

**Ammattimaisten bloggaajien käsityksiä blogien nimistä ja
nimeämisperusteista**

Maisterintutkielma

Niina Leppänen

Suomen kieli

Kielten laitos, Jyväskylän yliopisto

2016

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Kielten laitos
Tekijä – Author Niina Leppänen	
Työn nimi – Title Ammattimaisten bloggaajien käsityksiä blogien nimistä ja nimeämisperusteista	
Oppiaine – Subject Suomen kieli	Työn laji – Level Maisterintutkielma
Aika – Month and year Huhtikuu 2016	Sivumäärä – Number of pages 70 s. + liite
Tiivistelmä – Abstract <p>Tässä tutkielmassa selvitän ammattimaisten bloggaajien käsityksiä blogien nimistä ja nimeämisperusteista kyselytutkimuksen avulla. <i>Blogien nimet</i> on nimikategoriana melko uusi, eikä sitä ole vielä juurikaan tutkittu. Suomalaisessa nimistöntutkimuksessa on myös tehty melko vähän tutkimusta, jossa nimeämisestä olisi kysytty nimenantajilta itseltään, joten siksikin näkökulmani on tuore.</p> <p>Tutkin blogien nimien nimeämisperusteita ja jaottelen niitä luokkiin. Lisäksi selvitän bloggaajien käsityksiä blogien nimistä ja nimeämisestä ja sitä, miten nämä käsitykset heijastuvat heidän omien blogiensa nimiin. Pohdin myös bloggaamisen ammattimaistumisen vaikutusta bloggaajien ajatuksiin blogien nimistä.</p> <p>Teoreettisena viitekehystenä käytän nimistöntutkimuksen yleisiä teorioita nimeämisperusteista ja nimien luokittelusta. Rinnastan tässä tutkimuksessa blogien nimet yritysnimiin ja sovellan systeemifunktionaalista kieliteoriaa samalla tavoin kuin sitä on yritysnimistön tutkimuksessa aiemmin sovellettu. Lisäksi hyödynnän joitakin blogitutkimuksen teorioita. Aineistoni koostuu kyselytutkimuksesta, johon sain 39 vastausta suosituilta lifestyle-bloggaajilta.</p> <p>Blogien nimeämisperusteet voidaan jakaa viiteen luokkaan. Nimeämisperusteena voi olla jokin blogiin tai sen aiheeseen liittyvä seikka, bloggaajan oma nimi, jokin bloggaajaan liittyvä seikka, musiikki tai kirjallisuus tai vain satunnaisuus, se, että ”nimi tuntui hyvältä”.</p> <p>Tutkimukseni mukaan suurin osa bloggaajista on tyytyväisiä bloginsa nimeen, eivätkä he ole koskaan vaihtaneet tai edes harkinneet nimen vaihtoa. Yli puolet bloggaajista on nimennyt bloginsa suomeksi, mutta moni on valinnut myös englannin. Blogien nimissä arvostetaan käytännöllisyyttä: hyvä blogin nimi on lyhyt ja ytimekäs, helppo muistaa, ääntää ja kirjoittaa. Käytännöllisyys on myös yleisin blogin nimen funktio. Bloggaamisen ammattimaistuminen on vaikuttanut lähinnä uusien bloggaajien nimivalintoihin: he ovat pyrkineet persoonallisuuteen, jotta erottuisivat blogien massasta. Nimen merkitys on ylipäätään suurin juuri bloggaamisen alkuvaiheessa, jolloin bloggaaja pyrkii saamaan lukijoita.</p>	
Asiasanat – Keywords nimistöntutkimus, nimeäminen, nimeämisperuste, blogit	
Säilytyspaikka – Depository	
Muita tietoja – Additional information	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS JA AIEMPI TUTKIMUS	6
2.1 Nimistöntutkimus Suomessa	6
2.2 Nimeämisperusteet	8
2.3 Nimien luokittelu	11
2.4 Yritysnimistö ja systeemis-funktionaalinen kieliteoria	14
2.5 Blogin määritelmä ja blogityypit	18
2.6 Blogit verkkoyhteisönä ja identiteettityössä	21
3 AINEISTO JA METODI	25
4 BLOGIEN NIMEÄMISPERUSTEET JA NIIDEN LUOKITTELU	29
4.1 Blogiin tai sen aiheeseen liittyvä seikka	29
4.2 Bloggaajan oma nimi	33
4.3 Bloggajaan liittyvä seikka	35
4.4 Musiikki tai kirjallisuus	37
4.5 Satunnaisuus, se, että ”nimi tuntui hyvältä”	38
5 BLOGGAAJIEN KÄSITYKSIÄ BLOGIEN NIMISTÄ	40
5.1 Bloggaajien tyytyväisyys blogiensa nimiin	40
5.2 Blogin nimen vaihtaminen	46
5.3 Ammattimaisuuden vaikutus bloggaajien ajatuksiin blogien nimistä	49
5.4 Kielen valinta blogien nimissä	52
5.5 Blogien nimien funktiot	55
5.6 Hyvän blogin nimen ominaisuudet	58
5.7 Blogien nimien merkitys	60
6 PÄÄTÄNTÖ	64
LÄHTEET	67
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän tutkielman aiheena ovat blogien nimet ja nimeäminen. Blogien nimet ovat tavallisesti keskeinen osa blogibrändiä ja blogien tunnettuutta, sillä yleensä bloggaajat tunnetaan juuri blogiensa nimillä (Noppari & Hautakangas 2012: 26). Olenkin blogimaailmaa seurattessani huomannut, että bloggaajista puhutaan lähes poikkeuksetta niin, että blogin nimi kuuluu kokonaisuuteen: puhutaan esimerkiksi *Mutsis on -Emilia* tai *Karkkipäivän Sannista*. Blogin nimi on siis voimakkaasti yhteydessä bloggaajan henkilöbrändiin ja koko blogibrändiin ylipäätään. Juuri blogien nimien tärkeys pr-työssä sekä niiden toimiminen blogien käyntikortteina sai minut kiinnostumaan blogien nimeämisestä ja nimeämisen taustalla vaikuttavista asioista. Olen myös eri blogisivustoja selaillessani törmännyt mitä mielikuvituksellisimpiin nimiin, joiden taustoja on mielenkiintoista selvittää. Minua kiinnostaa myös, mitä ammatikseen bloggaavat ajattelevat blogien nimistä ja nimeämisestä nyt, kun heidän blogeillaan on tuhansia lukijoita päivittäin. Monet suosituimmista blogeista kun ovat syntyneet lähinnä hetken mielihoiteesta ja omaksi sekä kavereiden iloksi kirjoittelusta (Noppari & Hautakangas 2012: 77), joten blogien nimiäkään ei välttämättä ole aina kovin tarkkaan harkittu tai niiden merkitystä ainakaan suosion näkökulmasta mietitty.

Luen itse paljon blogeja eri aihepiireistä ja seuran blogimaailmaa ylipäätään. Tässä tutkimuksessa olen kiinnostunut suosituista ja ammattimaisista, mutta kuitenkin tavallisista ja päiväkirjamaisista omaa elämää ja elämäntapaa käsittelevistä blogeista, joilla ei bloggaajien joskus tahattomistakin mielipidevaikuttajan rooleista huolimatta ole mitään sen suurempia vaikuttamiseen pyrkiviä tavoitteita. Matikaisen (2009) suomalaista blogikenttää koskevan tutkimuksen mukaan suurin osa kotimaisista blogeista onkin juuri tällaisia tavallisten ihmisten ylläpitämiä verkkopäiväkirjoja. Myös Noppari ja Hautakangas (2012: 160) ovat muotiblogeja käsittelevän tutkimuksensa perusteella todenneet huippubloggaajienkin olevan ”ihan tavallisia tyttöjä”, joita nyt vain pidetään mielipidevaikuttajina ja jotka saatetaan tunnistaa kadulla. Tutkimukseni keskiössä ovat siis suositut, bloggaajien arkea ja elämäntapaa käsittelevät lifestyle-blogit, jotka voivat bloggaajasta riippuen painottua eri teemoihin (esim. perhe tai treenaaminen). Lifestyle-kategoria voidaan nähdä joko lähes kaiken kattavana tavallisesta elämästä kertovien blogien kattokäsitteenä tai suppeasti vain muutaman blogikategorian sisältävänä terminä. Noppari ja Hautakangas (2012: 18) toteavat termin lifestyle-blogi nousseen yleiseen käyttöön henkilökohtaisten ja päiväkirjamaisien tyyliblogien yhteydessä. Lifestyle-blogeista puhutaan kuitenkin myös monissa muissa yhteyksissä ja termiä käytetään vaihtelevasti. Tässä tut-

kimuksessa lifestyle-kategoria toimii kattokäsitteenä, joka sisältää kaikki mahdolliset päiväkirjamaiset, omaa elämää tai elämäntapaa käsittelevät blogit eri painotuksineen. Lifestyle-kategoria kätkee siis alleen blogikategorioita aina treeniblogeista muoti- ja perheblogeihin ja jättää ulkopuolelle vain tiukasti johonkin tiettyyn teemaan rajatut blogit, jotka sisältävät vain vähän päiväkirjamaista kerrontaa.

Tutkimuskysymykseni ovat seuraavat:

1. Millaisia nimeämisperusteita blogien nimillä on ja miten niitä voidaan luokitella?
2. Millaisia käsityksiä bloggaajilla on yleisesti blogien nimistä ja nimeämisestä? Miten nämä käsitykset heijastuvat heidän omien blogiensa nimiin?
3. Miten bloggaamisen ammattimaistuminen on vaikuttanut bloggaajien ajatuksiin blogien nimistä ja nimeämisestä?

Jalkanen ja Pudas (2013) ovat tutkineet kirjablogeja ja selvittäneet pienenä osana tutkimustaan näiden blogien nimeämiseen liittyviä kysymyksiä. He toteavat blogin nimeämisen olevan osittain sattumien summaa: nimi voi syntyä pitkän harkinnan tuloksena, hetken mielihoiteesta tai jopa eräänlaisena hullutteluna. Heidän mukaansa nimeä ei myöskään kovin helposti vaihdeta, vaan kerran annetussa nimessä yleensä pysytään. Moni tutkimukseen osallistunut bloggaaja myös sitoo bloginsa nimen sen aihepiiriin; kirjoihin ja lukemiseen. (Jalkanen & Pudas 2013: 60–61.) Olen havainnut saman blogin nimen ja teeman yhteyden myös lifestyle-blogeissa: erityisesti treeni- ja perheblogeissa tunnutaan suosivan nimiä, joista jollain tavalla tulee ilmi blogin pääasiallinen aihealue. Paljon on silti myös blogeja, joiden nimi ei viittaa blogin teemaan ollenkaan. Oletan kuitenkin blogien nimeämisperusteista löytyvän yhteneväisyyksiä, joiden perusteella voin jakaa nimeämisperusteet luokkiin. Hypoteesini on myös, että blogien nimiä, niiden kieltä tai sitä, mitä nimillä halutaan viestittää, ei ole monissa tapauksissa kovin tarkkaan harkittu, vaan nimi on syntynyt koko blogin tavoin hetken mielihoiteesta, kuten Jalkanen ja Pudas (2013) toteavat kirjablogitutkimuksensa perusteella usein tapahtuvan. Moni bloggaaja on myös varmasti tottunut ja tavallaan kiintynytkin oman bloginsa nimeen, joten vaikka bloggaaja nyt, ammattilaisena, ehkä valitsisi bloginsa nimen toisin, uskon silti monen olevan tyytyväinen aikoinaan valitsemaansa nimeen. Kertoohan blogin nimi kuitenkin omalla tavallaan siitä, mistä kaikki on alkanut.

Suomalainen blogikenttä on muuttunut viimeisen 10 vuoden aikana paljon. Henkilökohdattaiset ja päiväkirjamaiset lifestyle-blogit nousivat Suomessa suureen suosioon noin 6–7 vuotta sitten, minkä jälkeen bloggaaminen on ammattimaistunut vauhdilla. Moni suosittu bloggaaja

on siirtynyt harrastelijasta ammattilaiseksi, jolle jokin blogiportaali tai aikakauslehti maksaa kuukausipalkkaa. Lukijamäärät vaikuttavat kuukausipalkan suuruuteen, ja lisäksi bloggaajat saavat tuloja yritys yhteistyöstä: he kirjoittavat yhteistyöpostauksia, joissa esittelevät yrityksen tuotteita tai palveluja sekä suunnittelevat yrityksen pyynnöstä esimerkiksi t-paitoja tai drinkkiohjeita. Palkasta huolimatta blogi on monelle edelleen sivutyö, mutta suosituimmat bloggaajat pystyvät elättämään itsensä blogilla ongelmitta. (Maksimainen 2014.)

Viestintätoimisto Manifeston Blogibarometri 2014 -tutkimuksen (2014) mukaan blogista tuloja saavien määrä on kasvanut vuosi vuodelta. Kyselyyn vastanneista bloggaajista 76 % ansaitsee blogillaan rahaa tai rahanarvoisia etuja, säännöllistä kuukausipalkkaa saa 37 %. Lähes kaikki bloggaajat (92 %) saavat markkinointimielessä tehtyjä yhteistyötarjoja yrityksiltä. Kansainvälisessä vertailussa Suomi edustaa Ison-Britannian kanssa bloggaajasuhteiden kärkeä: blogit ovat tulleet osaksi yritysten viestintää ja bloggaajiin ollaan säännöllisesti yhteydessä. Blogeissa yritykset ja niiden tuotteet saavatkin paljon näkyvyyttä, sillä esimerkiksi muotiblogeista joka kolmannella on 50 000–100 000 lukijaa kuukaudessa, kun suosituin blogin tavoittaa kuukausittain jopa 250 000 lukijaa. (Blogibarometri 2014.) Vastaavanlaisen seuraajamäärään pääsevät myös suosituimmat videoblogit, joiden merkitys suomalaisessa blogikentässä on viime vuosina kasvanut räjähdysmäisesti. Yritykset alkavat pikku hiljaa löytää myös nämä blogit, vaikka videobloggaajiin ollaankin vielä toistaiseksi vähemmän yhteydessä kuin perinteisiin bloggaajiin. Myös sosiaalisen median rooli blogimarkkinoinnissa on kasvanut. (Blogibarometri 2015.)

Suosituimmilla blogeilla nähdään olevan vaikutusvaltaa paitsi lukijoihin, jossain tapauksissa myös koko yhteiskuntaan (Hsu & Lin 2008: 65). Monia bloggaajia pidetään eräänlaisina internet-ympäristön mielipidevaikuttajina, ja osasta heistä saattaa tulla ajan kuluessa myös julkisuuden henkilöitä (Chen 2010: 29). Vaikutusvaltaisilla bloggaajilla on suuri, samanhenkinen lukijakunta, jonka kanssa he ovat aktiivisesti vuorovaikutuksessa. Lukijat käyttävät blogien sisältöjä hyödykseen kokeilemalla esimerkiksi bloggaajan kauneudenhoitovinkkejä tai tutustumalla blogissa suositeltuihin tuotteisiin. (Moon & Han 2010: 231.) Lukijat pitävät bloggaajia yleensä kaverin kaltaisina, puolueettomina henkilöinä, jotka ovat riippumattomia ulkopuolisista ajatuksista ja joiden mielipiteet perustuvat henkilökohtaiseen kokemukseen. He toivovat blogien pysyvän mahdollisimman epäkaupallisina ja autenttisina ympäristöinä, jotta bloggaajien mielipiteet ja persoonat säilyisivät aitoina. Bloggaajia voi siis pitää eräänlaisina ruohonjuuritason vaikuttajina, jotka ainakin pyrkivät sitoutumattomuuteen ja jotka aktiivisesti vievät yhteisössään eteenpäin itselleen merkityksellisiä viestejä ja asioita. Nämä bloggaajien vaikutuksen alaisina olevat yhteisöt ovat kuitenkin juuri se resurssi, josta yritykset ovat kiin-

nostuneita ja josta bloggaajien mahdollisuudet tienata syntyvät. (Noppari & Hautakangas 2012: 70, 92, 141.) Mikäli blogistaan haluaa tehdä työn, on siis melkein pako astua kaupallisuuden maailmaan.

Vaikka yritysyritykset ovatkin tuoneet kaupallisuuden osaksi blogimaailmaa, voi mielestäni blogeja itsessäänkin jossain määrin verrata yritystoimintaan: Bloggaaja on ikään kuin yrittäjä, jonka yritys blogi on. Bloggaajalla on täysi päätäntävalta blogiinsa ja sen sisältöön liittyvissä asioissa. Hän voi itse päättää, mihin yhteistöihin lähtee mukaan, milloin ja mitä kirjoittaa. Siirtymisen blogiportaalin tai jonkun suuren mediatalon alle on joskus katsottu kaivattavan bloggaajan itsenäisyyttä, mutta bloggaaja voi kuitenkin kutsun saatuaan neuvotella itselleen mieluisan sopimuksen tai oman harkintansa mukaan pysyä vanhassa ”blogikodissaan”. Ison toimijan ”talliin” kuulumisesta on usein kuitenkin hyötyä, sillä näin blogit saavat enemmän näkyvyyttä ja esimerkiksi mediayhteistyömahdollisuuksia. Samoin kuin yrityksiä, myös blogin lukijamääriä ja sitä kautta koko blogia pyritään jatkuvasti kasvattamaan. Bloggaajat osallistuvat erilaisiin pr-tilaisuuksiin sekä tapaavat yhteistyötahoja ja pyrkivät näin markkinoimaan blogiaan ja viemään sitä eteenpäin. Suosituimpien blogien yhteydessä voidaan puhua jo blogibrändistä, johon blogin nimi kuuluu olennaisesti, sillä yleensä bloggaajat tunnetaan juuri bloginsa nimellä (Noppari & Hautakangas 2012: 26).

Lifestyle-blogeissa bloggaamisen ammattimaistuminen on mielestäni näkynyt selvimmän. Ammattimaisesta bloggaamisesta kertovat vankka ja kasvava lukijakunta, yritysyritys sekä mahdollisuus saada blogista tuloja (Kortesuo & Kurvinen 2011: 98–99). Ammattimainen bloggaaja myös tuottaa laadukasta sisältöä hyvällä päivitystahdilla (Noppari & Hautakangas 2012: 162). Tässä tutkimuksessa keskityn siis ammattimaisiin ja suosittuihin lifestyle-blogeihin, joiden kirjoittajille lähetin kahdeksan avointa kysymystä sisältävän sähköpostikyselyn. Aluksi lähetin kyselyn kahden eri blogiportaalin, Indiedaysin ja FitFashionin, bloggaajille joulukuussa 2015. Koska en saanut tarpeeksi vastauksia, lähetin tammikuussa 2016 kyselyn vielä neljän blogiportaalin sekä kolmen aikakauslehden bloggaajille. Vastauksia sain lopulta yhteensä 39. Halusin tutkia suosittuja blogeja, joilla on paljon lukijoita, sillä tarkoitukseni oli selvittää muun muassa ammattimaisuuden vaikutusta bloggaajien ajatuksiin blogien nimistä. Tästä syystä valitsin kyselyni kohteeksi blogeja, jotka löytyvät jostakin portaalista tai aikakauslehden sivustolta, sillä portaaliin tai aikakauslehden sivuille pääseminen edellyttää jo valmiiksi melko suurta lukijakuntaa ja laadukasta blogia. Monen blogin suosio myös kasvaa entisestään portaaliin tai aikakauslehden siirtymisen jälkeen. Kaikki valitsemani sivustot myös edustavat tutkimukseni kohteeksi valitsemaani lifestyle-blogien kategoriaa: osa painot-

tuu tiiviisti johonkin tiettyyn elämän osa-alueeseen, kuten treenaamiseen tai perheeseen, osataas pysyy perinteisemmän lifestylegenren raameissa.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS JA AIEMPI TUTKIMUS

Tässä luvussa tarkastelen nimistöntutkimuksen tutkimuskenttää ja tutkimusperinteitä sekä blogitutkimuksen painopisteitä. Esittelen tutkimukseni kannalta keskeisiä käsitteitä ja teorioita, jotka nimistöntutkimuksessa painottuvat nimeämisperusteen käsitteeseen ja yritysnimistön funktioista tehtyihin havaintoihin. Koska *blogien nimet* -nimikategoria on melko uusi eikä sitä ole juurikaan tutkittu, joudun tässä tutkimuksessa tukeutumaan yleiseen onomastiseen tutkimuskirjallisuuteen, joka käsittelee pääosin paikannimistöä. Pyrin kuitenkin linkittämään omaa tutkimustani tähän perinteeseen, sikäli kuin se vaan on mahdollista. Blogitutkimuksen osalta tuon esiin blogien merkitystä muun muassa yhteisöllisyyden ja bloggaajien identiteettityön kannalta.

2.1 Nimistöntutkimus Suomessa

Nimistöntutkimus eli onomastiikka on vasta 1800-luvulla syntyneenä tieteenalana melko nuori. Se toimi aluksi vain aputieteenä historian ja arkeologian tutkimukselle, mutta on jo kauan sitten tunnustettu omaksi, itsenäiseksi, kielitieteelliseksi tutkimusalakseen. Nimistöntutkimus tutkii erisnimiä, joihin voidaan viitata myös käsitteellä *propri*. Tällöin on kyse sanasta tai sanojen yhdistelmästä, jolla viitataan yhteen tiettyyn yksilöityyn henkilöön, olioön, asiaan tai esineeseen. Erisnimet ovat siis yksiviitteisiä eli niille on olemassa vain yksi ulkomaailman tarkoite, jonka ne yksilöivät ja erottavat muista samanlajisista. Sanalla *nimi* voidaan viitata myös henkilöihin, olioihin, asioihin tai esineisiin lajinsa edustajina, jolloin on kyse yleisnimestä eli *appellatiiveista*. Nimistöntutkimuksessa sanalla *nimi* tarkoitetaan kuitenkin aina erisnimeä. (Ainiala, Saarelma & Sjöblom 2008: 12–14.)

Nimistöntutkimus on sekä Suomessa että Skandinaviassa, ja pitkälti myös muualla, keskittynyt pääasiassa paikannimien eli toponymien tutkimukseen henkilönnimien ollessa toisena keskeisenä tutkimuskohteena. Tarve paikkojen ja ihmisten nimeämiseen on ollut olemassa jo kielen kehityksen alkuaajoista lähtien, joten keskittyminen näihin kahteen nimikategoriaan on luonnollista. (Sjöblom 2006: 16, 27.) Suomessa nimistöntutkimuksen painopiste on ollut korostetusti paikannimistön tutkimuksessa, josta on selvitetty muun muassa nimien ja nimitysteemien rakennetta ja nimeämisperusteita sekä luokiteltu näitä semanttisesti. Myös nimien alkuperää selvittävää etymologista tutkimusta on tehty Suomessa paljon. Nimien käyttöön liittyvät kysymykset ovat puolestaan nousseet viime vuosikymmeninä esille. (Ainiala

ym. 2008: 61, 70.) Tietämys suomalaisesta paikannimistöstä on laaja paitsi pitkän tutkimushistorian, myös opiskelijoiden lukuisten opinnäytetöiden ansiosta. Opiskelijoilla on ollut keskeinen rooli suomalaisessa nimistöntutkimuksessa ja paikannimistön kuvaamisessa. Erityisesti Helsingin yliopistossa tehtiin 1970–2000-luvuilla lukuisia korkeatasoisia nimistöä ja erityisesti paikannimistöä käsitteleviä pro gradu -töitä: vuositasolla noin 1 000 sivua tutkimustekstiä, mikä on enemmän kuin nimistöä käsittelevä muu tutkimuskirjallisuus. Näistä monet ovat aluemonografioita, jotka keskittyvät nimien rakenneanalyysiin ja nimeämisperusteiden luokitteluun. (Ainiala & Pitkänen 2002: 235.)

Koska nimistöntutkimus on sekä Suomessa että muualla keskittynyt paikannimiin, myös nimistöntutkimuksen teoreettisia kysymyksiä on tarkasteltu lähinnä paikannimistön tutkimuksen näkökulmasta (Ainiala ym. 2008: 60). Paikannimisysteemien kuvaus on kuitenkin tutkimusperinteestä ja aineistosta riippuen vaihtelevaa, sillä mitään yleistä nimistöntutkimuksen teoriaa ei ole olemassa (Kiviniemi 1987: 13). Muun kuin paikan- tai henkilönnimistön tutkimus on sekä Suomessa että maailmalla ollut melko vähäistä. 2000-luvulla keskeisiksi ”muun nimistön” tutkimuksen kohteiksi ovat nousseet kaupallinen nimistö (esim. Sjöblom 2006), eläinten nimet (esim. Kalske 2005) sekä kirjallisuuden nimistö (esim. Bertills 2003). Muita kirjallisuudessa mainittuja tutkittuja nimikategorioita ovat muun muassa laivojen, junien, kasvien ja taivaankappaleiden nimet (Sjöblom 2006: 32).

Ihmisillä on tarve yksilöidä ja inhimillistää sellaisiakin tarkoitteita, jotka eivät välttämättä ole edes eläviä. Tällöin on kyse kieliyhteisöille tyypillisestä personifikaatiosta, eräänlaisesta metaforasta, jossa ei-inhimillisiin olioihinkin liitetään inhimillisiä ominaisuuksia. (Ainiala ym. 2008: 20.) Lähes kaikissa erisnimikategorioissa nimillä ikään kuin osoitetaan, että nimetyllä on identiteetti: siihen, että yritykselle, hevoselle tai vaikkapa omalle autolle annetaan yksilöivä nimi, liittyy jo ajatus tarkoitteen sijoittumisesta inhimilliseksi laskettavien olioiden joukkoon. Erisnimillä voikin olla kielenulkoisessa maailmassa vain yksi tarkoite, *referentti*, johon nimellä viitataan. (Sjöblom 2006: 24, 70–71.) Tästä syystä uuden tarkoitteen syntyessä syntyy aina myös uusi nimi (Ainiala 1997: 23). Uusien nimien ja kokonaisten uusien nimikategorioiden taustalla on aina kulttuurinen ja yhteiskunnallinen konteksti: nimet ovat olemassa ja niitä käytetään jostain tiettyä tarkoitusta varten. Uusi nimikategoria syntyy, kun tulee jokin uusi ilmiö, tarkoitteiden luokka, jonka jäseniä täytyy voida yksilöidä. Internetin myötä on esimerkiksi syntynyt monia ilmiöitä, joihin liittyy uudenlaista nimistöä, joka täytyy ottaa huomioon myös nimistöntutkimuksessa. (Ainiala ym. 2008: 14, 22, 24.) Blogit ja niiden nimet edustavat mielestäni hyvin tällaista uutta tarkoitteiden luokkaa, joka on kasvettuaan vaatinut aina vaan yksilöivämpiä nimiä. Aiemmin ehkä *Ainon blogi* -tyyliset nimet riittivät

yksilöimään tarkoitteensa, mutta bloggaamisen lisääntyessä on alettu tarvita persoonallisempia nimiä. Uudenlaisen nimistön tultua osaksi tutkimusta ei perinteinen jako henkilön- ja paikannimiin enää riitä, vaan uuden nimistön myötä on alettava muodostaa uusia nimikategorioita siitäkin huolimatta, ettei nimistöntutkimuksen piirissä vielä ole olemassa mitään yhteistä käsitystä siitä, miten tätä uutta nimistöä tulisi kategorioida (Sjöblom 2006: 32).

2.2 Nimeämisperusteet

Nimeämisperusteilla tarkoitetaan niitä asiaperusteita, joiden mukaan nimi on annettu. Näitä voivat olla esimerkiksi paikannimitutkimuksessa paikan sijainti tai käyttötarkoitus. (Kiviniemi, Pitkänen & Zilliacus 1974: 34.) Nimeämisperusteet nähdään usein tällaisina varsin konkreettisina asiaperusteina, jolloin vähemmälle tutkimukselliselle huomiolle jäävät esimerkiksi yritysnimistössä yleiset symboliset ja assosiattiiviset nimeämisperusteet, joita ovat muun muassa vertailunimet, vaikkapa *Siperia* syrjäisen paikan nimenä (Sjöblom 2006: 22). Nimeämisperuste liittyy voimakkaasti nimen yksilöivään tehtävään: Jotta samanlaiset tarkoitteet pystytään erottamaan toisistaan, ei mikään tarkoitteelle yleinen ominaisuus voi toimia nimeämisperusteena. Tästä syystä nimistössä yleistä onkin se, mikä kulttuurissa ja ympäristössä on harvinaista ja päinvastoin. (Ainiala ym. 2008: 38.)

Nimeämisperusteen käsitteeseen kuuluu ajatus siitä, että nimiä tarkastellaan yksinomaan nimenantajan näkökulmasta, jolloin kieliyhteisön eli nimien pääasiallisten käyttäjien näkökulma jää ulkopuolelle (Sjöblom 2006: 22). Toki ainoa, joka pystyy luotettavasti selvittämään nimien nimeämisperusteet ja motiivit nimeämisen taustalla, on nimenantaja itse (Kiviniemi 1987: 21). Nimenannossa voivat kuitenkin vaikuttaa myös tiedostamattomat prosessit, jolloin nimenantajalle itselleenkin saattaa olla epäselvää, mitkä kaikki tekijät ovat vaikuttaneet nimen muodostamiseen (Sjöblom 2006: 61). Yksi tällainen osittain tiedostamaton tekijä voivat olla nimimallit, jotka voivat olla rakenteellisia tai vaikkapa leksikaalisia. Nimenanto on lähes poikkeuksetta analogista, jolloin nimenantaja perustaa nimeämisen jo olemassa olevaan nimistöön ja kieliyhteisön käyttämiin nimeämismormeihin. (Ainiala ym. 2008: 39–40.)

Nimistöntutkimuksessa on tehty melko vähän tutkimusta, jossa nimenantajalta itseltään olisi kysytty nimeämiseen vaikuttavista tekijöistä. Esimerkiksi paikannimitutkimuksessa, jota suurin osa nimistöntutkimuksesta edelleen on, ei usein ole mahdollista tavoittaa nimenantajaa. Tästä huolimatta nimenannon motiivien ja nimien rakenteen ymmärtäminen juuri nimenantajan näkökulmasta on nähty nimistöntutkimuksessa keskeisenä, mikä näkyy myös syntaktis-

semanttisesta luokittelumallista (Sjöblom 2006: 59). Nimenantajan todellisiin motiiveihin ei kuitenkaan yleensä päästä käsiksi, joten tavallisesti kyse on lähinnä nimenmuodostuksen kontekstista, johon kuuluu esimerkiksi nimenantajan maailmankuva (Kiviniemi 1987: 30). Vanha paikannimistö on yleensä syntynyt spontaanisti ilman, että nimenantaja on edes ajatellut luovansa nimeä. Hän on vain käyttänyt tiettyä ilmausta, jonka ympäröivä yhteisö on hyväksynyt nimeksi. (Sjöblomin 2006: 59–60 mukaan Benson 1976: 44, 46.) Nimeämisperuste voidaan siis nimenantajalta kysymisen lisäksi määritellä myös suoraan nimestä: Kiviniemen (1971: 35) mukaan nimeämisperusteita ovat ne eri tavoin ryhmiteltävissä olevat asiaperusteet, joihin paikannimen voidaan olettaa perustuvan. Näitä nimeämisperusteita pystytään selvittämään muun muassa syntaktis-semanttisen luokittelumallin avulla.

Syntaktis-semanttinen luokittelumalli on Kurt Zilliacuksen 1960-luvulla keksimä metodologisesti nimistöntutkimusta mullistanut oivallus, jota hän kehitteli 1970-luvulta lähtien yhdessä Eero Kiviniemen kanssa. Keskeistä mallissa on itse nimenmuodostustapahtuma ja nimenantajan näkökulma sekä ne asiaperusteet, jotka ovat löydettävissä nimeämisen taustalta. Asiaperusta ja tarkoitetta luonnehtivien piirteiden valinta ovat nimen semanttisia ominaisuuksia, ja kun mukaan otetaan useita piirteitä, aletaan noudattaa kielen syntaktisia sääntöjä. Nimen muodostustavat voivat kuitenkin vaihdella. (Sjöblomin 2006: 28 mukaan Zilliacus 1966: 48–49.) Syntaktis-semanttisen mallin mukainen luokittelu tapahtuu lyhyesti kuvattuna seuraavasti: Nimistä analysoidaan syntaktisesti nimien perus- ja määriteosat, jolloin nimet jaetaan yksi- kaksi- ja kolmiosaisiin nimiin. *Nimenosa* on nimeen sisältyvä kielellinen ilmaus, joka kertoo yhden tarkoitetta kuvaavan seikan. *Perusosa* tarkoittaa itse paikkaa, *määriteosa* on perusosaa määrittävä nimenosa. Esimerkiksi nimessä *Koivusaari* on perusosana paikkaa tarkoittava *saari*, ja määriteosana *koivu*. Perusosat luokitellaan semanttisesti paikan lajia ilmaiseviin, nimittäviin ja erityispiirrettä ilmaiseviin. Erityispiirrettä ilmaisevat perus- ja määriteosat jaetaan vielä semanttisen sisällön ja muodon mukaan, jolloin sisältö voi ilmaista suhdetta, ominaisuutta tai toimintaa. Termillä *nimeämisperuste* tarkoitetaan yleensä tätä erityispiirrettä ilmaisevan nimenosan sisältöä. (Kiviniemi ym. 1974; Sjöblom 2006: 28–29.) Sjöblom (2006: 29) toteaa koko termin *syntaktis-semanttinen luokittelu* nousevan todennäköisesti ajattelusta, jossa nimi palautetaan syvärakenteen lauseeksi, jota analysoidaan semanttisesti: syntaktis-semanttisia suhteita selvitetään usein käytännössä muun muassa lauseparafraasin avulla, jolloin vaikkapa *Koivusaari*-nimen parafrasi olisi ”saari, jolla kasvaa koivu”.

Nimenantajan motiivit ja syyt nimen muodostamiseen saattavat olla hyvinkin erilaiset kuin nimeä käyttävän yhteisön tarpeet nimen suhteen. Monien harkinnaisnimien, esimerkiksi yritysnimien, antamista motivoivat usein hyvin käytännölliset seikat: Yritysnimen antaja saat-

taa pyrkiä nimellä houkuttelemaan asiakkaita tai muodostamaan nimen vaikkapa sen mukaan, että se löytyy helposti erilaisista luetteloista. Ympäröivä yhteisö puolestaan käyttää nimeä vain, koska sellainen nimi on annettu tai koska se haluaa tehdä eron eri yritysten välille. Ennen nimet syntyivät spontaanisti kieliyhteisöissä niin, että yhteisö hyväksyi nimen käyttöön, mutta nyky maailmassa lähes kaikki nimet syntyneet suunnitellusti esimerkiksi viranomaisten päätöksellä. Nimenanto on siis tietoista, ja nimi tulee yleiseen käyttöön ilman kieliyhteisön varsinaista hyväksyntääkin. (Sjöblom 2006: 60.)

Sjöblom (2006: 22, 61) toteaa nimeämisperusteiden selvittämisen olevan aina spekulatiivista ja erilaisista luokittelumalleista ja apuvälineistä huolimatta jossain määrin tutkijan omaa tulkintaa, ellei nimeämisestä pääse kysymään nimenantajalta itseltään. Hän pitää kieliyhteisön näkökulmaa nimien taustojen selvittämisessä toimivampana: Sekä nimenantaja että tutkija ovat molemmat kieliyhteisön jäseniä, joten tutkija voi käyttää apuna myös omia intuitionaan. Kieliyhteisön näkökulman painottaminen antaa metodologisesti enemmän vaihtoehtoja, sillä tutkija voi käyttää hyväkseen kaikkea olemassa olevaa tietoa nimeämisestä ja vetää omia johtopäätöksiä ilman taustatietojakin, niin kuin muutkin kieliyhteisön jäsenet tekevät. Näin ei saada yksittäisten nimien tarkkoja taustatietoja selville, mutta nimeämisen ja nimeämisprosessin yleiset periaatteet pystytään selvittämään melko luotettavasti. Nimenantajan käsitteistysmallit kun ovat peräisin kieliyhteisöltä ja sen kielenkäyttötavoista. Sjöblom puhuikin väitöstutkimuksessaan *nimeämisperuste*-käsitteen sijaan nimien viestinnällisistä tavoitteista, joilla hän tarkoittaa tutkijan subjektiivista näkemystä nimeen sisältyvistä tiedostetuista viesteistä, joissa on kyse niistä asioista, jotka nimenantaja on valinnut nimeen kielennettäviksi ja näihin valintoihin liittyvistä tavoitteista. (Sjöblom 2006: 22, 61.) Kieliyhteisön näkökulman painottaminen on viime vuosina noussut keskeiseksi muillakin nimistöntutkimuksen aloilla, myös paikannimitutkimuksessa. Nimenantajan sijaan on alettu kiinnostua nimenkäyttäjistä: Sosio-onomastiikan keskeisiä kysymyksiä ovat olleet muun muassa mitä, miten ja miksi eri nimiä tai nimimuotoja eri tilanteissa käytetään. Luokittelussa on nimeämisperusteiden sijaan keskitytty nimenkäyttäjän tietoon paikan lajista ja funktioista, jotka saattavat erota nimenantajan käsityksistä paljonkin. (Ainiala 2003: 208.)

Vaikka nimistöntutkimuksessa yleisesti onkin alettu nimenantajan ja nimeämisperusteiden sijaan keskittyä nimenkäyttäjään ja nimien käyttöön, pysyn tässä tutkimuksessa perinteisen nimistöntutkimuksen viitekehyksessä: Keskityn vain ja ainoastaan nimenantajaan. Selvitän blogien nimeämisperusteita ja nimeämiseen vaikuttavia tekijöitä kysymällä nimistä bloggaajilta itseltään. Vältän näin nimeämisperusteiden tutkimiseen liittyvää spekulatiivisuutta, vaikka toki en voi tietää, kuinka tietoisia bloggaajat ovat kaikista nimeämiseen vaikuttavista

tekijöistä tai kuinka hyvin he osaavat analysoida niitä. Pääsen kuitenkin tällä tavalla mahdollisimman totuudenmukaiseen lopputulokseen. Valitsemani lähestymistapa on myös blogien kohdalla mielestäni perusteltu, sillä tällaisen melko uuden nimikategorian tarkastelu on mielestäni hyvä aloittaa siitä, mistä nimet ja nimeäminen lähtevät, eli nimenantajasta.

2.3 Nimien luokittelu

Nimistöntutkimuksessa on jo pitkään kiisteltu siitä, onko nimellä merkitys, ja mikä tehtävä tällä mahdollisella merkityksellä on. Nimen muodon, tarkoitteen ja merkityksen suhde on siis epäselvä. Nimi on kuitenkin olemassa tietyssä muodossa, joka noudattaa nimistön perusperiaatteita: proprilla voidaan viitata vain yhteen tiettyyn tarkoitteeseen, ja nimi täyttää nimen tehtäviä, oli se sitten semanttisesti läpinäkyvä eli sellainen, että sen yksilöivä merkitys voidaan tunnistaa, tai hämärtyneet eli opaakki. (Sjöblom 2006: 18.) Zilliacuksen (1997: 18) mukaan nimen ainoana tehtävänä on yksilöinti, jolloin sen alkuperäisellä merkityksellä ei ole väliä. Toisaalta nimi voi kuitenkin yksilöinnin lisäksi myös kuvata tarkoitettaan, ja tämä kuvaavuus voi olla keskeinen osa nimen funktiota. Eri ihmiset saattavat käyttää samasta nimestä eri muotoja, mutta silti kaikilla näillä nimimuodoilla on yleensä sama sisältö, mikä osoittaa nimellä olevan myös semanttisen, kuvailevan sisällön. (Ainiala 1997: 19–21, 242.) Kaikki nimet siis herättävät jonkinlaisia osittain henkilökohtaisia, osittain kieliyhteisölle yhteisiä, assosiaatioita. Näiden assosiaatioiden avulla voidaan selittää esimerkiksi se, että yrityksen nimi nähdään osana yrityksen imagoa tai se, että ihmisellä on kyky luokitella nimiä eri tavoin. (Sjöblom 2006: 18.) Yksi kielen keskeisimmistä ilmiöistä onkin juuri luokittelu. Maailma koostuu ihmisille yksilöiden lisäksi myös luokista, ja aivan kaiken voi sijoittaa johonkin luokkaan (Lakoff 1987: 5–6, 9.) Nimetkin voidaan jakaa semanttisesti tarkoitteidensa perusteella luokkiin, sillä ihmiset antavat yleensä nimiä sellaisille tarkoitteille, jotka voidaan niiden ominaisuuksien perusteella ryhmitellä. Tämä tarkoittaa kuitenkin sitä, että nimien luokittelu on yleensä lähinnä ympäröivän maailman luokittelua. (Sjöblom 2006: 17.)

Nimistöä on vuosikymmenien ajan pyritty luokittelemaan eri tavoin. Yhden ensimmäisistä luokitteluista esitti Alan Gardiner, jonka luokitteluun kuului tavallisten paikannimien, henkilönnimien ja muun muassa taivaankappaleiden nimien lisäksi myös sellaisia nimiryhmiä, jotka eivät suomalaisen kielitajun mukaan ole erisnimiä, kuten tittelit ja juhlapäivien nimet. (Ainialan ym. 2008: 24–25 mukaan Gardiner 1940: 5–6.) Vuosikymmeniä myöhemmin Gerhard Bauer esitti kattavuuteen pyrkivän luokittelun, jonka näkökulmana on tarkoit-

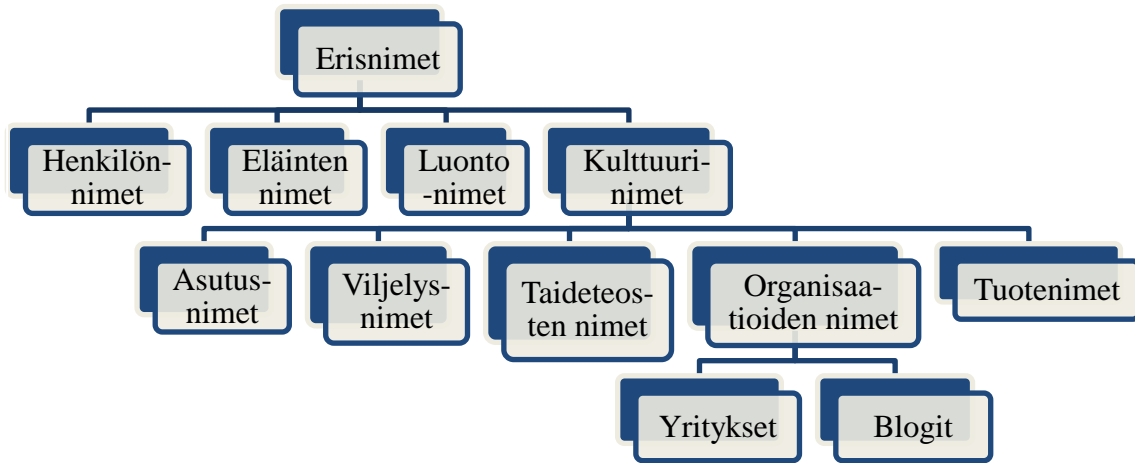
teen suhde ihmiseen: paikannimien tarkoitteena on ihmisen elinympäristö ja esimerkiksi tapahtumien nimien tarkoitteena ihmisen toiminta. Luokittelusta puuttuu kuitenkin olennaisia ryhmiä, kuten eläinten ja yritysten nimet. Bengt Pampin 1994 esittämä jaottelu on puolestaan melko kattava ja johdonmukainen. Hän jaottelee maailmaa sen mukaan, miten se näkyy erisnimistä: luokitteluun kuuluvat henkilön- ja paikannimien lisäksi kasvien ja eläinten nimet, esineiden nimet, tapahtumien ja ajanjaksojen nimet sekä abstraktinimet. Hän onnistuu ottamaan monia eri nimiryhmiä huomioon, mutta luokittelun ongelmana on rajanveto abstraktisuuden ja konkreettisuuden välillä. Samat nimet kun saattavat kuulua eri kategorioihin nimen esiintymiskontekstista riippuen. (Sjöblomin 2006: 44–45 mukaan Bauer 1985: 50, Pamp 1994: 50, 56.) Ongelmainen on myös Wilbur Zelinskyn äärimmäiseen tarkkuuteen pyrkivä luokitusjärjestelmä, joka pyrkii kattamaan koko nimistö tutkimuksen kentän kahdeksalla pääluokallaan ja 130 nimikategoriallaan. Zelinskyn tarkoituksena on ollut luoda luokittelu, joka johtaisi kattavan nimistöteorian kehittämiseen. Kuitenkin tarkoitteita, jotka voivat saada nimen, on loputtomasti, ja niitä syntyy koko ajan lisää muun muassa teknologian kehityksen myötä. Kattavuuteen pyrkivä luokitusjärjestelmä ei siis toimi, koska silloin luokitellaan lähinnä kielenulkoista maailmaa eikä niinkään nimiä niistä itsestään käsin. (Ainialan ym. 2008: 25 mukaan Zelinsky 2002: 249, 252–258.)

Jotta ”muuta nimistöä” voidaan tarkastella tasavertaisesti paikan- ja henkilönnimistön kanssa, on ongelmista huolimatta pyrittävä laatimaan edellisten kaltaisia luokittelumalleja. Ihmisen maailmankuvan kannalta jako henkilö- ja paikannimiin sekä muihin nimiin on todennäköisesti kognitiivisesti tyydyttävä, sillä henkilö- ja paikannimien tarkoitteet ovat melko selkeitä, kun taas muut nimet -kategoriaan voi sisältyä hyvinkin erilaisia tarkoitteita. Todennäköisesti ihmiselle on eläinten tai muiden ilmiöiden nimeämisen sijaan huomattavasti keskeisempää ihmisten ja paikkojen nimeäminen ja toisistaan erottaminen, sillä näitä tarkoitteita on nimetty jo kielen kehityksen alkuajoista lähtien. Tieteellisessä luokittelussa pyritään kuitenkin tarkkaan kuvaukseen, mistä johtuen vanha jaottelu paikan- ja henkilönnimiin sekä muihin nimiin ei kognitiivisesta tyydyttävyydestään huolimatta enää riitä. (Sjöblom 2006: 48.) Monia luokittelumalleja voi kritisoida siitä, että niissä luokitellaan nimien sijaan pelkkiä kielenulkoisia tarkoitteita. Kuitenkin, koska kyky kategorioida maailmaa ja sen ilmiöitä on ihmisen perusominaisuus, on perusteltua luokitella myös nimistöä näiden kategorioiden pohjalta. (Ainiala ym. 2008: 26.) Luokitteluun olisi kuitenkin hyvä ottaa mukaan myös yhteisön ja kulttuurin näkökulma, sillä kaikki, mikä nimetään, on aina osa kulttuuria. Kieli ei heijasta suoraan maailmaa eikä selity pelkästään ihmisen biologian pohjalta, vaan kielessä on aina yksityiskohtia, jotka voidaan ymmärtää vain kielenpuhujien ja heidän kulttuurinsa kehystä

vasten. (Sjöblom 2006: 48.) Eri kategoriat myös perustuvat lähinnä ihmisten kokemuksiin ja mielikuviin, eivätkä näin ollen ole mitään luonnostaan vallitsevia luokkia (Lakoff 1987: 8).

Nimiä voi tarkoitteiden, eli maailman ilmiöiden, luokittelun lisäksi jaotella myös kielestä itsestään ja ihmisen käsitysmalleista käsin. Yksi tapa on lähteä liikkeelle nimeämisen perustarkoituksesta, jolloin nimet voidaan luokitella sen mukaan, osoitetaanko nimellä tarkoite tärkeäksi osaksi ihmisyhteisöä eli paikaksi (lokalisoiva), inhimilliseksi henkilöksi tai henkilön kaltaiseksi (personifioiva) vai sellaiseksi, että nimi on annettu vain, jotta tarkoite pystytään erottamaan muista samanlaisista tarkoiteista (muulla tavoin kategorioiva). Jaottelu mukaillee perinteistä jakoa henkilön- ja paikannimiin sekä muihin nimiin, mutta on lähtökohtaisesti erilainen. (Sjöblom 2006: 50.) Lopulta luokittelu riippuu kuitenkin aina näkökulmasta ja on usein systeemikohtaista: nimiä voi luokitella esimerkiksi muodostustavan mukaan tai tarkastelun kohteena voivat olla tietyt nimisysteemit, joihin kuuluvia nimiä jaotellaan erilaisiin luokkiin. Luokittelu riippuu siis aina tutkijan valitsemasta näkökulmasta, sillä keskeisintä luokittelussa on valaista sitä, miten tutkija hahmottaa ja määrittelee oman tutkimuskohteensa suhteessa muuhun nimistöön. (Ainiala ym. 2008: 26.) Kielen ja maailman alati muuttuvasta luonteesta johtuen luokittelu voi tuskin koskaan olla täysin aukotonta ja tarkkarajaista, saati sitten jäännöksetöntä (Sjöblom 2006: 50).

Blogien nimet on melko uusi nimikategoria, joten sen sijoittaminen olemassa oleviin luokittelumalleihin on hieman haastavaa. Pampin (1994: 50, 56) luokittelumallissa blogien nimet kuuluvat epäilemättä abstraktinimien kategoriaan muun muassa yritysnimien, tavaramerkkien ja organisaatioiden nimien kanssa. Sjöblomin (2006: 49) kulttuurin merkitystä painottavassa luokittelussa blogit kuuluvat selkeästi kulttuurinimiin, sillä kyseisessä luokittelussa kulttuurinimet käsitetään perinteistä laajemmin myös muita kuin kulttuuripaikkojen nimiä sisältäväksi kategoriaksi. Kulttuurinimistä olen sijoittanut blogit organisaatioiden nimet -kategoriaan. Blogit eivät sinänsä ole samalla tavalla organisaatioita kuin vaikkapa yhdistykset tai yritykset, vaikka omanlaisiaan yhteisöjä nekin ovat. Kuitenkin, koska rinnastan tässä tutkimuksessa blogit yrityksiin, on niiden sijoittaminen tähän kategoriaan mielestäni perusteltu. Blogien sijoittuminen nimistöntutkimuksen kenttään näkyy kuvioista 1.



Kuvio 1. Nimistöntutkimuksen tutkimuskohteiden luokittelu.

Tässä, samalla tavalla kuin muissakin luokitteluissa, on omat ongelmansa ja rajankäynti on joissain tapauksissa hankalaa. Tulkintoja voi olla erilaisia, ja blogitkin voisi painotuksista riippuen sijoittaa organisaatioiden nimien lisäksi periaatteessa myös vaikkapa taideteosten tai tuotenimien kategorioihin. Tässä tutkimuksessa tulkitseen kuitenkin blogit osaksi organisaatioiden nimiä niiden yritysmäisyyden ja yhteisöllisyyden vuoksi.

2.4 Yritysnimistö ja systeemis-funktionaalinen kieliteoria

Yritysnimellä tarkoitetaan vakiintuneesti tiettyyn yritykseen viittaavaa ilmausta, jolla yksilöidään yritys ja erotetaan se muista samanlaisista (Sjöblom 2006: 24). Nimiin sisältyy niiden perusluonteesta johtuen paljon sekä tiedollisia merkityksiä että tunnemerkityksiä, joita voidaan käyttää hyväksi, kun halutaan ilmaista tarkoite, tässä tapauksessa yritys, positiivisessa valossa ja vaikuttaa näin ihmisten mielikuviiin siitä. Yritysnimiin, kuten muihinkin kaupallisiin nimiin, pyritään yleensä sisällyttämään erilaisia viestejä eri vastaanottajille, joten nimet on yleensä tarkkaan suunniteltu kieliyhteisön, talouselämän ja mainonnan vaatimuksiin sopiviksi. Kaupalliset nimet luodaan siis harkitusti julkiseen ja kirjalliseen käyttöön, ja suurin osa niistä on virallisia, viranomaisten rekisteröimiä nimiä. (Ainiala ym. 2008: 176, 282.) Yritysnimet poikkeavat muista propreista siinä, että jo olemassa olevan tarkoitteen yksilöimisen sijaan voidaan nimellä luoda yksilöitävä tarkoite: yritysnimi voi siis olla olemassa jo ennen yritysideaa ja varsinaista yritystoimintaa (Sjöblom 2006: 25).

Yritysnimien merkitykset voidaan määrittellä suhteessa yrityksen omistajaan, sijaintipaikkaan, toimialaan tai liikeideaan. Merkitystä voidaan kuvata myös nimen elementtien suh-

teena yrityksen kokoon tai organisaatioon. Kun nimi on informatiivinen, kuvaileva ja kertoo yrityksestä jotain suoraan, esimerkiksi omistajan tai toimialan, puhutaan *suorasta merkityssuhteesta*. *Epäsuorasta merkityssuhteesta* on kyse silloin, kun nimi on jollain tavalla assosiatiivinen, esimerkiksi metaforinen, metonyyminen tai symbolinen. *Pakattuun merkityssuhteeseen* on puolestaan sisällytetty useita merkityssisältöjä: Yritysnimi voi sisältää tekosanoja, joissa on osia tutuista sanoista ja nimistä, joiden avulla voi löytyä suoria tai epäsuoria merkitysyhteyksiä. Nämä merkitysyhteydet ovat usein monimutkaisia ja subjektiivisia, vaikka ne sisältävätkin paljon kielenpuhujille yhteistä ainesta. Läpinäkymättömät eli opaakit nimet eivät puolestaan itsessään herätä mitään yritykseen liittyviä mielikuvia, vaan niiden merkitys perustuu kielellisten merkitysten sijaan ainoastaan tarkoitteen ominaisuuksista peräisin oleviin assosiatiivisiin merkityksiin. Tällöin on kyse *katkaistusta merkityssuhteesta*, jossa nimen merkitys on riippuvainen vain yrityksen omasta identiteetistä. (Sjöblom 2006: 204; Ainiala ym. 2008: 312–313.)

Yrityksistä saatetaan puhua joskus persoonallisuuksina, sillä niillä nähdään inhimillisiä ominaisuuksia. Yritykset halutaan siis rinnastaa ihmisiin, ja yrittäjä saattaa joskus pitää yritystä jopa toisena minänään. (Bernstein 1986: 38.) Yritysten nimet voidaankin rinnastaa henkilönnimiin: niillä on yksilöivän ja erottelevan tehtävän lisäksi keskeinen rooli osana nimenkantajan identiteettiä (Sjöblom 2006: 88). Blogimaailmassakin olen huomannut blogin nimen yhteyden bloggajaan identiteettiin olevan vahva. Nimistöntutkimuksessa ei ole kuitenkaan nimen yksilöivän tehtävän lisäksi juurikaan huomioitu muita, nimen vaihtelevampia funktioita, kuin vasta viime vuosina (Sjöblom 2006: 230). Paikannimistön tutkimuksessa nimien on todettu olevan monifunktioisia erityisesti kaupunkinimistössä, sillä varsinkaan epävirallisessa kaupunkinimistössä identifiointi ei voi olla nimen tärkein tehtävä; onhan suurimmalla osalla tällaisen epävirallisen nimen saaneella paikalla olemassa nimi jo ennestään. Epävirallisella nimellä on siis identifioinnin lisäksi muitakin tehtäviä, joita voivat olla esimerkiksi asenteiden osoittaminen tai yhteisön ryhmähengen vahvistaminen. (Ainiala 2003: 214, 216–217, 221.)

Funktioita käsitellään laajasti systeemis-funktionaalissa kieliteoriassa, lyhyemmin SF-teoriassa, joka on M. A. K Hallidayn kehittämä kielitieteen teoria, joka tarkastelee kieltä yhtenä sosiaalisen toiminnan muotona. Teoriana se on avoin, laaja-alainen ja käytännönläheinen, joten sitä on mahdollista soveltaa monenlaisiin tarkoituksiin. (Luukka 2002: 89, 91, 118.)

Hallidayn mukaan kieli on perusluonteeltaan funktionaalinen, joten funktionaalisuutta voidaan pitää pelkkien kielenkäyttötapojen lisäksi myös koko kielisysteemin ominaisuutena. Funktionaalisuus siis määrittää kielen käyttöä kokonaisuudessaan: johtuen niistä funktioista, joita kielellä on ihmisten elämässä, kieli on juuri sellaista kuin on. (Halliday 1978: 4, 16–17;

1985: xiii–xiv, xvii.) Kielen funktionaalisuus siis mahdollistaa tekojen tekemisen kielellä. Nämä teot, funktiot, eivät kuitenkaan ole satunnaisesti valikoituja, vaan kielellä on tarve ilmaista kolmenlaisia merkityksiä, joita Halliday kutsuu universaaleiksi metafunktioiksi. Näitä metafunktioita ovat ideationaalinen (maailman hahmottaminen), interpersonaalinen (maailmaan osallistuminen) sekä tekstuaalinen (tekstien rakentaminen) metafunktio. Hallidayn mukaan koko kielisysteemi on tarkoitettu juuri näiden kolmen metafunktion merkitysten ilmaistamiseen. (Halliday 1976: 25; 1978: 19, 21–22, 46.)

Ideationaalinen metafunktio liittyy tekstin sisältöön ja se käsittää kielen jostain kertovana. Kieli siis kuvaa sekä ihmisten kokemusmaailmaa että mielikuvitusmaailmaa ja ilmentää ihmisten kulttuurisia ja yksilöllisiä kokemuksia. Ideationaalisen metafunktion resursseja ovat esimerkiksi maailman jäsentäminen, luokittelu ja kuvaaminen. Se voidaan jakaa kahteen alaluokkaan: *ekperientaalinen* liittyy kokemukselliseen ja *looginen* asioiden yhteyksiä luonnehtivaan merkityksen esittämiseen. (Halliday 1978: 112–113; Luukka 2002: 102.) **Interpersonaalinen metafunktio** liittyy suhtautumiseen, tunteisiin ja arvoihin, ja se käsittää kielen toimintana. Yksilö pystyy esimerkiksi ilmaisemaan oman asennoitumisensa tai vaikuttamaan muiden toimintaan sekä ottamaan rooleja, esimerkiksi kysyjän roolin. Ideationaalinen ja interpersonaalinen metafunktio kattavatkin kaiken kielenkäytön: ympäristön ymmärtämisen ja siinä yhdessä muiden kanssa toimimisen. (Halliday 1978: 112–113; 1985: xiii.) **Tekstuaalisen metafunktion** rooli taas liittyy tekstinmuodostustapahtumaan: sen avulla ideationaalinen ja interpersonaalinen metafunktio voidaan toteuttaa tekstin tasolla. (Halliday 1978: 112–113.)

Vaikka systeemis-funktionaalinen kieliteoria on muodostettu lähinnä tekstianalyysin tarpeisiin, voi sen funktionaalisuuden käsitettä soveltaa myös onomastiikkaan (Sjöblom 2006: 69). Paula Sjöblom on väitöskirjassaan (2006) hyödyntänyt kyseistä teoriaa yritysnimistön funktioiden tarkastelussa. Koska rinnastan tässä tutkimuksessa blogit yrityksiin, hyödynnän Sjöblomin sovellusta funktionaalisuudesta myös omassa analyysissäni. Näen myös hedelmällisenä tarkastella blogien nimiä yritysnimistön näkökulmista ja teorioista käsin.

Kuten aiemmin totesin, nimet ovat pääosin monifunktioisia. Nimistöntutkimuksessa ja yleisemminkin lingvistiikassa funktio voidaan nähdä toisaalta kielen merkitykseen liittyväksi asiaksi, toisaalta taas kielen käyttöön liittyvänä terminä. (Sjöblom 2006: 68.) Kuten systeemis-funktionaalisen teorian mukaan kielestä yleisesti, myös erisnimien käytön taustalta on löydettävissä kolme universaalia metafunktiota: Nimen tekstuaalinen metafunktio on yksilöinti, joka ilmenee tekstin tasolla niin, että *propri* identifioi yhden tarkoitteen. Monestihan vasta konteksti kertoo, onko jokin ilmaus *propri* vai *appellatiivi*. Nimen ideationaalinen funktio liittyy puolestaan nimen elementtien semantiikkaan. Nimilläkin hahmotetaan ympäröivää

maailmaa nimenantajan kielellisistä valinnoista käsin, joten ei ole samantekevää, mitä asioita tai osia maailmasta nimessä kielennetään. Ideationaalisesta funktiosta johtuu vaikkapa se, että ravintola nimetään 1800-luvulla samalla paikalla olleen ravintolan perustajan Oscar Aspelundin mukaan *Oskarin olohuoneeksi* eikä esimerkiksi *Petterin varastoksi*. Interpersonaalinen metafunktio näkyy puolestaan siinä, mitä sosiaalisia ja kulttuurisia tehtäviä nimi täyttää. Yksi nimi voi samanaikaisesti täyttää useita eri tehtäviä, joten interpersonaalisuus voi nimissä toteutua monin eri tavoin. (Sjöblom 2006: 70.)

Nimillä on siis sekä tekstuaalisen identifioivan tehtävän että merkityksiä välittävän ideationaalisesta tehtävän lisäksi myös monia interpersonaalisia tehtäviä. Nämä tehtävät on niiden merkityssuhteisiin liittyvistä kytköksistä huolimatta syytä pitää erillään nimen merkityksestä, sillä merkitys on enemmän kieleen itseensä liittyvä ilmiö, kun taas funktiot liittyvät kielen käyttöön. Nimi toimii usein monissa eri funktioissa ja voikin olettaa, että sitä käyttökelpoisempi ja toimivampi esimerkiksi yritysnimi yrityksen kannalta on, mitä useampia tehtäviä se täyttää. (Sjöblom 2006: 231.)

Tässä tutkimuksessa keskeisin metafunktio on nimen interpersonaalinen funktio. Kun käsittelen nimien funktioita, tarkoitan ensisijaisesti niiden interpersonaalisia tehtäviä. Sjöblomin (2006: 70) mukaan nimen funktio on se, mitä nimi viestii. Hän on jaotellut yritysnimistön tehtävät kuuteen eri funktioon: **Informatiivisesta funktiosta** on kyse silloin, kun nimi antaa tietoa yrityksestä, esimerkiksi sen toimialasta, toimipaikasta tai omistussuhteista. Suora merkityssuhde on aina informatiivinen, mutta informatiivisuuden tehtävää voivat täyttää myös epäsuoraan ja pakattuun merkityssuhteeseen perustuvat nimet. Yritysnimi on usein osa yrityksen markkinointistrategiaa, joten nimen tulee olla sellainen, että sillä pystytään houkuttelemaan asiakkaita ja luomaan yrityksestä positiivisia mielikuvia. Tällöin on kyse nimen **houkuttelevasta funktiosta**. Houkuttelevuus on kuitenkin aina subjektiivinen kokemus, ja nimet voivat olla houkuttelevia eri tavoin eri ihmisille. Tästä syystä houkuttelevuutta on myös vaikea objektiivisesti arvioida. Joskus yritysnimen tehtävät saattavat olla hyvin käytännöllisiä ja korostaa nimen välinearvoa, jolloin kyseessä on nimen **käytännöllinen funktio**. Tällöin nimellä pyritään erottamaan yritys selkeästi muista saman alan yrityksistä, ja nimi muodostetaan niin, että se on helppo ääntää, kirjoittaa ja taivuttaa sekä muotoilla visuaaliseksi logoksi. **Integroivasta funktiosta** on puolestaan kyse silloin, kun yritys yhdistetään nimen avulla jonkin tiettyyn maantieteelliseen alueeseen tai tiettyyn kulttuuriin. Nimellä pyritään osoittamaan esimerkiksi yrityksen kansainvälisyyttä tai vaihtoehtoisesti paikallisuutta. Yritysnimellä voidaan tuoda esiin myös nimen keksijöiden luovuutta ja estetiikan tajua, jolloin nimi palvelee itseilmaisun tehtävää, **persoonallista funktiota**, joka on kaikista nimien funktioista kaik-

kein subjektiivisin ja täten myös tutkimuksellisesti vaikeimmin lähestyttävä. Viimeisenä funktiona Sjöblomin luokittelussa on nimen **individualisoiva funktio**, jonka tarkoituksena on inhimillistää yritys ja tehdä siitä inhimillinen toimija. Mitä enemmän nimi muistuttaa henkilönimeä sitä vahvemmin osoitetaan, että nimetyllä yrityksellä on jonkinlainen identiteetti. (Sjöblom 2006: 70–71; Ainiala ym. 2008: 314–316.)

Yritysnimien funktiot voidaan Sjöblomin (2006: 231–232) mukaan rinnastaa jossain määrin myös kieleen ensimmäisinä ilmaantuviin perusfunktioihin, jotka ovat Hallidayn (1976: 9, 17–18) mukaan seuraavat: instrumentaalinen (tarpeiden ilmaiseminen), regulatorinen (toisten toiminnan säätely), interaktionaalinen (vuorovaikutuksen ylläpito), persoonallinen (itseilmaisuus), heuristinen (pohdinta), imaginatiivinen (kuvittelu) sekä informatiivinen (tiedonvälitys). Sjöblom (2006: 231–232) näkee, että yritysnimien informatiiviset, houkuttelevat ja käytännölliset funktiot vastaavat jossain määrin informatiivista, regulatorista ja instrumentaalista perusfunktiota, kun taas yritysnimen individualisoivan funktion voi rinnastaa persoonalliseen funktioon. Integroivalle funktiolle on kuitenkin vaikea löytää rinnastuskohtaa Hallidayn perusfunktioista.

Myös blogien nimillä on samankaltaisia interpersonaalisia tehtäviä kuin yritysnimillä, vaikka bloggaajat eivät blogia nimetessään olekaan niitä välttämättä kovin tietoisesti mietti-neet. Blogien nimistä on kuitenkin löydettävissä näitä samoja funktioita, joten voisi olettaa, että yritysnimien kaltaisilla nimillä on taipumusta muodostua sellaisiksi, että ne täyttävät näitä interpersonaalisia tehtäviä. Sovellankin tässä tutkimuksessa yritysnimistön funktioita blogien nimiin ja selvitän, mitkä näistä funktioista ovat blogien kannalta kaikkein keskeisimpiä.

2.5 Blogin määritelmä ja blogityypit

Sana *blogi* tulee englanninkielisestä sanasta *weblog*, jossa *web* tarkoittaa verkkoa ja *log* loki-kirjaa (Kilpi 2006: 11). Blogi on lyhyesti määriteltynä verkkosivu, johon yksi tai useampi kirjoittaja tuottaa lukijoiden kommentoitavissa olevaa sisältöä, yleensä tekstiä ja kuvaa tai nykyisin yhä enemmän myös videoita. Tekstit näkyvät sivustolla aikajärjestyksessä niin, että uusin postaus näkyy ensimmäisenä ja vanhat sen jälkeen arkistoituneina. (Noppari & Hautakangas 2012: 20.) Blogin kirjoittamiseen viitataan yleensä sanalla *blogata* ja blogin kirjoittajasta puhutaan *bloggaajana* tai *bloggarina*. Blogipostaus on yksi kokonainen päivityskokonaisuu-s, johon voi sisältyä niin kuvaa, tekstiä kuin videoitaakin. Usein puhutaan myös *blogi-*

sfääristä tai *blogistanista*, joilla tarkoitetaan blogien muodostamaa maailmanlaajuista verkostoa. (Noppi & Hautakangas 2012: 20.)

Ensimmäiset nykyaikaiset blogit syntyivät 1990-luvun alussa, ja vuosisadan vaihteessa, ensimmäisen bloginteko-ohjelman ilmestyttyä, lähti blogien määrä räjähdysmäiseen kasvuun (Herring, Scheidt, Bonus & Wright 2004: 1). Nykyään blogit ovat keskeinen osa median käyttöä, sillä niissä on helppo julkaista kirjoituksia, jotka herättävät ihmisissä keskustelunhalua (Hsu & Lin 2008: 65). Blogien määrän lisääntymisen voidaankin nähdä kertovan ihmisten lisääntyneestä mielenkiinnosta sosiaalisia ja vuorovaikutteisia media- ja verkkosisältöjä kohtaan. Kommunikaatio blogeissa ei siis ole yksityistä eikä yhdensuuntaista, vaan enemmänkin kaksisuuntaista, sillä lukijat voivat kommenttikentässä kommentoida paitsi blogipostausta itseään, myös muiden lukijoiden jättämiä kommentteja, mikä synnyttää blogin ylläpitämisen kannalta tärkeää keskustelua. (Demopoulos 2006: 5; Li & Chignell 2010: 589.) Monet blogit ovat henkilökohtaisia verkkopäiväkirjoja, jotka tarjoavat lähinnä kuvauksia bloggaajan päivästä ja hänen valitsemistaan aiheista, mutta monet bloggaajat esittävät myös ajatuksiaan ja mielipiteitään ajankohtaisista aiheista ja tapahtumista. Blogien jatkumolla henkilökohtaisten blogien toisessa ääripäässä voikin nähdä yhteiskunnalliset blogit, joiden aihepiiri on rajatumpi, ja jotka ovat helposti tavallisia blogeja kantaottavampia. (Chen 2010: 29.)

Monet blogit keskittyvät siis jonkin tietyn aihepiirin tai teeman ympärille (esim. treenaaminen tai perhe), mutta sisältävät silti paljon myös tavallisia arjen kuulumisia ja päiväkirjamaista kerrontaa. Blogien genret menevät siis osittain lomittain tai jopa sekaisin. (Jalkanen & Pudas 2013: 22.) Painotukset kirjoitusaiheissa saattavat kuitenkin vaihdella yhden blogin sisälläkin ajan myötä, kun kirjoittajan elämäntilanne esimerkiksi muuttuu (Jäntti & Järvinen 2014: 217). Yleensä bloggaajat kuitenkin valitsevat blogilleen tietyt aihealueet, joista satunnaisia kuulumispostauksia lukuun ottamatta kirjoittavat. Valituissa aihepiireissä ja omassa kirjoitustyyliässä pysyminen mahdollistaa vakiolukijakunnan saamisen, sillä lukijat hakeutuvat yleensä itseään kiinnostavien kirjoittajien ja aihealueiden äärelle. (Korteso 2014: 91.)

Vaikka blogien genret menevätkin välillä sekaisin, voidaan blogit jaotella laajemmasta näkökulmasta katsottuna erilaisiin blogityyppeihin aihealueen tai sisällön mukaan. Aihealueiden mukaisesta jaottelusta löytyy kolme blogityyppiä, joista ensimmäistä edustavat henkilökohtaiset blogit, joita noin 80 % kaikista blogeista on: ne keskittyvät kirjoittajan kiinnostuksen kohteina oleviin aiheisiin. Ammatilliset blogit ovat puolestaan niin ikään yksityishenkilöiden kirjoittamia, mutta niiden painopiste on ammatillisissa asioissa ja muun muassa ammattiin liittyvässä koulutuksessa. Blogiin valitun aihealueen tarkkarajaisuudesta riippuen ammatillinen ja henkilökohtainen blogi saattavat kuitenkin ajan myötä myös sekoittua keske-

nään. Kolmantena blogityyppinä ovat yritysblogit, jotka ovat virallisia, yrityksen ylläpitämiä sivustoja, joihin kirjoittavat yrityksen työntekijät. Näiden blogien aiheet liittyvät yritykseen, sen tuotteisiin ja palveluihin sekä asioihin, joista yritys haluaa tiedottaa. Blogit voidaan jaotella tyyppeihin myös niiden tarkoituksen mukaan: Sosiaalisuuteen ja sosiaalistumiseen keskittyvät blogit keräävät ympärilleen yhteisön samanhenkisistä ihmisistä, joilla on samoja kiinnostuksen kohteita kuin blogin aihealue. Poliittiset blogit toimivat puolestaan poliittisissa kampanjoissa ja poliittisen analyysin työkaluina. Nykyisinhän monet yksittäiset poliitikot pitävät henkilökohtaista poliittista blogia, jossa käsittelevät ajankohtaisia asioita. Journalistisilla blogeilla on taas suora yhteys erilaisiin medioihin: näitä blogeja pitävät yleensä toimittajat, jotka kirjoittavat joko yksityishenkilöinä tai jonkin median edustajina. Kaupallisten blogien tarkoituksena on puolestaan myydä tuotteita ja palveluita, ja niitä ylläpitävät niin yksityishenkilöt kuin suuryrityksetkin. (Stremtan, Achim, Radu & Radoviciu 2010: 761–762.)

Vallivaara (2009) on opinnäytetyössään jaotellut blogeja vielä edellisistä luokitteluista poiketen. Hänen ryhmittelynsä noudattelee Bloodin (2002) kolmiosaista luokittelua: Henkilökohtaisessa päiväkirjassa kirjoittaja käsittelee itselleen tärkeitä asioita ja käyttää blogia yleensä itseilmaisun välineenä. Tällainen blogi voi liittyä myös johonkin kirjoittajalle keskeiseen erikoisalaan, jolloin kyseessä on asiablogi. Aiheorientoitunut blogi taas keskittyy jonkun tietyn aiheen, esimerkiksi harrastuksen tai ammatin, ympärille, josta kirjoittaja pyrkii tuottamaan tietoa. Kolmantena kategoriana on pelkistä linkeistä ja niiden kommentteista koostuva linkki-blogi, jonka tarkoituksena on suodattaa netin tietotulvasta huomionarvoiset linkit esiin. (Vallivaara 2009: 33.) Tässä tutkimuksessa keskityn blogeihin, jotka edustavat luokittelutavasta riippuen joko henkilökohtaista, päiväkirjamaista tai sosiaalisuuteen pyrkivää blogityyppiä. Kuitenkin, koska luokittelu on aina tulkinnanvaraista, myös nämä blogityypit sekoittuvat jossain määrin ammatillisten ja aiheorientoituneiden blogityyppien kanssa, sillä osa tutkimukseni blogeista keskittyy henkilökohtaisuudesta huolimatta hyvin pitkälti valitsemaansa aiheeseen, joka liittyy usein myös bloggaajan ”siviiliammattiin”.

Blogityyppien lisäksi blogeja on viime vuosina tutkittu paljon erilaisista näkökulmista eri tieteenaloilla (esim. Kalalahti 2011; Noppari & Hautakangas 2012). Blogitutkimuksessa on alkuaan keskitytty lähinnä sellaisiin blogeihin, joilla on ollut selkeitä journalistisia tai poliittisia pyrkimyksiä (Noppari & Hautakangas 2012: 15). Nykyisin monet bloggaamista käsittelevät teokset keskittyvät puolestaan yritysblogeihin ja siihen, miten niiden avulla voi tukea omaa bisnestä ja saada näkyvyyttä sekä kilpailuetua (esim. Kilpi 2006; Kortesus & Kurvinen 2011). Myös arkiset, päiväkirjamaiset blogit ja bloggaamisen motiivit ovat vähitellen nousseet keskeiseksi tutkimuksen kohteeksi ja tähän blogien enemmistöön myös oma kiinnostukseni

painottuu. Opinnäytetöissään blogeja ovat aiemmin tutkineet muun muassa Erkkola (2012), joka on keskittynyt bloggaajien ja lukijoiden väliseen vuorovaikutukseen, sekä Heikkinen (2014), jonka tarkastelun kohteena ovat fitnessurheilijoiden blogit. Tässä tutkimuksessa lähestytyn blogeja niiden nimien ja nimeämisen näkökulmasta, mikä on blogitutkimuksessa melko uutta. Blogien nimiä on lyhyesti sivuttu muutamissa tutkimuksissa (esim. Jalkanen & Pudas 2013) ja niistä on kirjoitettu joissakin blogin tekemiseen liittyvissä oppaissa. Tällaisia oppaita edustavat muun muassa Kortesuon ja Kurvisen (2011) blogimarkkinointiin liittyvä opas, jossa he toteavat nimivalinnan seuraavan bloggaajaa pitkälle, joten nimeen kannattaa panostaa: sen tulee olla blogin aiheeseen liittyvä, helposti muistettava ja taivutettava, sopivan jämäkkä sekä sellainen, että se taipuu helposti erilaisiin verkkomedioihin. He esittelevät teoksessaan erilaisia nimeämistekniikoita, joiden mallien mukaisesti blogeja voi esimerkiksi nimetä. (Kortesuon & Kurvinen 2011: 19–25.) Satunnaisia mainintoja tai bloginteko-oppaita lukuun ottamatta blogien nimistä ei kuitenkaan ole juuri kirjoitettu eikä nimiä tai nimeämistä tutkittu.

2.6 Blogit verkko yhteisönä ja identiteettityössä

Yhteisöllisyys on kaiken bloggauksen lähtökohta ja perusolettamus (Jalkanen & Pudas 2013: 98). Blogeihin kuuluu olennaisena osana julkaistujen postausten kommentointimahdollisuus, jolloin kuka tahansa voi esittää kommenttinsa postauksen aiheesta, tarjota lisätietoa tai esimerkiksi kehua tai haukkua kirjoittajaa. Voidaankin todeta, että blogeissa tapahtuu nopeaa vertaisarviointia, minkä vuoksi blogeja voi pitää jopa eräänlaisina tietolähteinä. (Aalto & Uusisaari 2009: 63.) Kommentointi tarjoaa postauksille ryhmä-älyn ja vuorovaikutuksen tuomaa lisäarvoa. Vain joissakin maailman huippublogeissa ei ole kommentointimahdollisuutta, koska kirjoittajat hukkuisivat kommenttitulvaan jokaisessa postauksessa. Suomessa blogikomentointi on kuitenkin paljon pienemmässä mittakaavassa, joten kommentointi yleensä sallitaan. (Kortesuon 2014: 65.) Aktiivinen kommenttiosio on yleensä merkki blogin elävyydestä ja lisää blogin kiinnostavuutta. Lukijoiden kommentit ja bloggaajan vastaukset niihin ovat yleensä keskeinen osa postausta ja ne saattavat laajentaa varsinaisen tekstin merkitystä paljonkin. (Noppi & Hautakangas 2012: 60.)

Blogeissa esiintyvät linkitykset ja kommentoinnit sitovat eri blogeja toisiinsa. Bloggaaja voi tuoda omia arvojaan tai omaa viiteryhmäänsä näkyväksi linkittämällä blogiinsa eri internetsivustoja tai toisia blogeja, kun taas kommentointi tekee blogista moniäänisen median. (Kilpi 2006: 17.) Blogit luovat yleisönsä, mutta toisaalta yleisö luo blogin: lukijat odottavat

postauksia ja bloggaajat pyrkivät huomioimaan lukijansa julkaisuja kirjoittaessaan. Blogit toimivatkin eräänlaisena sosiaalisen viestinnän muotona, jossa lukijat ja bloggaajat ovat yhteydessä toisiinsa myös blogien ulkopuolisissa verkkoympäristöissä. (Nardi, Schiano & Gumbrecht 2004: 224.) Bloggeilla on kyky muodostaa suhteita vuorovaikutuksen avulla ja näin synnyttää kokonaisia yhteisöjä. Blogit ovat siis pelkän joukkoviestinnän sijaan kahdenkeskisiä suhteita edistäviä ja ihmisten välistä vuorovaikutusta lisääviä mediaympäristöjä. Bloggaajat kokevat velvollisuudekseen tukea tätä vuorovaikutusta, joten he pyrkivät päivittämään blogiaan säännöllisesti. (Kuhn 2007: 15, 20.) Monet bloggaajat lukevat myös itse aktiivisesti blogeja, joten yleisön ja tekijöiden rajat ovat häilyviä ja vaihtelevia, kun samat ihmiset siirtyvät toimijaroolista toiseen. Blogosfääri onkin eräänlainen lukija- ja tekijäsuhteiden verkosto, jossa myös yleisönä olo on näkyvää ja aktiivista toimintaa ja keskeinen osa kokonaisuutta. (Noppari & Hautakangas 2012: 58.)

Bloggaajan persoonan esille tuominen ja henkilökohtainen kirjoitustyyli kuuluvat olennaisena osana bloggaamiseen. Bloggaajien odotetaan laittavan itsensä peliin, miltä osin blogit eroavat perinteisestä journalismista, jossa kirjoittajan minä pyritään mahdollisuuksien mukaan häivyttämään. Vaikka monet blogit voi sisältönsä puolesta luokitella henkilökohtaisiksi verkkoapäiväkirjoiksi, aletaan varsinkin blogin suosion kasvetta tämä yksityinen tuottaa yhä tietoisemmin suuren yleisön luettavaksi. Tästä käytetään usein käsitettä *minätyö*, joka näkyy henkilökohtaisen ”brändäyksen” ja maineenhallinnan käytäntöinä. Bloggaajien paljastama yksityinen on siis lähinnä toisten silmille tarkoitettua *julkista yksityisyyttä*, jonka ulkopuolelle jää *yksityinen yksityinen*, johon kuuluvia asioita bloggaaja ei halua jakaa tai joita hän pyrkii suojelemaan. (Noppari & Hautakangas 2012: 23–24, 26, 39.) Esimerkiksi Jäntin ja Järvisen (2014) tutkimat kotiblogien maisemat eivät ole autenttinen läpivalaisu bloggaajien kodeista ja niissä eletystä arjesta, vaan harkittu esitys kodista. Niissä intiimiksi ja yksityiseksi mielletty koti tuodaan julkisen tarkastelun kohteeksi paljastamatta kuitenkaan koko todellisuutta. Arjesta aiheensa ammentava kotiblogi näyttäisikin edustavan paikkaa, jossa voi nousta arjen yläpuolelle: sinne valikoidaan arjesta kaikkein parhaimmat ja kauneimmat palat, jolloin kotiblogit voi nähdä eräänlaisina kodin arjen ihannemaisemina. (Jäntti & Järvinen 2014: 223–224.) Vaikka bloggaajat tavallisesti kertovat henkilökohtaisista asioistaan positiivisuudelle rakentuvan rajauksen puitteissa, kokevat he kuitenkin esiintyvän blogeissa omana itsenään. Kyse on vain valikoidusta minän ja oman elämän esityksestä, jolloin lukijat pystyvät tavoittamaan heistä vain osan. Blogien henkilökohtaisuus on siis yleensä positiivisiin asioihin painottuvaa, bloggaajien oikeasta elämästä kertovaa tarinointia. Bloggeissa ja muuallakin verkossa pyritään siis julkaisemaan riittävän henkilökohtaisia asioita, jotta kiinnostavuus säilyisi, mutta silti

omasta itsestä ja elämästä välittyvää kuvaa pyritään tarkasti kontrolloimaan. (Noppari & Hautakangas 2012: 39, 157.)

Blogissa näkyvä minä voidaan nähdä yhtenä bloggaajan verkkoidentiteeteistä. Ihmisellä voi olla omista tavoitteista ja hänen esillä pitämistään elämänalueista riippuen yksi tai useampia verkkoidentiteettejä, joilla tarkoitetaan niitä osia ihmisestä, jotka muut näkevät verkossa. Verkkoidentiteetti muodostuu siis siitä, millainen esittää ja osoittaa olevansa. Ammattiin tai harrastuksiin liittyvä verkkoidentiteetti on tavallisesti melko lähellä ihmisen oikeaa identiteettiä eli tällöin esiinnyttäen omalla nimellä. Bloggaajan blogiminä on tyypillinen esimerkki tällaisesta verkkoidentiteetistä (Aalto & Uusisaari 2009: 114.) Vaikka bloggaajat tekevätkin aktiivista minätyötä ja pyrkivät yleisösuhteen hallintaan, eivät esimerkiksi Nopparin ja Hautakankaan (2012) tutkimukseen osallistuneet muotibloggaajat viittaa itseensä tai blogiinsa brändinä. Brändi kuulostaa heidän korviinsa kenties liian kaupalliselta ja laskelmoivalta, kun aitous kuitenkin on blogeissa tavallisesti arvossaan. Sen sijaan 60 % kyselyyn vastanneista bloggaajista kertoi pyrkivänsä omalla toiminnallaan erottautumaan muista bloggaajista ja tuomaan esiin omia vahvuuksiaan. Valikoidun ja positiivisuuteen painottuvan itsensä esittämisen ei siis koeta olevan varsinaista brändäämistä, vaan henkilöbrändäämistä kaltaisen maineenhallinta nähdään lähinnä itsestäänselvyytenä. Todellisen brändäyksen nähdään astuvan kuvaan vasta silloin, kun bloggaaja erikoistuu kirjoittamaan jostakin todella tarkkarajaisesta aiheesta tai hänellä on selkeitä ja päämäärätietoisia ammatillisia pyrkimyksiä. (Noppari & Hautakangas 2012: 44–45.)

Bloggaajat näkevät blogit itsensä ilmaisun paikkoina, joissa he voivat kehittää omia taitojaan, olla luovia, jakaa osaamistaan, taltioida elämänsä ja etsiä samanmielistä seuraa. Blogit ovat heille kuitenkin myös tiloja, jotka mahdollistavat minätyön ja itsensä kehittämisen. Esimerkiksi muotibloggaajista suuri osa haluaa blogin avulla kehittää itseään ja tyyliään, ja monille itsensä kehittäminen olikin juuri se syy, miksi he alun alkaen alkoivat seurata toisten blogeja ja kirjoittaa omaa. Blogeja kirjoitetaan siis ensisijaisesti siksi, että blogin pitäminen itsessään on palkitsevaa, motivoivaa ja haastavaa. (Noppari & Hautakangas 2012: 23, 46.) Lukijat ovat toki monelle tärkeä voimavara ja keskeinen motivaation lähde, mutta siitä huolimatta suurin osa bloggaaja ennen kaikkea omaksi ilokseen (Jalkanen & Pudas 2013: 29–30). Sosiaalisen median aikakaudella yhä suurempi osa mediayleisöstä on alkanut itsekkin toimia aktiivisesti ja vuorovaikutteisesti erilaisissa mediaympäristöissä, joissa he kommentoivat, muokkaavat ja tuottavat erilaisia mediasisältöjä eräänlaisina kanssatekijöinä. Länsimaiset nuoret elävätkin jo osaa elämästään julkisesti verkossa ja ennen kaikkea sosiaalisessa mediassa, joten heidän minänsä julkinen representaatio on konkreettisesti osa heidän minäkuvaansa

ja elämäntarinaansa, joka tuotetaan paitsi itselle, myös muille. Näin on myös bloggaajien kohdalla, joille oman elämän ja persoonan julkinen työstäminen tuottaa verkostoja ja sosiaalista pääomaa ja on se panostus, joka vaaditaan toiminnan kehittymiseen ja siihen, että bloggaaminen voi edetä harrastuksesta työksi tai jopa ammatiksi. (Noppiari & Hautakangas 2012: 13, 23–24, 99.)

3 AINEISTO JA METODI

Aineistonani käytän blogien nimiin ja nimeämiseen liittyvää kyselyä, jonka lähetin sähköisesti joulukuussa 2015 kahden eri blogiportaalin, Indiedaysin ja FitFashionin, bloggaajille. Koska en saanut näistä kahdesta blogiportaalista tarpeeksi vastauksia, lähetin tammikuussa 2016 kyselyn vielä Bellablogien, Mamalifen ja Lilyn Lily suosittelee -osion bloggaajille sekä Suomen blogimedia -sivuston lifestyleblogeille. Vähistä vastauksista johtuen laajensin kyselyni kattamaan vielä neljän lehden, Vauvan, Kaksplussan, Cosmopolitanin ja Kodin Kuvalehden, alla kirjoittavat bloggaajat. Vastauksia sain lopulta yhteensä 39 ja vastaajia löytyi kaikilta edellä mainituilta portaaleilta ja sivustoilta seuraavasti: FitFashion 10, Suomen blogimedia 7, Indiedays 5, Kaksplus 5, Lily 4, Bellablogit 3, Vauva 2, Mamalife 1, Cosmopolitan 1 ja Kodin Kuvalehti 1.

Kyselyn kohteeksi valikoimistani blogiportaaleista Indiedays on kaikista suurin. Se on perustettu vuonna 2010, ja tällä hetkellä se on Suomen suosituin blogiportaali, jolla on viikkoittain yli 300 000 lukijaa. Sivustolla on tällä hetkellä esillä 24 blogia, jotka voi kaikki sijoittaa perinteisten lifestyle-blogien kategoriaan. Nämä blogit käsittelevät muodin, sisustuksen, kauneuden ja hyvinvoinnin lisäksi myös bloggaajien tavallista elämää. Bloggaajat toimivat portaalissa itsenäisesti ja vastaavat omien blogiensa sisällöstä Indiedaysin toimiessa lähinnä bloggaajien tukena, yhteistyökumppanina sekä myyntitiiminä. Bloggaajat saavat portaalin kautta näkyvyyttä sekä mahdollisuuksia osallistua erilaisiin tapahtumiin ja yritysyhteistyöhön. (Indiedays.com: Tietoa palvelusta.) Indiedaysin pyrkimyksenä on siis tuoda luetuimmat ja suosituimmat blogit saman verkkopalvelun alle ja tuottaa niille yhteistä näkyvyyttä huippublogeina. Portaali vastaa mainosmyynnistä ja yhteistyökampanjoista, toimii eräänlaisena managerina bloggaajien ja yritysten välillä, tarjoaa tarvittaessa tukea sekä maksaa bloggaajilleen kuukausipalkkaa. (Noppari & Hautakangas 2012: 111.)

Toinen tutkimukseeni valikoitunut suuri blogisivusto on A-lehtien vuonna 2011 lanseeraama, 100 000 viikkokävijää saavuttava, Lily, joka toimii Trendi-lehden verkkoyhteisönä. Se on avoin alusta, johon kuka tahansa voi perustaa blogin, ja Lilyn sisältöä tekevätkin bloggaajat ja toimitus yhdessä. (Lily.fi: Info.) Koska Lily on suosittu ja aktiivinen sivusto, on uuden bloggaajan mahdollista saada nopeasti lukijoita perustamalla blogi sinne. Palkkaa blogin pitämisestä saavat kuitenkin vain Lily suosittelee -otsikon alla kirjoittavat bloggaajat. (Noppari & Hautakangas 2012: 119.)

FitFashion eroaa Indiedaysista ja Lilysta pääasiallisen aihepiirinsä perusteella. Se on Suomen suurin urheilullisen elämäntavan blogiyhteisö, joka on perustettu vuonna 2013. Sivustolla on tällä hetkellä esillä 73 blogia, jotka käsittelevät urheilullisen elämäntyylin lisäksi myös muun muassa muotia ja perhe-elämää. Portaalin bloggaajat toimivat itsenäisesti ja vastaavat omien blogiensa sisällöstä FitFashionin toimiessa heidän yhteistyökumppaninaan, joka mahdollistaa uusien lukijoiden löytämisen ja ammattimaisen bloggaamisen. (Fitfashion.fi: Tietoa palvelusta.) Bellablogit-sivustolla on puolestaan esillä 19 blogia, jotka painottuvat perinteisempään lifestylegenreen: ne käsittelevät muodin, kauneuden ja hyvinvoinnin lisäksi myös tavallista perhe-elämää (Bellablogit.fi). Portaalin bloggaajat saavat osa-aikatyötä vastaavaa kuukausipalkkaa (Maksimainen 2014). Allermedian alla toimivalla Mamalife-sivustolla aihepiiri pysyy rajatummin perheessä ja äitiydessä, vaikka bloggaajat kirjoittavat myös monista muista elämäänsä kuuluvista asioista. Ensisijaisesti sivuston tarkoituksena on kuitenkin koota yhteen äitiys- ja perheaiheisia blogeja, joita on tällä hetkellä esillä kolme. Sivusto koostuu näiden omien blogien lisäksi myös muiden bloggaajien vinkeistä ja suosituksista sekä erilaisia äitien ja lasten tyylejä esittelevästä *Mammatyylit*-osiosta. (Mamalife.fi.) Eri aikakauslehtien sivuilla bloggaavat saavat tavallisesti jonkinlaista kuukausipalkkaa, ja kaupalliset yhteistyöt hoitaa kyseisen lehden mediatalo. Kaksplus kuuluu Otavamedian alle ja Vauva, Cosmopolitan sekä Kodin Kuvalehti Sanoma Media Finlandin.

Kaikista edellisistä poikkeen vuonna 2013 perustettu Suomen blogimedia, joka ei ole portaali tai tiettyyn aihepiiriin painottuva, suuren mediatalon alla toimiva blogiyhteisö, vaan itsenäisten blogien kollektiivi, johon kuuluu Suomen suosituimpia ja arvostetuimpia blogeja. Sivusto tavoittaa viikoittain 150 000 lukijaa ja kattaa portaaleista irtisanoutuneita, oman sivuston perustaneita ammattibloggaajia monelta eri aihealueelta. Sivuston blogit käsittelevät kaikkia elämän osa-alueita aina muodista ja sisustuksesta äitiyteen ja ruoanlaittoon. Blogien kaupallisten yhteistöiden myynnistä vastaa yksi viestintätoimisto, jonka tehtävänä on ajaa ammattimaisesti työskentelevien bloggaajien etuja, suunnitella ja toteuttaa sisältöyhteistöitä sekä huolehtia siitä, että bloggaajien arvostus ammattimaisina verkon sisällöntuottajina nousee. (Suomenblogimedia.fi.)

Eri blogisivustoilla ja sivustojen sisälläkin bloggaamisen ammattimaisuuden taso vaihtelee. Osa bloggaaja päivätyökseen, moni sivutyökseen ja osa hyvinkin harrastuksenomaisesti. Kuitenkin blogiportalissa tai -sivustolla kirjoittaminen kertoo mielestäni tietynlaisesta ammattimaisuudesta ja suosioista, joten lähetin kyselyn sen suurempaa karsintaa tekemättä kaikille valitsemillani sivustoilla bloggaaville. En nimittäin pysty kovin tarkasti selvittämään, kuinka vankka lukijakunta kullakin bloggaajalla on, tekevätkö he paljon yritysyhteistyötä tai saa-

vatko blogistaan tuloja, vaikka nämä asiat omalta osaltaan ammattimaisesta bloggaamisesta mielestäni kertovatkin. Vain sellaisille bloggaajille jätin kyselyn lähettämättä, jotka eivät olleet päivittäneet blogiaan pitkään aikaan, sillä haluan tutkimuksessani pysyä aktiivisissa blogeissa. Haluan myös tutkia henkilökohtaisia blogeja, joten tein hieman karsintaa esimerkiksi Suomen blogimedia -sivustolla, jossa jätin tutkimukseni ulkopuolelle muun muassa suurimman osan sivuston ruokablogeista niiden vähäisen henkilökohtaisuuden vuoksi.

Kyselyn laadin Google Forms -työkalun avulla. Se sisältää taustatietojen lisäksi seitsemän avointa kysymystä blogien nimiin ja nimeämiseen liittyen sekä yhden monivalintakysymyksen (ks. Liite 1). Lähetin kyselyn sähköpostin liitetiedostona blogeissa mainittuihin sähköpostiosoitteisiin lyhyen saatekirjeen kera. Valitsin kyselyn aineistonkeruutavaksi, koska haluan päästä käsiksi bloggaajien ajatuksiin blogien nimistä, nimien valinnasta ja niiden merkityksistä. Blogien nimeämisperusteistakin halusin kysyä nimenantajilta itseltään, sillä haluan tutkimukseni tuovan esiin todellisen kielenkäytön näkökulman, en vain omiin tulkintoihini perustuvia olettamuksia nimien taustoista, jotka olisivat saattaneet poiketa paljonkin todellisista, nimenantajien omista perusteista. Tietenkään täysin kattavaa tai aukotonta selvitystä nimeämisperusteista ei lähestymistavastani huolimatta ole mahdollista tehdä, ja joudun turvautumaan omiin tulkintoihini jo nimeämisperusteita luokitellessani. Tutkimukseni keskiössä pysyvät kuitenkin nimenantaja ja hänen ajatuksensa.

Tutkimusmetodinä käytän aineistolähtöistä sisällönanalyysia, joka on yksi laadullisen tutkimuksen perusmenetelmistä. Se voidaan nähdä joko yksittäisenä tutkimusmetodinä tai analyysin väljänä teoreettisena kehyksenä. Sisällönanalyysi on aina tekstianalyysia, jonka avulla etsitään tekstistä merkityksiä, ja sen avulla voi analysoida mitä tahansa kirjallista materiaalia systemaattisesti. Sisällönanalyysia voi toteuttaa joko aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti tai teorialähtöisesti. Nämä lähestymistavat eroavat toisistaan analyysin päättelyprosessin osalta: Aineistolähtöisellä analyysillä pyritään luomaan tutkimusaineistosta teoreettinen kokonaisuus, kun taas teorialähtöinen analyysi toteutetaan jonkun aiemman tiedon pohjalta. Teoriaohjaavassa analyysissä teoria puolestaan ohjaa vahvasti analyysin tekemistä. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 91, 95–99, 103–104.) Tietyistä analyysin lähtökohdista huolimatta tekstien tulkintaan ei ole olemassa mitään yhtä erityistä mallia, vaan analyysi on mietittävä aina aineistokohtaisesti. Tässä tutkimuksessa näen sisällönanalyysin toisaalta laajana teoreettisena kehyksenä, toisaalta yksittäisenä metodina, aineistolähtöisenä analyysinä, jonka avulla pyrin tekemään tutkimastani ilmiöstä, blogien nimistä ja nimeämisestä, tiivistetyn ja yleisen kuvauksen. Tutkimukseni aineisto teemoittuu kyselyn kysymysten kautta, joten minun tehtäväkseni jää vastaajien antamien merkitysten löytäminen (Moilanen & Rähä: 2007: 53).

Sisällönanalyysiin kuuluu myös aineiston luokittelu, jonka tehtävänä on tiivistää aineistoa. Sitä pidetään kvantitatiivisena analyysinä sisällön teemoin. Luokittelussa määritellään aina luokkia, joiden esiintymistä aineistossa lasketaan. Luokittelua muistuttavassa teemoittelussa puolestaan painottuu, mitä mistäkin teemasta on sanottu, jolloin lukumäärillä voi tapauksesta riippuen joko olla merkitystä tai sitten ei. Kaiken kaikkiaan kyse on kuitenkin laadullisen aineiston pilkkomisesta ja jaottelusta eri aihepiirien mukaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 89, 93.) Tässä tutkimuksessa toteutan sekä luokittelua että teemoittelua. Aineisto teemoituu osaltaan kyselyn kysymysten kautta, mutta teemoittelen vastauksia vielä tarkemmin myös niiden sisällön mukaan. Luokittelua teen pääasiassa blogien nimeämisperusteiden yhteydessä. Tällöin toimin Tuomen ja Sarajärven (2009: 101) luokittelua kuvaavan ohjeen mukaan: Aluksi pyrin pelkistämään nimeämisperusteita kuvaavat lauseet yksittäisiksi ilmauksiksi, jonka jälkeen ryhmittelen ne samanlaisten ilmaisujen joukoksi. Tällöin samaa tarkoittavat ilmaukset yhdistyvät samaan kategoriaan eli luokkaan, jolle annan sisältöä kuvaavan nimen. Luokittelu perustuu siis omaan tulkintaani kyselyn vastauksista, ja kerron analyysiluvussa tarkemmin, millä perusteella eri ilmaukset kuuluvat samaan tai eri kategoriaan.

Vaikka tutkimukseni on laadullinen, esittelen tuloksia paikoin myös kvantitatiivisesti, sillä mielestäni kvantitatiivinen ote täydentää muuten laadullista analyysia. Aineistoni on melko pieni, mutta käytän siitä huolimatta tulosten määrällisessä kuvaamisessa prosenttilukuja: Tällöin tutkimustani on helpompi seurata, kun ei aina tarvitse tarkistaa otoksen kokonaismäärää. Harhaanjohtamisen välttämiseksi ilmaisen kuitenkin prosenttilukujen yhteydessä aina myös vastaajien määrän. Mainitsen aineistoesimerkkien yhteydessä blogin nimen suluissa silloin, kun se on esimerkin kannalta olennaista. Näin on pääasiassa niiden esimerkkien kohdalla, jotka liittyvät suoraan vastaajan oman blogin nimeen (luvut 4 sekä 5.1–5.5). Näin ollen bloggaamista yleisesti käsittelevissä esimerkeissä blogin nimeä ei mainita (luvut 5.6 ja 5.7).

4 BLOGIEN NIMEÄMISPERUSTEET

Tässä luvussa analysoin kyselyn nimeämisperusteisiin liittyvät vastaukset aineistolähtöistä sisällönanalyysia hyödyntäen. Vastauksia sain yhteensä 39. Kyselyyn vastanneista bloggaajista 51 % (n=20) on kirjoittanut blogiaan neljä vuotta tai kauemmin. Blogin kirjoitusaika vaihteli 2 kuukauden ja 10 vuoden välillä, kun keskiarvo oli 4,4 vuotta. Kyselyyn vastanneista bloggaajista suuri osa on siis kirjoittanut blogiaan verrattain kauan, muutamat jo ihan bloggaamisen suosion alkuaajoista lähtien.

Olen jakanut blogien nimeämisperusteet luokkiin bloggaajilta saamistani vastauksista esiin nousseiden yhtäläisyyksien perusteella. Samaan luokkaan kuuluvilla nimillä on siis nimeämisperusteena jokin samankaltainen seikka. Aineiston pienestä koosta johtuen olen pyrkinyt melko yleisluontoiseen luokitteluun, jotta luokkien määrä ei kasvaisi valtavaksi. Bloggaajien vastaukset blogiensa nimien taustoista olivat myös hyvin kirjavia eivätkä kaikkien nimien nimeämisperusteet tulleet kovin selkeästi esille. Kenties bloggaajat eivät olleet kovin syvällisesti miettineet nimien taustoja kyselyyn vastatessaan tai eivät vain yksinkertaisesti olleet tietoisia kaikista nimeämiseen vaikuttaneista tekijöistä. Joka tapauksessa olen nimeämisperusteita luokitelllessani joutunut tekemään paljon omia tulkintoja, joista voi olla montaa mieltä. Luokittelu on kuitenkin aina tulkinnanvaraista ja vain yhden ihmisen näkemys tutkittavasta ilmiöstä, joten olen pyrkinyt perustelemaan tekemäni valinnat mahdollisimman kattavasti. Mitään yhtä oikeaa luokittelua kun tästäkään ilmiöstä ei ole olemassa.

Olen jakanut aineistoni blogien nimeämisperusteet viiteen luokkaan, joista osaan on mahdollista muodostaa myös alaluokkia. Suurimman luokan muodostavat blogiin ja sen aiheeseen liittyvät nimeämisperusteet: nimellä on haluttu jollain tavoin kuvata blogin sisältöä. Lähes yhtä usein nimeämisperusteena on bloggaajan oma nimi joko sellaisenaan tai osana kokonaisuutta. Nimeämisperusteena voi olla myös jokin blogin kirjoittajaan liittyvä seikka, musiikki tai vain satunnaisuus: on valittu nimi, joka yksinkertaisesti tuntuu hyvältä.

4.1 Blogiin tai sen aiheeseen liittyvä seikka

Blogin aiheen ja sisällön ilmentämisen luokka on nimeämisperusteiden suurin ryhmä. Siihen kuuluu yhteensä 13 nimeä. Tähän luokkaan kuuluvien nimien nimeämisperusteet ovat osin melko tulkinnanvaraisia ja jotkut niistä olisi ollut mahdollista sijoittaa toisinkin. Päädyin kuitenkin luokittelemaan ne tähän luokkaan, sillä laajasti tulkiten näin niiden kaikkien taustalla

olevan halun kertoa jotakin blogin aiheesta ja sisällöstä, vaikka bloggaaja ei sitä suoranaisesti aina vastauksessaan sanonutkaan. Tähän luokkaan kuuluvat blogit ovat pääosin perhebloggeja, joten ilmeisesti kyseiselle blogikategorialle on tyypillistä, että niiden nimistä tulee ilmi blogin aihe. Lisäksi tähän luokkaan kuuluu kaksi fitnessblogia ja kolme perinteisempää lifestyleblogia.

Kyselyyn vastanneista bloggaajista moni pitää blogien nimeämisessä tärkeänä sitä, että nimi liittyisi jollakin tavalla blogin aihepiiriin tai kirjoittajaan ja kuvaisi näin myös blogin sisältöä ja tunnelmaa. Nimen liittyminen aiheeseen nähdään siis yhtenä hyvän blogin nimen kriteereistä. Toisaalta taas erityisesti moni perhebloggaaja tuntuu harmittelevan sitä, että tuli aikoinaan valinneeksi niin kiinteästi perheeseen ja lapsiin liittyvän nimen, sillä vuosien myötä blogin aihepiiri on laajentunut kattamaan muitakin elämän osa-alueita, jotka eivät tunnu enää sopivan blogin nimen alle. Pääsääntöisesti blogin aiheeseen liittyvät nimet nähdään kuitenkin hyvinä ja käytännöllisinä.

54 % (n=21) eli yli puolet tämän tutkimuksen blogien nimistä liittyy oman luokitteluni perusteella jollakin tavalla blogin pääasialliseen aiheeseen. Näiden nimien kohdalla blogin sisällöstä voi siis päätellä jotain vain katsomalla blogin nimeä. Kuitenkin, vaikka aihe näkyy blogien nimistä, ei kaikkien näiden nimeämisperusteena ole blogin aihe, vaan nimen taustalla voi olla myös monia muita tekijöitä. Tästä syystä tähän nimeämisperusteiden luokkaan kuuluu vain 33 % (n=13) tutkimuksen blogeista.

Esimerkeissä (1–3) nimeämisperusteena on selkeästi blogin aihe. Bloggaaja on nimellä halunnut kertoa jotakin blogin sisällöstä ja siksi valinnut juuri kyseisen nimen. Tosin vain esimerkki (1), *Terveelliset herkut*, kertoo yksiselitteisesti blogin sisällöstä *Nude* ja *Munakoisoni ja minä* -blogien nimien ollessa huomattavasti tulkinnanvaraisempia. Näiden kahden blogin bloggaajat ovat toki ensisijaisesti halunneet bloginsa nimen kuvaavan sen sisältöä, mutta samalla he ovat pyrkineet persoonallisuuteen ja erottuvuuteen, jotka mahdollisesti herättävät potentiaalisten lukijoiden mielenkiinnon. *Terveelliset herkut* -blogin bloggaaja on puolestaan selkeällä nimellä pyrkinyt blogin helppoon löydettävyyteen.

- 1) Mietin ennen blogin perustamista aika tarkasti mistä haluan kirjoittaa ja kyseisestä syystä rajasin blogin nimen myös kuvaamaan sen sisältöä jotta se olisi myös helpommin löydettävissä.
(*Terveelliset herkut*)

- 2) Blogini aihepiiri on kauneus, joten ajattelin, että nimen täytyy liittyä siihen. Siksi valitsin nimeen yhden meikkaustyylin, nude-meikin. Nimi siis kertoo aiheen ja herättää myös kivas-ti keskustelua ja kysymyksiä.
(Nude)
- 3) Lapsen työnimi oli Munakoiso. Blogin nimi kertoo siitä mistä blogikin. Munakoisosta ja minusta. Halusin jotakin uniikkia ja erilaista sekä omannäköistä.
(Munakoisoni ja minä)

Esimerkeissä (4–6) nimeämisperusteena on niin ikään blogin aihe. Kaikki kolme blogia ovat perheblogeja, mikä tulee ilmi jo niiden nimistä. Vaikka nimien taustat ja tarinat niiden takana ovatkin erilaisia, on näiden bloggaajien pyrkimyksenä ollut selkeästi tuoda esiin sitä, mistä he pääsääntöisesti kirjoittavat. Usein juuri perheblogien kategoriassa tunnutaan suosivan nimiä, jotka kertovat selkeästi, että kyse on nimenomaan perhe- tai lapsiaiheisestä blogista.

- 4) Perustin blogin kun esikoisemme oli puolivuotias. Tarkoitus oli kirjoittaa lapsemme kasvuvaiheista, ja puhuimme yleensäkin miehemme kanssa kotona kuinka lapsemme touhutesaan piti "Minishowta". Lapsemme syntyi keskosena ja hänen lempinimensä oli mini.
(Minishow)
- 5) Halusin löytää jonkin humoristisen, isyyteen liittyvän nimen. Tämä oli yksi useista vaihtoehtoista, joita oli mielessäni, mutta valitsin sen vasta sitten kun eräs tuttava ehdotti samaa nimeä.
(Isyyspakkaus)
- 6) Blogini nimen keksi siskoni. Kirjoitan äitiysblogia ja mietimme sen nimeksi ensin Momfieta eli mom + selfie. Tämä nimi oli kuitenkin käytössä suomalaisilla äitiysbloggaajilla, joten keksimme käyttää kyseisen käsitteen suomennosta. Mutsi + selfie = mutsie.
(Mutsie)

Esimerkeissä (7) ja (8) blogien nimien viittaus niiden aiheisiin tulee tekemisestä. Molempien blogien nimet liittyvät siihen, mitä kirjoittaja tekee ja mistä hän sitä kautta luonnollisesti myös kirjoittaa, eli näiden blogien tapauksessa sisustukseen ja bikinifitnekseen liittyvistä aiheista.

- 7) Ensin blogin nimi oli sisustan ja sepustan kun sitä minä tein kirjoitellessani. Vaihdoin sitten nimen toiseen muotoon.
(Sisustus ja Sepustus)
- 8) Aloitin kilpailemisen bikinifitneksessä ja nimi tuli silloin siitä.
(Primebody)

Esimerkit (9) ja (10) ovat perheblogeja, joiden nimeämisperusteena on blogin aihe ja sisältö. *Frutti di Mutsi* -blogin nimestä näkyy selkeästi blogin aihealue, vaikka kirjoittaja ilmeisesti aika laajasta aihekirjosta kirjoittaakin. Kuitenkin hän on bloginsa nimessä halunnut tuoda esiin sen, että on äiti, joten blogin pääasiallisesta aihealueesta ja tarkoituksesta ei voi erehtyä. *Hedelmistään puu tunnetaan* -blogin nimessä blogin aihealueeseen viitataan puolestaan kielikuvan avulla, jolloin sen merkitys ei välttämättä aukene yhtä nopeasti. Yhtä kaikki, blogin nimen tarkoitus on ollut kertoa jotakin blogin sisällöstä, vaikkakin epäsuorasta kielikuvan avulla.

- 9) Olin perustamassa alun alkaen ruokablogia missä jaan reseptejä toisille äideille. Pohdin nimeä Mutsi Carbonara, joka tuo nimessä esiin sekä sen että olen äiti että sen että blogi on ruokablogi. Toinen nimivaihtoehto oli Frutti di Mutsi. Päädyin valitsemaan sen lopulta, kun se ei kategorioinut blogia vain yhteen genreen vaan antoi vapauden kirjoittaa mistä vain. Ja hyvä niin, sillä blogissani on vähintään yhtä paljon käsitöitä ja elämäntapa -postauksia kuin mitä niitä ruokareseptejä. Frutti di Mutsi on vapaasti suomennettuna "mutsin hedelmät".
(Frutti di Mutsi)
- 10) Blogini on perheblogi ja nimi kuvastaa sitä että lapseni määrittelevät minut. Eli käytännössä nimi on kielikuva, minä olen puu ja lapset hedelmiäni.
(Hedelmistään puu tunnetaan)

Sekä esimerkissä (11) että esimerkissä (12) blogin nimi juontaa juurensa kirjoittajan lapsen nimestä, vaikkakin kyse on vain lempi- tai peitenimestä. Kummankaan blogin nimi ei itsessään kerro juuri mitään blogien aihealueesta, perheestä, mutta bloggajien mukaan blogien pääasiallinen aihe on kuitenkin toiminut innoittajana nimien keksimisessä. Tästä syystä olen luokitellut nämä nimet juuri tähän kategoriaan.

- 11) Alun perin blogi oli rajautunut vain lastenvaatteisiin. En halunnut lasten nimiä esille, joten heille piti keksiä blogi-nimet. Päädyin nimeämään heidät sen mukaan, minkä värisiä vaatteita heidän kaapeistaan eniten löytyi: Herra Keltainen, Herra Vihreä jne. Blogin nimeksi ajattelin sitten Värisuoraa, mutta se nimi oli jo varattu. Hetken pohdittuani tajusin, että eihän minulla edes ole värisuoraa, kun lapset ovat "erivärisiä" (pokeritermein värisuorassahan kaikki ovat samaa maata). Minulla oli siis epä-värisuora, ja tästä muodostui Väri-epä-suora. Alkuperäisessä bannerissa "epä" oli ikäänkuin tipahtanut värisuora -sanalle keskelle.
(Väri-epä-suora)
- 12) Blogin nimi lähti aika hölmöstä ideasta - meidän perheessä on leikkimielinen tapa antaa lemmikeille ja ihmisille "intiaaninimiä". Kiljuva Pikkunälkä oli lapseni Viiman inkkarinimi vauvana, koska Viima oli kovin huutavainen pieni tapaus, ja hänellä tuntui aina olevan pieni nälkä. Nimesin blogini sitten tällä inkkarinimellä erään arvannon yhteydessä (blogi oli aiemmin toisella nimellä).
(Kiljuva pikkunälkä)

Esimerkin (13) blogin nimi ei edellisistä poiketen kuvaa niinkään blogin aihetta, vaan enemmänkin sen esittämistapaa, joka on aiemmin painottunut vahvasti, ja painottuu edelleen jossain määrin, kuviin. Blogin nimi ei siis määrittele sen aihetta, vaan lähinnä sitä, mitä lukija blogista löytää.

- 13) Pidin aiemmin blogia nimellä Kuvapäiväkirja, mutta halusin blogin muuttaessa uudelle alustalle kääntää sen englanniksi. Blogini oli alunperin enemmän kuvapainotteinen, josta Visual Diary juontaa juurensa.
(Visual Diary)

4.2 Bloggaajan oma nimi

Bloggaajan oman nimen esiin tuova luokka on nimeämisperusteiden toiseksi suurin ryhmä ja siihen kuuluu yhteensä 10 nimeä. Näissä nimissä näkyy joko bloggaajan koko nimi sukunimien, pelkkä etunimi tai etunimet, etunimi yhdistettynä johonkin blogia kuvaavaan nimenosaan tai omasta nimestä muokattu lyhyt bloginimi. Lähes kaikki tähän luokkaan kuuluvat blogit ovat melko perinteisiä lifestyle-blogeja kahden painottuessa enemmän treenaamiseen ja hyvinvointiin.

Oman nimen käyttö blogin nimenä on yleistynyt viime vuosina paljon, ja osa kyselyyn vastanneista bloggaajista pitää sitä brändäämisen kannalta erittäin toimivana ja jopa suositeltavana. Osa taas pitää oman nimen käyttöä tylsänä ja jopa persoonattomana, jolloin nimet eivät ole tarpeeksi erottuvia ja ne menevät helposti sekaisin keskenään. Oman nimen käyttö blogin nimenä jakaa siis mielipiteitä kyselyyn vastanneiden bloggaajien keskuudessa.

Esimerkkien (14–19) bloggaajat kirjoittavat kaikki omalla nimellään. Sanni Trishin esiintyy koko etunimi–sukunimi-yhdistelmällä, Sofia B etunimellä ja sukunimen ensimmäisellä kirjaimella, Ida Jemina, Alexa Dagmar sekä Vivian Valpuri molemmilla etunimillään ja Asikaine tamperelaisittain muotoillulla sukunimellään. Bloggaajat eivät pahemmin perustele nimivalintaansa, joten oman nimen käyttö on ilmeisesti ollut melko itsestään selvää. Yleensä omalla nimellä bloggaavat haluavat nimen liittyvän vahvasti heihin itseensä ja blogin henkilöityvän heihin, jolloin se on kätevä muun muassa blogin aiheiden kannalta, kun voi kirjoittaa kaikesta itseensä liittyvästä ilman sen tarkempaa rajausta, sekä brändäämisen ja oman henkilökohtaisen tunnettuuden kannalta.

- 14) Blogini nimenä on oma nimeni. En olisi osannut nimetä sitä mitenkään muuten.
(Sanni Trishin)

- 15) Oma nimeni. Fiksua brändäämisen kannalta.
(Alexa Dagmar)
- 16) Vaihdoin hiljattain, koska halusin geneerisemmän nimen, joka ei rajaa blogin sisältöä.
(Sofia B)
- 17) Blogin nimi on sama kuin oma nimeni.
(Ida Jemina)
- 18) Blogini nimi on oma etu- ja toinen nimeni. Päädyin siihen pitkän harkinnan jälkeen siksi, koska en keksinyt mitään nasevaa nimeä, ja oma epätyypillinen nimeni on mieleenjäävä. Blogini ei myöskään käsittele mitään tiettyä aihepiiriä, kuten ruokaa tai kosmetiikkaa, joten oli mielestäni parempi antaa nimi itseni, eikä niinkään blogin sisällön mukaan.
(Vivian Valpuri)
- 19) Blogin nimi tulee omasta nimestäni ja päädyin siihen, koska halusin ajattoman nimen, joka viittaa itseeni ja asuinpaikkaani.
(Asikaine)

Esimerkeissä (20–22) bloggaajan oman nimen lisäksi blogin nimessä on jokin blogin sisältöä kuvaava nimenosa. *Kasper Diem* -blogin nimi kiteytyy humoristiseen sanaleikkiin, joka kertoo omalta osaltaan blogin huumoriin ja ironiaan painottuvasta sisällöstä. *Chez Héléna* -nimestä käy heti ilmi, että blogissa liikutaan muualla kuin Suomessa. *Monna treenaa* -nimi taas paljastaa blogin painottuvan treenaamiseen ja hyvinvointiin. Blogin sisältöä kuvaavaan nimenosan lisäksi bloggaajat kuitenkin tuovat esiin myös oman nimensä ja sitä kautta lisäävät henkilökohtaista tunnettuutta ja kehittävät omaa henkilöbrändiään.

- 20) Kasper Diemistä piti alunperin tulla blogi joka parodioisi hyvää elämää, wellnessiä, well-beingiä, latteita mietelauseita ja self-ohjeita. Kaikki tämä kiteytyy fraasiin *Carpe diem*. Ja koska olen huonon sanaleikin ystävä (kukapa ei olisi?) niin siitä tuli tietenkin Kasper Diem nimeni mukaan. Blogista tuli kylläkin jotain muuta. Mutta se ei haittaa, nimi huvittaa minua kuitenkin vieläkin.
(Kasper Diem)
- 21) Helena on minun oma nimeni, chez ranskaa. Lisäsin Helenaan heittomerkit, niin kuin tehdään kun se kirjoitetaan ranskaksi. Blogini kertoo ulkosuomalaisen naisen elämästä, kotoutumisesta, lasten kasvattamisesta, matkailusta Etelä-Ranskassa, siksi päädyin tähän nimeen *Chez Héléna*, suomeksi siis Helenan luona. Päässä pyöri toki kaikenlaisia oliivipuista Välimeren aurinkoon, mutta tämä oli mielestäni lyhyt ja ytimekäs. Samalla oma nimi tulee lukijoille tutuksi ja tavallaan loi Helena-brändiä.
(Chez Héléna)
- 22) Ajattelin perustaa treeniblogin, halusin oman nimeni blogin nimeen ja mielestäni *Monna treenaa* - oli iskevä nimi.
(Monna treenaa)

Esimerkeissä (23) ja (24) bloggaajat ovat muokanneet omia nimiään lyhentämällä ja lisäämällä ylimääräisiä kirjaimia, jolloin niistä on tullut ikään kuin nimimerkkejä. Taustalla on ollut halu piilottaa oma henkilöllisyys, mutta varsinkin *Nelliina*-blogin kohdalla nimimerkistä on tullut jo osa kirjoittajan henkilökohtaista brändiä. Nimimerkkien valinnan taustalla näyttää olevan halu olla kategorisoitumatta mihinkään tiettyyn genreen, jolloin blogin aihepiirin voi pitää laajana.

- 23) Ihan satunnaisesti valittu nimi. Vuonna 2007 ei ollut tapana paljastaa omaa nimeä tai kasvoja, joten lisäsin nimeeni (Niina) pari extrakirjainta. Nimi muuttui useaksi vuodeksi Nelliinan vaatehuoneeksi, kun halusin korostaa sen aihetta, tyyliä. Nyt palasin taas Nelliina nimeen, ja laajensin aihepiiriä.
(Nelliina)
- 24) Nimessä on samoja kirjaimia kuin etunimessäni ja se on osittain lyhenne toisesta nimestäni. Valitsin nimen, koska en halunnut kategorisoida nimen perusteella johonkin genreen.
(Sadetta)

4.3 Bloggaajaan liittyvä seikka

Nimeämisperusteiden kolmanneksi suurimman ryhmän muodostavat sellaiset blogien nimet, jotka kuvaavat jollain tavalla blogin kirjoittajaa, hänen elämänsäasettään tai vaikkapa ammatti-identiteettiään. Näitä nimiä on yhteensä kahdeksan. Tämä luokka ei ole yhtä yhteneväinen ja selkeä kuin kaksi edellistä, vaan nimien kuuluminen tähän luokkaan perustuu hyvin vahvasti omiin tulkintoihini niiden taustoista saamistani tiedoista. Tähän luokkaan kuuluvat blogit ovat joko melko perinteisiä lifestyle-blogeja tai liikuntaan ja hyvinvointiin keskittyviä treeniblogeja.

Esimerkkien (25) ja (26) blogit ovat urheilulliseen elämäntapaan painottuvia treeniblogeja, joiden aihepiirin pystyy päättämään jo blogien nimistä. Molempien blogien nimeämisperusteena on halu kuvata kirjoittajaa ja hänen ajatuksiaan elämästä. *Fit Times* -nimellä bloggaaja haluaa tuoda esiin paitsi bloginsa aihealuetta myös kertoa jotain itsestään ja omasta elämäntilanteestaan. Pelkästään nimeä katsomalla tämän blogin olisi voinut sijoittaa myös blogin aihetta kuvaavaan luokkaan, mutta koska kirjoittaja kertoo useammankin kerran nimen kuvastavan häntä ja hänen elämäänsä, päädyin luokittelemaan sen tähän ryhmään. *Your dream is your destination* -blogin bloggaaja haluaa puolestaan bloginsa nimellä tuoda esiin omaa elämänsäasettään, sitä, että omien unelmien avulla voi saavuttaa päämääränsä. Tämä asenne näkyy myös hänen bloginsa sisällössä monella tavalla.

- 25) Nimi kertoo asenteestani elämään, unelmien kautta voi saavuttaa päämääränsä.
(Your dream is your destination)
- 26) Aloitin bloggaamisen The Climb-blogilla, jonka takana bloggasinkin noin 1.5 vuotta. Vaihdoin blogin nimen, koska halusin erottautua, The Climb nimisiä tai tapaisia blogeja oli paljon. Mietin uutta nimeä kauan sillä halusin sen olevan kerralla toimiva, uutta muutosta en haluaisi. Fit Times iski mieleeni kesken työpäivän ja siitä ajatus lähti. Se kuvastaa hyvin elämäni ja blogiani, joka keskittyy paljon hyvinvointiin. Hyvinvoinnin aika, voisi ehkä olla jonkinlainen käänös. Sekin kuvastaa minua koska olen tehnyt pitkää elämäntapamuutosta.
(Fit Times)

Esimerkkien (27) ja (28) blogit ovat sisällöltään melko perinteisiä lifestyle-blogeja. Molempien blogien nimissä on kirjoittajia kuvaava sanaleikki, jota he pitävät hauskana ja persoonallisena. *Torkkuja ja Nokkosia* -blogin nimi kuvaa kirjoittajansa mielenkiinnonkohteita, joita ovat terveellinen ruoka ja varmasti humoristisessa mielessä mukaan otetut päiväunet. *Viilankantolupa*-blogin bloggaaja on puolestaan nimellä halunnut ilmaista omaa ammatti-identiteettiään, sitä, että hänellä, toisin kuin monella muulla saman ammatin harjoittajalla, on työhönsä asianmukainen koulutus. Tällainen kantaaottavuus lifestyle-blogien nimissä on ainakin tämän tutkimuksen valossa hyvin harvinaista, sillä yleensä tunnutaan haluavan, että nimi on melko kevyt, helposti lähestyttävä ja selkeästi positiivissävytteinen.

- 27) Mieheni keksi sen. Pidän päiväunista, nokkonen on superfood ja siinä on sanaleikki. Moni kuvitteleekin nimen olevan Torkkuja ja nokosia.
(Torkkuja ja Nokkosia)
- 28) Perustaessani kauneusblogin 2012 työskentelin vielä kynsimuotoilijana. Sanaleikkien ystävänä halusin nimen, joka kuvastaa ammatti-identiteettiäni, mutta on samalla kantaaottava. Rakennekynsiä saa edelleen tehdä kuka tahansa, vaikka ammatissa käytettävät vahvat kemikaalit vaatisivat ehdottomasti tarkempaa valvontaa.
(Viilankantolupa)

Esimerkkejä (29) ja (30) yhdistää se, että blogin nimeämisperusteena on jokin aiempi asia bloggaajan elämässä. *Hikikinkku*-blogin bloggaajalla oli aiemmin *Ikisinkku*-blogi, jonka nimen kanssa tämän uuden blogin nimen tuli sopia yhteen. Samalla bloggaaja ilmeisesti halusi myös blogin aiheen ilmenevän uuden bloginsa nimestä, koska hän päätyi valitsemaan treenaamiseen liittyviä mielle yhtymiä synnyttävän blogin nimen. *Go 4 it vol. 2* -blogin nimen taustalla on puolestaan kirjoittajan entinen yritys, jonka nimen hän halusi osaksi myös bloginsa nimeä.

- 29) Aiemman pääblogini nimi oli Ikisinkku, halusin treenaamiseen keskittyvän sivublogini rimmaavan sen kanssa, ja Hikikinkku ajoi asia.
(Hikikinkku)

- 30) Minulla oli aikoinaan ompelimo/ateljee/putiikki, jonka nimi oli "Go 4 it". Se ei kuitenkaan elänyt kuin muutaman vuoden. Halusin nimetä tämän toisen leikkikenttäni muodin alueella kunnianosoituksena tuolle ensimmäiselle.
(Go 4 it vol. 2)

Esimerkkien (31) ja (32) blogien nimet eivät kuvaa kirjoittajaa yhtä yksiselitteisesti kuin aiemmat tähän luokkaan ryhmittelemäni blogit. Olen kuitenkin luokitellut ne tähän luokkaan, koska tulkitsen niiden ilmaisevan jotain bloggaajalle tärkeää tai blogin kannalta olennaista asiaa. *Salamatkustaja*-blogin nimen taustalla on kirjoittajan elämäntilanne, raskaus, blogin perustamishetkellä, mikä vaikutti selvästi nimivalintaan. *Joukolatar*-nimestä ilmenee puolestaan bloggaajalle henkilökohtaisesti tärkeä paikka, joka on tullut kiinteäksi osaksi myös blogin sisältöä.

- 31) Olin paksuna ja olo tuntui jotenkin epäsovinnaiselta ja ei-äidilliseltä. Tuntui kuin olisin ollut salamatkustaja siinä koko äitikuviossa. Ja sitten siinä on se tuplamerkitys sikiöön. Monethan puhuu siitä "salamatkustajana".
(Salamatkustaja)
- 32) Joukolatar nimi tulee Joukola-mökistäni. Ystäväni keksi nimen aikanaan. Joukola on tärkeä paikka minulle ja käsittelen myös blogissani mökkeilyä.
(Joukolatar)

4.4 Musiikki tai kirjallisuus

Nimeämisperusteiden neljänneksi suurimman luokan muodostavat ne blogien nimet, jotka ovat saaneet innoituksensa joko musiikista tai kirjallisuudesta. Näitä nimiä on yhteensä neljä, ja vaikka innoitus nimeen onkin löydetty musiikista tai kirjallisuudesta, on näiltä taiteenaloilta kuitenkin etsitty tietoisesti jotain, joka samalla kuvaa myös blogia ja sen aihetta.

Esimerkkien (33–35) blogien nimet ovat kaikki saaneet nimensä jostakin musiikkikappaleesta, kaikissa tapauksissa suoraan kappaleen nimestä. *Metallisydän*-blogin bloggaaja on ottanut bloginsa nimeksi lempikappaleensa lempiyhtyeeltään, mutta samalla miettinyt, että nimi liittyy kielikuvan kautta myös sekä blogin aiheeseen että bloggaajaan itseensä. *Are you feeling fashionable?* -blogin bloggaaja valitsi bloginsa nimeksi musiikkikappaleen ilmeisesti hetken mielijohteesta, mutta halusi kuitenkin blogin pääasiallista aihetta, muotia, kuvaavan nimen. *Oi mutsi mutsi* -blogin nimeksi on niin ikään päätynyt musiikkikappale, jolla on haluttu kuvata blogin sisältöä, vaikka myöhemmin bloggaaja huomasiikin itse kappaleen kertovan äitiyden sijaan kuolemasta.

- 33) Metallisydän on suosikkibiisini lempibändiltäni Maj Karman Kauniilta Kuvilta, samalla se toimi hienosti rautaa ja painojen kolistelua rakastavan miehen blogin nimenä.
(Metallisydän)
- 34) Edellinen blogini oli Solutasolla niminen ja se tuli Marzi Nymanin biisistä. Siksi mamma-blogille oli luonnollista etsiä nimi musiikista ja päädyin Tuomari Nurmion biisin nimeen. Myöhemmin tosin tajusin, että biisi kertoo stadin slangilla kuolemasta...
(Oi mutsi mutsi)
- 35) En miettinyt sen kummemmin blogini nimeämistä vuonna 2008. Nimi on otettu Help She Can't Swim -yhtyeen kappaleesta.
(Are you feeling fashionable?)

Esimerkki (36) on tutkimuksen ainoa blogi, jonka nimi kumpuaa kirjallisuudesta. *Uusi Kuu* -blogin nimi tulee L. M. Montgomeryn klassikkoteoksesta *Pieni runotyttö*, jossa orvoksi jäänyt Emilia päätyy Uuteen Kuuhun sukulaistensa holhoukseen. Blogin kirjoittajan nimi on kirjan päähenkilön tavoin Emilia ja hän kokee tiettyä samankaltaisuutta pienen runotyön kanssa, joten siksi hän on päätenyt nimeämään myös bloginsa tämän kirjan mukaan.

- 36) Etunimeni on Emilia, ja pieni runotyttö jonkinlainen toinen persoonani.
(Uusi Kuu)

4.5 Satunnaisuus, se, että ”nimi tuntui hyvältä”

Viimeisenä nimeämisperusteiden luokkana on satunnaisuus, se, että ”nimi tuntui hyvältä”. Tämä on nimeämisperusteena kolmessa nimessä. Tähän luokkaan kuuluvat blogit ovat joko urheilulliseen elämäntapaan keskittyviä treeniblogeja tai pääosin muotiin painottuvia perinteisiä lifestyle-blogeja.

Esimerkkien (37–39) blogien nimien nimeämisperusteita yhdistää tietynlainen satunnaisuus, se, että nimi vain tuntui bloggaajista hyvältä. *Karkkipäivä*-blogin kirjoittaja oli jo ennen blogin perustamista päättänyt nimen, joka tuntui hänestä mukavan myönteiseltä ja oli lisäksi sopivan lyhyt ja ytimekäs. Myös *Do it today* -blogin kirjoittaja oli halunnut vain jonkun nimen, joka olisi motivoiva, lyhyt ja ytimekäs. *Muoti mielessä* -blogin bloggaaja päätyi puolestaan valitsemaansa nimeen nopeasti ja vähän huumorilla. Tähän luokkaan kuuluvien blogien bloggaajat eivät kovin tarkasti perustele nimivalintaansa eivätkä he tunnu osaavan kovin tarkasti kertoa, mistä nimi oikein alkujaan on peräisin tai mistä bloggaaja keksi sen.

- 37) Halusin jonkin motivoivan nimen, joka olisi lyhyt ja ytimekäs.
(Do it today)
- 38) Jostain syystä nimi oli valmiina päässäni jo ennen kuin olin edes konkreettisesti päättänyt aloittaa blogin - tai tiesin mistä aiheesta ylipäänsä kirjoittaisin. Tiesin vain, että jos koskaan alkaisin pitää blogia, sen nimi olisi Karkkipäivä. Nimessä oli minusta mukavan myönteinen soundi ja se on lyhyt ja ytimekäs.
(Karkkipäivä)
- 39) Mietin hetken ja vähän huumorilla valitsin tämän silloisen muotiblogini nimeksi. Halusin suomalaisen nimen.
(Muoti mielessä)

Yleisesti bloggaajien vastauksista voi päätellä, että monet sellaistenkin blogien nimet, joille löytyy selkeät nimeämisperusteet, ovat syntyneet edellisten kanssa samalla tavalla spontaanisti: nopeasti ja sen tarkemmin ajattelematta, koska joku mieleen tullut tai ehdotettu nimi on vain tuntunut hyvältä juuri oman blogin nimeksi. Toki vastauksista käy ilmi, että osa bloggaajista on myös erittäin pitkään ja tarkasti miettinyt bloginsa nimeä, mutta nämä jäävät kuitenkin selkeästi vähemmistöön. Ilmeisesti blogi on sellainen nimeämisen kohde, jonka kanssa voi olla spontaani ja jopa leikkisä, sellainen, jota ei ole välttämättä pakko ottaa niin kamalan vakavasti, vaikka se tärkeä asia monelle onkin.

5 BLOGGAAJIEN KÄSITYKSIÄ BLOGIEN NIMISTÄ

Tässä luvussa keskityn bloggaajien ajatuksiin heidän omien blogiensa nimistä sekä käsityksiin blogien nimistä ja nimeämisestä yleisesti. Analysoin vastauksia aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin ja teemoittelen niitä tarpeen mukaan. Alaluvut 5.1–5.5 liittyvät bloggaajien omien blogien nimiin, kun taas viimeiset kaksi lukua (5.6 ja 5.7) käsittelevät blogien nimiä ja nimeämistä yleisesti. Näissä kahdessa viimeisessä luvussa blogien nimiä ei mainita esimerkkien yhteydessä, koska tieto blogista ei ole näiden esimerkkien kannalta olennaista.

5.1 Bloggaajien tyytyväisyys blogiensa nimiin

Tutkimukseen osallistuneista bloggaajista 75 % (n=29) oli tyytyväisiä blogiensa nimeen. Kuitenkin vain hieman yli puolet, 54 % (n=21) oli täysin tyytyväisiä, kun taas 21 % (n=8) löysi yleisen tyytyväisyyden lisäksi blogiensa nimistä myös jotain negatiivista. Tästä erosta johtuen käsittelen nämä ”täysin tyytyväinen” ja ”tyytyväinen, mutta” -kategoriat erikseen keskittyen aluksi ensin mainittuun.

Syitä tyytyväisyyteen olivat muun muassa nimien helppo muistettavuus, erilaisuus, neutraalius ja ajattomuus sekä se, ettei nimi rajaa aihetta liikaa tai vaihtoehtoisesti se, että nimi kertoo jotain blogista ja sen aiheesta. Tyytyväisyyden syyt vaihtelivat siis bloggaajittain ja ne olivat osittain ristiriitaisiakin, sillä osaa miellyttävät nimet, jotka ovat esimerkiksi neutraaleita ja mahdollistavat kirjoittamisen kaikesta mahdollisesta, osa taas arvostaa nimessä sitä, että se rajaa selkeästi blogin aiheen ja kertoo lukijalle heti, millaisesta blogista on kysymys. Jotkut ovat myös jo niin tottuneita oman blogiensa nimeen, etteivät osaisi edes kuvitella muita vaihtoehtoja, kuten esimerkissä (40).

- 40) Olen kyllä. Se on ollut jo niin kauan, että en oikeastaan enää edes mieltä voisiko se olla jostain muuta.
(Monna treenaa)
- 41) Kyllä olen. Se on ajaton ja onnistunut ja personoituu itseeni.
(Asikaine)
- 42) Olen erittäin tyytyväinen. Nimi ei koskaan ala takuulla kyllästyttää, eikä se vanhene tai menetä merkitystään. Se ei myöskään rajaa blogia kuuluumaan tiukasti mihinkään yhteen tiettyyn kategoriaan, vaan oman nimeni alle mahtuu kaikki se mitä minun elämässäni ja ympärilläni on.
(Sanni Trishin)

Kaikki puhtaasti omalla nimellä kirjoittavat bloggaajat olivat tyytyväisiä bloginsa nimeen, onhan kyseessä heidän omat nimensä. Nämä bloggaajat näkevät esimerkkien (41) ja (42) tavoin omat nimensä ajattomina, persoonallisina ja sellaisina, joihin ei ikinä kyllästy. He myös pitävät omia nimiään helposti muistettavina ja kätevinä blogin brändäämisen kannalta. Omalla nimellä kirjoittavat arvostavat myös blogiensa nimien neutraaliutta ja sitä, että nimi ei rajaa blogia mihinkään tiettyyn kategoriaan, vaan antaa vapauden kirjoittaa mistä haluaa.

Helppoa muistettavuutta ja yksinkertaisuutta tuntuvat arvostavan myös melko lyhyen blogin nimen omaavat bloggaajat, kuten esimerkit (43) ja (44) osoittavat. Ylipäätään kyselyyn vastanneet bloggaajat pitivät nimen lyhyyttä, ytimekkyyttä ja helppoa muistettavuutta keskeisinä hyvän blogin nimen kriteereinä. Nykyisenä yritysysteistyön aikana lyhyt nimi on myös käytännöllinen, sillä se on yleensä helppo lausua ja kirjoittaa sekä ottaa esiin erilaisissa tilaisuuksissa.

- 43) Olen tyytyväinen, se on lyhyt ja ytimekäs. Helppo sanoa, kun joku sitä kysyy. Lukijoiden ja yhteistyökumppaneiden on helppo muistaa se.
(Mutsie)
- 44) Olen todella tyytyväinen. Lyhyt nimi on helposti muistettava ja lausuttava ja se on helppo esitellä uusille ihmisille. En ole koskaan harkinnut sen vaihtamista vaikkakin nykyinen nimitrendi, jossa blogin nimi on vain oma nimesi, on vähän houkuteluttu.
(Nude)
- 45) Olen tyytyväinen. Se on neutraali, lyhyt ja toimii hyvin vaikka onkin englanninkielinen. Sen alla on helppo blogata mistä vaan: ja koska postauksissa on aina kuvia, on se Visual Diary edelleen, vaikka kirjoittaisinkin enemmän.
(Visual Diary)
- 46) Olen tyytyväinen. Se kuvastaa täydellisesti sitä millaiseksi blogini on muodostunut. Ihan arkinenkin päivä ja arkiset asiat voivat olla "karkkipäivä", sillä kaikesta voi löytää iloa ja samanlaista lapsenmielistä innostusta kuin mitä karkkipäivä lapsena edusti.
(Karkkipäivä)

Esimerkkien (45) ja (46) blogien nimet kuvaavat kirjoittajiensa mukaan hyvin blogien sisältöä ja tietyllä tavalla tunnelmaakin. Tämä kuvaavuus on yksi keskeinen syy bloggaajien tyytyväisyyteen, sillä monet näkevät sen erittäin positiivisena asiana. Toisaalta kuvaavuus nähdään myös negatiivisena, sillä muutamat bloggaajat kokivat liian kuvaavan nimen rajoittavana. Pääsääntöisesti bloggaajat pitävät kuitenkin blogia ja sen aihetta kuvaavia nimiä toimivina ja käytännöllisinä.

Nimen persoonallisuus, erottuvuus ja mieleenpainuvuus ovat myös ominaisuuksia, jotka miellyttävät bloggaajia. Kuten esimerkeistä (47) ja (48) käy ilmi, bloggaajaa ei haittaa, jos hänen bloginsa nimeä pidetään vähän erikoisena tai ihmetystä herättävänä, sillä sehän vain herättää mahdollisten lukijoiden mielenkiinnon ja saa nimen jäämään mieleen, mikä on bloggaajan kannalta pelkästään positiivinen asia. Persoonallista ja kekseliästä nimeä siis arvostetaan kovasti.

- 47) Olen. Pidin nimen ennallaan avatessani blogin aihepiirin viime marraskuussa myös kauneusaiheiden ulkopuolelle, sillä se on pituudestaan huolimatta mieleenpainuva. Pitkä yhdyssana vaatii sitä ensi kertaa lukevalta pysähtymistä, joka saattaa olla kimmoke mielenkiinnon heräämiselle.
(Viilankantolupa)
- 48) Olen tyytyväinen nimeen, edelleen. Minusta se on erottuva ja helposti muistettava, eikä haittaa, vaikka tulijat eivät ehkä nimen alkuperää tajuakaan - jos se herättää ihmetystä, niin senhän vain muistaa helpommin.
(Väri-epä-suora)

Muutaman kyselyyn vastanneen bloggaajan mielestä blogien nimillä ei ole merkitystä juuri mihinkään, vaan kaikki nimet ovat omalla tavallaan hyviä tai huonoja. Blogeilla pitää olla nimi ja näiden bloggaajien mielestä on aivan sama, mikä se nimi on, kuten esimerkistä (49) käy ilmi.

- 49) Just hyvä. Kaikki nimet ovat kuitenkin yhtä huonoja tai hyviä. Olen ihan varma että Beatleskin ajatteli monta kertaa ”onpa meidän bändillä urpo nimi”. Se on vain nimi. Sillä ei ole merkitystä, sisällöllä on.
(Kasper Diem)

21 % (n=8) kyselyyn vastanneista bloggaajista oli tyytyväinen bloginsa nimeen pienellä varauksella. Kuten luvun alussa mainitsin, jaottelin nämä vastaukset erikseen omaan kategoriinsa, koska ilmeisestä tyytyväisyydestä huolimatta blogien nimissä oli yleensä jokin pieni bloggaajia häiritsevä asia ja nämä vastaukset alkoivatkin yleensä ”olen tyytyväinen, mutta” - lausahduksella.

Esimerkeissä (50–52) bloggaajat eivät mainitse mitään kovin suuria syitä siihen, miksi oman blogin nimi ei aivan täysin miellytä, vaan lähinnä kyse on siitä, että bloggaaja on joskus miettinyt, että nimi olisi voinut olla toisenlainen. Jokin pieni asia nimessä, esimerkiksi jokin tietty sana tai luovuuden puute, siis saattaa näin kysyttäessä hieman häiritä tai ärsyttää, mutta pääosin bloggaajat ovat kuitenkin tyytyväisiä blogiensa nimiin tai ainakin kokevat, etteivät nämä pienet ”epäkohdat” ole mikään ongelma.

- 50) On se ihan ok. Joskus on kyllä tuntunut, että voisihan se olla tyylikkäämpikin.
(Sisustus ja Sepustus)
- 51) Ihan ok, olisi siihen voinut hieman enemmän luovuutta käyttää mutta nykyään nimimerkkineni on jo brändini.
(Nelliina)
- 52) Blogini on muuttunut vuosien aikana vähemmän perhekeskeiseksi, joten välillä mutsi-sana ärsyttää. Toisaalta onhan Apulantakin ihan tyhmä nimi ja hyvin jätkät skulaa sen kanssa.
(Oi mutsi mutsi)

Toisinaan nimi, jota bloggaaja pitää hauskana, persoonallisena ja erottavana, saattaa kääntyä hieman itseään vastaan. Esimerkeissä (53–55) blogin erikoinen nimi on välillä aiheuttanut hämmennystä ja virheitä, kun lukija tai yhteistyökumppani ei ole tiennyt, mistä blogissa on kysymys tai on vaikkapa kirjoittanut nimen väärin. Esimerkiksi *Torkkuja ja Nokkosia* -blogin kirjoittaja pitää bloginsa nimessä olevasta sanaleikistä ja siitä johtuvasta yllättävyydestä, mutta juuri tämä yllättävyys, kun nimi ei olekaan *Torkkuja ja Nokosia*, aiheuttaa välillä hämmennystä ja virheitä. Myös *Munakoisoni ja minä* -blogin kirjoittaja pitää bloginsa nimen persoonallisuudesta ja kekseliäisyydestä, mutta on huomannut erikoisen nimen joskus hämmentävän lukijoita, kun blogin aihe ei olekaan ihan sitä, mitä nimestä saattaa ehkä päätellä. Välillä siis se, mistä bloggaaja bloginsa nimessä pitää, saattaa olla myös syy hienoiseen tyytymättömyyteen. Yleensä kuitenkin oma tyytyväisyys voittaa ja blogin nimi nähdään miellyttävänä pienistä negatiivisista puolista huolimatta.

- 53) Se on symppis, mutta aiheuttaa välillä hämminkiä ja virheitä.
(Torkkuja ja Nokkosia)
- 54) Olen tyytyväinen. Ainoa negatiivinen asia on, että moni sekoittaa blogini jonkin sortin puutarha-blogiin.
(Munakoisoni ja minä)
- 55) Olen tyytyväinen. Joskus pelkään ihmisten luulevan blogini liittyvän uskontoon, sillä nimi on tuttu myös raamatun lausahduksena.
(Hedelmistään puu tunnetaan)

Kyselyyn vastanneet bloggaajat näkevät yleensä lyhyiden ja ytimekkyyden nimien positiivisina ominaisuuksina, joten pitkät nimet herättävät muutamissa bloggaajissa hienoista tyytymättömyyttä, kuten esimerkeistä (57) ja (58) käy ilmi. Esimerkin (56) bloggaaja puolestaan pohtii, että englanninkielisen nimen sijaan suomenkielinen voisi olla parempi. Nämäkin bloggaajat ovat pohdinnoistaan huolimatta kuitenkin ihan tyytyväisiä blogiensä nimiin.

- 56) Ihan ok. Toisaalta olen välillä miettinyt, että joku suomenkielinen hauska nimi olisi kiva.
(Do it today)
- 57) Olen ollut monta vuotta siihen tyytyväinen, mutta se voisi kyllä olla lyhyempi.
(Are you feeling fashionable?)
- 58) Olen, se on hieman pitkä, mutta kertoo kuitenkin halutun sanoman.
(Your dream is your destination)

Kyselyyn vastanneista bloggaajista 18 % (n=7) on samalla sekä tyytyväinen että tyytymättömän oman bloginsa nimeen. Nämä bloggaajat näkevät blogiensa nimissä sekä positiivisia että negatiivisia puolia, ja tyytyväisyys nimeen näyttäytyy heille epäselvänä: tavallaan he ovat tyytyväisiä, tavallaan taas eivät. Nimen persoonallisuus ja erottuvuus ovat yleensä ominaisuuksia, joihin bloggaajat ovat blogiensa nimissä tyytyväisiä, kun taas nimen vaikeus tai se, ettei nimi kerro blogin sisällöstä tarpeeksi, aiheuttavat tyytymättömyyttä, kuten esimerkeistä (59–62) käy ilmi.

- 59) No olen ja en. Kirjoitan nykyään myös aika paljon elämäntyylitämme perheenä, matkailusta jne. eli tavallaan se blogin nimi on ihan osuva, mutta se voisi viitata Islantiin vähän enemmän. Kirjoitan siitä nykyään aika paljon.
(Salamatkustaja)
- 60) Sinänsä olen, koska nimi on erottuva ja persoonallinen. Monelle se on jäänyt positiivisena nimenä päähän. Sinänsä en, koska se on vähän lapsellinen eikä oikein kuvasta enää blogiani - blogini on muuttunut perheblogista enemmän lifestyleen päin. Myös ääkköset ovat olleet hankalia nimessä.
(Kiljuva pikkunälkä)
- 61) Olen ja en ole. Tykkään siihen liittyvästä historiasta ja erilaisuudesta. Toisaalta se on hurjan vaikea muistaa ja kirjoittaa ja niin edelleen. Blogimaailma oli niin erilainen vuoden 2007 alussa, enkä todellakaan kuvitellut, että nimestä tulisi osa henkilökohtaista brändiäni. Mutta en ole halunnut vaihtaa nimeä sen monimutkaisuudesta huolimatta, sillä sillä on syvempi merkitys itselleni.
(Go 4 it vol. 2)
- 62) Nimi on erilainen kuin useimmat muut, joten sinänsä tykkään. Välillä nimi kuulostaa hieman liian miehekkäältä. Usein joudun myös selittelemään mistä nimi juontaa juurensa.
(Joukolatar)

Vain 8 % (n=3) kyselyyn vastanneista ei ollut tyytyväisiä bloginsa nimeen. Näistäkin tosin vain yhdestä vastauksesta kävi selvästi ilmi, että bloggaaja ei ole tyytyväinen, kun taas muut vastasivat muun muassa, että olivat harkinneet nimen vaihtoa. Tulkitsin tyytymättö-

myydeksi siis sellaiset vastaukset, joista ei käynyt ilmi, että bloggaaja olisi tuntenut tyytyväisyyttä bloginsa nimeä kohtaan.

Suurin syy tyytymättömyyteen oli se, ettei blogin nimi kerro enää blogin sisällöstä, kuten esimerkeistä (63–65) käy ilmi: Kun bloggaaja on perustanut bloginsa, hän on kirjoittanut, ja ajatellut kirjoittavansa jatkossakin, jostain tietystä aiheesta, mutta vuosien saatossa blogin aihekirjo on laajentunut ja muuttunut, jolloin aikoinaan annettu nimi ei enää vastaakaan sisältöä. Näin käy tutkimukseni perusteella herkästi perheblogeille, sillä tutkimukseen osallistuneista kahdeksasta perhebloggaajasta viisi toteaa erinäisissä vastauksissa, ettei blogin nimi enää täysin vastaa blogin sisältöä. Tällöin alun hyvinkin suppea aihekirjo usein laajenee lasten kasvaessa ja bloggaajan mielenkiinnon suuntautuessa enemmän perheen ulkopuolelle. Moni perhebloggaaja tuntuukin pelkäävän, että liikaa perheeseen ja lapsiin viittaava nimi ei houkutele tai jopa karkottaa sellaisia lukijoita, jotka saattaisivat olla kiinnostuneita muista blogin sisältöön kuuluvista aiheista, kuten sisustuksesta ja ruoasta.

- 63) En, koska en enää kilpaile ja olen jo hetken miettinyt sen vaihtamista.
(Primeblody)
- 64) Vähän aikaa olen jo miettinyt nimen vaihtamista, koska nimi antaa blogista liian söpistelevän kuvan siihen nähden mitä blogini nykyään on (sekoitus kaikkea mitä elämässämme on meneillään). En ole kuitenkaan keksinyt parempaakaan nimeä, joten tällä mennään - todennäköisesti niin pitkään kuin perheaiheista lifestyle-blogia pidän.
(Minishow)
- 65) Toisinaan mietin että olisi parempi, että nimi olisi neutraalimpi, varsinkin kun kirjoitan paljon muustakin kuin lapsiasioista.
(Isyyspakkaus)

Kokonaisuudessaan bloggaajat ovat siis erittäin tyytyväisiä blogiensä nimiin. Tyytyväisyys johtuu useimmiten siitä, että nimi on helppo muistaa, se on erilainen, neutraali tai ajaton eikä rajaa aihetta liikaa tai vaihtoehtoisesti kertoo jotain blogista ja sen aiheesta. Kaiken kaikkiaan tyytyväisyyden syyt ovat siis hyvin moninaiset ja osittain ristiriitaisetkin, sillä osa bloggaajista tuntee tyytyväisyyttä sellaisista nimen ominaisuuksista, jotka joku toinen näkee huonoina. Erityisesti nimen yhteys blogin aiheeseen tuntuu jakavan bloggaajien mielipiteitä.

Bloggaajien yleinen tyytyväisyys blogiensä nimiin oli oletettavaa, sillä harvemmin blogille tai millekään muulle itselle tärkeälle asialle annetaan nimi, josta ei pidä. Jokainen bloggaaja on siis blogia nimetessään varmasti valinnut itseään miellyttävän nimen, mutta toki ajatukset ovat vuosien mittaan saattaneet muuttua. Nimimieltymysten muuttumisesta, kokemuksen lisääntymisestä ja blogin aihepiirin laajentumisesta huolimatta lähes jokainen kyselyyn

vastannut bloggaaja näki kuitenkin bloginsa nimessä paljon hyvää ja miellyttävää, myös ne, jotka olivat enemmän tai vähemmän tyytymättömiä bloginsa nimeen. Syytä tähän saattoi oikeasti kivan nimen lisäksi olla myös tottumus: moni on vaan yksinkertaisesti tottunut bloggaamaan ja olemaan tunnettu juuri sillä blogin perustamisaikoina annetulla nimellä.

5.2 Blogin nimen vaihtaminen

Kirjablogeja tutkineet Jalkanen ja Pudas (2013: 61) toteavat tutkimuksessaan, että kun blogi on kerran nimetty, ei sen nimeä sen jälkeen kovin helposti vaihdeta. Nimen muuttaminen vaatii harkintaa eikä sitä yleensä tehdä ilman painavaa syytä. Jos nimi kuitenkin jostain syystä muutetaan, tehdään se tavallisesti samalla, kun blogi muuttaa uuteen osoitteeseen tai uudelle alustalle, esimerkiksi portaaliin siirtymisen yhteydessä. (Jalkanen & Pudas 2013: 61.) Oma tutkimukseni vahvistaa tätä päätelmää, sillä tutkimukseen osallistuneista bloggaajista 80 % (n=31) ei ole koskaan vaihtanut bloginsa nimeä.

Kuitenkin vain 54 % (n=21) kaikista tutkimukseen osallistuneista bloggaajista toteaa, ettei ole koskaan edes harkinnut nimen vaihtamista, kun taas 26 % (n=10) kertoo joskus sitä miettineensä. Ne bloggaajat, jotka eivät ole nimeä vaihtaneet tai edes asiaa harkinneet, ovat pääosin samoja, jotka kertoivat olevansa tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä blogiensa nimiin. Ne puolestaan, jotka ovat nimen vaihtoa joskus miettineet, ovat niitä, jotka löysivät blogiensa nimistä jotain, johon eivät olleet täysin tyytyväisiä, vaikka nimen vaihtoon johtanutta tyytymättömyyttä ei ollutkaan.

- 66) En ole enkä varmaan vaihda. Minusta nimen vaihtaminen on tarpeetonta, mikäli blogin tyylilikään ei muutu.
(Sisustus ja Sepustus)
- 67) Hei, "you don't mess with success". Etkö muista miten kävi Mouserat-bändille Parks and Rec -sarjassa? Ei nimeä mennä vaihtamaan koko ajan, se vaan sekoittaa ihmisten päin.
(Kasper Diem)

Suurin osa niistä 54 % (n=21) kyselyyn vastanneesta bloggaajasta, jotka eivät olleet koskaan vaihtaneet bloginsa nimeä tai edes harkinneet nimen vaihtoa, eivät avanneet ajatuksiinsa asian suhteen sen tarkemmin. He vain totesivat ykskantaan, etteivät ole koskaan nimeä vaihtaneet eivätkä aiokaan vaihtaa. Yleisesti ottaen nimen vaihtoa ei siis pidetä kovin suotavana eivätkä bloggaajat koe, että vaihtamattomuutta pitäisi edes millään tavalla perustella, vaan se on ikään kuin oletusarvo. Kyselyn kysymyksen muotoilu (ks. Liite 1) toki ohjasi tä-

mänkaltaiseen vastaamiseen, mutta toisaalta osa niistä bloggaajista, jotka eivät olleet nimeä koskaan vaihtaneet, oli myös perustellut asiaa, kuten esimerkeissä (66) ja (67), joista käy ilmi, että nimen vaihto nähdään melko tarpeettomana, ellei blogin sisällölle tapahdu jotain todella radikaalia muutosta. Ja vaikka tapahtuisikin, saattaa nimen vaihto vain sotkea ja aiheuttaa sekaannuksia, joten se ei ole kovin suositeltavaa.

Kyselyyn vastanneista bloggaajista 26 % (n=10) on joskus harkinnut bloginsa nimen vaihtamista, osa enemmän ja osa vähemmän tosissaan. Syynä nimen vaihtamisen harkintaan on yleensä jokin blogin nimen ominaisuus, josta bloggaaja ei pidä tai joka aiheuttaa sekaannuksia. Esimerkeissä (68–70) bloggaajat ovat eri syistä miettineet nimen vaihtamista, mutta pysyneet kuitenkin vanhassa nimessä, koska ovat bloganneet nimellä jo kauan ja saavuttaneet sillä vankan lukijakunnan. Yleensä blogin nimestä muodostuukin jonkinlainen brändi tai tavaramerkki bloggaajalle, minkä edun menettää, jos tutuksi tulleen nimen vaihtaa uuteen. Siksi bloggaajat yleensä harkitsevat tarkkaan, lähtevätkö muuttamaan bloginsa nimeä vain omien muuttuneiden nimimieltymystensä takia.

- 68) En ole koskaan vaihtanut blogini nimeä, mutta välillä kyllä miettinyt että joku lyhyempi ja omaan nimeeni liittyvä nimi voisi olla parempi. Toisaalta näin monta vuotta samalla blogin nimellä bloganneena tuntuisi oudolta vaihtaa nimeä lennosta.
(Are you feeling fashionable?)
- 69) Joskus ehkä pienen hetken, mutten kuitenkaan, koen että blogini nimi on jo oma tavaramerkkini.
(Muoti mielessä)
- 70) Siirtyessäni Sanomille bloggaajaksi mietin olisinko silloin vaihtanut blogin nimeä, mutta minua kehoitettiin pitämään sama nimi, sillä olin saanut jo vahvan lukijakunnan kyseisellä nimellä.
(Joukolatar)
- 71) Nykyään harkitsen nimenvaihdosta omaan nimeeni (Demi Aulos), koska se kuvastaisi juurikin minua itseäni, olisi helppo muistaa, lausua ja yhdistyisi aina tietenkin minuun, heh.
(Kiljuva pikkunälkä)

Monien bloggaajien vastauksista ilmenee, että nykyisin on suosittua nimetä blogi oman nimen mukaan, ja moni nimen vaihtamista harkinnut onkin miettinyt oman nimen käyttöä myös blogin nimenä, kuten esimerkistä (71) käy ilmi. Tällöinhän blogin saa henkilöityä helposti omaan persoonaan, jolloin oman henkilöbrändin luominen on helpompaa. Moni bloggaaja kun tunnetaan usein paitsi bloginsa nimellä myös omalla nimellä, joten näiden kahden yhdistäminen saattaisi joissain tapauksissa yksinkertaistaa asioita. Omaan nimeen vaihtami-

nen ei myöskään välttämättä vaatisi niin suurta uudelleenbrändäystä kuin mitä johonkin toiseen ”tavalliseen” nimeen vaihtaminen ehkä vaatisi.

Syynä nimen vaihtamisen harkitsemiseen ja jopa nimen vaihtoon näyttää usein olevan blogin aiheen muuttuminen tai laajentuminen alkuperäisestä. Esimerkeistä (72) ja (73) käy ilmi, että aiheiden laajentuessa perheestä ja lapsista muihin elämän osa-alueisiin, ei alkuperäinen nimi enää kuvaakaan blogin sisältöä kovin hyvin. Bloggaaja saattaa tällöin miettiä, jättääkö joku potentiaalinen uusi lukija blogin huomiotta, koska nimi viittaa liikaa sellaisiin asioihin, joista lukija ei ole kiinnostunut, vaikka todellinen sisältö saattaisi kiinnostaakin. Tuskin kovin moni blogia jo valmiiksi lukeva mieltää tällaisia aiheitaan laajentaneita blogeja esimerkiksi pelkästään perhe- tai lapsiblogeiksi, mutta uusien lukijoiden kohdalla ongelma saattaa olla todellinen.

- 72) Harkinnut, mutta en kovin vakavasti. Pelkään, että nimi karkottaa lukijoita, joita ei kiinnosta lapsiperheen asiat.
(Isyyspakkaus)
- 73) En ole vaihtanut, mutta harkinnut kyllä. Juurikin siksi, että nimi olisi jotain paremmin sisältöä vastaavaa. Nykyään kun blogi ei pyöri ainoastaan lastemme ympärillä, josta nimi alun perin lähti. Todennäköisesti lukijoille nimi ei tarkoita lapsiblogia, mutta ajatus on omassa mielessäni.
(Minishow)

Kyselyyn vastanneista bloggaajista 20 % (n=8) on joskus vaihtanut bloginsa nimeä. Nimenvaihdon syynä on useimmiten ollut blogin sisällön muuttuminen, jolloin vanha nimi ei ole ollut enää ajankohtainen tai muuten toimiva, kuten esimerkeissä (74) ja (75). Toisinaan bloggaaja on vaihtanut bloginsa nimeä käytännön syistä tai siksi, että on halunnut muuttaa nimen kielen joko englannista suomeen tai toisinpäin, kuten esimerkeissä (76) ja (77). Muutamissa tapauksissa syynä on ollut vain yksinkertaisesti se, ettei vanha nimi ole tuntunut enää hyvältä tai bloggaaja on kaivannut vaihtelua.

- 74) Ennen Monna treenaa-blogia minulla oli pari kuukautta lifestyle-blogi nimeltään Truly me. Sen englanninkielinen nimi ja blogin sisältökin tuntui nopeasti vähän vieraalta, siksi vaihdoin nimen suomeksi ja sisällön treenipitoisemmaksi.
(Monna treenaa)
- 75) Nimi oli usean vuoden ajan Nelliinan vaatehuone, kun halusin korostaa sen aiheita, tyyliä. Nyt palasin taas Nelliina nimeen, ja laajensin aihepiiriä.
(Nelliina)

- 76) Pidin aiemmin blogia nimellä Kuvapäiväkirja, mutta halusin blogin muuttaessa uudelle alustalle kääntää sen englanniksi.
(Visual Diary)
- 77) Blogini alkuperäinen nimi oli Munakoison kasvatusta ja muuta sellaista. Portaaliin pääsyn myötä vaihdoin nimen lyhyempään käytännön syistä. Pitkä nimi ei näkynyt kuvakkeissa eikä Kaksplussan Facebookin jaoissa.
(Munakoisoni ja minä)

Vaikka bloggaajat eivät suoranaisesti kerro perustaneensa uutta blogia nimenvaihdon yhteydessä, on joissakin suurissa sisällöllisissä muutoksissa käytännössä kyse tästä, kuten *Monna treenaa* -blogin tapauksessa: kirjoittaja pysyy samana, mutta nimi ja sisältö muuttuvat täysin. Moni on myös bloggaamista aloitellessaan hakenut omaa tyyliään ja aihettaan, jolloin blogi, tai ainakin sen nimi, on saattanut vaihtua toiseen melko tiuhaankin. Aina nimenvaihdos ei kuitenkaan tarkoita koko blogin tai sen aiheen täydellistä muutosta, vaan monissa tapauksissa blogia voi pitää täysin samana, vaikka sen nimi on hieman muuttunutkin. Usein tällaisissa vähemmän radikaaleissa sisällöllisissä muutoksissa nimikään ei välttämättä ihan täysin muutu, vaan uusi nimi saattaa pitää sisällään lukijoille tuttuja elementtejä tai sanoja vanhasta nimestä, kuten *Nelliina* ja *Munakoisoni ja minä* -blogien tapauksissa.

5.3 Ammattimaisuuden vaikutus bloggaajien ajatuksiin blogien nimistä

Yhtenä osana tätä tutkimusta halusin selvittää, onko bloggaamisen ammattimaistuminen ja kaupallistuminen vaikuttanut bloggaajien ajatuksiin blogien nimistä ja nimeämisestä, ja olisivatko bloggaajat kenties valinneet blogiensa nimet toisin, jos olisivat tienneet tulevasta suosiosta. 64 % (n=25) kyselyyn vastanneista bloggaajista totesi, ettei bloggaamisen ammattimaistuminen ole vaikuttanut heidän ajatuksiinsa eivätkä he olisi valinneet blogiensa nimiä toisin, vaikka olisivatkin osanneet katsoa tulevaan. Moni näin vastanneista totesi olevansa tyytyväinen bloginsa nimeen edelleen, eivätkä he näe mitään syytä miettiä nimiasioita enää nykypäivänä, kuten esimerkiksi (78) ilmenee. Moni on myös sitä mieltä, että heidän bloginsa on jo brändäytynyt niin vahvasti nimen alle, ettei sillä ole enää merkitystä, millainen nimi on, kuten esimerkeistä (79) ja (80) käy ilmi. Myös aikoinaan persoonallisesti nimetyt blogit nähdään nykypäivän blogikentässä toimivina, sillä ne erottuvat aina vaan kasvavasta blogien massasta, kuten esimerkissä (81) todetaan.

- 78) Siinä vaiheessa kun blogista tuli tunnetumpi ja ammattimainen, en ole enää liikaa stressannut nimestä. En usko että olisin valinnut välttämättä toisin. Tosin siitä on niin kauan aikaa, ettei silloin oikein voinut ymmärtää millaista on ammattibloggaaminen.
(Muoti mielessä)
- 79) En olisi. Itsensä brändääminen on minusta tärkeää, ja oman nimen käyttäminen blogin yhteydessä vahvistaa sitä. Olisi vaikeampaa yhdistää blogi tekijään, jos nimi olisi joku erikoinen sana tai hölmö korulause.
(Vivian Valpuri)
- 80) En. Karkkipäivä on Karkkipäivä ja brändäytynyt oikein hyvin tämän nimen alle.
(Karkkipäivä)
- 81) En usko. Mielestäni persoonallisesti nimetty blogi erottuu positiivisella tavalla joukosta ja jää mieleen.
(Hikikinkku)

Harva bloggaaja osasi blogin kirjoittamista aloitellessaan arvata, millaisen suosion blogi tulee saavuttamaan tai millaiseksi elämä muuttuu ammattibloggaamisen myötä. Jo bloggaamisen yleinen suosio ja bloggaajien kasvava määrä ovat tulleet monelle varhain aloittaneelle yllätyksenä ja muuttaneet suhtautumista sekä omaan blogiin että bloggaamiseen ylipäättään. Erityisesti oman blogin persoonallisuus ja massasta erottuminen ovat nousseet yhä tärkeämmiksi asioiksi, kun kilpaillaan lukijoista, ja tässä erottumisessa auttavat myös blogien nimet.

Esimerkissä (82) yli viisi vuotta *Oi mutsi mutsi* -blogia kirjoittanut bloggaaja toteaa oman bloginsa nimen olleen aikoinaan ensimmäisiä *mutsi*-sanan sisältäviä nimiä, mutta nykyään tämä aiemmin positiivisesti erottunut sana on kääntynyt itseään vastaan, kun se esiintyy niin monien perheblogien nimissä. Persoonallisuus ja erottuvuus ovat siis asioita, joita bloggaamisen suosion kasvu on pakottanut bloggaajat miettimään. Esimerkeissä (83–85) bloggaajat toteavatkin bloggaamisen yleisen ammattimaistumisen vaikuttaneen nimivalintoihinsa, kun he ovat pyrkineet tarpeeksi erottuviin ja helppoihin nimiin, jotka on niin lukijoiden kuin yhteistyökumppaneidenkin helppo muistaa. Sanni Trishinin tapauksessa, esimerkki (85), pyrkimys erottuvuuteen sai hänet valitsemaan bloginsa nimeksi oman nimensä. Myös hänen oman henkilöbrändinsä sekä blogibrändinsä kehittäminen vaikuttivat päätökseen.

- 82) Hmm... Nimi on itse asiassa hyvä nimi perheblogille ja se oli luultavasti ensimmäinen blogi, jonka nimessä oli mutsi-sana. Se herätti huomiota mikä varmasti auttoi lukijoiden saamisessa. Nyt mutsi-sana on joka toisessa blogissa, mikä harmittaa.
(Oi mutsi mutsi)

- 83) Kyllä, koska blogeja on niin valtavasti, mietin todella tarkkaan vuoden verran ennen varsinaista kirjoittamisen aloitusta blogin nimeä, sekä sisältöä, jotta se olisi tarpeeksi erottuva ja mieleenpainuva.
(Terveelliset herkut)
- 84) On sikäli, että halusin että nimi on lyhyt ja helppo, jotta lukijat ja yhteistyökumppanit muistavat sen näppärästi.
(Mutsie)
- 85) Ehkä juuri tämä vaikuttikin siihen, kuinka lopulta nimesin blogini. Jos olisin perustanut blogini vaikkapa kolme vuotta sitten olisi sen nimi todennäköisesti ollut joku löyhästi muotiin liittyvä, todennäköisesti englanniksi.
(Sanni Trishin)

15 % (n=6) kyselyyn vastanneista bloggaajista totesi ykskantaan, että mikäli he olisivat tienneet bloginsa tulevasta suosiosta, he olisivat valinneet bloginsa nimen todennäköisesti toisin. Esimerkissä (86) *Uusi Kuu* -blogin kirjoittaja kertoo, ettei blogin nimi ja sen merkitys välttämättä aukene kaikille lukijoille niin kuin hän toivoisi, joten nimi ei ihan täysin toimi. Esimerkeissä (87) ja (88) bloggaajat puolestaan toteavat, että oma nimi olisi ollut parempi valinta, jos he olisivat arvanneet blogiensa tulevan suosion. Sofia B tekikin nimenvaihdon vähän aikaa sitten juuri tästä syystä. Ylipäätään oman nimen käyttö nähdään suosion kannalta toimivana, sillä se kehittää bloggaajan henkilöbrändiä ja yhdistää blogin vahvasti sen tekijään. Omalla nimellä bloggaaminen tuntuu myös olevan trendi tänä päivänä, ja monet uudet bloggaajat nimeävät bloginsa jo heti alkuun oman nimensä mukaan.

- 86) Todennäköisesti. Ehkä Uusi Kuu ei enää aukene kaikille lukijoille, ja tuntuu, että osalle Montgomeryn kirjallisuus on vierasta.
(Uusi Kuu)
- 87) Jos olisin tiennyt blogini suosiosta, olisin valinnut blogini nimeksi oman nimeni.
(Are you feeling fashionable?)
- 88) Voi olla että olisin ollut alusta asti Sofia B, jos olisin osannut katsoa tulevaan.
(Sofia B)

Kokonaisuutena bloggaamisen suosiolla ei näytä olevan kovin suurta vaikutusta bloggaajien ajatuksiin blogien nimistä ja nimeämisestä, sillä suurin osa kyselyyn vastanneista bloggaajista ei enää nykypäivänä edes mieti bloginsa nimeä tai sitä, miten se suosion tai yhteistyökumppaneiden näkökulmasta toimii. Nimi on heidän mielestään se mikä se on, ja monen tapauksessa nimestä on tullut jo vahva brändi, joten sen miettiminen on sinänsä turhaa. Joihinkin sellaisiin bloggaajiin, jotka ovat aloittaneet blogiuransa vain muutama vuosi sitten,

bloggaamisen yleisellä suosiolla näyttää olleen jonkin verran vaikutusta. Nämä bloggaajat ovat miettineet blogiensa nimiä erottuvuuden ja persoonallisuuden kannalta enemmän kuin aiemmin aloittaneet, koska heidän aloittaessaan blogeja oli jo todella paljon ja joukosta oli jotenkin erotuttava. Muutamien bloggaajien ajatuksiin blogien suosio on vaikuttanut niin paljon, että he olisivat valinneet bloginsa nimen toisin, jos olisivat tienneet tulevasta, ja osa on nimen tästä syystä jo vaihtanutkin.

5.4 Kielen valinta blogien nimissä

Suurin osa suomalaisista blogeista on nimetty joko englannin- tai suomenkielellä. Kielen valinta jakoi mielipiteitä kyselyyn vastanneiden bloggaajien keskuudessa, ja osa perusteli omaa kantaansa vahvastikin. Noin puolet, 51 % (n=20), kyselyyn vastanneista oli nimennyt oman bloginsa suomeksi. Tämä nähtiin hyvin itsestään selvänä valintana, jota perusteltiin pääasiassa sillä, että koska bloggaaja kirjoittaa suomeksi, niin blogin nimikin on luonnollisesti suomeksi, kuten esimerkeistä (89) ja (90) käy ilmi. Monelle ei ollut edes tullut mieleen mikään muu kuin suomenkielinen nimi, niin selkeä ja itsestään selvä valinta suomen kielen käyttö näille bloggaajille oli.

- 89) Kirjoitan suomeksi, joten oli mielestäni ilmiselvää että myös blogin nimi on suomeksi.
(Metallisydän)
- 90) Oma valinta oli aika selkeä: kirjoittaisin suomeksi, niin myös blogin nimi olisi suomeksi. Omat lukijani tulisivat varmasti olemaan vain suomalaisia, joten turhaan olisin laittanut englanninkielistä nimeä.
(Monna treenaa)

Osa suomenkielisen nimen valinneista suhtautui asiaan hyvin intohimoisesti, kuten esimerkeistä (91–93) ilmenee. Näille bloggaajille suomen kielen käyttö oli paitsi itsestään selvää ja luonnollista, myös erittäin tärkeää. Heille suomen kieli oli iso kriteeri nimeä valitessa, ja kielen arvostus ja tärkeys näkyy nimen lisäksi myös bloggaajien muissa kielivalinnoissa: *Muoti mielessä* -blogista löytyy vain suomenkielisiä otsikoita ja *Viilankantolupa* -blogin kirjoittaja välttelee anglismeja kaikessa kielenkäytössään.

- 91) Koska kirjoitan suomeksi, oli itsestään selvää tuoda nimellä esille suomalaisuus. Se oli isoin kriteeri, en ikinä voisi kirjoittaa blogia jonka nimi olisi muuksi kuin suomeksi.
(Oi mutsi mutsi)

- 92) En halunnut mitään "hienoa" nimeä, vaan rehellisen ja selkeän suomalaisen nimen. Olen myös aikamani päättänyt, että kirjoitusten otsikointi on aina vain suomeksi, en ole muistaakseni tästä poikennut kertaakaan, vaikka välillä olisi ollut kiusaus.
(Muoti mielessä)
- 93) Suomenkielinen nimi oli itsestäänselvyys. Olen kielinörtti henkeen ja vereen ja valitsen aina mahdollisimman elävän suomenkielisen ilmaisun. Välttelen anglismeja viimeiseen saakka.
(Viilankantolupa)

Englanninkielisellä nimellä bloggaavat eivät suhtautuneet kielivalintaansa yhtä yksimielisesti tai nähneet sitä itsestäänselvytenä. Kyselyyn vastanneista bloggaajista englanninkielisen nimen alla bloggaavat 23 % (n=9), ja heidän perustelunsa englannin käyttöön vaihtelivat.

- 94) Nimen taustalla on toinen historia, mutta alkuperäisen nimen kielen valintaan vaikutti varmasti se, että englanti on jotenkin helpompi. Tyhmätkin asiat kuulostaa coolilta englanniksi.. Haha!
(Go 4 it vol. 2)
- 95) Päädyin ihan vaan hetken mielijohdeesta englanninkieliseen nimeen. Nyt tarkemmin mietittynä omaan korvaani englanti kuulostaa paremmalta kuin suomen kieli. Are you feeling fashionable? vs. Onko sinulla muodikas olo?
(Are you feeling fashionable?)
- 96) Nykymaailma somekanavineen on niin kansainvälistä, että englanninkielisen nimen valitseminen tuntui ihan normaalilta.
(Visual Diary)
- 97) Olen asunut Jenkeissä ja englanti tuntuu luontevammalta kieleltä itselleni. Bloggasin myös alku-aikoina osittain englanniksi.
(Fit Times)
- 98) Oma lukijakuntani on suomenkielistä, joten nimi voisi hyvinkin olla jotain perinteistä suomenkielistä. Nimen alkuperää en miettinyt sen kummemmin, se oli meillä puheessa käytössä, joten ei ollut väliä mitä kieltä se oli.
(Minishow)

Tavallisin syy englanninkielisen nimen valitsemiseen oli se, että nimi kuulosti jollain tapaa paremmalta tai hienommalta englanniksi, kuten esimerkeistä (94) ja (95) ilmenee. Monille bloggaajille englanninkielinen nimi tuntui myös luontevalta valinnalta, kuten esimerkeistä (96) ja (97) käy ilmi: onhan nykymaailma kaikilla muillakin elämän osa-alueilla jo hyvin kansainvälinen ja englannin kieleen painottuva, niin miksei sitten blogimaailmakin. Muutama kyselyyn vastanneet bloggaajat myös kertoivat aluksi kirjoittaneensa tai harkinneensa kirjoittavansa englanniksi joko kokonaan tai osittain, jolloin englanninkielinen nimi oli järke-

vin valinta. Muutamat englanninkielisen nimen valinneet eivät olleet esimerkin (98) tavoin miettineet nimeä lainkaan kielen kannalta, vaan englanninkielinen nimi oli syntynyt sattumalta tai hetken mielijohteesta.

Kyselyyn vastanneista bloggaajista vain kolmen blogilla oli muun kuin englannin- tai suomenkielinen nimi. Nämä blogit oli nimetty ranskaksi, latinaksi tai italiaksi, kuten esimerkeistä (99–101) ilmenee. Ranskassa asuvalle *Chez Héléna* -blogin kirjoittajalle ranskan kieli on mitä ilmeisimmin ollut luontevin ja käytännöllisin kieli myös blogin nimeksi. *Kasper Diem* -blogin kirjoittaja oli taas alkujaan halunnut perustaa hyvää elämää ja erilaisia hyvinvointioppaita parodioivan blogin, joten hänelle monista mietelauseista tuttu latina on varmasti toiminut tähän tarkoitukseen parhaiten. *Frutti di Mutsi* -blogin nimi on puolestaan italian ja suomen sekoitus sattumalta, ilman, että bloggaaja olisi sen kummemmin miettinyt kielen valintaa.

- 99) Valitsin ranskan, koska se on toinen kotikieleni ja asuinmaani kieli. Lisäksi se kertoo heti, että tässä blogissa seikkaillaan muualla kuin Suomessa.
(*Chez Héléna*)
- 100) Hei, anteeksi vaan, minun blogini nimi on latinaa. Feikkilatinaa, mutta kuitenkin. Minusta konventioon kuuluu että blogin nimi pitää olla huono. Vrt. ”Blondinbella”.
(*Kasper Diem*)
- 101) Oman blogini nimi on sekoitus. Mutsi on Suomen slangia ja frutti di on italiaa. Valitsin sen nimen sen kummempaa ajattelematta.
(*Frutti di Mutsi*)

Kyselyyn vastanneista bloggaajista 18 % (n=7) käyttää bloginsa nimenä omaa nimeään: joko kokonimeään, etunimiään, sukunimeään tai jonkinlaista yhdistelmää tai mukaelmaa näistä. Nämä nimet olisi periaatteessa voinut luokitella suomenkielisten nimien ryhmään, kuten suuri osa bloggaajista oli tehnyt, mutta katsoin esimerkin (102) tavoin niiden olevan oma luokkansa, joka ei liity kiinteästi mihinkään kieleen, vaan toimii kaikilla kielillä. Omalla nimellä bloggaavat eivät ilmeisesti ole blogia nimetessään miettineet kieliasioita, vaan nimeämisen taustalla ovat vaikuttaneet toisenlaiset, käytännöllisemmät, syyt.

- 102) Ajattelin, että oma nimeni kuvastaa blogia parhaiten, sillä olen sen kirjoittaja. Erisnimenä se toimii kaikilla kielillä.
(*Ida Jemina*)

Noin puolet kyselyyn vastanneista bloggaajista, 51 % (n=20) oli siis valinnut bloginsa nimen kieleksi suomen, mutta melko moni, 23 % (n=9) myös englannin. Muiden kielten

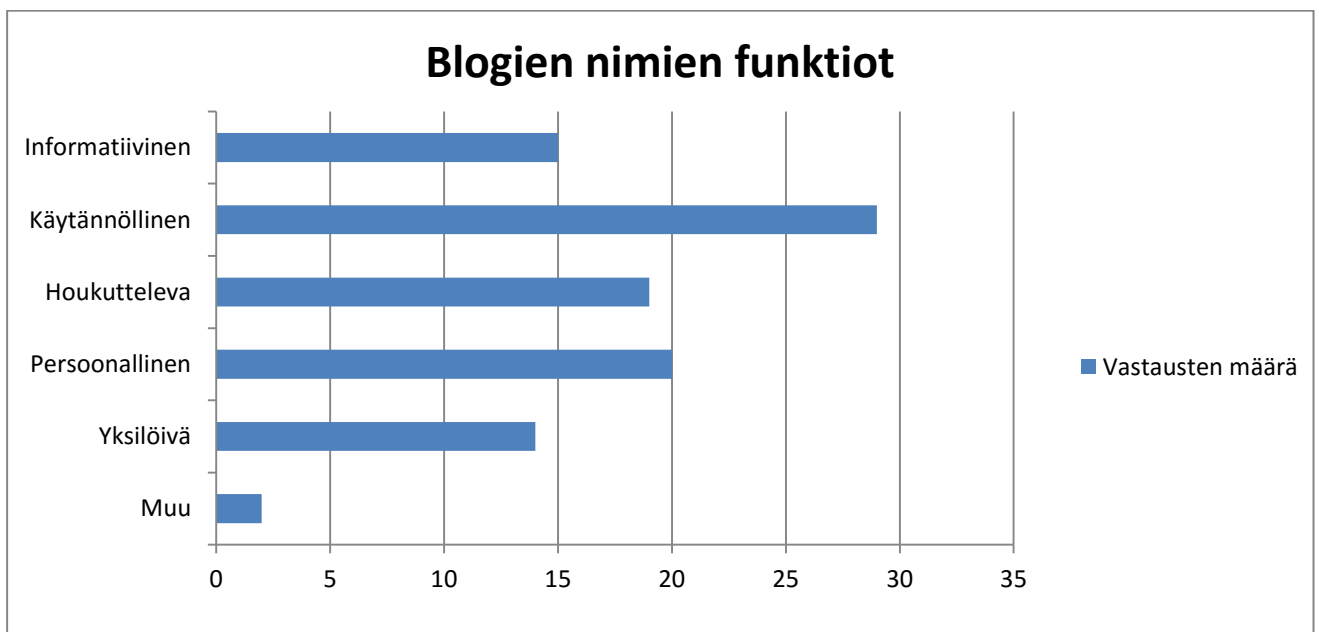
osuus blogien nimissä oli puolestaan hyvin pieni, 8 % (n=3). Suomenkielisen nimen valinneet bloggaajat pitivät valintaansa täysin itsestään selvänä ja luonnollisena, sellaisena, jota ei sen kummemmin tarvitse välttämättä edes perustella. Englanninkieliseen nimeen päätyneet taas kokivat selvästi enemmän tarvetta perustella, miksi olivat valinneet muun kuin suomenkielisen nimen, vaikka valinta olisikin ollut heille itselleen täysin luonnollinen. Vaikka internet-maailma, ja monilta osin blogimaailmakin, on nykyisin hyvin kansainvälistä, on ainakin suomalainen blogikenttä vielä kovin suomalainen ja bloggaajat kirjoittavat pääosin suomeksi ja suomalaisille. Tästä syystä suomenkielisyys blogien nimissäkin nähdään ehkä luonnollisena valintana, ja englannin kieli taas sellaisena, jota täytyy ainakin kysyttäessä jollain tapaa perustella. Moni englanninkielisen nimen alla bloggaava ei myöskään suomenkielisten tavoin laittanut välttämättä kovin paljon painoa blogin nimen kielelle, vaan blogin nimi olisi heidän mukaansa voinut olla yhtä hyvin muunkielinenkin. Ylipäätään suomenkielisen nimen alla bloggaaville blogin nimen kieli tuntui olevan tärkeämpi kuin muunkielisen nimen valinneille.

5.5 Blogien nimien funktiot

Nimillä on tavallisesti useita erilaisia tehtäviä, funktioita, joita ne täyttävät. Nimen funktiona voidaan pitää sitä, mitä nimi viestii. (Sjöblom 2006: 70, 231.) Koska blogien nimiä voi jossain määrin verrata yritysnimiin, olen tässä tutkimuksessa soveltanut Paula Sjöblomin (2006) yritysnimistöistä havainnoimia funktioita blogien nimiin ja selvittänyt, mitkä näistä funktioista ovat blogien kannalta kaikkein keskeisimpiä. Sjöblomin yritysnimistöistä löytämät funktiot ovat informatiivinen, käytännöllinen, houkutteleva, integroiva, persoonallinen ja individualisoiva funktio (ks. luku 2.4). Jätin integroivan funktion oman tutkimukseni ulkopuolelle, sillä en nähnyt sillä kovinkaan paljon yhteyttä blogimaailmaan tai blogien nimiin, vaan siinä oli mielestäni kyse enemmänkin vain yritysnimistöön liittyvästä ilmiöstä. Kyselyn vastauksia analysoituani huomasin kuitenkin, että myös blogien nimet toteuttavat jossain määrin integroivaa funktiota liittäen blogin esimerkiksi maantieteelliseen sijaintiin, kuten tamperelaisittain nimetyssä *Asikaine*-blogissa, tai johonkin blogikulttuurin osa-alueeseen. Kuitenkin, koska tein tutkimuksen alussa tämän omiin havaintoihini perustuneen virheellisen valinnan jättää integroiva funktio tutkimuksen, ja sitä kautta myös kyselyn, ulkopuolelle, ei sen osuutta blogien nimien funktioihin tässä tutkimuksessa tämän enempää käsitellä. Individualisoivasta funktioista käytän tässä tutkimuksessa käsitettä yksilöivä funktio, sillä se on tutkimukseen osallistuneiden bloggaajien helpompi ymmärtää.

Blogien nimien yhteydessä yritysnimistöä tutut funktiot tarkoittavat luonnollisesti hieman eri asioita, vaikka niiden perusajatus onkin sama. Blogien nimissä informatiivinen funktio toteutuu niin, että nimi antaa tietoa blogin sisällöstä tai aihepiiristä. Käytännöllisesti funktiosta on puolestaan kyse silloin, kun nimessä korostuu sen välinearvo: nimi esimerkiksi erottuu riittävästi muista, on sopivanpituinen ja täten helppo muistaa, ääntää ja kirjoittaa. Houkuttelevaa funktiota toteuttavalla nimellä taas pyritään herättämään lukijoiden kiinnostusta ja luomaan blogista positiivisia mielikuvia. Persoonallisesta funktiosta on kyse silloin, kun blogin nimi on erityisen luova tai kekseliäs. Yksilöivä funktio toteutuu puolestaan blogien nimissä silloin, kun nimi viittaa blogin kirjoittajaan henkilönä ja liittyy esimerkiksi hänen omaan nimeensä.

Bloggaajille teettämässäni kyselyssä (ks. Liite 1) annoin heidän valita omasta mielestään oman bloginsa nimeä parhaiten kuvaavat funktiot, joiden lisäksi heillä oli mahdollisuus valita kohta ”Muu”. Tässä tutkimuksessa blogien nimien funktiot ja eri funktioiden yleisyys riippuvat siis täysin bloggaajien subjektiivisista arvioista. Subjektiivisuudesta huolimatta koin tämän kuitenkin hedelmälliseksi lähestymistavaksi blogien nimien funktioihin, sillä näin oltan pääseväni käsiksi siihen, millaisiin ja millaisia tehtäviä täyttäviin nimiin bloggaajat ovat blogia nimitessään pyrkineet. Toki harva varmasti on nimeämishetkellä miettinyt nimiä näin rationaalisesti, mutta uskon, että taustalla on kuitenkin vaikuttanut ajatus esimerkiksi pyrki- myksestä mahdollisimman persoonalliseen tai käytännölliseen nimeen tai siihen, että nimi kertoisi jotain blogista ja sen aiheesta.



Kuvio 2. Blogien nimien funktiot.

Bloggaajien vastausten jakautuminen blogien nimien funktioihin näkyy yllä olevasta kuviosta 2. Bloggaajista 74 % (n=29) piti oman bloginsa nimeä käytännöllisenä eli riittävän erottavana, sopivanpituisena ja sellaisena, että se on muun muassa helppo muistaa ja kirjoittaa. Ylipäätään erottuvuus, lyhyys ja ytimekkyys olivat ominaisuuksia, joita bloggaajat blogien nimissä yleisesti arvostivat ja ilmeisesti suurimmalla osalla nämä ominaisuudet toteutuvat myös heidän omissa blogeissaan. 51 % (n=20) bloggaajista piti puolestaan oman bloginsa nimeä persoonallisena eli luovana ja kekseliäänä. Nimen persoonallisuus kuului myös ominaisuuksiin, joita bloggaajat pitivät blogien nimissä tärkeinä, joten selvästi he ovat blogejaan nimetessään miettineet myös tätä aspektia. Lähes yhtä moni, 49 % (n=19), piti oman bloginsa nimeä houkuttelevana, sellaisena, joka herättää lukijoiden kiinnostuksen ja luo blogista positiivisia mielikuvia. Nimen houkuttelevuus ja persoonallisuus ovat hyvin subjektiivisia kokemuksia, sillä nimet voivat olla houkuttelevia tai esimerkiksi luovia eri ihmisille eri tavoin ja bloggaajat katsovat blogiensa nimiä vielä erityisen subjektiivisesta näkökulmasta. Houkuttelevuus ja persoonallisuus ovat siis funktioita, joihin bloggaajat ovat selvästi pyrkineet, mutta vasta lukijat pystyvät todella kertomaan, onko joku nimi houkutteleva tai persoonallinen, ja hekin katsovat nimiä omista henkilökohtaisista lähtökohdistaan ja mieltymyksistään käsin.

Kyselyyn vastanneista bloggaajista 38 % (n=15) piti oman bloginsa nimeä informatiivisena eli sellaisena, että se kertoo jotain blogin sisällöstä tai aihepiiristä. Informatiivisuus oli Sjöblomin (2006: 233) yritysnimistön tutkimuksessa kaikista keskeisin ja yleisin funktio ja se nähtiin yrityksen toiminnan kannalta erittäin tärkeänä. Nimen informatiivisuus on myös bloggaajien mielestä positiivinen piirre, joka auttaa lukijoita löytämään itseään kiinnostavia blogeja. Muutamit bloggaajat kokivat sen kuitenkin omaa luovuuttaan ja kirjoitusaiheiden kirjoa rajoittavaksi. 36 % (n=14) bloggaajista näki oman bloginsa nimen yksilöivänä eli sellaisena, että se viittaa heihin itseensä henkilöinä. Tätä funktiota toteuttavat yleensä blogit, joiden niminä on kirjoittajan oma nimi joko sellaisenaan tai osana kokonaisuutta. Oman nimen käyttöä blogien nimissä voi bloggaajien mukaan pitää nykypäivänä eräänlaisena trendinä, ja muutama kyselyyn vastannut bloggaajakin totesi joskus harkinneensa oman nimen käyttöön siirtymistä. Yleisesti ottaen oman nimen käyttö jakoi bloggaajien mielipiteitä osan pitäessä sitä järkevänä brändäämisen kannalta, osan nähdessä sen hieman tylsäksi valinnaksi. Kyselyn vastausvaihtoehdon ”Muu” valitsi 5 % (n=2) bloggaajista: he eivät kokeneet oman bloginsa nimen sopivan mihinkään funktioon tai vaihtoehtoisesti totesivat oman bloginsa nimen olevan juuri täydellinen.

Blogien nimien selvästi yleisin funktio oli siis käytännöllinen funktio. Muut olivat melko tasavahvoja. Käytännöllisyys oli myös bloggaajien selvästi eniten arvostama piirre blogien

nimissä, joten voi olettaa, että he ovat blogeja nimitessään pyrkineet mahdollisimman käytännölliseen nimeen tai ainakin sellaisen nimen valinta on tuntunut heistä luontevalta tai järkevältä. Kokonaisuudessaan suurin osa bloggaajista näki oman bloginsa nimen toteuttavan useampaa kuin yhtä funktiota, joten samoin kuin yritysnimet ja suurin osa muistakin nimistä, näyttävät blogien nimetkin olevan vahvasti monifunktioisia. Ja yritysnimien tavoin, blogien nimet ovat varmasti myös blogin kannalta sitä toimivampia mitä useampaa tehtävää ne täyttävät.

5.6 Hyvän blogin nimen ominaisuudet

Bloginteko-oppaan kirjoittaneet Kortesus ja Kurvinen (2011: 19) toteavat hyvän blogin nimen olevan sopivan jämäkkä, helppo muistaa, erilaisiin verkkomedioihin taipuva sekä jollain tapaa blogin aiheeseen liittyvä. He esittelevät erilaisia nimeämistekniikoita (esim. sanaleikin tai blogin aiheeseen liittymättömän sanan käytön, joka tuottaa halutun miellelyhtymän), joiden mukaan blogeja voi nimetä. Näillä tekniikoilla pyritään pääasiassa nimen persoonallisuuteen ja erottuvuuteen sekä siihen, että nimi jää mieleen. Tärkeimmäksi asiaksi blogien nimeämisessä Kortesus ja Kurvinen näkevät kuitenkin sen, että nimi vastaisi blogin sisältöä. (Kortesus & Kurvinen 2011: 20–25.)

Kyselyyn vastanneet bloggaajat olivat hyvää blogin nimeä kuvatessaan Kortesuson ja Kurvisen kanssa samoilla linjoilla, sillä heidän vastauksistaan nousi esiin hyvin samankaltaisia ominaisuuksia kuin mitä Kortesus ja Kurvinen ovat listanneet. Nämä ominaisuudet vertautuvat myös blogien nimien funktioihin. Lähes puolet, 49 % (n=19), bloggaajista totesi hyvän blogin nimen olevat lyhyt. Yhtä monen, 49 % (n=19), mielestä hyvä blogin nimi liittyy jollain tavalla blogin aiheeseen tai kirjoittajaan. Tärkeiksi ominaisuuksiksi nousivat myös nimen persoonallisuus (23 % [n=9]), se, että nimi jää mieleen (23 % [n=9]), nimen ytimekkyys (21 % [n=8]) sekä erottuvuus (21 % [n=8]). 13 % (n=5) mainitsi hyvän nimen olevan myös selkeä, ja muutamat nostivat esiin nimen hauskuuden ja kiinnostavuuden sekä sen, että nimi olisi helppo lausua ja kirjoittaa (8 % [n=3]).

Bloggaajien vastauksissa toistui usein sanapari *lyhyt ja ytimekäs*, kuten esimerkissä (103). Kielitoimiston sanakirjan (KS s.v. *ytimekäs*) mukaan ytimekäs on 'lyhyt ja iskevä, naseva, osuva, sattuva; voimakas, väkevä'. Bloggaajat arvostavat siis blogien nimissä lyhyyttä ja tietynlaista iskevyyttä. Ylipäätään hyvän blogin nimen ominaisuuksina nähtiin paljon samoja asioita kuin mitä yleisimmät blogien nimien funktiot ovat. Erityisesti nimen käytännöllisi-

set piirteet, sopivanpituisuus ja helppous niin muistamisessa kirjoittamisessa kuin ääntämisesäkin, nähtiin keskeisinä hyvän nimen kriteereinä. Myös persoonallisuus ja informatiivisuus koettiin tärkeiksi.

- 103) Tarpeeksi lyhyt ja ytimekäs, selkeä ja persoonallinen.
- 104) Selkeä, kekseliäs, erilainen ja ainutlaatuinen. Kuvaava ja toimiva. Minusta esimerkiksi hit-tibiiseistä lainatut blogin nimet on hieman tylsiä..
- 105) Selkeä ja rehellinen. Minusta nimen on myös kuvastettava blogin tyyliä ja laatua. Esimerkiksi minusta hieno ulkolainen nimi ja ei niin laadukas sisältö eivät kohtaa.
- 106) Erottuva ja helposti muistettava sanaleikki, mieluiten kokonaan yksikielinen. Englannin ja suomen yhdistäminen esim. Elämäni valo by Pirjo on omaan makuuni kömpelö.
- 107) Ehdottomasti lyhyt ja helposti lausuttava. Mielellään blogin aihepiiriin viittaava. Esimerkiksi pitkä, englanninkielinen lause, joka ei liity blogin aihepiiriin mitenkään on ehkä kaikista huonoin vaihtoehto. Nykyisin oman nimen käyttö on myös suosittua ja ihan hyvä idea uutta blogia aloittavalle.

Monet kyselyyn vastanneet bloggaajat kertoivat vastauksissaan hyvän blogin nimen ominaisuuksien lisäksi myös piirteistä, joista he eivät blogien nimissä pidä. Esimerkissä (104) kirjoittaja toteaa arvostavansa nimen kekseliäisyyttä ja ainutlaatuisuutta, joten hän kokee musiikista ammentavat blogien nimet hieman tylsiksi. Muutamia kommentteja herätti myös nimien kieli ja 8 % (n=3) vastaajista totesi hyvän nimen olevan samankielinen kuin kirjoituskielikin. Esimerkissä (105) vieraskielinen nimi koetaan jollain tapaa hienoksi, jolloin se ei kirjoittajan mukaan välttämättä aina kohtaa sisällön kanssa. Esimerkissä (106) taas kahden kielien yhdistäminen nähdään hieman kömpelönä.

Oman nimen käyttö blogin nimessä nähtiin sekä hyvänä että huonona. Esimerkissä (107) kirjoittaja toteaa oman nimen käytön olevan oikein hyvä vaihtoehto esimerkiksi uutta blogia aloittelevalla kirjoittajalle, ja aiemmissa luvuissa (esim. 4.2) oma nimi on todettu toimivaksi muun muassa siksi, että se henkilöityy vahvasti blogin kirjoittajaan ja on helppo brändätä. Esimerkeissä (108) ja (109) oman nimen käyttö nähdään kuitenkin vähän tylsänä, sillä nykyisin moni bloggaaja vain omalla nimellään, jolloin nimi ei ole tarpeeksi erottuva. Esimerkkien bloggaajat kokevat myös, etteivät oman nimen mukaan nimetyt blogit ole tarpeeksi kuvaavia ja kerro tarpeeksi blogin aihepiiristä, jolloin ne eivät myöskään ole välttämättä kovin kiinnostavia.

- 108) Blogin nimen pitää olla tarpeeksi informatiivinen tai huomiota herättävä. Vaikka mietinkin aiemmin että olisin voinut nimetä blogini omalla nimelläni, niin se ei kuitenkaan kerro tarpeeksi blogin aihepiiristä eikä erotu hyvin muista bloggaajista, sillä tällä hetkellä tuntuu että moni bloggaaja nimeää bloginsa oman nimensä mukaan.
- 109) En osaa sanoa. Paljon on vain kirjoittajan etunimellä blogien nimiä, mutta ehkä jokin kuvaavampi on kiinnostavampi.
- 110) Hyvä blogin nimi voi olla ihan millainen vain. Tämä ei ole sama asia kuin tuotteen nimeäminen tms. Lähinnä on ehkä näyttelijän tai muusikon taiteilijanimen keksiminen.. Lady Gaga toimii, mutta niin toimii myös Benedict Cumberbatch.

Esimerkin (110) bloggaaja esittää muista vastauksista poikkeavan näkökannan, jonka mukaan ei ole olemassa mitään tiettyjä hyvän nimen ominaisuuksia, vaan hyvä nimi voi olla millainen tahansa. Samoin kuin taiteilijanimenä ja vaikkapa ihan tavallisena etunimenä toimivat monenlaiset nimet, niin myös blogien nimet voivat olla millaisia tahansa ja silti hyviä.

5.7 Blogien nimien merkitys

Mielipiteet siitä, onko blogien nimillä ylipäätään mitään merkitystä, jakautuivat hieman bloggaajien kesken. 69 % (n=27) kyselyyn vastanneista bloggaajista oli sitä mieltä, että blogin nimellä on ainakin jonkin verran merkitystä. Erityisen paljon blogien nimillä oli bloggaajien mielestä vaikutusta blogin kiinnostavuuteen, siihen herättääkö blogin nimi lukijan huomion ja mielenkiinnon. Tämä on erityisen tärkeää, kun kyse on lukijalle uusista blogeista, sillä kuten esimerkeistä (111–113) ilmenee, on nimellä paljon vaikutusta siihen, avaako lukija blogin ensimmäisen kerran ja tutustuu sen sisältöön vai jättääkö blogin huomiotta. Blogin nimi kun on yleensä ensimmäinen asia, jonka lukija blogista näkee, joten se vaikuttaa vahvasti blogista syntyvään ensivaikutelmaan. Blogien nimillä on siis vaikutusta blogin yleiseen houkuttelevuuteen, mutta kuten esimerkin (114) bloggaaja toteaa, on sisältö kuitenkin yleensä tärkein, eli hyvä sisältö korvaa kehnon nimen. Sisällöllä on luonnollisesti suurin vaikutus siihen, palaako lukija blogin pariin myöhemmin, mutta ensimmäiseen blogivierailuun se ei vielä juuri vaikuta.

- 111) Uskon että mielenkiintoinen ja joukosta erottuva nimi herättää huomion.
- 112) On merkitystä, sillä esimerkiksi jos facebookissa tulee jaettu postaus-linkki eteen, niin katsen ensimmäisenä otsikon sekä blogin nimen. Ne muokkaavat mielikuvani ja ovat vaikutuksessa mielenkiinnon heräämiseen eli klikkaanko? -päätökseen.

- 113) On merkitystä. Harvemmin tulee availtua vieraita blogeja joiden nimi on esimerkiksi pelkkä etunimi. Persoonallinen nimi saa avaamaan blogin, vaikka ei ole etukäteistietoa sisällöstä. Hauskat nimet saavat klikkaamaan blogin auki ja tutustumaan sisältöön. Vaikeasti lausuttavat vieraskieliset nimet ovat epäkäytännöllisiä.
- 114) On varmasti houkuttelevuuteen, mutta toisaalta hyvä sisältö korvaa huonon nimen.
- 115) Kyllä, fashionliibalaaba-nimiä on vaikea muistaa tuhansien samanlaisten joukosta.
- 116) Kyllä! Itsellenikin on monesti käynyt niin, että olen löytänyt kivan blogin tai postauksen ja jos en ole heti laittanut blogia seurantaan, on pitkä ja monimutkainen nimi saattanut unohtua täysin enkä ole löytänyt blogia uudelleen. Toisaalta nykyään bloginseurantavälineiden kanssa ei tarvitse onneksi painaa mieleensä jokaista nimeä, mutta ytimekäs ja hauska nimi jää mieleen, mikä taas voi helposti lisätä tunnettuutta.
- 117) No itse pidän blogin nimeä tärkeänä ja mitä helpompi ja yksinkertaisempi se on, sitä helpompi se on muistaa ja kirjoittaa osoite kenttään. En suosittelisi kenellekään suomeksi kirjoittavalle pitkää englanninkielistä nimeä, vaikka esim. White Trash Diseasesessa se toimii. Yleensä ei toimi. Myös etunimiblogit yleensä sekoittuvat keskenään joten tykkään muista sanoista enemmän.

Esimerkeistä (115–117) käy ilmi, että bloggaajat näkevät blogin nimellä olevan vaikutusta myös koko blogin muistettavuuteen, sillä jos blogin nimi on liian vaikea tai ei jää mieleen, on blogia vaikea löytää myöhemmin. Erityisesti liian samankaltaiset nimet, esimerkiksi *fashion*-alkuiset tai pelkällä etunimellä nimetyt blogit, saattavat mennä helposti sekaisin. Muutamat bloggaajat kokivat myös pitkät englanninkieliset nimet hankaliksi muistaa ja kirjoittaa. Vaikka nykyisin onkin olemassa erilaisia bloginseurantavälineitä ja -palveluja, on nimen muistettavuus edelleen keskeinen osa lukijoiden hankkimista, sillä potentiaalisten lukijoiden on löydettävä blogiin uudelleen, ja parhaiten se onnistuu mieleen jäävän nimen avulla. Hauska ja persoonallinen nimi saattaa myös levitä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, jolloin blogin tunnettuus voi lisääntyä nopeastikin.

Bloggaajat uskovat blogien nimillä olevan vaikutusta myös siihen, millaiset lukijat löytävät blogeihin, kuten esimerkeistä (118–120) käy ilmi. Jos blogin nimi viittaa sen aihepiiriin, herättää blogi helpommin sellaisten ihmisten mielenkiinnon, joita kyseinen aihe kiinnostaa. Tietynyyppiset ja tiettyyn aiheeseen viittaavat nimet houkuttelevat siis tietynyyppisiä lukijoita, joten ainakin aloittelevan bloggaajan on helppo kasvattaa lukijakuntaansa nimeämällä bloginsa sen aihepiiriin mukaan. Myös jo pidempään bloganneen on helpompi saada potentiaaliset lukijat vierailemaan blogissaan ensimmäistä kertaa, kun lukija voi jo nimestä päätellä, että blogi saattaisi kiinnostaa häntä.

- 118) Kyllä niillä on merkitystä paljonkin. Minun blogini esimerkiksi houkuttelee usein Ranska-intoilijoita jo pelkästään nimen ansiosta, arvelisin.
- 119) Ehkä, jos nimi viittaa aihepiiriin, sinne klikkaa helpommin ns. oikeaa lukijaporukkaa.
- 120) Blogin nimi voi ainakin muistettavuuden puolesta auttaa lukijoita löytämään uudelleen blogiin siellä vierailtuaan. Jos blogini nimi olisi Sunnuntaileivontaa tai Kodin Symmetrinen Sisustus, en välttämättä uskoisi sen houkuttelevan urheilusta tai hyvinvoinnista kiinnostuneita lukijoita parhaalla mahdollisella tavalla. Joten kyllä, blogin nimellä on tiettyssä määrin väliä blogin löydettävyyden/houkuttelevuuden suhteen.

Kyselyyn vastanneista bloggaajista 26 % (n=10) on sitä mieltä, ettei blogin nimellä ole juurikaan merkitystä. Heidän mielestään hyvä blogi erottuu ja menestyy sisällöllään, oli sen nimi sitten mikä tahansa. Esimerkeistä (121–123) ilmeneekin, että bloggaajat uskovat vain blogin sisällöllä ja bloggaajalla itsellään olevan väliä, ja heidän mielestään blogiin löydetään useammin muiden hakusanojen kuin pelkän blogin nimen perusteella. Kuitenkin, monet sisällön merkitystä korostavatkin toteavat esimerkin (124) kirjoittajan tavoin, että uutta luettavaa etsiessään lukija saattaa tarttua herkemmin tietynlaisiin nimiin ja sitä kautta tutustua tiettyihin blogeihin, mutta suuressa mittakaavassa tai suosion kannalta blogin nimellä ei ole sen suurempaa merkitystä.

- 121) En usko. Blogiin löydetään muiden hakusanojen kautta. Tuskin nimellä on vaikutusta.
- 122) En usko blogin nimen vaikuttavan, bloggaaja ja blogin sisältö vaikuttaa.
- 123) En usko, että blogin nimeämisellä on suurta merkitystä. Tai ehkä jos joku julkkis haluaa pitää julkkisblogia tai blogi on esim. "Big Brother" -blogi, niin silloin varmasti, kun halutaan ratsastaa jo muualla hankituilla meriiteillä mutta ns. tavallinen oikea blogi on eri asia. Nimellä ei ole varsinaisesti väliä, mutta itse kyllä tykkään, jos nimeen liittyy joku tarina - edes pienikin.
- 124) Periaatteessa uskon sisällön ratkaisevan. Jos etsii uutta luettavaa jostain listalta, kenties joihinkin nimiin tarttuu herkemmin. Muuten sillä ei ole suurta merkitystä.

Muutammat bloggaajat tarttuivat esimerkin (125) bloggaajan tavoin blogien nimien pituuteen. Hyvän blogin nimen kriteeriksi nähtiin yleensä lyhyys ja ytimekkyys, jolloin pitkiä nimiä ei luonnollisestikaan pidetty kovin hyvinä tai toimivina. Kuten esimerkki (125) osoittaa, ei pitkäkään nimi kuitenkaan ole ongelma, joten sinänsä sillä, millainen blogin nimi on, ei välttämättä ole ratkaisevaa merkitystä siihen, tuleeko blogista suosittu, vaan siihen vaikuttavat ensisijaisesti muut asiat.

- 125) Ei välttämättä kovin suurta merkitystä. Myös täysin älyttömillä/ylipitkillä nimillä varustetut blogit ovat todella suosittuja, vrt. esim. But I'm a human not a sandwich.
- 126) En osaa sanoa miten paljon nimi vaikuttaa tavallisen lukijan käyttäytymiseen, itselleni se on merkittävä yksittäinen kiinnostusta herättävä tekijä. Jos kirjoittaja ei panosta blogin nimeämiseen, joka kuitenkin on vain kertaluontoinen ajatustyö, mitä kielellistä annettavaa hänellä on sisällössä? Tämä on toki vahvasti liitoksissa omiin lukumieltymyksiini.

Esimerkin (126) kirjoittaja esittää mielenkiintoisen ja muista vastauksista poikkeavan näkökannan blogien nimeämiseen: Hän epäilee, ettei huonosti nimetyillä blogilla ole välttämättä kovin paljon annettavaa sisällönkään kannalta, sillä jos ei jaksaa panostaa edes nimeämiseen, ei kirjoittajalla todennäköisesti ole mielikuvitusta myöskään kielellisen sisällön suhteen. On ehkä mahdollista, että jos blogeissa arvostaa tiettyjä asioita ja ominaisuuksia, kuten kielellistä leikkittelyä ja mielikuvituksellisuutta, voi todella päätellä jo nimestä, onko jokin blogi itseä kiinnostava tai lukemisen arvoinen. Tällainen päätelmä voi toki mennä pahasti pieleenkin, mutta mahdollisesti blogin nimestä voi saada selville jotain bloggaajan kielellisestä mielikuvituksesta.

Kaiken kaikkiaan suurin osa kyselyyn vastanneista bloggaajista on siis sitä mieltä, että blogien nimillä on merkitystä, eikä näin ollen ole yhdentekevää, millainen nimi on. Eniten nimillä nähdään olevan vaikutusta blogien houkuttelevuuteen, kiinnostavuuteen ja muistettavuuteen sekä siihen, millaiset lukijat löytävät blogeihin. Nimellä on kuitenkin suurta merkitystä lähinnä vain bloggaamisen alussa ja lukijoiden löytämisessä, myöhemmin sisältö ratkaisee. Monet bloggaajat korostivat vastauksissaan näkemystensä subjektiivisuutta ja sitä, etteivät he tiedä, onko nimillä väliä, mutta heille itselleen niillä on. Siihen, onko blogien nimillä loppujen lopuksi mitään väliä, voisi toki saada paremmin vastauksia lukijoilta itseltään, mutta toisaalta monet bloggaajat ovat myös aktiivisia blogien lukijoita, joten he varmasti katsoivat asiaa lukijan näkökulmasta, ja näin ollen heidänkin vastauksiaan voi pitää relevantteina.

6 PÄÄTÄNTÖ

Tässä tutkimuksessa selvitin kyselytutkimuksen avulla bloggaajien käsityksiä blogien nimistä ja nimeämisperusteista. Tarkoitukseni oli tutkia ammattimaisia ja suosittuja blogeja, jotta saisin ammattimaista näkökulmaa nimeämiseen ja nimien merkitykseen tässä uudenaikaisessa ja melko vähän tutkitussa nimikategoriassa. Tästä syystä lähetin kyselyn bloggaajille, joiden blogit löytyivät jostain blogiportaalista tai aikakauslehden nettisivuilta: jo sivustoille pääseminen edellyttää yleensä suurta lukijakuntaa ja laadukasta blogia. Vastauksia kyselyyni sain lopulta 39, mikä oli paljon vähemmän kuin olin etukäteen ajatellut. Tutkimukseni tulokset eivät siis ole täysin yleistettävissä, mutta koska kyse on pääosin uutta nimikategoriaa koskevasta laadullisesta tutkimuksesta, voi saamistani tuloksista vetää kuitenkin jonkinlaisia johtopäätöksiä ja saada ainakin yleiskuvaa siitä, millaisia nimeämisperusteita blogien nimillä voi olla ja mitä bloggaajat blogien nimistä yleisesti ajattelevat.

Painotin tutkimuksessani vahvasti nimenantajan näkökulmaa, sillä halusin aloittaa tällaisen uuden ja vähän tutkitun nimikategorian tarkastelun siitä, mistä nimet ja nimeäminenkin lähtevät, eli nimenantajasta. Suomalaisessa nimistöntutkimuksessa on myös tehty melko vähän tutkimusta, jossa nimistä olisi kysytty nimenantajilta itseltään, joten siksi tämä lähestymistapa tuntui järkevältä. Pääsinkin mielestäni hyvin käsiksi nimenmuodostustapahtumaan ja nimeämisperusteisiin sekä sain bloggaajilta tietoa muun muassa hyvän blogin nimen ominaisuuksista ja nimien merkityksestä ylipäätään.

Blogien nimeämisperusteet jaottelin bloggaajilta saamieni vastausten perusteella viiteen luokkaan. Luokkien muodostaminen oli pääpiirteissään selkeää, mutta joidenkin vastausten kohdalla jouduin tekemään omia tulkintoja. Suurimman luokan muodostivat blogin aiheeseen liittyvät nimeämisperusteet, 13 nimeä, joita oli erityisesti perheblogeilla. Bloggaajan oma nimi oli nimeämisperusteena 10 blogilla: nämä bloggaajat kokivat oman nimensä käteväksi brändäämisen ja oman henkilökohtaisen tunnettuutensa kannalta. Jokin bloggaajaan liittyvä seikka löytyi puolestaan kahdeksan blogin nimeämisperusteista. Näitä perusteita olivat muun muassa halu tuoda esiin bloggaajan elämänsä asennetta, ammatti-identiteettiä tai jotain bloggaajalle tärkeää asiaa tai paikkaa. Neljän nimen nimeämisperusteena oli puolestaan musiikki tai kirjallisuus, yleensä jonkin musiikkikappaleen nimi, joka sopi sekä blogin aihepiiriin että bloggaajan itseensä. Kolmen nimen nimeämisperusteet olivat hieman epäselvät, mutta niitä tuntui yhdistävän tietynlainen satunnaisuus, se, että nimi vain tuntui bloggaajasta hyvältä, joten hän päätti valita sen ilman sen tarkempaa pohdintaa.

Suurin osa kyselyyn vastanneista bloggaajista oli tyytyväisiä bloginsa nimeen. Syitä tyytyväisyyteen olivat muun muassa blogin nimen helppo muistettavuus, erilaisuus ja ajattomuus sekä se, ettei blogin nimi rajaa aihepiiriä liikaa tai vaihtoehtoisesti kertoo jotain blogin aiheesta. Tyytyväisyydestä johtuen hyvin harva oli myöskään vaihtanut tai edes harkinnut bloginsa nimen vaihtamista. Tyytyväisyyden lisäksi syynä siihen, ettei blogin nimeä ollut vaihdettu, oli usein se, että bloggaajat olivat jo saavuttaneet vankan lukijakunnan tietyllä nimellä, jolloin siitä oli tullut heille jo jonkinlainen brändi tai tavaramerkki. Tällöin nimen vaihtaminen olisi saattanut vain sekoittaa.

Suurin osa kyselyyn vastanneista bloggaajista oli nimennyt bloginsa suomeksi. Myös englanninkielisiä nimiä blogeilla oli suhteellisen paljon. Suomenkielisen nimen valinneet bloggaajat pitivät valintaansa täysin itsestään selvänä ja luonnollisena, kun taas englanninkieliseen nimeen päätyneet kokivat enemmän tarvetta perustella, miksi olivat valinneet muun kuin suomenkielisen nimen. Ilmeisesti suomalainen blogikenttä on blogimaailman kansainvälistymisestä huolimatta edelleen kovin suomalainen: bloggaajat kirjoittavat suomeksi ja suomalaisille, jolloin suomen kielen käyttö myös blogin nimessä koetaan tärkeäksi.

Bloggaajat arvostivat blogien nimissä kovasti käytännöllisyyttä: he pitivät lyhyistä ja ytimekkäistä nimistä, jotka on helppo muistaa, ääntää ja kirjoittaa. Käytännöllinen funktio oli myös yleisin funktio bloggaajien omien blogien nimissä, joten selvästi ajatukset ja mielipiteet hyvän blogin nimen ominaisuuksista ovat heijastuneet myös heidän omien blogiensä nimiin. Myös toiseksi yleisin funktio, persoonallisuus, oli bloggaajien kovasti arvostama blogin nimen piirre. Persoonallisuus ja erottuvuus ovatkin asioita, joita bloggaajat ovat viime vuosina joutuneet miettimään paljon. Bloggaamisen suosio on nimittäin kasvanut räjähdysmäisesti, ja nykyisin blogeja löytyy aivan joka lähtöön. Kilpailu lukijoista on kovaa ja menestyvän bloggaajan täytyy pystyä erottumaan joukosta positiivisesti. Varhain aloittaneille bloggaajille bloggaamisen suosion kasvu ei ole niin suuri ongelma, sillä he ovat jo ehtineet saavuttaa vakiolukijakunnan, mutta muutaman vuoden sisään aloittaneet bloggaajat ovat joutuneet miettimään erottumista tosissaan, ja tämä on vaikuttanut myös heidän nimivalintoihinsa. Aiemmin blogin nimeksi saattoi riittää *Ainon blogi* -tyylinen nimi, mutta nykyään tarvitaan yleensä jotain hieman houkuttelevampaa ja persoonallisempaa, joka kiinnittää potentiaalisten lukijoiden huomion. Blogin nimi onkin tutkimukseni mukaan tärkeä erityisesti bloggaamisen alkuvaiheessa, kun uusi bloggaaja pyrkii saamaan lukijoita. Tällöin persoonallinen ja houkutteleva nimi saa helpommin tekemään ensimmäisen blogivierailun, ja jos nimi jää vielä hyvin mieleen, on blogin pariin helppo palata myöhemmin uudestaan. Toki lopulta sisältö ratkaisee, mutta varsinkin bloggaamisen alussa nimellä on merkitystä.

Kokonaisuudessaan tutkimukseni on hyvin perustason tutkimus, jonka tavoitteena oli kartoittaa bloggaajien käsityksiä blogien nimeämisperusteista ja nimistä ylipäätään. Kyselyn avulla pääsin mielestäni lähelle nimenantajan näkökulmaa nimeämisperusteita tarkastellessani ja sain bloggaajilta paljon muutakin mielenkiintoista tietoa blogien nimiin liittyen. Aineistonkeruutapana kysely toimi siis hyvin, vaikka toki vastauksia olisi saanut tulla enemmänkin. Aineisto ei siis ole kovin kattava, mikä on tutkimukseni selkeä heikkous. Tein myös virhearvion jättäessäni integroivan funktion kokonaan tutkimukseni funktioita käsittelevän osan ulkopuolelle, sillä muihin aiheisiin liittyneistä vastauksista kävi ilmi, että integroivaa funktiota esiintyy myös blogien nimissä. Bloggaajien vastaukset sivusivat funktioita monessa muussakin kohdassa, joten olisi kenties ollut hedelmällistä nostaa funktiot suurempaan rooliin ihan koko tutkimuksen tasolla. Näin olisin saanut tutkimukseeni selkeän punaisen langan, kun nyt se jäi kokonaisuudessaan ehkä hieman sirpaleiseksi. Toisaalta taas sain perustason tietoa monesta eri asiasta, mikä auttaa luomaan yleiskuvaa tutkimusaiheestani.

Tutkimukseni keskittyi vahvasti nimenantajan näkökulmaan, mutta blogien nimiä voisi olla mielenkiintoista tarkastella myös muista näkökulmista. Jatkotutkimuksena olisi mahdollista tarkastella esimerkiksi blogien nimien rakenteellisia piirteitä ja sitä, millaisista nimenosista ne muodostuvat. Kiinnostavaa olisi myös tehdä jonkinlaista kuluttajatutkimusta blogien lukijoille. Tällöin pääsisi helposti käsiksi siihen, onko blogien nimillä lukijan kannalta mitään todellista merkitystä niin kuin bloggaajat uskovat olevan: vaikuttavatko nimet esimerkiksi blogin houkuttelevuuteen tai siihen, tekeekö ensimmäisen blogivierailun johonkin uuteen blogiin. *Blogien nimet* on nimikategoriana niin uusi, että tutkimusaiheita siitä riittää.

LÄHTEET

- Aalto, Tuija & Uusisaari, Marylka 2009: *Nettielämää: sosiaalisen median maailmat*. Helsinki: BTJ.
- Ainiala, Terhi 1997: *Muuttuva paikannimistö*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- 2003: Kaupunkinimistön tutkimuksen perusteet. – *Virittäjä* 107 (2) s. 207–225.
- Ainiala, Terhi & Pitkänen Ritva Liisa 2002: Paikannimistön tutkimuksen valinnat: etymologioista sosio-onomastiikkaan. – *Virittäjä* 106 (2) s. 231–240.
- Ainiala, Terhi, Saarelma, Minna & Sjöblom, Paula 2008: *Nimistöntutkimuksen perusteet*. Tietolipas 221. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Bauer, Gerhard 1985: *Namenkunde des Deutschen*. Bern: Peter Lang.
- Bellablogit.fi: <http://bellablogit.fi/> 4.1.2016
- Benson, Sven 1976: Psykologiska och sociologiska aspekter på tillkomsten av ortnamn. – *Ortnamn och samhälle* s. 43–48.
- Bernstein, David 1986: *Yrityksen imago ja todellisuus*. Helsinki: Rastor.
- Bertills, Yvonne 2003: *Beyond identification: proper names in children's literature*. Turku: Åbo Akademi University Press.
- Blogibarometri 2014: *Blogimaailma jatkaa ammattimaistumistaan – sopimuskysymykset, verotus ja mainonnan etiikka askarruttavat*. Viestintätoimisto Manifesto. – <http://www.manifesto.fi/fi/uutta/manifeston-blogibarometri-2014-blogimaailma-jatkaa-ammattimaistumistaan-sopimuskysymykset-verotus-ja-mainonnan-etiikka-askarruttavat-> 16.11.2015
- 2015: *Videoblogit ja sosiaalinen media muuttavat blogikenttää*. Viestintätoimisto Manifesto. – <http://www.manifesto.fi/fi/uutta/-blogibarometri-2015-videoblogit-ja-sosiaalinen-media-muuttavat-blogikenttaa> 16.11.2015
- Blood, Rebecca 2002: *The weblog handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Cambridge: Perseus Publishing.
- Chen, Yi-Ning Katherine 2010: Examining the presentation of self in popular blogs: a cultural perspective. – *Chinese Journal of Communication* 3 (1) s. 28–41.
- Demopoulos, Ted 2006: *What no one ever tells you about blogging and podcasting: real-life advice from 101 people who successfully leverage the power of the blogosphere*. Chicago: Kaplan Publishing.
- Erkkola, Essi 2012: *Bloggaajien ja lukijoiden välinen vuorovaikutus: tarkastelussa*

- sisustusblogi-genren Divaaniblogit.fi-sivuston blogit*. Maisterintutkielma. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitos. – <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/40954> 6.11.2015
- FitFashion.fi: Tietoa palvelusta. <http://fitfashion.fi/pages/tietoa-palvelusta> 4.1.2016
- Gardiner, Alan 1940: *The theory of proper names. A controversial essay*. London: Oxford University Press.
- Halliday, M. A. K 1976: *System and function in language: selected papers*. London: Oxford University Press.
- 1978: *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. London: Edward Arnold.
- 1985: *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.
- Heikkinen, Outi 2014: *Fitnessurheilijoiden blogit. Body fitness kulttuurisena ilmiönä*. Maisterintutkielma. Jyväskylän yliopiston liikuntakasvatuksen laitos. – <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456-789/43440> 6.11.2015
- Herring, Susan, Scheidt, Lois Ann, Bonus, Sabrina & Wright, Elijah 2004: *Bridging the gap: a genre analysis of weblogs*. Bloomington: Indiana University.
- Hsu, Chin-Lung & Lin, Judy 2008: Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. – *Information & Management* 45 (1) s. 65–74.
- Indiedays.com: Tietoa palvelusta. <http://www.indiedays.com/item/tietoja/tietoa-palvelusta> 4.1.2016
- Jalkanen, Katja & Pudas, Hanna 2013: *Rivien välissä: kirjablogikirja*. Helsinki: Avain.
- Jäntti, Saara & Järvinen Suvu 2014: Kotiblogien julkiset käpertymisen maisemat. – Tuija Saremasma & Saara Jäntti (toim.), *Maisemassa: sukupuoli suomalaisuuden kuvastoissa* s. 217–248. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 115. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Kalalahti, Joanna 2011: *Tarinoita blogien käytöstä*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Kalske, Marja 2005: *Suomessa syntyneiden hevosten nimistö*. Turun yliopiston suomalaisen ja yleisen kielitieteen laitoksen julkaisuja 73. Turku: Turun yliopisto.
- Kilpi, Tuomas 2006: *Blogit ja bloggaaminen*. Helsinki: Readme.fi
- Kiviniemi, Eero 1971: *Suomen partisiippinimistöä. Ensimmäisen partisiippin sisältävät henkilön- ja paikannimet*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- 1987: Voidaanko nimeämisperusteet luokitella? – Eero Kiviniemi & Ritva Liisa Pitkänen (toim.), *Kieli* 2 s. 7–34. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos.

- Kiviniemi, Eero, Pitkänen, Ritva Liisa & Zilliacus, Kurt 1974: *Nimistöntutkimuksen terminologia. Terminologin inom namnforskningen*. Castrenianumin toimitteita 8. Helsinki: Suomalais-ugrilainen seura.
- Kortesuo, Katleena 2014: *Sano se someksi 1: Ammattilaisen käsikirja sosiaaliseen mediaan*. Helsinki: Kauppakamari.
- Kortesuo, Katleena & Kurvinen, Jarkko 2011: *Blogimarkkinointi: blogilla mainetta ja mammonaa*. Helsinki: Talentum.
- KS = *Kielitoimiston sanakirja*. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 166. Helsinki: Kotimaisten kielten tutkimuskeskus ja Kielikone 2012.
– <http://mot.kielikone.fi/mot/jyu/netmot.exe?motportal=80> 15.2.2016
- Kuhn, Martin 2007: Interactivity and prioritizing the human: A code of blogging ethics. – *Journal of Mass Media Ethics* 22 (1) s. 18–36.
- Lakoff, George 1987: *Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- Li, Jamy & Chignell, Mark 2010: Birds of a feather: How personality influences blog writing and reading. – *International Journal of Human-Computer Studies* 68 (9) s. 589–602.
- Lily.fi: Info. <http://www.lily.fi/info> 4.1.2016
- Luukka, Minna-Riitta 2002: M. A. K. Halliday ja systeemis-funktionaalinen kielitiede. – Hannele Dufva & Mika Lähteenmäki (toim.), *Kielentutkimuksen klassikoita* s. 89–124. Jyväskylä: Jyväskylä yliopisto. – <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/47534> 3.3.2016
- Maksimainen, Heini 2014: Suomen parhaat bloggaajat tienaa kuin lääkärit. – *Helsingin Sanomat* 6.9.2014 – <http://www.hs.fi/raha/a1409891882856> 6.11.2015
- Mamalife.fi: <http://mamalife.fi/> 5.1.2016
- Matikainen, Janne 2009: *Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla*. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009. Helsinki: Viestinnän tutkimuskeskus CRC.
- Moilanen, Pentti & Rähä, Pekka 2007: Merkitysrakenteiden tulkinta. – Juhani Aaltola ja Raine Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin* s. 46–69. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Moon, Eunyong & Han, Sangki 2010: A qualitative method to find influencers using similarity-based approach in the blogosphere. – *SOCIALCOM '10 Proceedings of the 2010 IEEE Second International Conference on Social Computing* s. 225–232.

- Nardi, Bonnie, Schiano, Diane & Gumbrecht, Michelle 2004: Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? – *Computer supported cooperative work: Proceedings of the 2004 ACM conference* s. 222–231.
- Noppari, Elina & Hautakangas, Mikko 2012: *Kovaa työtä olla minä. Muotibloggaajat mediamarkkinoilla*. Tampere: Tampere University Press.
- Pamp, Bengt 1994: Övriga namn och andra. Ett försök till gruppering av egennamn. – Kristinn Jóhannesson, Hugo Karlsson & Bo Ralph (toim.), *Övriga namn. Handlingar från NORNA:s nittonde symposium i Göteborg 4–6 december 1991* s. 49–57. Uppsala: NORNA-rapporter 56.
- Sjöblom, Paula 2006: *Toiminimen toimenkuva: suomalaisen yritysnimistön rakenne ja funktiot*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Stremtan, Filimon, Achim, Moise Ioan, Radu, Lucian Alexandru & Radoviciu, Ruxandra 2010: Blog marketing – a relevant instrument of the marketing policy. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica* 12 (2) s. 760–765. – <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1220102/29.pdf> 17.12.2015
- Suomenblogimedia.fi: <http://suomenblogimedia.fi/bloggaajat/> 4.1.2016
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009: *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Vallivaara, Mikko 2009: *Blogi - tekniikka, yhteisö ja media*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston tietojenkäsittelytieteiden laitos. – <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/22353> 18.12.2015
- Zelinsky, Wilbur 2002: Slouching toward a theory of names: a tentative taxonomic fix. – *Names* 50 s. 243–262. New York: The American Name Society.
- Zilliacus, Kurt 1966: *Ortnamnen I Houtskär. En översikt av namnförrådets sammansättning*. Studier i Nordisk Filolofi 55. Helsingfors: Svenska Litteratursällskapet i Finland.
- 1997: On the function of proper names. – *You name it* s. 14–20.

LIITE 1

Kysely

Blogien nimet ja nimeäminen

Blogin nimi:

Kuinka kauan olet kirjoittanut tätä blogia?

Mistä blogisi nimi juontaa juurensa? Miksi päädyit juuri kyseiseen nimeen?

Oletko tyytyväinen blogisi nimeen? Miksi / miksi et?

Blogien nimet ovat pääosin joko englannin- tai suomenkielisiä. Mikä ohjasi kielen valintaa oman blogisi nimessä? Miksi päädyit juuri kyseisenkieliseen nimeen?

Onko bloggaamisen ammattimaistuminen vaikuttanut ajatuksiisi blogisi nimestä? Olisitko valinnut nimen toisin, jos olisit tiennyt blogisi tulevasta suosiosta?

Oletko koskaan vaihtanut blogisi nimeä tai harkinnut nimen vaihtamista? Jos olet, niin miksi?

Onko blogisi nimi mielestäsi (voit valita useamman vaihtoehdon):

- informatiivinen (antaa tietoa blogin sisällöstä, aihepiiristä jne.)
- käytännöllinen (erottuu riittävästi muista, sopivanpituisen, helppo muistaa/kirjoittaa/taivuttaa jne.)
- houkutteleva (kiinnostava, luo positiivisia mielikuvia)
- persoonallinen (esim. luova, kekseliäs)
- yksilöivä (viittaa sinuun henkilönä, liittyy esim. omaan nimeesi)
- Muu, mikä?

Millainen on mielestäsi hyvä blogin nimi?

Onko blogien nimillä mielestäsi ylipäättään merkitystä? Uskotko nimien vaikuttavan esimerkiksi blogien houkuttelevuuteen tai siihen, millaiset lukijat löytävät blogeihin?