai kilpailijaa. Blogeilla ei näin ollen Haasin mukaan olisi erityistä merkitystä verkon mediakentässä.

5.4 Blogien merkitys tiedonvälityksessä

Perinteisen median ongelmia on ollut jo pitkään yksisuuntaisuus, joka ei anna lukijalle juurikaan mahdollisuuksia vaikuttaa aktiivisesti mielipiteillään. Yksisuuntaisuus merkitsee vuorovaikutuksen puuttumista lähes täysin tai kokonaan median ja yksilön väliltä. Tällöin informaatio kulkee vain tuottajalta kuluttajalle, ei päinvastoin. Valtamedian ohessa blogien verkosto voi toimia kaksisuuntaisena kritiikin, korjausten tai julkisen palautteen lähteenä. (Sirkkunen, 2007; Domingo & Heinonen, 2007; Majava, 2006.) Aktiiviset kirjoittajat voivat täydentää uutistarjontaa erityisesti paikallisten asioiden suhteen tai nostaa julkisuuteen valtamedian ohittamia aiheita. Jacobs (2007) käyttää termiä mikrouutisointi, jolla viitataan juuri osallistuvan journalismiin muotoon paikallisella tasolla.

Blogiviestinnän nopeus on moninkertainen perinteiseen uutismenettelyyn nähden (Bruns 2006, 2-8). Usein tähän liittyy keskeisesti moderni digitaalinen ja langaton viestintäteknologia. Bloggareiden välittämä materiaali on usein editoimatonta ensikäden tietoa tapahtumasta. Tämä muodostaa myös historiallisesti merkittävän tietolähteen, koska modernit kännykkäkamerat ovat ensimmäisinä läsnä tapahtumapaikalla taltioimassa tapahtumia (Andrews, 2003).

Domingon ja Heinosen (2007) mukaan blogien merkitys uutisoinnissa on erityisesti perinteisen ammatillisen median ja sen toimintatapojen haastajana. Blogit tarjoavat niin kilpailevaa kuin täydentävääkin tietoa valtaviiran uutiskanavien ohessa. Singerin (2005) mukaan uutisblogien suosion lisääntyminen liittyy tiiviisti siihen, että uutisia lukeva yleisö haluaa laajentaa perspektiiviä saatavilla olevien uutisten suhteen. Samalla kun perinteinen media jää suhteellisen etäälle yleisöstään, blogit pääsevät kuvaamaan asioita ruohonjuuritasolta ja tuovat kirjoittajalle kasvot perinteisen median ollessa neutraaliudessaan varsin etäistä lukijalle.

Usein, tai jopa aina, blogin aihe on esitetty subjektiivisesti, eikä subjektiivista piirrettä yritetä edes peitellä, mieluumminkin korostaen henkilökohtaista näkemystä asiasta. Totutun ja perinteisen tiedottamisen neutraali esitystapa ei tuo lukijalle mielikuvaa kertojasta kun taas blogien korostunut subjektiivisuus luo tuon mielikuvan jopa liioitellen. Tällöin lukija saa sen kuvan, että blogin kirjoittaja seisoo sanojensa takana omana itsenään. Tiedonvälitystä ajatellessa blogien subjektiivisuus luo selkeän ongelman puolueettomuuden kannalta. On selvää, että minkään tahon on vaikeaa olla täysin puolueeton tulkinnoissaan, mutta blogeissa nimenomaan puolueettomuutta edistävää on kirjoittajan oman subjektiivisuuden ja omien taustojen esille tuominen. Tällöin lukijan on mahdollista tulkita tekstiä laajemmassa kontekstissa ja ymmärtää paremmin kirjoittajan tekstin tarkoitus. Korostuneen henkilökohtaisesta näkökulmasta blogimaailmassa on seurannut muun muassa se, että yleisö ja journalistit kohtaavat aikaisempaa tasavertaisemmassa ja keskusteleavammissa ilmapiirissä.

Sirkkunen (2007) näkee verkon kansalaismedian uhkakuvana esimerkiksi perinteisen tiedonvälityksen aseman heikentymisen jokapäiväisen keskustelun luojana ja perustellusti oikean tiedon levittäjänä. Sirkkusen (2007) mukaan myös verkon yhteisöjen kasvaminen on uhka. Hän toteaa verkkoyhteisöjen muodostuvan helposti samanmielisten kokoontumispaikoiksi, jotka myös

vääristävät välitettävää tietoa ja lisäävät ennakkoluuloja sekä ristiriitoja yhteisön ulkopuolista maailmaa kohtaan.

On myös esitetty mielipiteitä, että blogit ovat enemmän nykykulttuurin narsistisuutta kuin seurausta tiedotusvälineiden demokratisoitumisesta. Jacobs (2003) toteaa blogien kiinnostavuuden perustuvan enemmänkin tai yksinomaan henkilöhahmoihin tai toisen yksityisyyden seuraamiseen. Blogeissa kirjoittaja kirjoittaa itsensä osaksi tekstiä hyvin vahvasti, ja usein jopa nimenomaan pelkästään itsestään, ajatuksistaan ja itsenäisyydestään. Jacobs (2003) pitää blogeja osana narsistista viestintä- ja nykykulttuuria, jossa kirjoittavat tarvitsevat toisia verkon käyttäjiä ja heidän huomiotaan, mutta korostavat riippumattomuuttaan ja yksilöllisyyttään. Tämä ilmenee korostetun pinnallisena itsetutkiskeluna ja viettelevänä käyttäytymisenä, jota samanaikaisesti mitataan sivujen suosiota ja menestystä määrittelevillä mittareilla. Blogeja voidaan siten verrata esimerkiksi tosi-tv:een, jota pidetään yleisesti modernin yhteiskunnan selkeimmistä narsistisen kulttuurin ilmenemismuodoista. Sirkkunen (2007) puhuu minä-kulttuurin vahvistumisesta mediassa. Hänen mukaansa tämä syö verkon peruseriaatteeksi luokiteltavaa osallistuvaa talkoohenkeä.

5.5 Yhteenveto

Luku 5. käsittelee blogeja tiedonvälityksen näkökulmasta. Kappale 5.1 tarkastelee blogeja lajityyppinä ja tee-se-itse-median muotona, johon verrattavissa olevia lajityyppejä ovat olleet muun muassa lähi-tv ja *fanzinet*. Aihetta käsiteltiin Sirkkusen (2007) vapaaehtoistoimintaan perustuva vertaismedian käsitteen ja Bloodin (2002) osallistuva media -käsitteen avulla, jotka liittyvät bloggareiden aktiiviseen tapaan osallistua tiedon välitykseen toistamalla uutisointia. Näiden ohessa määriteltiin kansalaisjournalismi Gilmourin (2004) ja Glaserin (2004) mukaan.

Kappaleessa 5.2 määritellään journalistiset blogit kahden tutkimuksen perusteella. Bloodin (2002) määritelmä rajaa journalistisen blogikentän journalismin kannalta relevantteihin blogeihin sekä Domingon ja Heinosen (2007) tutkimus, joka puolestaan katsoo koko informatiivista blogikentää jakaen sen julkiseen ja suurten mediainstituutioiden hallitsemaan viestintäkenttään.

Kappaleessa 5.3 Blogit kuvataan perinteisen median tiedonvälityksen haastajana. Matheson (2005) arvioi blogit demokraattisen tiedonvälityksen kannalta tärkeäksi, mutta myös uhaksi, koska blogit ovat objektiivisen tiedon välittymiselle haitaksi tai jopa vaaraksi. Blogien suhde perinteiseen tiedonvälitykseen nähdään kulttuurisidonnaiseksi riippuen pitkälti miten avointa ja läpinäkyvää tiedottaminen on. Esimerkiksi Jacobs (2003) pitää blogien suurta suosiota peilikuvana nykykulttuurin minäkeskeisestä narsismista, sekä Majava (2006), joka näkee uhkana blogikulttuurin tiedonkulun vääristymän ja keskittymisen mielipidejohtajien ympärille.

Kappale 5.4 pohtii blogien merkitystä tiedonvälityksessä. Brunsin (2006) mukaan blogit tuovat tiedonvälitykseen nopeutta, keskustelevuutta ja kaksisuuntaisuutta. Sirkkunen (2007) puolestaan käsittelee uhkakuvana perinteisen journalismin aseman heikentymistä jokapäiväisen keskustelun luojana ja perustellusti oikean tiedon levittäjänä. Lisäksi Sirkkunen (2007) korostaa tiedon vääristymisen mahdollisuutta verkon kasvavissa yhteisöissä sekä tekijänoikeuskysymyksiä verkon kansalaismediassa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Luvussa kuusi koostetaan kokonaisuuksittain työn sisältölukujen keskeiset asiat johdannossa esitettyihin tutkimuskysymysten mukaisesti. Luvun lopussa tehdään lyhyt yhteenveto esitetyistä johtopäätöksistä ja tulevaisuuden mahdollisista aiheita käsittelevistä tutkimuskohteista.

6.1 Mikä on blogi ja miten blogeja voidaan luokitella?

Esimerkiksi Schiano (2004) ja Nardi ym. (2004) määrittelevät blogit perusrakenteeltaan päiväkirjamaisiksi, säännöllisesti päivittyviksi, hyvin usein vuorovaikutteisiksi ja pääosin tekstistä koostuviksi verkkosivuiksi. Bar-Illanin (2004) mukaan blogeilla on pysyvä osoite, jota kutsutaan ikilinkiksi. Hyperlinkitystä käyttämällä blogiin tai blogimerkintään voidaan viitata toiselta verkkosivulta. Majava (2006) erittelee blogeissa esiintyvät hyperlinkitykset tiedotus- ja via-linkkeihin, taustoittaviin linkkeihin, keskusteluviittauksiin sekä identifioiviin linkkeihin. Blogimerkinnät ovat usein sidoksissa blogin tyyppiin ja ne ovat esimerkiksi pelkkiä monologeja tai keskustelua ruokkivia merkintöinä. Blogimerkinnät julkaistaan myös verkkosyötteenä (esimerkiksi RSS ja Atom), jonka avulla blogin päivityksiä voidaan seurata uutisohjelmilla tai selaimen avulla (Chin & Chignell, 2006). Lisäksi verkkosyötettä käyttävät hyväksi lukuisat internetin palvelut tuottaessaan tietoa blogeista. Palveluja ovat erilaiset hakupalvelut sekä erilaiset luokittelusivustot, jotka järjestävät blogeja eri perusteiden mukaisesti (esimerkiksi Zhou & Davis, 2007; Bar-Illan, 2004; Herring ym., 2005). Blogien ylläpitoon on kehitetty lukuisia asennettavia ilmaisohjelmia, jotka toimivat vastapainona selaimen avulla käytettäville julkaisujärjestelmille. Erilaiset sovelluskehitys- ja kattavat ulkoasunmuokkausmahdollisuudet valmisohjelmissa antavat huomattavasti laajemmat toiminnalliset valmiudet ylläpitää blogia (Garcia, 2005; Schiano ym., 2004).

Blogien luokittelu on havainnollistavaa ja kuvaa hyvin blogien monimuotoisuutta ja käyttötarkoituksia. Majava (2006) sekä Blood (2002) käyttävät blogien luokittelussa lajityyppi- jaottelua linkkiblogit ja päiväkirjat. Blogien luokittelu voidaan tehdä esimerkiksi sisällön, ympäristön, käyttötarkoituksen ja kirjoittajien määrän mukaan. Esimerkiksi Blood (2002) jaottelee blogien perustyyppit henkilökohtaiseen päiväkirjaan, aiheorientoituneeseen blogiin sekä linkkiblogiin kun taas Stone (2004) käyttää sisältöluokittelua aihealueittain tekniikan, politiikan ja henkilökohtaisen päiväkirjan osalta. Chin ja Chignell (2006) esittävät kirjoittajien määrän tuovan peruspiirteitä ryhmä- ja yhteisöblogeille. Rajanveto voidaan tehdä myös henkilökohtaiseen ja aiheorientoituneeseen blogiin, kuten myös Herring ym., (2005) esittämän jaottelun mukaan yksityisen ja julkisen blogin välille. Luvussa 3. on esitetty kaksi blogityyppiä lähemmin tarkasteltuna: sisäiset ja ulkoiset yritysblogit osana yrityksen hyväksytyä viestintästrategiaa arkipäiväisenä kommunikaation muotona yrityksen sisällä sekä sidosryhmien ja asiakkaiden välillä pääasiassa Efimovan ja Grudinin (2007) ja Salmenkiven ja Nymanin (2007) mukaan, sekä opetusblogit uudenaikaisena ryhmätyöalustana ja oppimisvälineenä useaa lähdeä (esimerkiksi Downes, 2004; Majava, 2005) hyväksi käyttäen. Esimerkiksi Bernstein (2004) pitää blogien luokittelua jokseenkin yleistävänä monen blogi voi sisältäessä piirteitä useasta luokitteluperusteesta.

Herring (2004) toteaa, että blogit eivät sinänsä tuo mitään uutta verkon viestintään, mutta yhdistettynä internetin muihin vuorovaikutteisiin viestintävälineisiin, blogit luovat täysin uudenlaisen tavan viestiä. Blogit yhdistävät kaksi verkon perustavaa kivijalkaa, HTML-pohjaisen multimediodokumentin ja perinteisen tekstipohjaisen tietokoneavusteisen kommunikoinnin helposti lähestyttäväksi kokonaisuudeksi. Majava (2006) mukaan blogien viestinnällinen erityisyys perustuukin lähinnä erilaisten ominaisuuksien yhdistelmään: julkaisujärjestelmien päivitysmahdollisuuden

helppouteen, verkkojulkaisemisen nopeuteen ja vuorovaikutuksen yhdistämiseen sekä informaation siirrettävyyteen uutisvirtojen avulla.

6.2 Blogit yhteisönä

Tyypillisesti verkkoyhteisöt määritellään Rheingoldia (1993) mukaillen teknologiaperustaisiksi yhteisöiksi, joissa tarpeeksi pitkään jatkunut kommunikointi on luonut ihmisten välille suhdeverkostoja. Preece (2000) rakentaa verkkoyhteisön ihmisistä, yhteisistä tarpeista, menettelytavoista ja säännöistä sekä tietoteknisistä järjestelmistä. Myöhemmässä julkaisussaan Preece ja Maloney-Krichmar (2003) esittävät laajemman määritelmän, johon sisältyvät edellisten lisäksi jaetut resurssit sekä vastavuoroisuus tietoon ja palveluihin. Verkkoyhteisöt voidaan luokitella esimerkiksi Moilasen (2002) mukaan erilaisten suhdeyhteisöjen, mielikuvitusyhteisöjen sekä tuote- ja harrasteyhteisöjen perusteella. Jako voidaan vielä tiivistää reaali- ja virtuaalimaailman yhteisöihin.

Yhteisöllisyyteen ja yhteisön käsitteeseen blogit kytkeytyvät tiiviisti blogien ollessa eräs tämän hetken käytetyin verkostoitumisen apuväline. Blogit muodostavat sosiaalisen verkoston (Zhou & Davis, 2007), blogosfäärin, johon mielletään kuuluvaksi kaikki internetin blogit. Asiayhteydestä riippuen blogosfääri voi olla myös maakohtainen tai tiettyyn kieli- tai kulttuurialueeseen rajoittuva. (Esimerkiksi Majava, 2006.)

Tämän pro gradu -tutkielman tuloksena voidaan pitää yhteisöllisyyden tunteen muodostumiseen liittyviä tekijöitä verkkoyhteisössä. Tulos on saavutettu yhdistelemällä yhdeksi kokonaisuudeksi kappaleessa 4.6 esitettyjä yhteisötutkimuksia ja yhteisöllisyyden määritelmiä (esimerkiksi Rheingold, 1993; Hortonin ja Wohlin, 1956; Efimova, 2007). Perusteluksi tälle voidaan pitää runsasta tutkimusmäärää, josta yhteisöllisyyden tunteen kehittymiseen vaikuttavia tekijöitä ei ole riittävän tarkasti ja yksilöiden eritelty. Määritelmien

perusteella yhteisöllisen kokemuksen muodostuminen kehittyy seuraavien tekijöiden vaikutuksesta:

- Yhteisöllisyyskokemuksen syntyminen palveluun rekisteröityminen muodostaa yhteisöllisyyden tunteen.
- Rekisteröinti tekee liittää jäsenen osaksi yhteisöä. Osallistuminen yhteisön toimintaan vahvistaa käyttäjän identiteettiä ja luo vastineen tosielämän turvattomuuteen.
- Voyeristis-yksisuuntainen-yhteisöllisyyskokemus on henkilön itsenäinen kokemus yhteisöllisyydestä, joka syntyy muiden yhteisön jäsenten toimintaa yksipuolisen passiivisesti seuraamalla.
- Parasosiaalinen suhde synnyttää yhteisön sisällä tunnepitoisen suhteen virtuaaliseen hahmoon tai mediassa esiintyvään persoonaan.
- Tiedonvälityksellinen yhteisökokemus, jolloin yhteisössä nopeasti liikkuva tieto antaa verkkoyhteisöön kuuluvalle tietämyksellistä valtaa ja arvostusta yhteisön piirissä.

Blogit muodostavat hyperlinkittyvyytensä ansiosta helposti analysoitavissa olevia Laszlo-Barabasin (2002) verkkoteorian mukaisia vapaiden valintojen pohjalta syntyviä niin sanottuja mittakaavattomia blogiverkkoja. Laszlo-Barabasin (2002) teorian mukainen blogiverkko poikkeaa totutuista verkostorakenteista huomattavasti rakenteen ollessa ytimetön eli blogiverkko ei muodostu tietyn yksittäisen blogin ympärille. Blogiverkot rakentuvat lukuisista yksittäisistä solmuista ja navoista (Hintikka, 2008; Chin & Chignell, 2006). Herring ym. (2005) katsoo blogiverkoille olevan tyypillistä klusteroitumisen ja tiivistymät verkon sisällä. Yksittäisen solmun rooli blogiverkossa perustuu siihen liittyvien linkitysten määrään. Shirky (2002) mukaan blogiverkon blogit voidaan jakaa kolmeen luokkaan: A-, B- ja C-listan blogeihin A-listan blogien

kerätessä eniten linkityksiä ja toisaalta myös luoden epätasa-arvoa blogiverkon sisällä linkityksien suuntautuessa vinoutuneesti muutamiin napoihin.

Yksittäisten solmun suhteita toisiin solmuihin ja suhdetta koko blogiverkkoon tutkimalla saadaan kuva verkkoon muodostuneista yhteisöllisistä siteistä blogien välillä. Zhoun ja Davisin (2007) mukaan blogien välinen sosiaalinen suhde voidaan löytää linkityksestä, kommentista tai keskustelusta. Yhteisöllisyyden ja yhteisöllisyyden tunteen tutkiminen blogiverkoissa voidaan toteuttaa niin teksti- kuin sisältöanalyysillä kuin myös kyselytutkimuksilla. Rakenneanalyysissä puolestaan tuotetaan matemaattista informaatiota blogiverkon rakenteesta ja solmujen suhteista, ja näin saadaan kuva sosiaalisten siteiden määrästä ja laadusta solmujen välillä. (Chin & Chignell, 2006.)

Zhou ja Davis (2007) kuvaavat blogien muodostamia sosiaalisia verkostoja yksilöllisiksi ja toisiinsa linkittyneiksi verkkosivujen joukoksi, joiden aihealue on yhtenevä ja linkitykset painottuvat pääosin yhteisön sisäpuolelle. Blogiyhteisöjen voidaan ajatella koostuvan joko toisiinsa linkittyneestä blogijoukosta tai yksittäisen blogin ympärilleen muodostamasta yhteisöstä. Linin ym. (2006) mukaan blogiyhteisössä on olennaista ymmärtää blogin luonne verkkomediana, sillä blogiyhteisö poikkeaa muista verkkoyhteisöistä esimerkiksi vaihtelevan dynamiikkansa, blogimerkintöjen aikaherkkyuden, kontekstista riippuvan linkkien vaihtelevan semantiikan ja yhteisökeskeisyytensä johdosta.

Verkon yhteisöllisyyttä puoltavia tekijöitä esittävät muun muassa Willson (1997) ja Verschueren (2005), joiden mukaan verkon yhteisöllisyys lisää itseilmaisun ja identiteetin vapautta sekä fyysisten rajoitteiden häviämistä tasarvoisessa ympäristössä. Identiteetti verkkoyhteisöissä rakentuu yksilön omien tarpeiden ja toiveiden mukaisesti. Jäkälä ja Berki (2004) tarkastelevat yksilön identiteettiä verkossa konstruktiona, joka koostuu henkilön omakuvasta ja toiveista siitä miten muut hänet näkisivät. Identiteetti on kehottomuuden ja

ärsykkeettömyyden aikaan saama mielikuva, joka on Jacobsin (2003) mukaan sekä epäluottamusta synnyttävä uhka, että mahdollisuus viestinnän tasa-arvoistumisessa. Ongelmakohtina verkkoyhteisöissä pidetään yksilön eristäytymistä ja ihmisten keskinäisen riippuvuuden vähentymistä, joka puolestaan johtaa taas perinteisten paikallisyhteisöjen toiminnan heikkenemiseen. On myös todettu, että sosiaalinen sitoutuminen verkkoyhteisöön on vaikeaa. Kriittiset näkemykset (esimerkiksi Salmenkivi & Nyman, 2007; Willson, 1997) toteavat verkon yhteisöllisyyden rakentuvan luonnottoman vaivattomasti ympäristössä, josta puuttuvat niin sitoutuminen kuin intiimiys yhteisten velvollisuuksien ohella. Verkkoyhteisökeskustelussa sekä kielteisille että myönteisille katsantokannoille on yhteistä näkemys yhteisöllisyyden kriisistä nyky-yhteiskunnassa. Verschuerenin (2005) mielestä heikentyneen yhteisöllisyyden mahdollisuudet ovat juuri uudessa teknologiassa, kun taas kielteiset näkökulmat pitävät perinteisten yhteisöjen ja verkkoyhteisöjen erottamista ainoana oikeana mahdollisuutena käsitellä yhteisöjä. Kriittiset mielipiteet perustuvat pääosin reaali maailman ja verkkoyhteisön liian yksinkertaiselle erottelulle unohtaen sen, että reaali maailman yhteisöjen toiminta perustuu myös pitkälti yksilön mielikuviin ja toiveisiin (Verschueren, 2005).

6.3 Millainen blogi on viestintä- ja tiedonhankintavälineenä?

Menneen vuosituhannen viimeisellä vuosikymmenellä alkoi internetissä kehitys, jossa siirryttiin muutaman tiedonvälittäjän keskittymistä tiedonvälityksen verkostoon. Verkostossa lukuisat tasavertaisessa asemassa olevat solmut niin välittävät tietoa kuin vastaanottavat sitä aktiivisesti (Domingo & Heinonen, 2007). Tämä horisontaalinen kehitys on koettu monissa yhteyksissä uhaksi perinteisen median toiminnalle, ennustettiin jopa perinteisen median kuihtumista pois uuden viestintäkulttuurin myötä. Näin reilu vuosikymmen myöhemmin voidaan todeta, ettei pelättyä perinteisen

median kuolemaa tapahtunut. Verkosta muodostui luonnollinen osa globaalia viestintärakennetta perinteisen median rinnalle.

Blogia lajityyppinä on kutsuttu niin tee-se-itse-mediaksi, enemmän tiedon välitykseen liittyvillä osallistuva media ja vertaismedia termeillä sekä yleisesti kansalaisjournalismina. Kansalaisjournalismi liittyy kansalaisten päätöksentekoon, osallistumiseen sekä yhdenvertaisuuteen ja on kokonaisuudessaan laaja käsite, jonka alle blogit eivät täysin kuulu. Bloggaukseen läheisesti liittyviä julkaisumuotoja ovat olleet esimerkiksi paikallistelevisio ja verkkolehdet. (Sirkkunen, 2007.)

Bloggauksen suosion syitä on runsaasti. Domingon ja Heinosen (2007) mukaan blogien suosion taustalla on verkon yleinen arkipäiväistyminen laajakaistayhteyksien yleistyessä. Kiireinen elämänrytmi ja tiedonhaun lisääntyminen ovat tukeneet blogien aseman kasvamista vaivattomana tiedonsaantivälineenä ja kertaalleen löydetty, aktiivisesti päivittyvä blogi houkuttaa lukijaansa uudelleen. Sisällön tuottajan näkökulmasta sisällön luominen ja tuottaminen verkkoon on mielekkäämpää paremman verkkoyhteyden avulla niin toiminnallisesti kuin kustannuslähtöisestikin. Näin ollen voidaan todeta verkon käytön arkipäiväistymisen ja laajakaistayhteyksien lisääntymisen tuoneen blogeja lähemmäksi peruskäyttäjää. Käytön helppous ja blogisovellusten laaja kirjo laskevat kynnystä julkaista omia ajatuksiaan ja tuntojaan verkossa. Bloggauksen motiiveja voidaan löytää niin itseilmaisusta, itsensäkehittämisestä, sosiaalisen pääoman kasvattamisesta ja tiedon jakamisesta vertaispalautteineen kuin myös yhteisöllisen eheyden ylläpitämisestä (esimerkiksi Li, 2005; Nardi ym., 2004B).

Esimerkiksi Andrews (2003) ja Blood (2002) pitävät mielekkäänä blogin ja journalismin käsitteen irrottamista toisistaan, koska blogeilla on myös muita tässä työssä esitettyjä funktioita. Ilman selkeää mainittujen käsitteiden erottamista ajaututaan helposti siihen, että blogeja arvioidaan journalismina

silloinkin kun blogi on esimerkiksi taidetta, ajankuvaa tai rakkaan marsun päiväkirja. Andrews (2003) katsoo olennaisen eron blogeihin olevan siinä, että olennaisena osana varsinaiseen ammatilliseen tiedottamiseen kuuluu tiedon etsiminen, taustojen selvittäminen ja tutkiminen, haastattelut ja lopullisen kokonaisuuden editointiprosessi. Blogeissa näitä kyseisiä vaiheita ei ole tai ne ovat ohitettu (Blood, 2002). Olisi epärealistista ajatella ajankäytöllisesti tavallisen bloggaajan ylläpitävän näitä tiedottamisen hyväksytyjä standardeja tai edes raportoivan uutisista ammatillisin ottein. Bloodin (2002) osallistuvan median käsite kuvaakin osuvasti blogien luonnetta tiedon välittäjänä ja linkittäjänä verkostoituneessa blogimaailmassa. Blogit ovat varteenotettavaa tiedottamista kun kirjoittaja tai instituutio blogin takana on osana perinteistä tiedonvälitystä. Luvussa 5. on esitetty Bloodin (2002) sekä Domingon ja Heinosen (2007) mukainen jaottelu journalististen blogien luonteesta. Nämä kaksi jaottelua osaltaan vastaavat tutkimuskysymykseen blogista viestintävälineenä esittämällä journalistiseksi luokiteltavat blogit tieteellisiin tutkimuksiin perustuen.

Hieman kriittisesti ajateltuna blogi on vain väline joka helpottaa osallistumista, ja luo osallistuvuutta yksinkertaisella tavallaan viestiä. Blogi on tehnyt personoidulla ja pelkistetyllä formaatillaan itsestään tarpeellisen ja korvannut huomaamatta esimerkiksi kotisivut yksityisen henkilön julkaisuvälineenä. Tärkeää on myös korostaa blogien luonnetta uudenaikaisena dynaamisena, aikaherkkänä ja yhteisökeskeisenä viestintävälineenä, joka on täysin erilainen kuin muilla verkon totutuilla kommunikointiprotokollilla, kuten esimerkiksi sähköpostilla.

Suhteellisen uutena julkaisemisen muotona blogikirjoittamisen etiikka ja käytänteet ovat vasta muotoutumassa. Blogeissa julkaisemisen käytäntö on rento ja välitön blogin ollessa lähtökohtaisesti kirjoittavan henkilön oman äänen kuuloinen ja näköinen. Sirkkunen (2007) arvioi ongelmaiseksi kokonaisuudessaan verkon muuttuneet viestintäkäytännöt erityisesti juridisista

näkökulmista. Tekijänoikeuden alaisen materiaalin käyttö verkossa ja puutteellinen yksityisyyden suoja palveluissa keskeisiä kysymyksiä siirryttäessä yhä enenevässä määrin riippumattomaan tee-se-itse-uutisointiin (Majava, 2006; Sirkkunen, 2007).

Blogin voidaan sanoa olevan erittäin subjektiivinen ilmaisumuoto minäkeskeisestä näkökulmastaan johtuen. Esimerkiksi Bloodin (2002) mukaan blogit eivät voi korvata perinteistä tiedonvälitystä juuri subjektiivisuutensa ja tätä seuraavan tiedon vääristymisen johdosta. Blogin kerronnan subjektiivisuus edellyttää entistä selkeämpää läpinäkyvyyttä esimerkiksi bloggaavilta toimittajilta. Läpinäkyvyytensä vuoksi blogikirjoittaminen on avoimempaa ja jääviyskysymysten suhteen selkeämpää kuin esimerkiksi lehtikirjoittaminen.

Blogeilla on selvä asema verkon mediakentässä. Samalla kun blogit toimivat valtamedian kritisoiijina, ne antavat välineen tavallisille ihmisille raportoida ja kertoa. Blogit ovat helposti lähestyttävä vaihtoehtoinen viestintäväline ja uutislähde valtavirran medioille tai vaihtoehtoinen kanavana tiedonjakamiselle ja mielipiteenmuodostamiselle. Blogit lisäävät merkittävästi myös kansalaisdemokraattisuutta ja moniarvoisuutta julkisessa keskustelussa.

Kirjallisuudessa esitetyn sekä objektiivisen havainnoinnin perusteella kotimainen blogosfääri on vahvasti viihteellistynyt, eikä suurin osa blogeista ole varteenotettavan tiedonvälittäjän roolissa sanan varsinaisessa merkityksessä. Mäkisen (2008) mukaan Suomessa ei ole ollut todellista tarvetta vakavan kansalaisjournalismin syntymiseen. Määrällisesti asiapitoista kansalais- tai blogijournalismia löytyy runsaasti, mutta blogien lukumäärä ei tässä tapauksessa ole sama asia kuin painoarvo. Mäkinen (2008) jatkaa, ettei Suomessa ole tarpeeksi kriittistä massaa, joka synnyttäisi verkoston julkiselle ja varteenotettavalle keskustelulle. Näin ollen suuri osa tietoa välittävistä blogeista jää painoarvoltaan varsin merkityksettömiksi. Sirkkunen (2007) pitää eräänä keskeisenä kysymyksenä sitä miten perinteinen valtamedia ja

ruohonjuuritason kansalaisjournalismi- tai media löytää toisensa ja mahdollisesti kykenevät toimimaan vuorovaikutuksessa tai jopa sulautuneena toisiinsa. Voidaan siis todeta blogien ja journalismin suhteen olevan tällä hetkellä enemmänkin täydentävä kuin käsi kädessä kulkeva tai valtamedioita haastava.

6.4 Yhteenveto

Tämä tutkimus osoitti, että blogin ymmärtäminen samassa yhteydessä teknisenä, yhteisöllisenä ja viestinnällisenä välineenä on mahdollista. Tutkimusalueen eri osa-alueet on myös lohkottavissa useampaan tutkimusalueeseen. Lähdeaineiston laajuuden johdosta edellä esitetyt tutkimuksen tulokset ovat vertailukelpoisia ja ristiriidattomia vastaavien blogitutkimusten kanssa, suurimmaksi osaksi myös vanhempien tutkimusten kanssa. Niin ikään tutkimus on toistettavissa saman lähdeaineistoon perustuen. Lähdeaineiston tuoreus takaa tämän pro gradu -tutkielman tulosten merkittävyyden kirjallisuusanalyysinä.

Uusia blogityyppejä syntyy tekniikan sekä uusia tekniikoita hyödyntävien työkalujen kehittyessä siirryttäessä Web 2.0-aikautta seuraavalle tasolle. Kuitenkin selvää on, että suurin osa blogeista säilyy tekstipohjaisina. Tätä ajatusta puoltaa tämän hetkinen tiedon tuottamisen kohtuuton hankaluus video-, ääni-, tai webcam-blogimuotoon. On myös havaittu, että blogien lukijat arvostavat enemmän tekstipohjaisia blogeja niiden nopeuden ja luotettavuuden johdosta. Teknologisesta näkökulmasta katsottuna blogien monimuotoisuuden voidaan odottaa lisääntyvän huomattavasti. Tulevaisuudessa tutkielman aihealueita voidaankin laajentaa tarkastelemalla blogien viestinnällisiä piirteitä ja käyttömahdollisuuksia eri teknologioita tukevissa ympäristöissä.

Tutkimuksesta saadun tietämyksen avulla lukijalle muodostuu kokonaiskuva blogiyhteisöstä verkossa ja blogiyhteisön suuremmasta viestinnällisestä painoarvosta yksittäiseen blogiin nähden. Blogeihin liittyy olennaisena osana

verkottuneisuus ja blogiverkot. Blogiverkot ovat tutkittavissa rakenne- ja tekstianalyysin avulla, jolloin blogien ymmärtäminen verkottuneena kokonaisuutena auttaa ymmärtämään myös blogien välillä olevien sosiaalisten siteiden merkitystä yhteisöllisyyden luoja. Mielenkiintoiseksi tutkimuskohteeksi on osoittautunut pitkän hännän vaikutus blogiympäristössä.

Työssä tuodaan esiin blogien mahdollisuudet vaivattomana julkaisuvälineenä kuin myös traditionaaliset mediat haastavana tiedotuskanavana journalistisine piirteineen. Tulevaisuudessa blogien määrän kasvaessa on odotettavissa blogien viestinnällisen kokonaispainoarvon lisääntymistä ja vartenotettavien informatiivisten blogien sekä viihteellisen tarjonnan eriytymistä verkossa yleisölle helposti hahmotettaviksi kokonaisuuksiksi. Kuitenkin perinteisen tiedonvälityksen ollessa suhteellisen riippumaton ja itsestään selvää suurimmalle osalle ihmisistä blogit säilyvät täydentävänä tiedonlähteenä.

LÄHTEET

- Andrews, P. 2003. Is Blogging Journalism? Nieman Reports. Fall 2003.
- Ashmore, R.D., Deaux, K., McLauplin-Volpe, T. 2004. An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality. *Psychological Bulletin*, 130(1), 80-114.
- Bar-Illan, J. 2004. An Outsider View on "topic-oriented" Blogging. Julkaistu Proceedings of the 13th international World Wide Web conference on Alternate track papers & posters. ACM, New York, USA. [viitattu 2.12.2007]. Saatavilla *www-muodossa*: <URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1013367.1013373>>.
- Bellamy, R., Erickson, T., Huh, J., Jones, L., Kellogg, A., W., Thomas, J., C. 2007. BlogCentral: The Role of Internal Blogs at Work. [viitattu 2.2.2009]. Saatavilla *pdf-muodossa*: <URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1240866.1241022&coll=Portal&dl=GUIDE&CFID=20667308&CFTOKEN=69069548>>.
- Berger, P. 2005. Is the British Blogosphere Lagging Behind? [viitattu 28.8.2008]. Saatavilla *www-muodossa*: <URL:<http://www.ojr.org/ojr/stories/051117berger/>>.
- Bernstein, M. 2004. The social physics of weblogs. Teoksessa *blogTalks 2.0*, Burg, Thomas N. (Toim.). Books on Demand GmbH, Norderstedt, Germany. 2004.
- Blanchard, A. 2004. Blogs as virtual communities: identifying sense of community in Julie/Julia project. Saatavilla *www-muodossa*: <URL: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogs_as_virtual.html>.

Blogitutkimus. 2005. [viitattu 31.10.2008]. Saatavilla www-muodossa:
<URL:<http://www.valt.helsinki.fi/blogs/blogresearch/post20.htm>>.

Blood, R. 2002. The weblog handbook: Practical advice on creating and
maintaining your blog. Cambridge, MA: Perseus Publishing.

Bruns, A., Jacobs, J. 2006. Uses of Blogs. Peter Lang Publishing. New York.

Bäck, A., Kangas, P., Toivonen, S. 2007. Googlen mainokset ja muita sosiaalisen
median liiketoimintamalleja. Espoo. 2007. Bäck, Kangas & Toivonen
Tiedotteita. 59s. Saatavilla www-muodossa: <URL:
www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2007/T2369.pdf>.

Chin, A., Chignell, M. 2006. A Social Hypertext Model for Finding Community
in Blogs. Julkaistu Proceedings of the seventeenth conference on
Hypertext and hypermedia. ACM. [viitattu 13.12.2007]. Saatavilla www-
muodossa: <URL:
[http://www.imedia.mie.utoronto.ca/~achin/Publications/ht03-
chin.pdf](http://www.imedia.mie.utoronto.ca/~achin/Publications/ht03-chin.pdf)>.

Choudhury, R., Ghaonkar, S. 2007. Micro-Blog: Map-casting from Mobile
Phones to Virtual Sensor Maps. [viitattu: 2.2.2009]. Saatavilla pdf-
muodossa: <URL:
[http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1322263.1322315&coll=Portal&dl=
GUIDE&CFID=20667308&CFTOKEN=69069548](http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1322263.1322315&coll=Portal&dl=GUIDE&CFID=20667308&CFTOKEN=69069548)>.

Domingo, D., Heinonen, A. 2007. Weblogit: Journalismin liepeillä. Julkaistu
teoksessa: Väliverronen, E. 2007. Journalismi murroksessa.

Domingo, D., Heinonen, A. 2007. Weblogs and Journalism: A Typology to
Explore the Blurring Boundaries. [viitattu: 2.2.2009]. Saatavilla pdf-
muodossa:

<URL:http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/264_domingo_h_einonen.pdf>.

Downes, S. 2004. Educational Blogging. *EDUCAUSE Review*, 39(5), 14–26.

[viitattu 15.8.2008]. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa.com):

<http://www.educause.edu/ir/library/pdf/erm0450.pdf>

Du, Helen., Wagner, C. 2005. Learning with Weblogs: An Empirical

Investigation. Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences – 2005. [viitattu 16.8.2008]. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa.com):

<URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1042699>>.

Efimova, L., Grundin, J. 2007. Crossing Boundaries: A Case Study of Employee

Blogging. Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences – 2007. [viitattu 15.8.2008]. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa.com):

<URL: <http://doi.ieeecomputersociety.org/10.1109/HICSS.2007.159>>.

Efimova, L., Hendrick, S., Anjewierden, A. 2005. Finding “the life between

buildings”: An approach for defining a weblog community. [viitattu

9.2.2009]. Saatavilla [pdf-muodossa](http://www.muodossa.com): <URL:

<https://doc.telin.nl/dsweb/Get/Document-55092/>>.

Gallo, Jason. 2004. Weblog journalism: Between infiltration and integration. Into

the Blogosphere. [viitattu 13.8.2008]. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa.com): <URL:

http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblog_journalism.html>.

Garcia, V. 2005. Blog software smackdown: The big 3 reviewed. [viitattu

14.12.2007]. Artikkele saatavilla [internetistä](http://www.muodossa.com):

<URL:<http://www.sitepoint.com/article/blog-software-smackdown-review>>.

Gillmour, D. 2004. We the Media: Grassroots Journalism by the People for the

People. [viitattu 31.10.2008] Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa.com):

<URL:<http://download.nowis.com/index.cfm?phile=WeTheMedia.html&tipe=text/html>>.

Graf, S., List, B. 2002. An Evaluation of Open Source E-Learning Platforms Stressing Adaption Issues*. [viitattu 2.2.2009]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL: <http://www.moodle.org/other/icalt2005.pdf>>.

Granovetter, M. 1973. The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited. State University of New York. Saatavilla www-muodossa: <URL: www.si.umich.edu/~rfrost/courses/SI110/readings/In_Out_and_Beyond/Granovetter.pdf>.

Gurzick, D., Lutters, W.G., 2006. From the Personal to the Profound: Understanding the Blog Life Cycle. [viitattu 6.2.2009]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1125451.1125614>>.

Hanson, K. 2006. Should the boss be blogging? Strategic Communication Management, Vol. 10, Issue 2, 6-7.

Herring, S., Scheidt, L., Bonus, S., Wright, E. 2004. Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. Julkaisussa Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences. IEEE. [viitattu 14.12.2007]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL:<http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101b.pdf>>.

Herring, S., Kouper, I. Paolillo, J., Scheidt, L. 2005. Conversations in the Blogosphere: An Analysis "From the Bottom up". Julkaisussa HICSS 38. Los Alamos: IEEE Press. [viitattu 14.12.2007]. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2005/2268/04/22680107b.pdf>>.

- Hintikka, K.A. 2008. Joukkoäly internetissä. [viitattu 31.10.2008]. Saatavilla
www-muodossa: <URL:
www.tietopalveluseura.fi/fi/cfmldocs/document.cfm?doc=show&doc_id
=273>.
- Horton, D., Wohl, R.R. 1956. Mass Communication and Parasocial Interaction:
Observation on Intimacy at a Distance. Teoksessa G. Gumpert, R. Cathart
(toim.) *Inter/Media. Interpersonal communication in a media world*. New
York: Oxford University Press.
- Jacobs, Joanne. 2003. Communication over Exposure: The Rise of Blogs as a
Product of Cybervoyeurism. [viitattu 1.10.2008]. Saatavilla www-muodossa:
<URL: http://joannejacobs.net/pubs/2003/ANZCA03jjacobs_full.doc>.
- Johnson, T., Kaye, B.K. 2004. Blog Readers: Predictors of Reliance on War Blogs.
Julkaistu teoksessa: Tremayne, M. 2007. *Blogging, Citizenship, and the
Future of Media*. Routledge. New York, 165-184.
- Jyu. 2006. Johdatus viestintätieteisiin. Saatavilla ppt-muodossa: <URL:
moniviestin.jyu.fi/vanhat/avoin/VIEP010/2/2008-10-07.0099639636>.
- Jäkälä, M., Berki, E. 2004. Exploring the Principles of Individual and Group
Identity in Virtual Communities. [viitattu 1.1.2009]. Saatavilla pdf-
muodossa:<URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1314238>>.
- Kavanaugh, A., Zin, T.T, Carroll, J.M., Schmitz, J., Pérez-Quinones, M.,
Isenhour, P. 2006. When Opinion Leaders Blog: New forms of citizen
intecration. Saatavilla www-muodossa: <URL:
<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1146628>>.
- Kaye, B. K. 2007. Blog Use Motivations: An Exploratory Study. Julkaistu
teoksessa: Tremayne, M. 2007. *Blogging, Citizenship, and the Future of
Media*. Routledge. New York, 127-148.

- Kilpi, T. 2006. Blogit ja bloggaaminen. Readme.fi
- Kollock, P., Smith, M. 1996. Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities. [viitattu 1.12.2008]. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://www.sscnet.ucla.edu/soc/faculty/kollock/papers/vcommons.htm>](http://www.sscnet.ucla.edu/soc/faculty/kollock/papers/vcommons.htm).
- Kunelius, R. 1998. Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. WSOY, Helsinki.
- Lehtonen, H. 1990. Yhteisö. Vastapaino, Tampere.
- Laszlo-Barabási, A. 2002. Linkit – verkostojen uusi teoria. Terra Cognita, Helsinki.
- Li, D. 2005. Why Do You Blog: A Uses-and-gratifications Inquiry into Bloggers' Motivations. Marquette University, 2005. [viitattu 14.12.2007]. Saatavilla [www-muodossa: <URL:http://www.whyyoublog.net/doc/Li_Dan_Aug_2005.pdf>](http://www.whyyoublog.net/doc/Li_Dan_Aug_2005.pdf).
- Lin, Y-R., Sundaram, H., Chi, Y., Tatemura, J., Tseng, B. 2006. Discovery of Blog Communities based on Mutual Awareness. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1379121>](http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1379121).
- Lind, M. 1987. Model of Organizational Communication. [viitattu 10.9.2008]. Saatavilla [www-muodossa <URL:http://portal.acm.org/citation.cfm?id=27544.27545&coll=GUIDE&dl=GUIDE&idx=J219&part=newsletter&WantType=Newsletters&title=ACM%20SIGMIS%20Database&CFID=76880207&CFTOKEN=93744258>](http://portal.acm.org/citation.cfm?id=27544.27545&coll=GUIDE&dl=GUIDE&idx=J219&part=newsletter&WantType=Newsletters&title=ACM%20SIGMIS%20Database&CFID=76880207&CFTOKEN=93744258).
- Lintulahti, M. 2005. Blogiopas 1: mitä blogit ovat? [viitattu 1.12.2007]. Saatavilla [www-muodossa:](#)

<URL:<http://mattilintulahti.net/mediablogi/2005/04/12/blogiipas-1-mita-blogit-ovat/>>.

Majava, J. 2005. Kohti avointa oppimista: henkilökohtaiset weblogit opetuksessa. [viitattu 2.2.2009]. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.valt.helsinki.fi/piirtoheitin/blog5.htm>>.

Majava, J. 2006. Suomalaisten weblogien verkosto keskustelevana julkisuutena. Helsingin yliopisto, pro gradu -tutkielma. [viitattu 8.12.2007]. Saatavilla www-muodossa: <URL:http://blogit.helsinki.fi/tyonimi/weblogit_julkisuutena.pdf>.

Markus, M. L. 1994. Electronical mail as the medium of managerial choice. [viitattu 15.3.2009]. Saatavilla www-muodossa: <URL: www.citeulike.org/user/rbnsn/article/3683188>.

Marlow, C. 2004. Audience, Structure and Authority in the Weblog Community. [viitattu 9.2.2009]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL: <http://alumni.media.mit.edu/~cameron/cv/pubs/04-01.pdf>>.

Mathes, A. 2004. Folksonomies – Cooperative Classification and Communication Through Shared Metadata. [Viitattu 2.2.2009]. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html>>.

McMillan, D.W., Chavis, D.M. 1986. Sense of Community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, Vol. 14, No. 1 (1986), 6-23.

Moilanen, P. 2002. Yksilö – yhteisö – heimo. Opetusmateriaali, Jyväskylän yliopisto. [viitattu 11.11.2008]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL: www.cs.jyu.fi/el/tjtc75_02/PDF/Luento8.pdf>.

- Mäkinen, E. 2008. Suomen blogeista tulikin viihdesivustoja. Helsingin Sanomien. Julkaistu 15.3.2008. [viitattu 12.11.2008]. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Suomen+blogeista+tulikin+viihdesivustoja/1135234833709>>.
- Mäkinen, M. 2006. Digitaalinen voimistuminen ja kansalaisten osallisuus tietoyhteiskunnassa. Esimerkkejä verkossa julkaisevista paikallisyhteisöistä. Lisensiaattitutkielma. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.
- Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M. 2004A. Blogging as a social activity, or, would you let 900million people read your diary? Julkaistu Proceedings of the 2004 ACM conference on omputer supported cooperative work. [viitattu 14.12.2007]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL: <http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSCW04.Blog.pdf>>.
- Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M., Swartz L. 2004B. Why we blog. ACM Press New York, NY, USA. [viitattu 14.12.2007]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1035134.1035163>>.
- Nario-Redmond, M.R., Biernat, M., Eidelman, S., Palenske, D.J. 2004. The social and personal identities scale: A measure of the differential importance ascribed to social and personal self-categorizations. *Self & Identity*, 3(2), 143-175.
- O'Reilly, T. 2005. What Is Web 2.0. [viitattu 17.8.2008]. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>.
- Packwood, N. 2004. Geography of the Blogosphere: Representing the Cul-ture, Ecology and Community of Weblogs. [viitattu 31.10.2008]. Saatavilla

www-muodossa: <URL:

http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/geography_of_the_blogosphere.html>.

Pohto, P., Wiren, L. 2001. Uusmedia aikuistumisen kynnyksellä. [viitattu 6.2.2009]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL: www2.uiah.fi/koulutuskeskus/uusmedia.pdf>.

Preece, J. 2000. Online communities: Designing usability, supporting sociability. Chichester, John Wiley.

Preece, J., Maloney-Krichmar, D. 2003. Online Communities: Focusing on sociability and usability. Julkaistu teoksessa: Handbook of Human-Computer Interaction. Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publishers.

Rheingold, T. 1993. The Virtual Community. [viitattu 13.10.2008] Saatavilla www-muodossa:<URL: <http://www.rheingold.com/vc/book/>>.

Röngäs, A. (2007). Mihin opettaja voi käyttää blogia?. Blogiteksti: <http://opiblogilla.pbwiki.com/Esimerkkejäopetuskäytöstä> [15.8.2008]

Salmenkivi, S., Nyman, N. 2007. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi. Talentum. 2007.

Schiano, D., Nardi, B., Gumbrecht, M., Shwartz, L. 2004. Blogging by The Rest of Us. Julkaistu Conference on Human Factors in Computing Systems. ACM Press New York, NY, USA. [viitattu 14.12.2007]. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=986009>>.

Shirky, C. 2002. Powerlaws, Weblogs and Inequality. [viitattu 31.10.2008]. Saatavilla www-muodossa: <URL:http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html>.

- Sirkkunen, E. 2007. Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. [viitattu 28.8.2008] Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa): <URL: http://media.utu.fi/pdf/sirkkunen07_vertaismedia.pdf>.
- Stone, B. 2004. Who let the blogs out: a hyperconnected peek to world of weblogs. Farrar, Straus and Giroux. St. Martin's Griffin.
- Technorati. [viitattu 14.12.2007] <URL:<http://technorati.com/about/>>.
- Thurlov, C., Lengel, L., Tomic, A. 2004. Computer mediation communication social interaction and the Internet. London: Sage Publications.
- Tirapat, T., Espiritu, C., Stroulia, E. 2006, Taking the community's pulse, one blog at a time. Julkaisussa ACM International Conference Proceeding Series; Vol. 263. ACM New York, NY, USA. [viitattu 29.11.2007]. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa): <URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1145581.1145619>>.
- Tönnies, F. 1887. Gemeinschaft und Gesellschaft. [viitattu 15.9.2008]. Saatavilla pdf-muodossa:<URL: http://www.4shared.com/account/file/76234348/d51401b5/Ferdinand_Toennies_-_Gemeinschaft_und_Gesellschaft.html>.
- Varis, T. Medialukutaito. Tampereen yliopisto. [viitattu 11.11.2008] Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa): <URL: www.uta.fi/~tikame/medialukutaito_varis.pdf>.
- Verschueren, P. 2005. European Consortium for Communications Research, 2005, Vol. 2, sivut 169-184.
- W3C-CSS. [viitattu 14.12.2007] <URL: <http://www.w3.org/Style/CSS/>>.
- W3C-HTML. [viitattu 14.12.2007] <URL: <http://www.w3.org/TR/REC-html40/>>.
- W3C-XHTML. [viitattu 14.12.2007] <URL: <http://www.w3.org/TR/xhtml1/>>.

Wall, M. 2005. "Blogs of war", Weblogs as news. *Journalism* vol 6(2):153-172.

Wellman, B., Gulia, M. 1997. Net surfers don't ride alone: virtual communities as communities. [viitattu 9.2.2009]. Saatavilla pdf-muodossa: <URL: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf>>.

Wikiversity. Verkkopersoona ja -identiteetti. 2008. [viitattu 9.2.2009]. Saatavilla www-muodossa: <URL: http://beta.wikiversity.org/wiki/Verkkopersoona_ja_-identiteetti>.

Willson, M. 1997. *Community in the Abstract: A Political and Ethical Dilemma? Teoksessa Virtual Politics. Identity and Community in Cyberspace*, 145-162. London: SAGE Publications.

Zerfass, A. 2006. *Social Software, Business Excellence and Communication Strategies*. EuroBlog2006- International Research Symposium "Public Realitions and Social Software" Stuttgart, March 18th, 2006.

Zhou, Y., Davis, J. 2007. *Discovering Web Communities in Blogspace*. Proceedings of th 40th Hawaii International Conference on System Sciences - 2007. [viitattu 13.10.2008] Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1255480.1255494&coll=Portal&dl=GUIDE&CFID=6057462&CFTOKEN=41851025>>.

LIITE 1: BLOGIVERKOSTO

Suomalainen blogiverkosto. (Blogitutkimus, 2005)

