

STADIA

HELSINGIN AMMATTIKORKEAKOULU

BLOGIT MEDIAN TYÖVÄLINEENÄ

Viestinnän koulutusohjelma
Radio- ja televisioilmaisun
suuntautumisvaihtoehto
Opinnäytetyö
30.4.2007

Karoliina Kempainen



TIIVISTELMÄSIVU

Koulutusohjelma Viestintä		Suuntautumisvaihtoehto Radio- ja televisioilmaisu	
Tekijä Karoliina Kemppainen			
Työn nimi BLOGIT MEDIAN TYÖVÄLINEENÄ			
Työn ohjaaja/ohjaajat Auli Sillanpää, Antti Pönni			
Työn laji Opinnäytetyö	Aika 30.4.2007	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 37	
<p>TIIVISTELMÄ</p> <p>Opinnäytetyöni käsittelee blogeja median työvälineenä. Tarkoitukseni oli tutkia, miten media voi hyödyntää blogeja eli verkkopäiväkirjoja työssään. Pohdin myös, miten blogit ja internet haastavat ja muuttavat perinteistä mediaa. Työni on kirjallinen työ.</p> <p>Työni alussa esittelen blogit ja niiden historian lyhyesti. Blogien ja median suhdetta käsittelevä osa jakaantuu kolmeen osioon: media blogien käyttäjänä, media blogien tuottajana sekä blogien vaikutus mediaan. Aihepiiri on laaja, mutta blogikulttuuria ymmärtääkseen on tärkeää ymmärtää kokonaisuus.</p> <p>Työssäni huomasin, että blogeissa piilee valtavasti potentiaalia, myös median näkökulmasta, mutta Suomessa tuota potentiaalia ei tunnuta oikein ymmärtävän. Maailmalla, erityisesti USA:ssa blogeilla on jo pitkään ollut merkittävä asema ja vaikutusvaltaa yhteiskunnallisessa keskustelussa.</p> <p>Blogit ovat loputon tiedonlähde, ja niiden avulla löytää tietoa aiheesta kuin aiheesta. Ne myös mahdollistavat aivan uudenlaisen vuorovaikutuksen sekä yleisön että yhteistyötahojen kanssa. Median itsensä tuottamat blogit taas vapauttavat perinteisestä objektiivisuuden vaatimuksesta ja tarjoavat mahdollisuuden tuoda uusia näkökulmia uutisaiheisiin.</p> <p>Blogit myös haastavat perinteistä mediaa olemalla kaikille avoin julkaisukanava. Resurssien, kontaktien ja ammattitaitonsa ansiosta median ei tarvitse pelätä olemassaolonsa puolesta, mutta verkkomaailma kyllä vaikuttaa radikaalisti journalismin ja tiedonvälityksen periaatteisiin. Antoisinta on, jos media hyväksyy tilanteen ja ottaa haasteen vastaan.</p>			
Teos/Esitys/Produktio			
Säilytyspaikka Taideteollisen korkeakoulun kirjasto, Aralis-kirjastokeskus			
Avainsanat blogi, verkkoloki, verkkopäiväkirja, kansalaisjournalismi			



Degree Programme in Media		Specialisation Radio and Television Studies
Author Karoliina Kemppainen		
Title Blogs as a Tool for Journalists		
Tutor(s) Auli Sillanpää, Antti Pönni		
Type of Work Final Project	Date 30 April, 2007	Number of pages + appendices 37
<p>The topic of this thesis is blogs in the use of journalists. It concentrates on how the media can use blogs. It also deals with the ways in which blogs change and challenge the traditional media. The thesis comprises a written work.</p> <p>The first chapter introduces blogs and their history in short. The relationship of blogs and the media are dealt with in three different sections: blogs in the use of the media, the media and their own blogs and conversely how blogs affect the media. The subject is wide, but in order to understand the blog culture it's important to look at it in its entirety.</p> <p>Research reveals that blogs hold an enormous potential, also from the media's point of view, but in Finland that potential seems quite unnoticed. Outside Finland, especially in the US, blogs have had a considerable status and an influence on public discourse for quite a while now.</p> <p>Blogs are an endless source of information, and they help to find information on any subject. They also enable an entirely new kind of interaction with both the audience and cooperators. The blogs that the media itself produces set journalists free from the traditional requirement for objectivity, and offer a chance to bring new points of view to the news.</p> <p>Blogs also challenge the traditional media by being a publication channel that is open to anyone. Thanks to its resources, contacts and professional skills, the traditional media do not need to worry about its existence, but the Internet does have a radical impact on journalism and its principles. It is best if the media accept the situation and take on the emerged challenge.</p>		
Work / Performance / Project		
Place of Storage Aralis Library and Information Center, Helsinki		
Keywords blogs, weblogs, web diaries, citizen journalism		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	BLOGEISTA	3
2.1	Blogien lyhyt historia	3
2.2	Mikä on blogi?	6
2.3	Kansalaisjournalismi	8
3	MEDIA BLOGIEN KÄYTTÄJÄNÄ.....	10
3.1	Päiväkirjoista tietolähteiksi.....	10
3.2	Blogit median tietolähteinä	12
3.2.1	Epäviralliset tietolähteet.....	12
3.2.2	Viralliset tietolähteet.....	14
4	MEDIA BLOGIEN TUOTTAJANA.....	17
4.1	Oma ääni esiin.....	17
4.2	Vuorovaikutus median ja yleisön välillä	19
4.3	Haittapuolet.....	22
5	TULEVAISUUDENNÄKYMIÄ JA HAASTEITA.....	24
5.1	Objektiivisuus vai keskustelu?.....	24
5.2	Blogit median vahteina	26
5.3	Uutisblogit.....	27
5.4	Blogit median haastajina.....	29
6	YHTEENVETO.....	32
	LÄHTEET.....	35

1 JOHDANTO

Tiesitkö, että tieto Yhdysvaltain presidentti Bill Clintonin ja Valkoisen talon harjoittelijan Monica Lewinskyn suhteesta julkaistiin ensimmäisenä uutisblogi *The Drudge Reportissa*? Ja tähän tapahtui siis vuonna 1998. Maailmalla blogit alkoivat muodostua merkittäväksi yhteiskunnalliseksi vaikutuskeinoksi jo lähes vuosikymmen sitten, mutta Suomessa moni edelleen pitää niitä teinien narsistisena angstinpurkuväylänä.

”54 prosenttia bloggaajista ei ole koskaan aiemmin julkaissut tekstejään tai muita tuotoksiaan missään muualla”, raportoi Tuomas Kilpi yhdysvaltalaisen Pew Internet & American Life Projectin tutkimuksesta *Bloggers: A Portrait of Internet’s New Storytellers*. (Kilpi 2006, 20.) Kukaan ei tiedä bloggaajien tarkkaa määrää, mutta kymmeniä ja taas kymmeniä miljoonia heitä on. Melkoinen määrä uusia osallistujia globaaliin keskusteluun siis.

Kymmeniä miljoonia ihmisiä, jotka kirjoittavat omasta elämästään, työstään, harrastuksistaan ja mielenkiinnon kohteistaan. Tavallisia ihmisiä, innokkaita harrastajia, ammattilaisia ja asiantuntijoita, johtajia, duunareita ja poliitikkoja. Ilmiöitä, ajatuksia ja tietoa. Innostuneita kirjoittajia kaikilta mahdollisilta elämänalueilta.

Luulisi toimittajien olevan innoissaan. Sellainen tietomäärä, ja vielä ilmaiseksi ja helposti saatavilla. Luulisi *kenen tahansa* olevan innoissaan. Todellisuudessa olen opinnäytetyötä tehdessäni törmännyt kaikkea muuta kuin innostaviin asenteisiin. Osa toteaa väheksyvästi, että ”ai niitä nettipäiväkirjoja?” Osa epäilee ”niiden

nettipäiväkirjojen” uskottavuutta ja kiinnostavuutta. Osa ei edes ole ihan varma, mikä oikeastaan on blogi.

Mediapuolella ei mene hirveän paljon paremmin. Joidenkin suurtenkin mediatalojen kotisivuilta saa blogeja etsiä turhaan, ja haastatteleman Helsingin Sanomien verkkotoimituksen kehityspäällikkö Pekka Pekkalan mukaan osa toimittajista suhtautuu blogeihin hyvin nihkeästi ja pelkää niiden tulevan heidän reviirilleen.

Työssäni olen kuitenkin tullut siihen tulokseen, että jokaisen median edustajan olisi syytä perehtyä blogeihin — ja mielellään vielä pitää sellaista itse. Blogit ovat erinomainen ja tehokas työväline journalisteille. Niiden avulla löytyy tietoa aiheesta kuin aiheesta, ne auttavat tuomaan monipuolisempia näkökulmia usein hyvin yksipuoliseen joukkoviestintään, lisäksi niiden kautta voi muodostaa aivan uudenlaisen suhteen yleisöön. Ja nuo ovat vain hyvin yleisiä ja kärjistettyjä esimerkkejä blogien eduista. Opinnäytetyössäni pyrin loogisesti ja mahdollisimman monipuolisesti esittelemään tapoja, joilla media voi blogeja hyödyntää.

Blogit eivät pelkästään auta journalisteja työssään, ne myös haastavat perinteisiä journalistisia periaatteita ja toimintamalleja. Tähänkin pyrin työni loppupuolella syventymään. Miten blogit vaikuttavat perinteiseen mediaan, ja onko kohta edes olemassa mitään perinteistä mediaa? Muuttuuko joukkoviestintä suureksi blogiverkostoksi?

Muutama vuosi sitten harva oli edes kuullut blogeista, nyt ne tuntuvat olevan kaikkialla. Blogosfääri eli blogien muodostama maailmanlaajuinen verkosto sekä blogeista käytävä keskustelu muuttuvat nopeaan tahtiin. Työni lähtökohtana on tietenkin tämänhetkinen tilanne, mutta uskoisin, että esittelemistäni keinoista on hyötyä myös tulevaisuudessa, tilanteen muuttuessa.

Blogosfääristä löytyy kymmeniä miljoonia kirjoittajia, jotka myös lukevat ja kommentoivat toistensa tekstejä. Korkea-arvoisimmalla asiantuntijalla ja tavallisimmalla kaduntallaajalla on periaatteessa yhtäläinen mahdollisuus saada äänensä kuuluviin. Blogosfääri on valtava verkosto, jossa kaikki vaikuttaa kaikkeen, joten kaikenlainen jaottelu tuntuu keinotekoiselta. Jotta monimutkaiseen kokonaisuuteen saisi edes jonkinlaista tolkkua, jaottelu on tietenkin välttämätöntä. Toivoakseni tekemäni

jako on jokseenkin looginen ja auttaa lukijaa hahmottamaan asian eri ulottuvuudet mahdollisimman hyvin.

Koska asia on suhteellisen uusi, ja koska siihen liittyy niin monenlaisia mutkia, päädyin tekemään opinnäytetyöstäni mahdollisimman kattavan yleiskatsauksen. Se tuntui hyödyllisemmältä kuin vain yhteen osaseen porautuminen. Ehkä selkeimpänä punaisena lankana on kuitenkin nimenomaan toimittajan näkökulma. Toimittajan työstä minulla itselläni on eniten kokemusta, joten on ollut luontevinta tarkastella asioita siitä näkövinkkelistä. Varmasti tulokset ovat kuitenkin sovellettavissa monenlaisten mediatyöntekijöiden käyttöön.

Työstäni ei löydy teknistä opastusta, siihen puoleen en ole itsekään perehtynyt kovin hyvin, ja tarjolla on yllin kyllin hyviä tietolähteitä. Työni pohjana ei myöskään ole minkään tietyn blogin tai blogien analyysi. Sen sijaan olen tutustunut lukuisiin blogeihin sekä kotimaassa että ulkomailla ja poiminut niistä esimerkkejä. Suuri osa kotimaisista esimerkeistä on YLE:n ja *Helsingin Sanomien* blogeista, koska niillä on suomalaisittain erittäin kattava ja monipuolinen blogivalikoima.

Haastattelin työhöni myös *Helsingin Sanomien* verkkotoimituksen kehityspäällikkö Pekka Pekkala. Häntä lainaten: ”jos joku sanoo että blogit on turhia ja kukaan ei lue niitä ni se ei vaan tiedä mistä puhuu.” Toivottavasti tämän luettuasi tiedät vähän enemmän!

2 BLOGEISTA

2.1 Blogien lyhyt historia

Lontoossa ilmestyi vuosina 1711—1714 lehti nimeltä *The Spectator*, jota tietokirjailija Tuomas Kilpi ehdottaa blogien varhaiseksi esi-isäksi: ”*The Spectatorin* sivuilla henkilökohtaiset huomiot, ajankohtaiset asiat, muistelmat ja yhteiskunnalliset pohdinnat sekoittuivat tavalla, joka muistuttaa paljon enemmän nykypäivän blogia kuin sanomalehteä tai mitään muutakaan mediaa” (Kilpi 2006, 12.). Määritelmä voisi hyvin olla mistä tahansa blogeja kuvaavasta tekstistä.

On tietysti vaikea sanoa, miten suoraan 1700-luvun alussa muutaman vuoden ajan ilmestynyt lehtinen on vaikuttanut bloggaamiseen, mutta jos hypätään kolmisensataa vuotta ajassa eteenpäin, päästään jo bloggaamisen konkreettisille alkulähteille.

1980-luvulla keksittiin yhdistää joukko yksittäisiä tietoverkkoja yhdeksi maailmanlaajuiseksi tietoverkoksi, internetiksi. 1990-luvun puolivälissä amerikkalainen opiskelija Justin Hall keksi ryhtyä pitämään julkista päiväkirjaa tuohon verkkoon perustamallaan kotisivulla. *San Francisco Chronicle*n artikkeli ”Time to get a life — pioneer blogger Justin Hall bows down at 31” (Harmanci 2005) kertoo, että 11-vuotisen bloggaajanuransa aikana Hall tilitti hyvinkin henkilökohtaisista asioista, pahasta vyöruususta parisuhteisiin ja isänsä itsemurhaan. Artikkelin mukaan *New York Times Magazine* on todennut Hallin olevan ”the founding father of personal blogging”, päiväkirjanomaisen bloggaamisen perustaja. (Harmanci 2005.)

Aluksi Justin Hall ei tosin edes tiennyt pitävänsä blogia. Termi syntyi vasta muutamaa vuotta myöhemmin, kun ensin vuonna 1997 Jorn Barger nimesi *Robot Wisdom* -nettisivunsa weblogiksi eli verkkolokiksi, ja vuonna 1999 Peter Merholz ”teki omalla nettisivullaan näppärän sanaleikin lisäämällä termiin yhden välilyönnin: weblogista tulikin ’we blog’ eli me bloggaamme” (Kilpi 2006, 11.) (Joidenkin lähteiden mukaan sanaleikki oli ”wee blog” eli pikkuruinen blogi.)

Bargerin, Merholzin ja monien muidenkin tuon ajan bloggaajien blogit erosivat kuitenkin Hallin päiväkirjanomaisesta kirjoittelusta, sillä he käyttivät nettisivujaan lähinnä kiinnostavien linkkien raportoimiseen (Jensen 2003). Merenkulussa käytetyn lokikirjan tavoin verkkolokit tarjosivat tietoa siitä, missä niiden pitäjä on käynyt. Yleensä linkit oli varustettu kirjoittajan kommenteilla. Alkuaikoina blogosfääri eli blogien muodostama verkosto oli pieni ja tiivis yhteisö, jossa kaikki bloggaajat oli mahdollista kerätä samaan listaan. (Blood 2000.)

Pienen piirin linkkiloista kymmenien miljoonien ihmisten maailmanlaajuiseksi verkostoksi, jonka ennustetaan mullistavan kaikenlaista tiedonvälityksestä yrittöimintaan — miten näin pääsi käymään? Tuomas Kilpi toteaa, että vaikka internet on World Wide Webin synnystä lähtien ollut kaikille vapaa foorumi, käytännössä netissä julkaiseminen on ollut mahdollista vain niille, jotka hallitsevat HTML-kieltä. Kilven mukaan muutoksen avainasemassa onkin ollut teknologinen

kehitys, ilmaisten, helppokäyttöisten blogialustojen ja -palveluiden ansiosta nettijulkaisemisesta tuli yhtä helppoa kuin tekstinkäsittelyohjelman käyttämisestä: "jos osaat käyttää tietokonetta, voit julkaista oman blogisi." (Kilpi 2000a, 4.)

Myös blogeista kirjankin kirjoittanut bloggaaja Rebecca Blood (2000) pohtii, että vasta blogit toteuttivat internetin ja World Wide Webin tarjoamat mahdollisuudet:

The promise of the web was that everyone could publish, that a thousand voices could flourish, communicate, connect. The truth was that only those people who knew how to code a web page could make their voices heard. Blogger, Pitas, and all the rest have given people with little or no knowledge of HTML the ability to publish on the web: to pontificate, remember, dream, and argue in public, as easily as they send an instant message.

Vuosituhanen vaihteessa ilmestyneiden blogialustojen — kuten Bloodin mainitsemien Bloggerin ja Pitasin — myötä bloggaamisen suosio kasvoi räjähdysmäisesti, ja vuonna 2006 blogeihin erikoistunut hakukone Technorati laski, että kolmessa vuodessa blogosfääri oli kasvanut 60-kertaiseksi (Kilpi 2006, 17.) Samaisen tahon mukaan maailmassa oli marraskuussa 2006 yli 60 miljoonaa blogia, joten ei ihme että blogeista ollaan sekä hämillään että innoissaan. Blogien suosio ei todellakaan ole ainakaan hiipumaan päin, joten on mielenkiintoista nähdä, mihin kehitys johtaa.

Suomessa blogikulttuuri on vielä melko alkuvaiheessa. *Helsingin Sanomien* verkkotoimituksen kehityspäällikkö Pekka Pekkala kuvailee näin: ”Se on tärkeätä muistaa että suomalaisesta blogiskenestä ja amerikkalaisesta ei kannata puhua samana päivänä, sillä ei ole oikeestaan mitään yhteistä, että Suomessa se on semmosta puuhastelua, johtuen jo pienestä kielialueesta.” Pekkalan mukaan Yhdysvalloissa bloggaajat pääsevät esimerkiksi Valkoisen Talon tiedotustilaisuuksiin ja tuotejulkistuksiin.

Meillä olisi siis paljon opittavaa amerikkalaisilta. Toki Atlantin tuolla puolen kaikki tapahtuu suuremmissa mittakaavassa ja jo kielen sekä maan aseman ansiosta jenkki-bloggaajilla on potentiaalisena yleisönään koko maailma — sen lisäksi, että maan omakin väestöpohja on tietenkin hieman eri luokkaa kuin pikkuisessa Suomessa. Mutta mikään ei estä soveltamasta hyviä ideoita meidän olosuhteisiimme. Kun bloggaajat vain vakiinnuttavat asemansa ja osoittavat pätevyytensä ja uskottavuutensa, miksei heitäkin

kutsuttaisi tiedotustilaisuuksiin ja tuotejulkistuksiin? Puhumattakaan yhteiskunnallisesta vaikutusvallasta: Suomessa julkista keskustelua hallitsevat poliitikot sekä eri tahoja ja toimijoita edustavat asiantuntijat. Muutama itsenäinen ajattelija ja tuore ääni eivät todellakaan olisi pahitteeksi!

2.2 Mikä on blogi?



The image shows a screenshot of a blog post. At the top, there is a header graphic with the text "MITÄ AJATTELIN TÄNÄÄN" and a small photo of the author, Reetta Rätty. Below the header, the post title is "Ärsyttävä tapa" and the date is "21. 3. 2007 kello 12:42". The main text of the post discusses government negotiations and the role of women. On the right side, there is a sidebar with the author's name "REETTA RÄTY" and a list of recent comments.

« Satumaa Muuli »

Ärsyttävä tapa
21. 3. 2007 kello 12:42

Ottaen huomioon se, etten varsinaisesti ole puoluejohtaja, olen käynyt viime päivinä valtavan paljon hallitusneuvotteluja.

Kasassa on joukko asiantuntevissa kokoonpanoissa laadittuja hallituskoalitioita ja -ohjelmia. Lisäksi pöydällä on tiukkoja kynnyskysymyksiä ja ministerien salkutkin on käytännössä jaettu (mukana myös aivan uusia titteleitä ja kasvoja!). Neuvottelujen erityispiirteenä mainittakoon, että lähes kaikkiin istuntoihin on osallistunut runsaasti naisia - mutta myös vauvoja, ikähaarukaltaan 4-9 kuukautta.

Nyt ei voi kuin toivottaa erityisen suurta viisautta varsinaisille hallitusneuvottelijoille. Varjoneuvotteluissa tunnelma on ollut kiivas ja innostunut, toisinaan on jouduttu venymään pikkutunneille asti.

Eiisillan neuvottelut tosin jouduttuun keskeyttämään tuloksettomina. Miten käy tasa-arvotupon, jos ei tule koko tupoa?

Blogin etusivulle

REETTA RÄTY

Helsingin Sanomien Nyt-liitteen esimies. 32-vuotias kuusamolainen Kalliosta. Äiti. Toimittaja. Valtiotieteilijä. Isosisko. Tässä blogissa sotketaan työ- ja siviilielämä. Mitä ajattelin tänään?

VIIMEKSI KOMMENTOITU

- ▶ JiiPee - Paras aika vuodesta
- ▶ aze - Pyhimys
- ▶ Jrn - Pyhimys
- ▶ reetta - Satumaa
- ▶ Samppa - Pyhimys

Kuva 1. Esimerkki blogimerkinnästä. Helsingin Sanomien Nyt-liitteen esimies Reetta Rädyn blogi.

Yksinkertaisesti määriteltynä blogi on verkkosivu, johon epäsäännöllisen säännöllisesti lisätään päivättyjä, lyhyehköjä merkintöjä. Merkinnöistä uusin on ylimpänä, mutta vanhat merkinnät säilyvät kävijöiden saatavilla. Blogilla voi olla yksi tai useampi kirjoittaja, ja se voi olla joko kaikille avoin tai suljettu. Merkinnät eivät välttämättä ole tekstejä, blogeja käytetään paljon myös valokuvien sekä audio- tai videotallenteiden esittelemiseen. Tavanomaista on myös näiden eri elementtien sekoittaminen: *Wikipedia* (Wikipedia 2007, s.v. blog) toteaa, että ”a typical blog combines text, images, and links to other blogs, web pages, and other media related to its topic.” *Helsingin Sanomien Nyt-liitteen* esimies Reetta Rädyn blogi ja blogimerkintä (kuva 1) ovat muodoltaan hyvin tyypillisiä.

Yleensä blogeissa on kommentointimahdollisuus, eli lukijat voivat jättää omia kommenttejaan sekä blogin kirjoittajan että muiden lukijoiden nähtäväksi (aina kommentit eivät tosin ole julkisia.) Juuri kommentointimahdollisuus, muun vuorovaikutteisuuden ohella, on blogeissa oleellista. Ne mahdollistavat aidon keskustelun kirjoittajan ja lukijoiden — sekä kirjoittajan ja muiden kirjoittajien — välillä tavalla, joka esimerkiksi journalismissa ei tähän asti ole ollut mahdollista. Blogimerkinnöissä myös linkitetään ahkerasti sekä muihin blogeihin että nettisivuihin yleensä. Linkkien avulla vihjataan kiinnostavasta sivusta tai blogista tai kenties tarjotaan perusteluita ja todisteita omille mielipiteille ja pohdinnoille. Usein bloggaajalla on sivullaan myös ”blogroll”, linkkilista hänen suosimistaan ja suosittelemistaan blogeista.

Kommentit, linkit ja blogrollit ovatkin blogosfääriä koossapitävä voima, ne juuri tekevät yksittäisten ihmisten yksittäisistä blogeista maailmanlaajuisen verkoston. Olennaista verkostollehan on juuri vuorovaikutus, joten vaikka internetissä olisi miljardi blogia, ilman vuorovaikutusta niiden merkitys olisi huomattavasti vähäisempi. Nyt virtuaaliset viittaukset sen sijaan mahdollistavat sen, että kuka tahansa voi päätyä lukemaan kenen tahansa blogia, ja myös kommentoimaan siinä esitettyjä asioita tai mahdollisesti kirjoittamaan niistä omassa blogissaan. Internetin reaaliaikaisen luonteen ja bloggaajien aktiivisuuden ansiosta sana myös leviää nopeasti. Enää etäisyydet ja aikaero eivät ole esteenä globaalillekaan keskustelulle.

Mistä blogeissa sitten kirjoitetaan? Kirjaimellisesti ihan mistä vain. Blogit ovat kulkeneet pitkän tien alkuaikojen linkkikokoelmista, ja nykyään blogataan kaikesta mahdollisesta, mitä ihmiselämän kirjoon vain kuuluu. Tätä kirjoittaessani suomalaisen *Blogilista*-sivuston luetuimpien blogien listalta löytyvät esimerkiksi taksikuskin, prostituoidun ja poliisin blogit sekä useita käsityöblogeja. Suosituimpana on ohimennen kuultuja hullunkurisia keskustelunpätkiä tallentava blogi. (Blogilista 2007.)

Edellä mainitut ovat yksityishenkilöiden ylläpitämiä blogeja, mutta blogosfääri ei rajoitu ainoastaan niihin. Myös poliitikot sekä yritysjohtajat ja muut yritysten edustajat bloggaavat. Järjestöt ja viranomaiset bloggaavat. Kaikenkarvaiset julkisuuden henkilöt bloggaavat. Ja — luonnollisesti — myös toimittajat bloggaavat. Oikeastaan kuka tahansa ja mikä tahansa taho voi pitää blogia, ja mikäli asiantuntijoita on uskomisen, pian kellään ei oikein ole varaa olla pitämättä blogia.

2.3 Kansalaisjournalismi

Blogeille ja koko internetille on alusta asti ollut ominaista avoimuus, demokraattisuus ja tasa-arvoisuus. Se on kansalaisten media, vapaa säätelystä ja sensuurista. Tieto liikkuu nanosekunneissa yli ajan ja paikan. On siis luontevaa, että internetiä on alettu käyttää myös järjestelmällisempään tiedonvälitykseen, kansalaisjournalismiin.

Viimeisten parin vuosikymmenen aikana mediassa on tapahtunut valtava muutos. Media on kaupallistunut ja median omistus keskittynyt. Myös Suomessa yhä suuremman osan mediasta omistavat yhä harvemmat tahot, suuret mediakonsernit. Ja mediakonsernien takaa löytyy vielä suurempia konserneja, joille media on vain yksi toiminnan osa-alue. Mediasta on tullut bisnes muiden joukossa, ja kaupallinen ajattelu määrää median toimintaa yhä enemmän.

Amerikkalainen professori ja mediakriitikko Robert W. McChesney kirjoitti *Boston Review* -lehdessä kesällä 1998 amerikkalaismedian kaupallistumisesta sekä tarpeesta median uudistamiseen ja demokratisoimiseen. Hän maalaili synkeitä kuvia tulevaisuudesta:

With every aspect of our media culture now fair game for commercial exploitation, we can look forward to the full-scale commercialization of sports, arts, and education, the disappearance of notions of public service from public discourse, and the degeneration of journalism, political coverage, and children's programming under commercial pressure.
(McChesney 1998.)

En osaa sanoa, missä määrin McChesneyn ennustus on tähän mennessä käynyt Yhdysvalloissa toteen. Suomessa tilanne ei onneksi vielä ole noin synkeä, mutta tärkeää ajattelemisen aihetta McChesneyn kirjoitus antaa. Mediauudistuksen vaatimuksessaan hän lähtee liikkeelle kahdesta seikasta. Ensinnäkin, McChesneyn mukaan modernissa yhteiskunnassa media on tärkein poliittisen tiedon ja julkisen keskustelun lähde, lisäksi se mahdollistaa tiedostavan ja osallistuvan kansalaisuuden. ”Democracy requires a media system that provides people with a wide range of opinion and analysis and debate on important issues, reflects the diversity of citizens, and promotes public accountability of the powers-that-be and the powers-that-want-to-be,” McChesney kirjoittaa. Toiseksi, hän toteaa median omistussuhteiden ja hallinnon olevan oleellinen median sisältöihin vaikuttaja tekijä.

McChesney selvittää kirjoituksessaan amerikkalaismedian omistussuhteita ja sen vaikutusta median sisältöön. McChesneyn mukaan journalismin periaatteet eivät kaupallisessa mediassa kerta kaikkiaan toteudu, ja kansalaisten tiedonsaanti vaarantuu merkittävästi. Mielestäni hän summaa tilanteen hyvin kirjoittaessaan, että “the flip side of this commercialism is the decline of public service — of the notion that there is any purpose to our media except to make money for shareholders.”

On kuitenkin olemassa ihmisiä, joiden mielestä medialla on muukin tarkoitus kuin tuottaa rahaa. Kansalaisjournalismin lähtökohtana ovatkin juuri McChesneyn pohdintojen kaltaiset ajatukset. Kansalaisjournalismi haluaa tuottaa riippumatonta, tavallisia ihmisiä lähellä olevaa mediasisältöä. Bloggaaja Petri Vilén (2005) kirjoittaa *Kansalaisjournalismi*-nimisessä blogissaan näin: ”Kansalaisjournalismi viittaa nimensä mukaan siihen, että journalismin tuottajina toimivat kansalaiset, tavalliset ihmiset.” Vilénin mukaan kansalaisjournalismi syntyy keskustelusta, joka ”leviää ihannetilassaan yli sivustojen, valtioiden ja ideologioiden rajojen.”

Maailmaa kansalaisjournalismi ei välttämättä paranna, mutta se auttaa tuomaan myös tavallisten ihmisten mielipiteet esiin, ja auttaa ihmisiä ympäri maailmaa ymmärtämään paremmin muita kulttuureja ja mielipiteitä, joista tiedon saaminen ilman kansalaisjournalismia olisi vain lähes perinteisten tiedotusvälineiden kapean näkökulman varassa.
(Vilén 2005.)

Kansalaisjournalismin ajatus on yhtä vanha kuin joukkoviestintä sinänsä, ja jo ennen internetiä sitä on toteutettu televisiossa ja radiossa. Niissä toiminta on kuitenkin ollut riippuvaista suurista toimijoista, jotka ovat omistaneet itse jakelukanavat. Internetin myötä kenellä tahansa on käytössään jakelukanava hyvin vähäisin kustannuksin. Internetin myötä kansalaisjournalismi onkin levinnyt ja kasvanut hurjasti. Kuten amerikkalaisen Center for Citizen Median johtaja Dan Gillmor toteaa: “---technology has given us a communications toolkit that allows anyone to become a journalist at little cost and, in theory, with global reach. Nothing like this has ever been remotely possible before.” (Gillmor 2004, XII)

Blogit ovat osa kansalaisjournalismia — helppokäyttöisyydestään sekä kommunikatiivisesta luonteestaan johtuen hyvin tärkeä osa. Vaikka työni käsittelee blogeja ennen kaikkea perinteisen median näkökulmasta, ensin on tärkeää tiedostaa kansalaisjournalismin olemassaolo ja merkitys, jotta ymmärtää sen valtavan murroksen, jolle perinteinen media internetin myötä joutuu alttiiksi. Pohdittaessa blogien

hyödyllisyyttä valtamedialle täytyy samalla tiedostaa, että tälläkin hetkellä valtava ruohonjuuritason armeija ei enää tyydy siihen mitä media sille maailmasta kertoo, joukkoviestintä halutaan ottaa omiin käsiin. Media ei siis voi tyytyä pelkästään poimimaan blogien hyötyjä, sen täytyy valjastaa ne omaan aktiiviseen käyttöönsä pysyäkseen mukana maailman muutoksessa.

3 MEDIA BLOGIEN KÄYTTÄJÄNÄ

3.1 Päiväkirjoista tietolähteiksi

Blogipioneeri Justin Hallin (Harmanci 2006) nettikirjoittelusta kukaan ei varmasti keksinyt kaivella hirmuisia skuppeja, eivätkä palstantäytettä tarjonneet myöskään innokkaiden nettiharrastajien linkkilistat. Blogin perustamisen ja ylläpitämisen helpottuessa radikaalisti niitä ruvettiin käyttämään täysin uudenlaisiin tarkoituksiin — tarkoituksiin, jotka herättivät median mielenkiinnon ja myös pakottivat ne ottamaan blogit huomioon.

Blogit ovat nousseet uskottaviksi uutislähteiksi suurten tapahtumien myötä. Jonathan Yangin mukaan blogien nousu alkoi World Trade Centerin iskuista: katastrofin keskellä oli tarve saada nopeasti päivitettyä tietoa, ja sitä tarjosivat blogit. Lisäksi tapahtuman jälkipuinti, jota käytiin aktiivisesti ja kattavasti myös blogeissa, nosti tietoisuutta ja arvostusta blogien suhteen. (Yang 2006, 10.) Toinen tapahtuma, jossa blogeilla oli uutisvälityksessä ratkaiseva rooli, oli Aasian tsunamikatastrofi joulukuussa 2004. Mediakriitikko, bloggaaja Steve Outing (2005) kirjoittaakin nettiartikkelissaan näin:

The earthquake and tsunamis in South Asia and their aftermath represent a tipping point in so-called ‘citizen journalism.’ What September 11, 2001, was to setting off the growth and enhanced reputation of blogs, the December 2004 tsunamis are to the larger notion of citizen journalism (of which blogs are a part).
(Outing 2005.)

Turo Uskali käsittelee tsunamiuutisointia *Tiedotustutkimus*-lehden artikkelissa Tsunami ja internet. Uskali kirjoittaa: ”--- jo viikon kuluttua hyökyaalloista hakukone Googlen kolmanneksi suosituimmaksi tsunamisivustoksi oli noussut weblogi tsunamihelp.blogspot.com.” Blogiin tehtiin ensimmäinen merkintä noin vuorokauden

kuluttua hyökyaalloista, ja sinne kerättiin tietoa muun muassa vapaaehtoisista pelastusryhmistä, lahjoitusväylistä, matkatoimistojen puhelinlinjoista sekä pelastustoimista. ”Päivän aikana lähetetyissä viesteissä oli satoja osoitteita, puhelinnumeroita, nettilinkkilistoja sekä pankkitilinumeroita. Aika ajoin julkaistiin tietoja myös kuolonuhrien arvioiduista määristä,” Uskali listaa. Myös kovasti kiitosta pelastustoimistaan saaneet suomalaiset sukeltajat käyttivät nettiä tiedonvälitykseen, ja Uskalin mukaan ”tietyin varauksin voidaan jopa väittää, että sukellus.fi aloitti uuden tiedonvälityskauden Suomessa. Ensimmäistä kertaa internetin harrastajasivustoista tuli hetkellisesti ehkä sadoilletuhansille suomalaisille tärkeä tiedonlähde.” (Uskali 2005, 59.)

Tsunamissa siis blogit kohosivat tiedonvälityksessä perinteisen median rinnalle, ja sen ohikin. Blogit eivät toimineet pelkästään valtamedian lähteinä, vaan itsenäisinä uutislähteinä, joilla oli suora yhteys yleisöön. Kiinnostavaa on myös, että Uskalin mukaan tsunamiuutisoinnissa perinteisistä medioista parhaiten pärjäsivät ne, jotka jo pidemmän aikaa olivat panostaneet verkkouutisointiin ja osasivat nyt hyödyntää internetin tarjoamat mahdollisuudet. (Uskali 2005, 62.) Verkko on median tulevaisuutta muutenkin kuin blogien kautta.

Myös WTC-iskuja seurannut Irakin sota sekä hurrikaani Katariinan aiheuttama kaaos nostivat blogien roolia. *Wikipedian* (Wikipedia 2007, s.v. blog) mukaan Irakin sota oli ensimmäinen ”blogisota”, jossa sekä irakilaisten että amerikkalaissotilaiden blogit antoivat sodasta uusia, vaihtoehtoisia näkemyksiä verrattuna virallisiin tiedotuskanaviin. Sotablogit ovatkin aivan oma blogien alalajinsa, ja sotablogeista listaa pitävällä *Milblogging.com* -sivustolla todetaan samaa kuin wikipediassa:

Military blogs deliver perspectives from the warfighters, offering unfiltered, first-hand accounts from the front lines. In addition, servicemembers and families share slices of life on duty or on the home front, covering good news and intensely personal stories that may not make the headlines at home.

(Milblogging 2007)

Elokuussa 2005 taas bloggaajat New Orleansissa, kuten The Interdictor sekä GulfSail, julkaisivat tietoja, joita valtamediasta ei löytynyt.

Tuomas Kilpi mainitsee yhdeksi tärkeäksi tapahtumaksi USA:n vuoden 2004 presidentinvaalit: ”--- vaalit olivat monella tapaa käännekohta blogien historiassa. Kiihkeään vaalikamppailun aikana blogit nousivat vakavasti otettavaksi mediaksi, ja maan valtapuolueet hyväksyivät joukon bloggaajia puoluekokouksiinsa perinteisen lehdistön rinnalle.” (Kilpi 2006, 13.) Myös Turo Uskali toteaa blogien lyöneen itsensä läpi juuri presidentinvaalitaiston aikana vuonna 2004. (Uskali 2005, 59)

Yhdysvalloissa blogit ovat aiheuttaneet myös useita yksittäisiä mediamyrskyjä. Esimerkiksi Yhdysvaltojen senaatin entinen enemmistöjohtaja Trent Lott joutui eroamaan tehtävästään lausuttuaan ylistäviä sanoja rotuerottelua kannattaneesta vuoden 1948 presidenttiehdokkaasta Strom Thurmondista. Valtamedia ei Lottin lausunnoista hiiskahtanut, mutta blogimaailmassa syntynyt kohu pakotti nekin lopulta reagoimaan. (Yang 2006, 13.) Blogit aiheuttivat myös ala-ikäisten lähettipoikien seksuaaliseen ahdisteluun syyllistyneen edustajainhuoneen republikaanijäsen Mark Foleyn eron. Tuomas Kilpi kirjoittaa blogeja ja bloggaamista käsittelevässä blogissaan 4.10.2006: ”--- Foleyn 16-vuotiaalle nuorelle lähettämät viestit tulivat julkisuuteen ensi kertaa *Stop Sex Predators* -blogissa, josta valtamedia nappasi aiheen käsittelynsä.”

Myös kotimaassa blogit toimivat median lähteenä yhä useammin. Erityisesti pääministeri Matti Vanhasen verkkopäiväkirjamerkinnot ovat usein ylittäneet uutiskynnyksen. Ja onpa meillä jo ollut omia blogiskandaaleja, kuten kohu joka syntyi, kun SDP:n kansanedustaja Susanna Rahkonen kutsui blogissaan keskustan kansanedustaja Mikko Alkiota olmiksi eli sokeaksi pyrstösammakoksi (Rahkonen 2006). Uusin skandaali syntyi kevään 2007 eduskuntavaalien alla, kun Kokoomuksen Eija-Riitta Korhola paljasti blogissaan Matti Vanhasen ja Meri-Kukka Forsiuksen suhteen (Korhola 2007.).

3.2 Blogit median tietolähteinä

3.2.1 Epäviralliset tietolähteet

Tuomas Kilven (Kilpi 2006b) ilmaisu Mark Foleyn tapauksessa, ”valtamedia nappasi aiheen käsittelynsä”, kuvaa hyvin yhtä ulottuvuutta blogien käyttämisessä uutislähteinä. Kun puhutaan yksityishenkilöiden kirjoittamista blogeista, kyseessä on usein asiaan kiihkeästi vihkiytynyt harrastaja. Perinteisesti näiden harrastajien ja media-

alan ammattilaisten tiet eivät välttämättä useinkaan kohtaa, ja paljon tärkeää ruohonjuuritason tietoa jää medialta pimentoon. Blogit muuttavat asetelman radikaalisti: kenellä tahansa median edustajalla on mahdollisuus seurata minkä tahansa alan ruohonjuuritason keskustelua, ja Kilven sanoin ”napata” sieltä sitten aiheita laajemman huomion kohteeksi.

Harvardin yliopistossa järjestettiin tammikuussa 2005 konferenssi nimeltä *Blogging, Journalism and Credibility* (Rosen 2005). New Yorkin yliopiston journalistiikan professori Jay Rosen piti tilaisuudessa alustuksen, jossa hän puhui blogien ja perinteisen median suhteesta. Puheenvuorossaan Rosen kertoi brittiläisen Demos-järjestön tutkimuksesta *The Pro-Am Revolution*, jonka mukaan ammattilaisten ja harrastelijoiden välinen ero on hälventynyt ja roolit sekoittuneet. Rosenin mukaan tutkimuksessa todetaan, että 1900-luku oli ammattilaisuuden nousun aikaa, jolloin kaikilla aloilla, myös journalismissa, toiminta muuttui organisoiduksi ja tieto ja menetelmät säädellyiksi. ”Amateurism came to be to a term of derision (= pilkka). Professionalism was a mark of seriousness and high standards,” Rosen siteeraa tutkimusta.

Tutkimuksen mukaan viimeisten kahden vuosikymmenen aikana tilanne on muuttunut täysin: “--- a new breed of amateur has emerged: the Pro-Am, amateurs who work to professional standards.” Näillä harrastaja-ammattilaisilla on tietoa, koulutusta ja omistautuneisuutta, lisäksi he käyttävät uutta teknologiaa verkostoitumiseen. ”The twentieth century was shaped by large hierarchical organisations with professionals at the top. Pro-Ams are creating new, distributed organisational models that will be innovative, adaptive and low-cost.” (Rosen 2005.)

Myös suomalainen bloggaaja Janne Jalkanen (2004) painottaa harrastajabloggaajien merkitystä: ”Mielestäni blogien suola ovat kuitenkin harrastaja-asiantuntijat: ihmiset, jotka kertovat mielenkiintoisesti ja asiantuntevasti omasta kiinnostuksen kohteestaan ja haluavat jakaa tätä tietoa eteenpäin.” Hänen kuvailee harrastajia suotimiksi, jotka poimivat verkosta mielenkiintoisia linkkejä sekä luovat omia hyödyllisiä merkintöjään. Internet onkin paitsi loistava, myös loputon tiedonlähde ja tiukkojen aikataulujen kanssa jo muutenkin painiskelevan toimittajan on mahdollista ainakaan työaikana seurata nettiä kovin kattavasti. Tehokkaampaa onkin etsiä kokoelma hyviä ja kattavia harrasteblogeja, joista uusimmat tiedot voi poimia näppärästi ja vieläpä oleellisilla linkeillä varustettuna.

Blogit voivat auttaa toimittajia myös juttujen täydentämisessä ja elävöittämisessä vaikkapa silminnäkihavainnoilla. Tuomas Kilpi (2006d) kertoo blogissaan, kuinka Coloradossa syyskuussa 2006 tapahtuneen koulusurman jälkeen media nosti esiin surmansa saaneen tytön ystävien blogimerkintöjä. Tällaista toimintaa voisi tosin kritisoida sekä ns. sosiaalipornoksi että laiskaksi journalismiksi, mutta toisaalta se tarjoaa mahdollisuuden saada tapahtumiin inhimillistä näkökulmaa pelkkien uutisfaktojen sijaan, ilman että toimittajat piirittävät ja ahdistelevat traumaattisen kokemuksen uhria. Lisäksi uutisvälityksen nopeuden vaatimukset on helpompi täyttää.

Blogien avulla voi myös orientoitua käsiteltävään aiheeseen. Syömishäiriöisen nuoren blogin lukeminen antaa varmasti paljon realistisemman kuvan aiheesta kuin pelkän raportin tai muun faktatiedon lukeminen. Samalla avautuu uusia kysymyksiä ja näkökulmia, joita ei ehkä tule ajatelleeksi, jos aiheesta ei ole omakohtaista kokemusta.

Varsinaisten uutisaiheiden lisäksi harrasteblogit tarjoavat toimittajille, samoin kuin minkä tahansa alan ammattilaisille, mahdollisuuden ylläpitää ja syventää ammattitaitoaan ja erityisosaamistaan. Moniosaamisen maailmassakin toimittajilla on usein aloja, joihin he ovat erikoistuneita. Muu media, alan kirjallisuus ja tapahtumat tarjoavat toki hyvän mahdollisuuden oman erikoisalan kehityksen perässä pysymiseen, mutta tuskin mistään tietoa löytyy niin nopeasti päivittyvänä ja niin välittömässä muodossa kuin se on blogeissa. Tiedon lisäksi voi seurata myös siitä käytävää keskustelua, joka auttaa näkemään asioiden eri puolia ja muodostamaan oma mielipiteensä. Linkkien ansiosta lukijalla on käytössään myös valtavasti uusia, täydentäviä tietolähteitä.

3.2.2 Viralliset tietolähteet

Myös viralliset tahot bloggaavat — esimerkiksi poliitikot, yritysmaailman edustajat ja järjestöt. Perinteisten lehdistötiedotteiden ja -tilaisuuksien lisäksi journalisteilla on siis syytä kohdistaa katseensa verkkoon ja blogimaailmaan. Maailmalla todella isot kihot bloggaavat, esimerkiksi General Motorsin johtajat (GM Blogs 2007) sekä Sun-tietokoneyrityksen johtaja Jonathan Schwartz (2007). Suomalaisista yritysjohtajista ainakin Finnairin Jukka Hienonen ja Nokian Olli-Pekka Kallasvuo pitävät omaa blogiaan (Kilpi 2006, 1).

Eivätkä yritysten blogit rajoitu pelkästään johtajien kirjoitteluun, myös eri tasojen työntekijät saavat äänensä kuuluville. Esimerkiksi edellä mainitun General Motorsin blogivalikoimaan kuuluu johtoportaan *FastLane Blogin* lisäksi GM:n työntekijöiden *FYI Blog* (= For Your Information) sekä uutta Cadillac CTS:ää ympäri maailmaa testaavien kahden insinöörin blogi. (GM Blogs 2007.)

Yritysten blogien ollessa kyseessä täytyy tietenkin muistaa, että ne on tehty osittain PR- ja markkinointitarkoituksessa. Yritysblogeista on turha etsiä valtavia skuppeja ja salaista informaatiota. Mutta yritysten tavanomaiseen tiedottamiseen ne tarjoavat nopean ja tehokkaan väylän. Edellä mainittu Sunin johtaja Jonathan Schwartz haluaisikin, että blogeissa voisi tiedottaa myös yrityksen kannalta oleellisista asioista jotka nykyisellään on kerrottava virallisissa tiedotteissa (Schwartz 2007).

Ja jälleen kerran nousee esiin myös keskustelun merkitys. Valtamediassa yritysjohtajien ja kenen tahansa yritysten edustajien sanomiset suodattuvat toimittajan kautta — hyvässä ja pahassa. Blogissa lähde pääsee kertomaan asiastaan omin sanoin, lisäksi lukijoiden kommentit antavat kirjoituksiin perspektiiviä. Esimerkiksi Jonathan Schwartz on julkaissut blogissaan kirjeen, jonka hän on lähettänyt USA:n rahoitustarkastuslaitoksen johtajalle, ja John Dalton -niminen henkilö on jättänyt merkinnän kohdalle kommentin, jossa hän esittää lisäinformaatiota ja tarkennuksia muutamaa Schwartzin kirjeen kohtaan. (Schwartz 2007.)

Dalton kannattaa Schwartzin hanketta, mutta blogikommentit tarjoavat luonnollisesti mahdollisuuden myös yrityksen toiminnan kritisoimiseen. Yritykset saattavat toki sensuroida kommentteja, mutta lukijoiden epäily herää varmaan nopeasti, jos kaikki kommentit ovat positiivisia. Ja vaikka sensurointia tapahtuisi, kritiikkiä voi esittää yksityisissä blogeissa. Sekä suomalainen ravintola Lehtovaara että amerikkalainen polkupyörälukkoja valmistava Kryptonite joutuivat huonoon valoon, kun ravintolan huonosta palvelusta ja lukkojen epäluotettavuudesta kirjoitettiin blogeissa. (Kilpi 2006, 6-7.)

Blogien kautta tapahtuva kuluttaja-aktivismi on tietysti asia erikseen, mutta edellisellä pyrin osoittamaan, etteivät yritysblogitkaan ole silkkaa markkinointihenkistä suitsutusta, vaan erilaisten blogien ja niiden kommenttien avulla esimerkiksi talousjournalismiin voi saada uudenlaista näkökulmaa.

Jos yritykset saavat äänensä sensuroimattomana esiin blogien kautta, niin saavat myös poliitikot. Poliittisiin blogeihin liittyy mielenkiintoisia kiemuroita. Ensinnäkin, perinteisestihän media on nähty neljäntenä valtiomahtina, joka valvoo Montesquieun vallan kolmijako-opin mukaisia valtiomahteja eli lainsäädäntö-, tuomio- ja toimeenpanovaltaa (Kunelius 1997, 176-179). Tätä valvontatehtävää on hoidettu myös sitä kautta, että vallanpitäjät pääsevät julkisuuteen vain joukkoviestinnän ehdoilla ja suodattamana. Vaikka kyseessä olisi suora lähetys, toimittajalla on ratkaiseva vaikutus siihen, mistä poliitikko pääsee puhumaan, kuinka kauan ja mihin sävyyn. Blogeissaan poliitikot saavat itse valita puheenaiheet ja hioa sanomisiaan vaikka loputtomiin. Periaatteessa vallanpitäjillä on siis mahdollisuus puhua millaista puuta heinää tahansa ja sumuttaa lukijoitaan menen tullen. Tässä tulee kuitenkin taas esiin internetin demokraattinen luonne: poliitikkojen blogeja lukevat kyllä myös asioista perillä olevat tahot, ja kipakat kommentit paljastavat asioiden todellisen laidan. Sitä paitsi jos merkittävä poliitikko puhuu palturia blogissaan, eiköhän valtamediakin siihen reagoi.

Toinen kiemura liittyy median rooliin politiikan suodattimena. Näennäisestä puolueettomuudestaan huolimatta medially on erittäin poliittisesti väritynyt historia, ja toimittajat ovat usein poliittisesti tiedostavaa väkeä, joten väkisinkin poliitikkojen sanomiset ja tekemiset raportoidaan oman subjektiivisen näkökulman läpi suodattuneena. Kai sentään politiikoillakin on jonkinlainen oikeus saada viestinsä kuuluville myös sellaisena kuin sen tarkoitti.

Ja vielä lisää kiemuroita: valtapeli ja julkisuuskilpailu on kovaa myös politiikan sisällä, eivätkä vähemmistöjen äännet tai suurinta valtikkaa pitävälle epäsuotuisat seikat aina pääse päivänvaloon. Blogit palvelevat demokratiaa myös tässä tehtävässä. Hyvä esimerkki on helsinkiläisen kaupunginvaltuutetun Mirva Haltian (Haltia 2004) blogimerkintä 16. syyskuuta 2004 otsikolla ”Tätä et näe valtamediassa: HKL-STAFuusion käsittely.” Fuusion uutisointiin tympääntynyt Haltia julkaisi blogissaan muistiinpanonsa asian käsittelystä kaupunginvaltuuston kokouksessa, tarjoten näin lukijoilleen mahdollisuuden tarkastella käsittelyä kokonaisuutena.

Yritykset ja poliitikot lienevät ilmeisimpiä blogien hyödyntäjiä, mutta potentiaalisia käyttäjiä on loputtomasti. Yhdysvallat on jälleen edelläkävijä. New Yorkin yliopiston journalistiikan professori Jay Rosen (2005) toteaa näin: “When Mark Cuban, owner of the NBA’s Dallas Mavericks and a figure in the news, wants to speak to fans, players or

the community, he doesn't do it through the reporters who cover the Mavs. He puts the word out at his weblog." Rosen linkittää myös General Motorsin blogeihin sekä northcarolinalaisen viranomaisen blogiin. Tuomas Kilpi (2006c) mainitsee omassa blogissaan LAPD:n eli Los Angelesin poliisin blogin. Vaikka näiden kaikkien tarkoituksena on ensisijaisesti kommunikoida suoraan yleisön kanssa, ne ovat myös mainio työväline medialle.

4 MEDIA BLOGIEN TUOTTAJANA

4.1 Oma ääni esiin

Journalismilta vaaditaan perinteisesti objektiivisuutta ja neutraaliutta. Puhdas objektiivisuus kuitenkin tarkoittaisi, ettei journalisti itse ole asioista yhtään mitään mieltä, joten objektiivisuuden vaatimus on jo lähtökohtaisesti mahdoton. Itsekin toimittajan työtä tehneenä tiedän, että toimittajat ovat usein hyvinkin paljon mieltä asioista. Lisäksi päivittäisessä uutisvälityksessä paljon asioita ja näkökulmia jää kertomatta jo ajan- ja tilanpuutteen takia.

Blogit ovat erinomainen väline sekä toimittajien omien näkemysten ilmaisemiseen että uutisoinnin katvealueeseen jäävien aiheiden esiintuomiseen. Toimittajien näkemyksiä varten on toki olemassa pääkirjoitukset, kolumnit ja toimittajan kommentit, mutta yksittäinen toimittaja ei pääse niitä kirjoittamaan läheskään niin usein eikä läheskään niin moninaisista aiheista kuin omassa henkilökohtaisessa blogissaan. Sitä paitsi kyseiset foorumitkin ovat tarjolla vain sanomalehtien toimittajille, radio- ja tv-toimittajilla on vieläkin rajatumpi mahdollisuus saada oma äänensä kuuluviin.

Voisi tietenkin kysyä, miksi toimittajien ylipäänsä täytyisi saada oma, henkilökohtainen äänensä kuuluviin. Ei varmaan tarvitsisikaan, mikäli toimittajat todella olisivat puhtaasti objektiivisia olentoja, jotka koneen lailla tuottavat yleisölle silkkaa totuutta. Sitähän toimittajat eivät tietenkään ole, vaan usein melko korkeasti koulutettuja, monenlaisista asioista kiinnostuneita ammattilaisia, jotka työssään ovat tekemisissä kaikenlaisten ihmisten ja asioiden kanssa, ja keräävät siinä sivussa melkoisen tietopankin näistä ihmisistä ja asioista. Jos demokraattisen yhteiskunnan yksi tärkeä ulottuvuus ja edellytys on avoin keskustelu, olisi sääli jättää toimittajien kaltainen ihmisjoukko tuon

keskustelun ulkopuolelle — ja nimenomaan se enemmistö toimittajista, jotka eivät osallistu pääkirjoitusten laatimiseen tai pidä säännöllistä kolumnia.

Blogikirjoitukset ovat sitäpaitsi melko lailla eri asia kuin pääkirjoitukset tai kolumnit. Siinä missä toimittajien perinteiset mielipidekirjoitukset keskittyvät tiettyyn asiaan ja nimenomaan asiaan, blogeissa asiallinen ja henkilökohtainen sekoittuvat ainutlaatuisella tavalla. Kuten *Helsingin Sanomien Nyt-liitteen* esimies Reetta Rätty (2007) oman bloginsa kuvauksessa kirjoittaa, ”tässä blogissa sotketaan työ- ja siviilielämä.” Toimittajan blogimerkintöjen ei ole tarkoitus jatkaa siitä mihin varsinaisessa työssä jäätiin, vaan tuoda esiin myös sellaisia asioita joita työssä ei lainkaan pääse käsittelemään.

Tosin toki blogit tarjoavat myös mahdollisuuden laajentaa ja syventää niitä asioita, joita toimittaja työssään muutenkin käsittelee. Esimerkiksi YLE:n tutkivan journalismin ohjelman MOT:n toimittajat puhuvat ohjelman blogissa tekemistään jaksoista ja niissä käsitellyistä asioista. Hyvä esimerkki on Riikka Kaihovaaran merkintä 23.2.2007 otsikolla ”Oliko aika kypsä huumekeskustelulle?” Kaihovaara kertoo merkinnässään sisäministeriön poliisitarkastajasta, jota hän haastatteli huumausainerikosten sakottamista käsitelleeseen jaksoon. Ennen jutun ulostuloa tarkastaja soitti varmistaakseen, ettei tiettyä haastattelupätkää näytetä ohjelmassa. Kaihovaara ei ollut aikonut sitä näyttää, eikä se ohjelmaan päätyneenkään tarpeettomuutensa vuoksi, mutta poliisitarkastajan käytös jäi häntä vaivaamaan, joten hän julkaisi kyseisen haastattelupätkän blogimerkinnässään yhdessä omien pohdintojensa ja johtopäätöstensä kanssa.

Blogia siis voi käyttää laajentamaan muussa työssä käsiteltyjä aiheita, mutta se voi myös olla toimittajan vapaa temmellyskenttä, jolla voi tuoda esille itselle tärkeitä asioita sekä kommentoida maailman tapahtumia. *Helsingin Sanomien* verkkotoimituksen kehityspäällikkö Pekka Pekkalan (2007) mielestä rento ote on blogeissa suotavaa: ”sen ei tarvitakaan olla mitään superasiaa ja sitte semmonen että se on huomattavasti löysempi ja matalammat kriteerit omaava julkasukanava ku mitä lehti.”

Tärkeintä blogissa on Pekkalan (2007) mielestä henkilökohtaisuus: ”se on niin suuri kontrasti siihen kaikkeen persoonattomaan näin asiat ovat —tyyppiseen journalismiin tai siis siihen, mitä se nyt on asiajournalismi perinteisesti, meillä se on se, että sä voit

kirjottaa asiaa, mutta siitä huokuu läpi se, että minä olen oikeasti kiinnostunut tästä ja olen oikeasti ehkä kiinnostunut myös siitä, mitä te lukijat ootte mieltä.” Pekkala korostaa, että henkilökohtaisuus tarkoittaa henkilökohtaisuutta asiaan nähden, ei sitä että toimittaja kertoisi vaikka viikonlopun baarireissustaan tai muista yksityisasioistaan.

Mutta toisaalta taas, toki kaikesta saa kirjoittaa, jos sen tekee hyvin ja kiinnostavasti ja siten, että siihen voivat muutkin samaistua. Itse ainakin pystyn hyvin samaistumaan Reetta Rädyn blogimerkinnän alkuun 17.3.2007:

”Ilmassa on lievää uusavuttomuutta.

Miten rairuohoa tehdään?

Tiedossa on, että operaatioon liittyvät tarjotin, talouspaperi ja ne siemenet. Mutta onko multa siis vapaaehtoista? Entä kelmu? Tiimarissa varmaan tiedetään. Sinne siis vielä tänään.

Meillä oli kerran kaktus, mutta se kuoli. Muuten satsaamme maljakkokukkiin, niiden kuulukin kuolla vähän väliä.

Asiaan.”

Räty jatkaa kertomalla ilmastonmuutossivuihista, joille hän päätyi vaalisurffailun lomassa. Merkintä on hyvä esimerkki asiaa ja henkilökohtaisuutta sekoittavasta blogimerkinnästä. Sekä viihdyttävää että informatiivista, eikä käsiteltyjen asioiden välttämättä tarvitse liittyä niin loogisesti toisiinsa. Myös asiallisempi asia tulee herkemmin luettua, kun alussa on pieni kevennys.

4.2 Vuorovaikutus median ja yleisön välillä

Toimittajien blogeja ei tietenkään ole tarkoitettu vain toimittajien omaksi viihdykkeeksi, ennen kaikkea ne on tehty luettaviksi. Ja yleisön kannalta blogit ovatkin erinomainen keino saada monipuolisempaa näkökulmaa uutisaiheisiin, kurkistaa joukkoviestinnän kulissien taakse sekä tutustua ihmisiin, jotka joukkoviestintää tekevät. Blogit myös mahdollistavat vuorovaikutuksen noiden ihmisten kanssa — ja lisäksi muiden lukijoiden kanssa.

Helsingin Sanomien päätoimittaja Reetta Meriläinen käsittelee blogissaan 21.2.2007 kansallisoopperan kriisiä ja heittää samalla tutkiville journalisteille haasteen, koska

koko jupakka vaikuttaa niin sekavalta. Markku Piri -niminen henkilö kommentoi Meriläisen kirjoitusta näin:

On paradoksi, että suurimman sanomalehtemme päätoimittaja joutuu kysymään tutkivaa journalismia apuun. Hesarillahan on kaikki tieto edessään, kaikki journalismin keinot ja mahdollisuudet käsissään. Who's the lame duck?
(Meriläinen 2007)

Tähän taas Meriläinen vastaa omassa kommentissaan:

Käsityksesi siitä, että Hesarilla olisi kaikki tieto edessään (ikään kuin tarjottimella), ei ole oikea. Paljon toki on tiedetty, muttei ihan vielä kaikkea. Lehti ei voi operoida tiedotteiden, huhujen, "varmojen tietojen" (joita kukaan ei halua kuitenkaan nimellään vahvistaa) eikä salaliittoteorioiden varassa. Relevantti tieto pitää kaivaa, tarkistaa ja arvottaa. Kokonaiskuvan piirtäminen oopperantapaisesta sotkusta on työlästä.
(Meriläinen 2007)

Muunlaisessa foorumissa tällaisen keskustelun käyminen ei taitaisi onnistua. Onhan mielipidesivut, mutta ne ovat blogeja niin paljon hitaampia ja suppeampia, ettei rinnastaminen ole kovin järkevää. Ja vaikka toimittajat saavat palautetta ja käyvät keskustelua lukijoiden kanssa muitakin reittejä, eivät nuo palautteet ja keskustelut ole julkisia.

Blogit mahdollistavat hyvin tasa-arvoisen keskustelun median edustajien ja yleisön välillä, ja tuota keskustelua voi käydä sekä median ja blogin käsittelemistä asioista että mediasta itsestään, kuten edellisessä esimerkissä. Ja koska media on niin suuri osa ihmisten jokapäiväistä elämää, ja koska sillä myös on suuri valta siihen mitä ihmiset ajattelevat, on hyvin tervettä että yleisö pääsee seuraamaan median toimintaa tällä tavalla hieman kulissien takaa, ja myös itse osallistumaan keskusteluun median toiminnasta. Lasten ja nuorten mediakasvatuksesta puhutaan paljon, mutta varmasti monella aikuisellakin on täysin puutteelliset tiedot median mekanismeista, eikä silloin ole käytössä myöskään välineitä median vääristävän ja maailmaa yksinkertaistavan vaikutuksen vastustamiseen.

Eivät blogit kuitenkaan ensisijaisesti ole mitään valistusväyliä, vaan ennen kaikkea ja parhaimmillaan niissä järkevät aikuiset ihmiset käyvät kiinnostavia keskusteluita, jotka

avartavat kaikkien osapuolten ajatuksia ja maailmaa. Esimerkiksi YLEn ja *Helsingin Sanomien* blogien kommentoijat tuntuvat usein olevan perillä asioista, ja lisäävät keskusteluun hyviä näkökulmia. Kommentoijissa on usein myös varsin arvovaltaisia ja tunnettuja henkilöitä, jotka kirjoittavat omalla nimellään. Usein he myös jättävät linkin omaan blogiinsa, ja näin keskustelu saa taas uusia ulottuvuuksia ja lukija ajatteluunsa uusia aineksia. Sitä paitsi vaikka kommentoija olisi tuntematon ja kirjoittaisi nimimerkin takaa, ei sillä ole väliä jos mielipiteet ovat hyviä ja perusteltuja.

Tuomas Kilpi kirjoittaa: ”kommenttien varaan rakentuva keskustelu on usein blogien antoisinta sisältöä. Juuri ne tekevät blogeista demokraattisen ja moniäänisen median.” Kilpi toteaa, että verrattuna esimerkiksi sanomalehtien mielipidekirjoituksiin, jotka ovat toissijaista aineistoa, kommentit ovat olennainen osa blogin sisältöä. Hänen mukaansa blogeissa on myös tavanomaista viitata ja asettaa linkkejä muiden blogien kommentteihin, ei välttämättä itse blogimerkintään. (Kilpi 2006, 17.)

Keskusteleminen kehittää ajattelua, joka kuitenkin on toimittajan tärkein työkalu. Erityisesti yleistoimittajilla on haastava tehtävä päästä mitä moninaisimpien aiheiden ytimeen, huomata kaikki oleelliset näkökulmat ja keksiä kaikki oleelliset kysymykset. Samoin kuin erilaisten ihmisten blogien lukeminen, myös omassa blogissa käytävä keskustelu voi auttaa toimittajaa asettautumaan niiden ihmisen asemaan, joita koskevista asioista hän juttuja tekee.

Toimittajan blogi voi toimia myös ihan konkreettisena työvälineenä, perustuen juuri vuorovaikutukseen. Pekka Pekkala (2007) kertoo, että kun hän osallistui teknologiablogin kirjoittamiseen, hän saattoi kirjoituksessaan tiedustella josko kukaan lukijoista on kokeillut vaikkapa tiettyä kännykkäohjelmistoa. ”Iltapäivään mennessä on kymmenen tyyppiä asentanut sen noista lukijoista ja sitte ne raportoi siellä että kaato mun puhelimen, että tää ei toiminu, eiku tää onki tosi jännä ja ootko muuten testannu näitä systeemejä, tää on vähän vastaava ku tää. Niinku mieletön tiedonhankintakanava”, Pekkala kuvailee. Hänen mukaansa hyvistä kommentoijista saattaa saada myös erinomaisia haastateltavia varsinaisiin juttuihin.

Pekkalan (2007) mielestä blogit ovat myös hyvä tapa saada palautetta omasta työstä, ja nimenomaan ulkopuolisilta ihmisiltä, ei omalta tuttavapiiriltä: ”---toimittajien suuri

helmasynti on mun mielestä se että ne kyselee kavereilta ja puolisoilta ja miltä ikinä, --- ni se on hyvin sisäänpäin lämpiävää se palaute sitte.”

Blogeja voidaan käyttää myös työyhteisön sisäisen vuorovaikutuksen välineenä. Yritysten sisäisten blogien tavoin ne voivat toimia tiedotuskanavina, lisäksi Tuomas Kilven (2006a, 4) mukaan blogeja käytetään yrityksissä työvälineinä: ”Tiimin oma blogi voi korvata suuren osan sähköpostilla käydystä ajatuksenvaihdosta samalla kun blogissa dokumentoidaan yhteisen projektin eri vaiheet.” Erinomainen väline vaikkapa tutkivan journalismin osastoille tai muille monen ihmisen pitempiaikaisille projekteille.

Blogeille löytyy siis median näkökulmasta hyvin monenlaista käyttöä, ja ennen kaikkea niistä on hyvin monenlaista hyötyä. Tässä eivät varmasti ole kaikki tavat joilla toimittajat voivat blogeja hyödyntää, ja kun välineet kehittyvät ja monipuolistuvat, syntyy uusia keinoja, joita ei vielä osata edes visioida. Mutta sitä odotellessa voi aloittaa näistä.

4.3 Haittapuolet

Kaiken suitsutuksen jälkeen lienee paikallaan listata blogien haittapuolia. Ongelma numero yksi on tietenkin se, mistä suuren paineen alla jo valmiiksi työskentelevät median edustajat löytävät aikaa bloggaamiseen. Pekka Pekkalan (2007) mukaan menestyvän bloggaajan täytyy olla erittäin lahjakas ja kiinnostava, ja koska sellaisia ihmisiäkin löytyy paljon, on tärkein tekijä ahkera ja määrätietoinen työ blogin eteen. Mutta mistä aika?

Vaikea kuvitella, että missään mediatalossa voisi työviikkoon sisällyttää erityisiä blogipäiviä. *Helsingin Sanomissa* bloggaaminen on sisällytettävä työpäivään, kuvittelisin, että tilanne on samankaltainen muuallakin. On siis tingittävä jostain muusta. Ehkä se blogien etuihin nähden on kannattavaa. Ja kenties blogien etujen valjetessa, ja blogien sekä muun verkkotoiminnan muuttuessa yhä tärkeämmäksi osaksi median toimintaa, blogipäivät muuttuvat mahdollisiksi.

Ajanpuutteen ohella ongelmana on yhä lisääntyvä työtaakka ja työn vaativuus. Vaikka työtehtävät ehtisikin suorittaa ennen työajan päättymistä, on toimittajan työ henkisesti

haastavaa ja väsyttävää, eikä koko päivän paahtamisen jälkeen välttämättä riitä paukkuja ruveta vielä kirjoittamaan nasevia ja oivaltavia blogimerkintöjä.

Bloggaamisessa tiedonvälityksen nopeus myös korostuu entisestään. Enää ei riitä, että asioita pusketaan verkkoon lähes reaaliajassa, täytyy myös seurata ja kommentoida asioiden synnyttämää keskustelua — ja mielellään mahdollisimman reaaliaikaisesti sitäkin.

Nopeus synnyttää myös noidankehän: mitä useammin bloggaa ja mitä nopeammin reagoi, sitä enemmän lukijat tottuvat odottamaan nopeaa toimintaa. Bloggaaminen vaatii kuitenkin tausta- ja ajattelutyötä siinä missä mikä tahansa journalistinen työ, joten se voi olla hyvin kuluttavaa ja vaativaa, erityisesti muun työn ohessa. Monet suosittu bloggaajat maailmalla pitävätkin taukoja bloggaamisesta juuri sen uuvuttavuuden takia.

Mutta vaikka bloggaaminen aiheuttaa lisäpaineita muutenkin vaativaan työhön, on etuja sen verran paljon, että varmasti tilanteeseen kannattaa yrittää jotenkin sopeutua. Blogiin voi panostaa sen verran kuin resursseja löytyy, eikä tarvitse ajatella tekevänsä maailman syväluotaavinta journalismia. Sitä paitsi blogia voi käyttää myös voimavarojen lähteenä, sitä päivittäessään voi irrottautua työasioista ja puuhastella ihan muiden asioiden parissa — onhan *Helsingin Sanomillakin Koiran elämää* -niminen blogi, jossa eri toimitusten työntekijät kertovat omista koiristaan. Tuskin ovat työasiat pyörineet Katja Kallionpään (2006) mielessä tätä kirjoittaessa:

“Iu”, sanoo Dotje.

Se tarkoittaa: “Haluan herätä ja lähteä tarkistamaan, ovatko muut perheenjäsenet tallella.”

Toisinaan se tarkoittaa, että tule leikkimään.

Ja joskus, että haluan hypätä sohvalle köllöttämään vatsasi päälle.

“Iu” on levinnyt perheen sisällä yleiseen käyttöön. Kun muut sanovat muodikkaasti “aiva” tai “elikkä” tai “kuuminta hottia”, meillä sanotaan “Iu”.

5 TULEVAISUUDENNÄKYMIÄ JA HAASTEITA

5.1 Objektiivisuus vai keskustelu?

Demokraattisen, avoimen luonteensa takia blogit haastavat journalismin perinteistä objektiivisuuden periaatetta. Kenellä tahansa on mahdollisuus tuoda tietonsa ja näkemyksensä esille, ja nimenomaan suoraan ja omin sanoin, ilman suodattimena toimivaa journalistia. Vaikka hyvän journalistisen tavan mukaan perinteisissä jutuissakin toki annetaan eri osapuolille tilaisuus tuoda oma näkemyksensä esiin, näkemykset suodattuvat journalistin ja tämän käsityskyvyn, arvojen ja ilmaisun läpi.

Journalismissa objektiivisuus ja puolueettomuus on nostettu jalustoista pyhimmälle. On ajateltu, että toimittajan tulisi työssään jättää omat arvonsa ja mielipiteensä taka-alalle ja välittää yleisölle vain ehdottomat faktat. Periaate on toki ylevä, mutta samalla vaarallinen. Jos sen enempää toimittajat kuin yleisökään eivät tiedosta uutisointiin kätkeytyviä arvoituksia — jotka kuitenkin vaikuttavat kaikkeen aiheen ja näkökulman valinnasta yksittäisiin sanavalintoihin — objektiivisena pidetty tiedonvälitys välittää arvoja ja normeja ilman, että vastaanottaja sitä välttämättä edes tiedostaa. Risto Kuneliusella on osuvia esimerkkejä sanavalintojen merkityksestä:

Kun keskustelua vaikkapa Suomen metsien saastumisesta aikanaan kuvattiin kiistaksi, huomio asiassa kiinnittyi ennen muuta metsäntutkijoiden keskinäisiin ristiriitoihin eikä itse metsien tilaan. Kun Suomessa puhuttiin Eurooppaan, 'menemisestä', jäsenyivät EU-kiistan osapuolet helposti niiksi, jotka haluavat eteenpäin ja niiksi, jotka haluavat pysyä paikallaan.

(Kunelius 1997, 129.)

Kunelius toteaaakin: ”joukkoviestinnän tuottaminen merkitsee jatkuvia arvovalintoja ja ihmisten käyttäytymisen arvioimista. Jo tässä mielessä joukkoviestintä aina perustuu emoyhteiskuntansa normeille ja arvoille.” (Kunelius 1997, 171.) Hän kirjoittaa myös: ”joukkoviestintä ylläpitää arvoja ja normeja ainakin kahdella tavalla. Ensiksi, se tarjoaa materiaalia, jota kuluttamalla yleisö itse voi uusintaa omaa arvo- ja normijärjestelmäänsä. Toiseksi, joukkoviestintä tyrkyttää mallejaan, normejaan ja arvojaan ihmisten käyttöön.” (Kunelius 1997, 175.)

Ja kaiken tämän media siis tekee näennäisen objektiivisuuden peitepuvussa. Eikä se oikeastaan tee sitä edes tietoisesti, vaan ristiriita on sisäänrakennettu koko järjestelmään

ja objektiivisuuden vaatimuksen mahdottomuuteen. New Yorkin yliopiston journalistiikan professori Jay Rosenin (2005) mukaan asiantuntijat julistavatkin objektiivisuuden vaatimuksen loppua journalismissa. Blogging, Journalism and Credibility -konferenssin alustuksessaan hän siteeraa *Newsweekin* toimittajaa Howard Finemania: “The notion of a neutral, non-partisan mainstream press was, to me at least, worth holding onto. Now it’s pretty much dead, at least as the public sees things.” Lisäksi Rosen kertoo Geneva Overholserin Missouri School of Journalismista toteavan näin:

--- *objectivity has outlived its usefulness as an ethical touchstone for journalism. The way it is currently construed, ‘objectivity’ makes the media easily manipulable by an executive branch intent on and adept at controlling the message. It produces a rigid orthodoxy, excluding voices beyond the narrowly conventional.*
(Rosen 2005)

Toki esimerkiksi uutistoiminnassa tietty asiallisuus ja neutraalius on tärkeää ja välttämätöntäkin. Vähintään yhtä tärkeää on kuitenkin, että sekä toimittajat itse että yleisö ymmärtävät, ettei täysin objektiivista journalismia ole olemassa. Blogit ja median sekä verkkomaailman lähentyminen voivat mielestäni edistää tätä käsitystä. Ja onpa media jo ottanut uuden tilanteen todesta ja ryhtynyt reagoimaan siihen — nimenomaan verkon avulla.

Vuoden 2006 kesäkuussa BBC ilmoitti ryhtyvänsä julkaisemaan *The Editors* -nimistä blogia, jonka tarkoituksena on tehdä BBC:n toiminnasta yleisölle avoimempaa ja läpinäkyvämpää. BBC:n blogin perustamisesta kertovassa artikkelissa blogiguru Jeff Jarvis toteaa, että media on oppinut internetistä ja blogeista sen, että median tärkein hyve on läpinäkyvyys. Jarvis kyseenalaistaa journalismin perinteiset vaatimukset, objektiivisuuden ja totuuden välittämisen yleisölle:

--- *being objective is a really hard thing to prove because we're all humans. But we thought in journalism that it was our job to deliver the truth, when in fact it's our job to let the audience decide what's true. Part of that is that the public has a perfect right to see the process and that's why transparency is important.*
(Wilson 2006.)

Jay Rosen (2005) kertoo puheenvuorossaan myös Pew Research Centerin tutkimuksesta, jonka mukaan vuonna 1988 lähes 60 prosenttia amerikkalaisista uskoi

median puolueettomuuteen, ja tuolloin sitä pidettiin vaarallisen matalana lukuna.

Vuonna 2004 puolueettomuuteen uskoi enää 38 prosenttia — eikä monikaan varmasti ajattele sen olevan huono asia.

Yleisön luottamus median objektiivisuuteen on laskenut. Jos media edelleen pitää objektiivisuuden illuusiosta kynsin hampain kiinni, vaarana on, että luottamus mediaan ylipäänsä heikkenee — entisestään.

5.2 Blogit median vahteina

Helsingin Sanomien verkkotoimituksen kehityspäällikkö Pekka Pekkalan (2007)

mukaan osa toimittajista ei pidä blogeista, koska he suhtautuvat negatiivisesti ajatukseen harrastelijajournalisteista. Ärtymyksen taustalla lienee osittain pelko omista työmahdollisuuksista: jos vapaaehtoisten bloggaajien armeija hoitaa tiedonvälityksen yhtä hyvin kuin ammattitoimittajat, miten käy ammattitoimittajien? Pelko siitä, että blogit syrjäyttäisivät median, lienee aiheeton. Mutta lisää päänvaivaa bloggaajat journalisteille varmasti aiheuttavat.

Time-lehden kolumnisti Ana Marie Cox (2006) kirjoittaa lehden verkkoversion Matt Drudgesta, *The Drudge Reportin* perustajasta kertovassa artikkelissa näin: “today a flotilla of freelance fact checkers make life more difficult for the salaried employees of what has come to be known as the MSM, or mainstream media.” Bloggaajat toimivat siis eräänlaisina median vahteina ja tarkastajina, puuttuen virheisiin ja lisäten painetta median toimintaan. Onkin olemassa bloggaajia, joiden yhtenä pyrkimyksenä on taistella valtamedian puutteita, kuten tietyistä asioista vaikenemista ja pintapuolista uutisointia vastaan.

Kunnianhimoinen journalismi yhdessä ajan- ja resurssienpuutteen kanssa on vaikea yhtälö. On siis ymmärrettävää, että joitakin journalisteja heidän työhönsä puuttuvat bloggaajat ärsyttävät — ikään kuin tässä ei muutenkin oltaisi tiukilla. Mutta toisaalta, jos media kerran katsoo oikeudekseen kertoa ihmisille, miten maailma makaa, tulisi se pyrkiä tekemään mahdollisimman kattavasti ja kunnianhimoisesti. Paljonhan median puutteista johtuu silkasta laiskuudesta: monimutkaisiin asioihin ei vain viitsitä paneutua

pohjamutia myöten, ja on niin paljon helpompaa muokata lehdistötiedote uutiseksi kuin tehdä oikea journalistinen juttu taustatöineen kaikkineen.

Rebecca Blood havainnollistaa tilanteen hienosti:

When a blogger writes up daily accounts of an international conference, -- that is journalism. When a magazine reporter repurposes a press release without checking facts or talking to additional sources, that is not. When a blogger interviews an author about their new book, that is journalism. When an opinion columnist manipulates facts in order to create a false impression, that is not. When a blogger searches the existing record of fact and discovers that a public figure's claim is untrue, that is journalism. When a reporter repeats a politician's assertions without verifying whether they are true, that is not.
(Blood 2004)

Ero journalistin ja bloggaajan välillä ei siis ole ollenkaan niin selvä, eikä journalistien olisi syytä väheksyä bloggaajia. Bloggaajissa on paljon päteviä ihmisiä, harrastelijoita ja asiantuntijoita, jotka eivät katso median virheitä läpi sormien. HS:n Pekka Pekkalan (2007) mielestä internet tekee hyvää journalismille, koska se pakottaa miettimään, mitä tässä oikeastaan ollaan tekemässä, mikä on journalismin tarkoitus ja mitä ihmiset siltä haluavat. Median ja journalismin asema ei ole mikään jumalan asettama oikeus, vaikka sitä ehkä joskus sellaisena pidetään. On siis varmasti pelkästään hyvä asia, että media joutuu välillä vähän katsomaan itseään peilistä ja tarkistamaan toimintaansa.

5.3 Uutisblogit

New Yorkin yliopiston journalistiikan professori Jay Rosenin ja muiden asiantuntijoiden ajatuksista voi päätellä, että tulevaisuudessa blogit eivät todellakaan toimi vain perinteisen uutisten lähteenä, ne ovat uskottavia ja kilpailukykyisiä uutistoimijoita itsessään. Ja osittainhan näin on jo käynytkin, kuten blogien rooli WTC-iskujen ja viimeistään tsunamin uutisoinnissa todistaa. Turo Uskali (Uskali 2005, 59) luonnehtii, että tsunamin jälkeen ”maailmanlaajuinen uutis- ja etenkin uutiskuvanvälitys siirtyi hetkellisesti valtavirtamedian ammattijournalisteilta silminnäkijöille sekä harrastajajournalistien ylläpitämiin weblogeihin.” *New York Timesin* John Schwartz (2004) taas on todennut näin: “For vivid reporting from the enormous zone of tsunami disaster, it was hard to beat the blogs.”

Yhdysvalloissa uutisblogit ovat jo pitkään toimineet vakavasti otettavina uutisten välittäjinä. Yksi ensimmäisiä todella merkittäviä tapauksia oli Bill Clintonin ja Monica Lewinskyn suhteen julkistaminen *The Drudge Report* -nimisessä blogissa, ja sehän tapahtui jo vuonna 1998. Samainen blogi oli saanut kuuluisuutta jo kaksi vuotta aiemmin paljastaessaan republikaanipuolueen toisen presidenttiehdokkaan. Drudge onkin hyvä esimerkki perinteisen median haastajasta: hän ei ole ammattilainen, mutta hänellä on hyvät kontaktit sekä oma tyyli ja persoona — ja vaikutusvaltaa siinä missä millä tahansa vakiintuneella joukkoviestimellä.

HS:n Pekka Pekkala (2007) huomauttaa, että on aika lailla eri asia blogata Yhdysvaltojen politiikasta englanniksi kuin Suomen politiikasta suomeksi, mutta hän uskoo, että myös Suomessa voisi olla sijaa uutisblogeille:

Näin keskittyneillä sanomalehtimarkkinoilla ku Suomessa ni siinä ois uusille toimijoille tosi hyviä tapoja lähteä liikkeelle ja hyödyntää sitä, me täällä lasitaloissa ollaan vähän hitaita ni joku toinen vois olla vähän nopeampi. Median pystytyskustannukset on ihan minimaaliset ni ihan tämmösenä bisneksenä se ois paljon helpompaa ku aiemmin.”
(Pekkala 2007)

Tyhjästä ei uutisblogiakaan polkaista pystyyn: ”kyllä siinä pitää joku uskottavuus saada joko hyvillä uutisilla tai niillä ihmisillä jotka tekee,” Pekkala toteaa. Hän lisää, että palkkaakin on tietenkin mukava saada kun siirrytään harrastelijoista ammattimaiseen toimintaan, eikä se blogin kautta ole niin yksinkertaista. Pekkalan mukaan suosituimmat blogit saavat jo rahaa mainosten avulla, mutta hän arvelee, ”jos --- sä pääset säännöllisesti semmoseen informaatioon jota voi julkasta ja joka koetaan uutiseksi ni raha minkä sä saat perinteisten kanavien kautta on kuitenkin niin iso tekijä että tuskin sä helposti lähet bloggaamaan sitä.” (Pekkala 2007.)

Ja kun Suomen kokoisesta maasta ja suomeksi bloggaamisesta puhutaan, massamedia takaa kuitenkin edelleen suurimman levikin: ”Hesarin kautta se menee miljoonalle ihmiselle ja blogin kautta se menee kuitenkin vain tuhansille tai kymmenilletuhansille,” Pekkala laskee. (Pekkala 2007)

Tämä on tilanne nyt, mutta jälleen on syytä kääntää katse tulevaisuuteen. Mikä onkaan tilanne vuoden, kolmen vuoden tai viiden vuoden kuluttua? Potentiaalia ainakin löytyy.

5.4 Blogit median haastajina

Siteerasin aiemmin bloggaaja Rebecca Bloodia (2004), jonka kirjoitus kuvastaa mielestäni erinomaisesti bloggaamisen ja journalismin rajojen häilyvyyttä. Kaikki, mitä tehdään perinteisissä toimituksissa, ei välttämättä ole journalismia. Aivan samalla tavalla kaikki, mitä bloggaajat tekevät, ei välttämättä ole amatöörimaista puuhastelua. Journalistit eivät siis voi sivuuttaa bloggaajia ja pysytellä norsunluutorneissaan tuottamassa kansalle ”totuuksia.” Blogit asettavat perinteiselle medialle kiperiä haasteita ja mikäli media aikoo pysyä uskottavana ja kilpailukykyisenä, noihin haasteisiin on vastattava.

Yksilöllisyys ja henkilöityminen ovat ajan trendejä. Vaalit voitetaan tai hävitään poliitikkojen persoonalla, ja lähes alalla kuin alalla sekä tuotteista että ihmisistä rakennetaan brändejä. Kaikkea pitää tuunata, stailata ja muuttaa oman maun mukaiseksi. Internet on massiivisuudestaan huolimatta todellinen yksilöllisyyden pyhäkkö. Kaikki mahdolliset ohjelmat ja käyttöliittymät voi ja täytyy muokata omannäköiseksi (mukaan lukien blogit), ja kotisivuilla sekä erilaisilla henkilökohtaisilla profiileilla voi tuoda itsensä esiin juuri sellaisena kuin haluaa.

Internetille on ominaista myös nopea ja mutkaton viestintä. Sähköposteja ja reaaliaikaisia keskusteluita sävyttävät hymiöt ja nettislangi, ja sekä yksityistä että julkista kommunikaatiota (kuten blogit ja keskustelufoorumit) leimaa pyrkimys nokkeluuteen ja persoonallisuuteen. Suurin osa ainakin minun tuttavistani on Messenger-pikaviestiohjelman käytössä luopunut suurten kirjaimien käytöstä, eikä kielioppi muutenkaan ole järin suuressa huudossa.

Kaikki tämä on todellisuutta ja nykyaikaa, eikä se varmasti voi olla vaikuttamatta siihen, millaista viestintää ihmiset noin yleisemminkin tahtovat. En tietenkään tarkoita, että vaikkapa uutisjutut täytyisi kirjoittaa pienillä kirjaimilla ja lisäillä sekaan hymiö jos toinenkin. Mutta varmasti yleisö kaipaa yhä enemmän henkilökohtaista ja hieman keveämpää otetta myös journalismiin, ja tähän blogit ovat tietysti hyvä väline.

Teknologiablogia itsekin kirjoittanut Pekka Pekkala (2007) toteaa, että tällä hetkellä esimerkiksi nuoret miehet hakeutuvat sankoin joukoin harrastesivustoille ja muille pienille nettisivuille, koska sieltä he saavat uutiset sellaisessa muodossa kuin he

tahtovat, persoonallisella otteella ja siten että kirjoittaja on itse jutussa mukana. ”Et se on niinku kaverilta kaverille. Tietysti sitte *Helsingin Sanomat* on ehkä vähän luotettavampi ku nämä. Mutta kuitenkin jotain niitä hyviä asioita tulee myös tuoda sinne vakavaan mediaan”, Pekkala toteaa.

Internetistä puhuttaessa on tärkeää mainita yhteisöt. Netti on luonut aivan uudenlaisen globaalin yhteisöllisyyden, jossa samoista asioista kiinnostuneet ihmiset eri puolilla maailmaa voivat kommunikoida reaaliajassa keskenään, ja internetissä heillä on myös pääsy samoihin tietolähteisiin. Yhteisöjen sisällä tieto myös leviää nopeasti, ja siitä keskustellaan vilkkaasti. Pekkalan mainitsemat harrastesivustot edustavat juuri tätä yhteisöllisyyttä, ja blogit ovat keino tuoda yhteisöllisyyttä myös perinteiseen mediaan. Pekkalan (2007) mukaan esimerkiksi *Helsingin Sanomien* jokaisen blogin ei ole tarkoitukseen kiinnostaa jokaista lukijaa, tärkeintä on, että jokainen blogi löytää oman lukijakuntansa ja muodostaa sitä kautta oman yhteisön.

Pekkalan mielestä yhteisöllisyys on henkilökohtaisuuden ohella yksi blogien tärkeimpiä ulottuvuuksia. Verrattuna esimerkiksi *Helsingin Sanomien* lukijakunnan muodostamaan yhteisöön blogiyhteisö on eri tavalla lähellä ja läsnä. Blogit luovat pieniä yhteisöjä, joissa voi oikeasti käydä keskustelua sekä toimittajan että muiden lukijoiden kanssa. ”--- Hesarin kokonen yhteisö on mahdottomuus, miljoona ihmistä ei voi järkevästi jutella politiikasta keskenään vaan se on pakko lohkoa pienempiin juttuihin ja siinä se blogi auttaa erinomaisesti.” (Pekkala 2007.)

Internetille ominaista on myös nopeus, ja nopeutta vaaditaan myös tämän päivän medialta. Kun jotain tapahtuu, ihmiset eivät jää odottelemaan seuraavan aamun sanomalehteä tai edes seuraavaa uutislähetystä, he tahtovat tietoa välittömästi. Ja internetistä sitä löytyy, lähes reaaliajassa. Jos valtamedialla ei ole tarjota tietoa, sitä saattaa löytyä harrastajasivuilta ja -blogeista, kuten kävi esimerkiksi Aasian tsunamin aikaan. Jos valtamedia ei kykene vastaamaan nykyajan haasteisiin, mitä virkaa sillä on?

Mutta vaikka blogeilla on etunaan parempi tuntuma internetin ominaisuuksiin ja mahdollisuuksiin, ja vaikka bloggaajat voivat olla hyvinkin päteviä tekijöitä, eivät blogit asiantuntijoiden mukaan ole varsinainen haastaja perinteiselle medialle ja journalismille. Yksityishenkilönä kotikoneelta kirjoittavan bloggaajan on vaikea haastaa vuosikymmenten ajan rakennettua mediataloa, jolla on käytössään kalustot, arkistot, tietopalvelut, resurssit, kontaktit sekä maine ja uskottavuus.

”Järjestelmällinen journalistinen sisällöntuotanto on kovaa työtä, joka vaatii suuret resurssit. Harvalla blogilla on toimittajia eri puolilla maailmaa. Blogosfääri kokonaisuutena toki kattaa kaikki mantereet, mutta moniäänisyytensä vuoksi se koostuu suoranaisestä näkökulmien ja viestien kakofoniasta,” kuvailee Tuomas Kilpi. (2006a, 96.)

Kilpi (2006a, 96) vertailee median ja blogien toimintaa uutisoinnissa: ”Jos kotikuntani valtuusto päättää nostaa ensi vuoden veroprosenttia, voin luottaa siihen, että paikkakunnan sanomalehti kirjoittaa aiheesta. Bloggaajan mielenkiinto voi sen sijaan kohdistua täysin muihin asioihin.” Kilpi toteaa, että yksi perinteisen median vahvuuksista on juuri ennalta-arvattavuus, blogit taas kunnostautuvat henkilökohtaisuudessa ja yllätyksellisyydessä. ”Voin luottaa siihen, että perinteisten uutiskriteerien mukaan merkittävät asiat tulevat käsitellyksi mediassa, ja kokemuksen perusteella osaan myös arvioida millaisen näkyvyyden ne tulevat saamaan”, Kilpi kirjoittaa.

Tuomas Kilpi toteaa, että vaikka blogeissa käsitellään päivän uutisia, tiedot on yleensä hankittu perinteisestä mediasta. ”Tyypillinen bloggaaja voi tuoda asioihin oman näkemyksensä, mutta hän ei käy eduskunnassa haastattelemassa kansanedustajaa, tilaa mielipidetiedustelua tutkimuslaitokselta tai matkusta Lähi-Itään seuraamaan alueen poliittisen tilanteen kehitystä.” (Kilpi 2006, 96.)

Kilpi on varmasti oikeassa, hänen luettelemansa asiat vaativat hyviä resursseja tai kontakteja. Sen sijaan blogien kautta voi perehtyä kansanedustajan näkemyksiin ilman välikäsiä, lukea erilaisten ihmisten mielipiteistä tai seurata Lähi-Idän asukkaan kirjoittelua oman alueensa tilanteesta. Blogien ja journalismin suhde lieneekin ennen kaikkea toisiaan täydentävä. Blogit tuovat esiin — ja auttavat myös mediaa tuomaan esiin — perinteisten uutiskriteerien katveeseen jääviä tai yksinkertaisesti medialta ohi silmien ja korvien meneviä aiheita. Mediakoneiston tuottama tieto taas on elintärkeää suurelle osalle blogeista. Mediaa seuratessaan ja sitä lähteenä käyttäessään blogit toimivat myös median vahteina ja sparraajina, pakottaen median huolellisempaan ja kattavampaan työskentelyyn.

Arvostetun yhdysvaltalaisen *Salon*-verkkolehden silloinen päätoimittaja, nykyinen varapresidentti Scott Rosenberg kirjoitti vuonna 2002:

The rise of blogs does not equal the death of professional journalism. The media world is not a zero-sum game. Increasingly, in fact, the Internet is turning it into a symbiotic ecosystem — in which the different parts feed off one another and the whole thing grows.
(Rosenberg 2002.)

Blogit ja media täydentävät toisiaan, ja molemmat hyötyvät.

6 YHTEENVETO

Blogit ovat tunkeutuneet tajuntaamme ja kielenkäyttöömme vasta viime vuosina, ja heti meidän kaikkien tulisi paitsi olla tietoisia niistä, myös seurata niitä aktiivisesti ja blogata itsekin. Ja juuri kun olimme ehtineet oppia käyttämään sähköpostia.

Uusia tietoteknisiä vempaimia ilmestyy niin median kuin muidenkin alojen avuksi, ja kiusaksi, vähän väliä, ja jo olemassa oleviinkin laitteisiin kehitellään jatkuvasti uusia versioita ja päivityksiä. Samalla työtahti kiristyy kiristymistään. Kuka siinä nyt ehtii kaiken maailman verkkopäiväkirjoja lueskella, saati itse sellaista kirjoittaa?

Realiteetit ovat selvät, mutta silti väitän, että blogeihin perehtyminen kannattaa. Erityisen kannattavaa se on mediatyöntekijöille, jotka kuitenkin elävät tiedosta ja tehokkaasta tiedonsaannista ja -välityksestä. Blogit avaavat medialle ihan uusia tietoväyliä, yksityishenkilöistä ja hartaista harrastajista asiantuntijoihin, poliitikkoihin, yrityksiin, järjestöihin, viranomaisiin... Ja mikä parasta, kaikki on muutaman hiirenklikkauksen päässä. Journalisti voi käyttää blogeja niin varsinaisten uutisaiheiden etsimiseen kuin juttujen täydentämiseen ja elävöittämiseen sekä omien erikoisalojensa uusimpien tuulien seuraamiseen — esimerkiksi.

Eikä journalistien kannata rajoittua pelkästään blogien lukemiseen, myös blogin pitäminen avaa uusia mahdollisuuksia. Blogissa saa oman äänensä esiin — mitä mieltä minä oikeasti olen kaikesta tästä persoonattomasta uutismassasta? Ja mitä tärkeää virallisessa uutisoinnissa ehkä jäi kertomatta? Eikä aiheiden tarvitse rajoittua pelkästään työssä käsiteltäviin asioihin, omassa blogissa voi tuoda esille mitä vaan mikä itseä sattuu kiinnostamaan.

Blogin avulla journalisti saa ainutlaatuisen kontaktin yleisöön. Mielipidepalstat tai edes henkilökohtainen palaute eivät mitenkään vedä vertoja sille, että journalisti voi käydä lukijoidensa kanssa tasa-arvoista, lähes reaaliaikaista keskustelua blogin kommenttiosuuden kautta. Keskustelu palvelee sekä yleisöä että journalistia itseään. Mitä mieltä yleisö uutisoinnista ja mediasta on, mistä he haluaisivat median kertovan? Keskustelujen kautta voi myös avautua uusia näkökulmia ja kysymyksiä, joita journalisti itse ei ole tullut ajatelleeksi.

Blogia seuraavat ja kommentoivat ihmiset voivat toimia tietolähteinä, vaikkapa testaamalla asioita ja tuotteita joista journalisti blogissaan kertoo. Blogien luonteeseen kuuluu muihin blogeihin ja nettisivuihin linkittäminen, joten tietoa voi löytyä myös sitä kautta. Lisäksi hyvistä kommentoijista voi saada hyviä haastateltavia.

Haittapuoliakin bloggaamisessa toki on. Aika on toimituksissa kortilla muutenkin, mistä siis löytyy aikaa laadukkaaseen bloggaamiseen? Energiasta puhumattakaan. Uskoisin kuitenkin blogien etujen ylittävän niiden haitat, ja sitä mukaa kun blogien merkitys ymmärretään, ehkä niiden ylläpitämiseen annetaan myös enemmän aikaa ja resursseja.

Mistään ihan pienestä ilmiöstä ei ole kyse, sillä blogit asettavat suuria haasteita perinteiselle journalismille. Suurimpana ehkä kysymys journalismin objektiivisuudesta: onko sitä olemassa? Tarvitseeko edes olla? Jo nostamalla esiin tärkeitä, median huomiotta jättämiä kysymyksiä blogit todistavat, että objektiivisuus on melkoinen kupla — median kaikenkattavuudesta puhumattakaan. Median ajatellaan kertovan kaikesta tärkeästä, mitä maailmassa tapahtuu, mutta todellisuudessa median toimintaa ohjaavat suppeat uutiskriteerit sekä resurssien puutteellisuus. Blogit ovat omiaan piiskaamaan perinteistä mediaa kunnianhimoisempaan toimintaan — ja jos media ei ota onkeensa, blogosfääri hoitaa homman itse.

Ammattijournalistien ei kuitenkaan tarvitse pelätä työpaikkojensa puolesta, blogit eivät mitään todennäköisimmin ole syrjäyttämässä perinteistä mediaa. Varmasti niiden merkitys kuitenkin kasvaa jatkuvasti, joten ei niitä sivuuttaakaan voi. Perinteinen media ja blogit tulisikin nähdä toisiaan täydentävinä asioina. Molemmilla on omat hyvät puolensa, joista toinen voi ottaa oppia. Perinteisellä medially on pitkät perinteet, joten sillä on käytössään ylivoimaiset resurssit ja kontaktit bloggaajiin nähden. Lisäksi uskottava, luotettava journalismi on vaikea laji, ja vaatii paljon ammattitaitoa ja työtä. Blogit taas

ovat uusi ilmiö, ja muun muassa siitä johtuen niillä on tuore ja persoonallinen ote asioihin. Lisäksi ne ovat riippumattomia esimerkiksi omistajasuhteista. Bloggaajat myös ymmärtävät paremmin internetin edut ja ominaispiirteet.

Bloggaajien ei pidä muuttua journalisteiksi, eikä journalistien todellakaan pidä siirtyä pelkkään bloggaamiseen. Journalistit voivat kuitenkin oppia bloggaajilta henkilökohtaisuuden ja yhteisöllisyyden merkityksen, niistä kun voi olla valtavasti hyötyä työssä. Bloggaajat taas voivat oppia journalisteilta ammattimaisuutta ja journalistista otetta ainakin mitä tulee taustatyöhön ja tietojen paikkansapitävyyteen. Mutta ihan noin alkajaisiksi, jokaisen journalistin kannattaisi tehdä kunnon sukellus blogosfääriin.

Lopuksi täytyy todeta, että koska blogeissa ja koko internetissä piilee niin suuria mahdollisuuksia, on helppo innostua ja maalaila turhankin ruusunpunaisia kuvia. Itselläni on vahva usko blogien potentiaaliin, mutta potentiaali on tietenkin eri asia kuin se, miten asiat käytännössä ovat. Blogeja on jo nyt valtavasti, ja määrä kasvaa kokoajan. Yksittäisellä blogilla, oli se kuinka hyvä tahansa, on suuri riski hukkaa massaan, eivätkä sen kirjoittajan näkemykset silloin juuri edistä globaalia tai mitään muutakaan keskustelua. Internetin yleiset luotettavuusongelmat liittyvät vahvasti myös blogeihin: koskaan ei voi täysin varmasti tietää, onko toinen osapuoli se kuka väittää olevansa. Näin ollen kaikkeen tietoon ja keskusteluun tulee suhtautua kriittisesti.

Viime kädessä potentiaalın toteutuminen on kiinni ihmisten mielenkiinnosta ja käyttäytymisestä: onko mediallya aikaa ja mahdollisuuksia ottaa blogit osaksi jokapäiväistä työskentelyään? Entä miten yleisö reagoi, saavatko blogit tarpeeksi lukijoita, jättävätkö ihmiset niihin kommenttejaan? Tuleeko blogeista valtamedian foorumi siinä missä uutiset tai kolumnitkin, vai jäävätkö ne pienen piirin puuhasteluksi? Ovatko ne mahdollisesti vain yksi uusi it-kupla?

Avoimia kysymyksiä on paljon, vastauksilla voi spekuloida mutta todellisuudessa vain aika näyttää, miten hyvin potentiaali toteutuu ja miten radikaalisti blogit maailmaa muuttavat. Mutta yleensähan merkittävimmät muutokset tapahtuvat silloin, kun jaksetaan uskoa mahdollittomaan.

LÄHTEET

Blogilista 2007. <<http://www.blogilista.fi/>> [Luettu 3.3.2007]

Blood, Rebecca 2000. Weblogs: A History and Perspectives. Rebecca's Pocket -blogi 7.9.2000 <http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html> [Luettu 18.11.2006.]

Blood, Rebecca 2004. A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do About It. Rebecca's Pocket -blogi 15.4.2004. <http://www.rebeccablood.net/essays/what_is_journalism.html> [Luettu 27.3.2007.]

Cox, Ana Marie 2006. Matt Drudge. Time 30.4.2006. <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1186874,00.html>> [Luettu 17.11.2007.]

Gillmor, Dan 2004. We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. USA: O'Reilly Media. <<http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>> [Luettu 28.3.2007.]

GM Blogs 2007. <<http://www.gmblogs.com/>> [Luettu 13.3.2007.]

Haltia, Mirva 2004. Tätä et näe valtamediassa: HKL-STA fuusion käsittely. Haltian vaaliyö -blogi 16.9.2004. <<http://haltia.blogspot.com/2004/09/tt-et-ne-valtamediassa-hkl-sta-fuusion.html>> [Luettu 19.11.2006.]

Harmanci, Reyhan 2005. Time to get a life - pioneer blogger Justin Hall bows down at 31. San Francisco Chronicle 20.2.2005. <<http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/c/a/2005/02/20/MNGBKBEJO01.DTL>> [Luettu 17.11.2006.]

Jalkanen, Janne 2004. Mikä on blogi? The ButtUgly Weblog -blogi 8.10.2004. <<http://www.ecyrd.com/ButtUgly/wiki/Mik%C3%A4OnBlogi>> [Luettu 19.11.2006.]

Jensen, Mallory 2003. Emerging alternatives — A Brief History of Weblogs. Columbia Journalism Review 5/2003. <<http://www.cjr.org/issues/2003/5/blog-jensen.asp?printerfriendly=yes>> [Luettu 20.11.2006]

Kaihovaara, Riikka 2007. Oliko aika kypsä huume keskustelulle? MOT:n blogi 23.2.2007. <<http://blogit.yle.fi/node/1453>> [Luettu 26.3.2007.]

Kallionpää, Katja 2006. Iu. Koiran elämää -blogi 2.10.2006. <<http://blogit.hs.fi/koirat/iu/>> [Luettu 28.3.2007.]

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

Kilpi, Tuomas 2006b. Blogi vaikuttaa vaaleihin. Blogikirja-blogi 4.10.2006. <<http://blogikirja.blogspot.com/2006/10/blogi-vaikuttaa-vaaleihin.html>> [Luettu 19.11.2006]

Kilpi, Tuomas 2006c. Poliisiblogi. Blogikirja-blogi 19.9.2006. <<http://blogikirja.blogspot.com/2006/09/poliisiblogi.html>> [Luettu 19.11.2006]

Kilpi, Tuomas 2006d. Surutyötä bloggaamalla. Blogikirja-blogi 28.9.2006. <<http://blogikirja.blogspot.com/2006/09/surutyt-bloggaamalla.html>> [Luettu 19.11.2006]

Korhola, Eija-Riitta 2007. Der Spiegel noteerasi Vanhasen rakkauselämän. Eija-Riitta Korholan blogi 13.3.2007. <<http://www.korhola.com/v1.028/sivu.php?lang=fi>> [Luettu 28.3.2007]

Kunelius, Risto 1997. Viestinnän vallassa. Juva: WSOY.

McChesney, Robert 1998. Making Media Democratic. Boston Review, kesä 1998. <<http://bostonreview.net/BR23.3/mcchesney.html>> [Luettu 28.3.2007]

Meriläinen, Reetta 2007. Korkealta ja kovaa. Lasitalon emäntä -blogi 21.2.2007. <<http://blogit.hs.fi/paatoimittaja/korkealta-ja-kovaa/>> [Luettu 21.2.2007]

Milblogging.com 2007 <<http://milblogging.com/about.php>> [Luettu 26.3.2007]

Outing, Steve 2005. Taking Tsunami Coverage into their Own Hands. Poynteronline 6.1.2005. <http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=76520> [Luettu 13.3.2007]

Pekkala, Pekka 2007. Helsingin Sanomien verkkotoimituksen kehityspäällikkö. Haastattelu 19.3.2007.

Rahkonen, Susanna 2006. Koiran virka? Susanna Rahkosen blogi 28.3.2006. <http://susannarahkonen.blogspot.com/2006_03_01_archive.html> [Luettu 27.3.2007]

Rosen, Jay 2005. Bloggers vs. Journalists is Over. PressThink -blogi 21.1.2005. <http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk_essay.html> [Luettu 13.3.2007]

Rosenberg, Scott 2002. Much ado about blogging. Salon 10.5.2002. <<http://archive.salon.com/tech/col/rose/2002/05/10/blogs/index.html?pn=2>>

Räty, Reetta 2007. Atomic Dog. Mitä ajattelin tänään -blogi 17.3.2007 <<http://blogit.hs.fi/reetta/atomic-dog/>> [Luettu 26.3.2007]

Schwartz, John 2004. Blogs Provide Raw Details From Scene of the Disaster. The New York Times 28.12.2004. <<http://www.nytimes.com/2004/12/28/technology/28blogs.html?ex=1261890000&en=861d90080b50622f&ei=5090&partner=rssuserland>>

Schwartz, Jonathan 2007. The Internet and Regulation FD. Jonathan's Blog 8.3.2007. <<http://blogs.sun.com/jonathan/date/20070308>>

Uskali, Tero 2005. Tsunami ja internet. Tiedotustutkimus 3/2005. 59-66.

Vilén, Petri 2005. Mitä kansalaisjournalismi on? Kansalaisjournalismi-blogi 9.5.2005.
<http://www.journalismi.com/arkisto/suosittelavaa/mitae_kansalaisjournalismi_on.html> [Luettu 28.3.2007]

Wikipedia 2007, s.v. blog. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>> [Luettu 17.11.2006]

Wilson, Giles 2006. Down with blogs... so here's another. BBC:n verkkosivut
26.6.2006. <<http://news.bbc.co.uk/1/hi/magazine/5116654.stm>> [Luettu
20.11.2006]

Yang, Jonathan 2006. The Rough Guide to Blogging. London: Rough Guides.