

VAASAN YLIOPISTO

Markkinoinnin ja viestinnän yksikkö

Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Tuulia Tikkamäki

”En ajatellut silloin, kuinka moni tätä oikeasti voisi lukea”

Lifestylebloggaajien käsityksiä yksityisyydestä ja sen hallitsemisesta

Digitaalisen median pro gradu -tutkielma

Vaasa 2018

SISÄLLYS

KUVIOT	2
TAULUKOT	2
TIIVISTELMÄ	3
1 JOHDANTO	5
1.1 Tavoite	6
1.2 Aineisto	8
1.3 Menetelmä	9
2 BLOGIT OSANA MEDIAKENTTÄÄ	12
2.1 Sosiaalisen median ominaispiirteet	12
2.2 Blogien kasvu verkkopäiväkirjasta mediaksi	15
2.2.1 Lifestyleblogien olemus	16
2.2.2 Lukijat osana blogosfääriä	19
2.3 Bloggaajan vapaus ja vastuu	21
3 YKSITYISYYS JA SEN HALLITSEMINEN	23
3.1 Julkisen ja yksityisen määrittelyä	23
3.2 Intimisoitunut julkisuus	24
3.3 Yksityisyys sosiaalisessa mediassa	26
3.4 Yksityisyyden ja avoimuuden vaikutelmat osana profiilityötä	27
3.5 Yksityisyyden hallinnan teoria eli CPM	30
3.5.1 Yksityisyyden omistajuus	31
3.5.2 Yksityisyyden hallinta	32
3.5.3 Paljastamisen hyödyt ja riskit	35
3.5.4 Yksityisyyden kuohunta	38
4 YKSITYISYYDEN HALLITSEMINEN LIFESTYLEBLOGEISSA	42
4.1 Bloggaamisen motiivit	44

4.2 Bloggaajien käsityksiä yksityisyydestä ja sen hallinnasta	47
4.2.1 Käsityksiä yksityisyydestä blogissa	47
4.2.2 Yksityisyyden säännöt	52
4.3 Bloggaamisen hyöty- ja riskitekijät	60
4.3.1 Lifestylebloggaamisen hyödyt	60
4.3.2 Lifestylebloggaamisen riskitekijät, haitat ja yksityisyyden huolet	64
4.4 Bloggaajien kokema yksityisyyden kuohunta	67
4.4.1 Yksityisyyden rajojen häiriintyminen	67
4.4.2 Yksityisyyden sääntöjen muutokset	71
4.5 Katsaus lifestyleblogien nykytilaan ja tulevaisuuteen	73
4.6 Yhteenveto	76
5 PÄÄTÄNTÖ	83
LÄHTEET	88
LIITTEET	
Liite 1. Kyselytutkimuksen kysymykset	33
KUVIOT	
Kuvio 1. Sosiaalisen median kolmikantainen käsitteenmäärittely	13
Kuvio 2. CPM-teorian rakenteen kolme peruselementtiä	31
Kuvio 3. Blogien uniikit viikkokävijät	42
Kuvio 4. Yksityisyyden aste aihepiireittäin	53
TAULUKOT	
Taulukko 1. Vastaajien tiedot	43
Taulukko 2. Aineistossa esiintyneet bloggaamisen syyt	45

VAASAN YLIOPISTO**Viestinnän ja markkinoinnin yksikkö**

Tekijä:	Tuulia Tikkamäki
Pro Gradu:	”En ajatellut silloin, kuinka moni tätä oikeasti voisi lukea” Lifestylebloggaajien käsityksiä yksityisyydestä ja sen hallitsemisesta
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Koulutusohjelma:	Viestinnän monialainen maisteriohjelma
Suuntautumisvaihtoehto:	Digitaalinen media
Valmistumisvuosi:	2018
Työn ohjaaja:	Merja Koskela

TIIVISTELMÄ:

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten suositut suomalaiset lifestylebloggaajat hallitsevat yksityisyytään tuottaessaan sisältöä blogiinsa. Blogien suosio on kasvanut Suomessa 2010-luvun aikana merkittävästi, ja blogit ovat nousseet merkittäväksi mediaksi perinteikkäämpien medioiden rinnalle. Blogit ovat osa sosiaalista mediaa, jolla tarkoitetaan internetin uusia palveluita ja sovelluksia, joissa käyttäjät kommunikoinnin lisäksi tuottavat itse myös sisältöä. Bloggaajat ovat vakiinnuttaneet roolinsa mielipidevaikuttajina mediakentässä ja suosituimpien elämää seuraa ja arvostelee viikoittain kymmeniä tuhansia silmäpareja. Kun lukijamäärät nousevat, on yksityisyyden hallitseminen blogin sisällöntuotannossa tullut entistä tärkeämmäksi.

Tämän työn teoreettinen viitekehys jakautuu kahteen pääteemaan: lifestyleblogiin ilmiönä sekä yksityisyyden hallitsemiseen. Tutkimusaineistoni koostuu lifestylebloggaajille sähköisesti lähetetyn kyselytutkimuksen vastauksista. Analyysissä on mukana yhteensä 15 vastausta, ja vastaajat ovat 21–56-vuotiaita naisia. Tutkimus on pääosin laadullinen, mutta siinä hyödynnetään myös kvantitatiivisen tutkimuksen keinoja. Kerättyä aineistoa analysoidaan teoriaohjaavan sisällönanalyysin avulla.

Tutkimukseni tulosten mukaan suosittujen suomalaisten lifestylebloggaajien käsitykset yksityisyydestä ja sen hallitsemisesta poikkeavat toisistaan, mutta erilaisista yksityisyyden säännöistä riippumatta bloggaajien yksityisyyden hallinnassa yhdistävänä tekijänä on vahva käsitys yksityisyyden omistajuudesta. Bloggaajat uskovat olevansa yksityisen tietonsa ainoita omistajia, ja he luottavat paitsi oikeuteensa suojella yksityistä tietoaan myös myöntää pääsy näihin tietoihin. Bloggaajien yksityisyyden säännöt ovat viime vuosina pääosin tiukentuneet ja sisältöä mietitään yhä tarkemmin ennen julkaisua, mikä johtaa sisällön aitouden katoamiseen. Yksityisyyden hallitseminen vaatii suositulta bloggaajalta jatkuvaa tasapainoilua yksityisen ja julkisen rajalla.

AVAINSANAT: julkisuus, lifestyleblogi, sosiaalinen media, yksityisyyden hallinta

1 JOHDANTO

Blogien suosio on kasvanut merkittävästi 2010-luvun aikana, ja blogit ovat vuosien saatossa nousseet yhdeksi merkittävistä medioista muiden sosiaalisen median kanavien kuten Facebookin, Instagramin ja Snapchatin rinnalle. Suosituimmista bloggaajista on tullut julkisuuden henkilöitä, ja erityisesti nuoremman lukijakunnan idoleita, joita fanitetaan ja seurataan herkeämättä. Bloggaaminen on muuttunut koko ajan entistä julkisemmaksi ja ammattimaisemmaksi, mikä parhaimmillaan oikeuttaa yhteistyökumppanuuksiin ja mahdollisuuksiin, mutta pahimmillaan johtaa tappouhkauksiin, vainoamiseen ja henkilökohtaisiin yksityisyyden rajojen loukkauksiin, jotka saattavat kohdistuvat itse bloggaajan lisäksi hänen läheisiinsä.

Blogien lukijamäärät ovat 10 vuodessa nousseet merkittävästi. Tilastokeskuksen vuosittaisen tieto- ja viestintätekniikan käyttötutkimuksen mukaan vuonna 2007 blogeja luki 33% koko väestöstä, kun vastaava lukema vuonna 2017 oli 42%. Erityisesti nuorten aikuisten keskuudessa blogit ovat suosiossa, sillä 25–34-vuotiaista jopa 66% luki blogeja vuonna 2017. (Tilastokeskus 2007, 2017) Blogit ja bloggaajien sosiaalisen median kanavat ovat vakiinnuttaneet paikkansa merkittävänä viestintä- ja markkinointikanavana. Blogit ovat ikään kuin kaverin ja aikakauslehden yhdistelmä, joka tarjoaa kiinnostavaa ja inspiroivaa sisältöä helposti samaistuttavassa muodossa.

Blogit tarjoavat paitsi vertaistukea ja inspiraatiota, myös helpon kanavan toisen elämän tirkistelyyn: bloggaaja ottaa lukijan mukaan omaan arkeensa ja vie hänet tekstien, kuvien ja videoiden välityksellä toisinaan osaksi jopa sellaisia asioita, joista edes läheisten kanssa ei välttämättä puhuta. Lukijamäärien suuri kasvu on kuitenkin pakottanut bloggaajat miettimään omaa ja läheistensä yksityisyyttä tarkemmin.

Bloggaajat rajaavat yksityisyyttään hyvin eri tavoin; siinä missä toinen paljastaa intiimejä ja yksityisiä asioita, pitää toinen yksityisyytensä rajat tiukasti kiinni raottamatta niitä juuri lainkaan. Suunnitelmallisen itsen esittämisen eli profiilityön edelläkävijöinä toimivat sosiaalisessa mediassa juuri bloggaajat, ja he näyttävät mallia muille, miten sosiaalisessa mediassa toimitaan, mitä voi ja on sallittua paljastaa.

1.1 Tavoite

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, miten suositut suomalaiset lifestylebloggaajat hallitsevat yksityisyytään blogissaan. Tutkimukseni runko koostuu kolmesta tutkimuskysymyksestä:

1. Millaisia käsityksiä bloggaajilla on yksityisyydestään?
2. Millaisia hyöty- ja riskitekijöitä bloggaajat kohtaavat jakaessaan elämäänsä blogissaan?
3. Millä tavoin bloggaajien yksityisyyden rajoja on häiritty tai rikottu ja mitä siitä on seurannut?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla pyritään selvittämään bloggaajien käsityksiä yksityisyydestä, heidän suhtautumistaan yksityisyyteen sekä bloggaajien yksityisyyden sääntöjä eli millaisia asioita bloggaajat blogissaan kertovat ja millaiset asiat halutaan pitää yksityisenä. Toisen tutkimuskysymyksen tarkoituksena on kartoittaa, millaisia etuja ja hyötyjä sekä toisaalta riskejä ja huolia bloggaajat ovat kohdanneet jakaessaan elämäänsä blogissaan. Kolmannen tutkimuskysymyksen avulla lähestytään tilanteita, jolloin bloggaajan yksityisyyden hallinta on pettänyt tai on ollut pettämässä, ja ikävä kokemus on aiheuttanut mahdollisesti muutoksia yksityisyyden hallintaan. Näiden kolmen tutkimuskysymyksen avulla saadaan kattava näkökulma kyselyyn osallistuneiden lifestylebloggaajien yksityisyyden hallitsemiseen ja täten päästään tämän tutkimuksen tavoitteeseen.

Tässä tutkimuksessa aihetta lähestytään Sandra Petronion (2002, 2013) luoman yksityisyyden hallinnan teorian eli Communication Privacy Management -teorian (CPM) pohjalta. Kyseinen teoria kuvaa sitä, miten ihmiset tekevät päätöksiä siitä, mikä on julkista ja mikä yksityistä (Berger 2005: 428). Teoria on suunniteltu alun perin kuvaamaan kasvokkaista viestintää, mutta sovellan sitä tässä tutkimuksessa blogiaineistoon, sillä aikaisemmissa tutkimuksissa sen on osoitettu tarjoavan toimivan viitekehyksen myös digitaalisen viestinnän tutkimukseen (ks. esim. Child, Petronio, Agyeman-Budu & Westermann 2011) Tutkimuskysymykset heijastavat CPM-teorian

kolmijakoa yksityisyyden omistajuuteen, hallintaan sekä kuohuntaan. Teoriassa yksityisyyden omistajuuden kautta määritellään yksityisen tiedon rajoja ja yksityisyyden hallinnan avulla säännöstellään pääsyä yksityisiin tietoihin. Mikäli rajojen koordinointi tai hallitseminen epäonnistuu, syntyy kuohuntaa. (Petronio 2013: 8–11)

Oletan, että bloggaajien käsitykset yksityisyydestä ja sen hallitsemisesta eroavat toisistaan verrattain paljon ja että toiset rajaavat bloginsa sisältöä huomattavasti tiukemmin kuin toiset. Pidän todennäköisenä, että osa bloggaajista näkee henkilökohtaisuuden enemmän mahdollisuutena kuin uhkana. Tämän tutkimuksen tulokset tarjoavat uutta tietoa lifestylebloggaajien tavoista hallita yksityisyyttään eli toisin sanoen heidän tavoistaan rajata, hyödyntää ja määrittää yksityistä ja julkista, mikä puolestaan auttaa ymmärtämään kaikista blogeista ja blogisisällöistä koostuvan kotimaisen yhteisön eli blogosfäärin nykytilaa sekä määrittämään julkaisemisen normeja sosiaalisessa mediassa.

Viime vuosina blogeihin liittyviä tutkimuksia on tehty koko ajan enemmän, ja aiheesta löytyy monipuolisesti kirjallisuutta ja erityisesti kansainvälisiä tutkimuksia. Merkittävä blogeihin laaja-alaisemmin liittyvä kotimainen tutkimus on Nopparin ja Hautakankaan työ (2012), jossa tarkastelussa ovat muotiblogi-ilmiö ja sen kytkökset ammattimaisesti tuotettuun mediaan. Viestintäalan Tutkimussäätiön rahoittama ja Aller Median toteuttama Suuri blogitutkimus (2014) on sen sijaan ensimmäinen sekä blogien lukijoiden että itse bloggaajien näkökulmia mitannut laaja tutkimus (Medialiitto 2014).

Tutkimukset ovat kuitenkin Suomessa keskittyneet vahvasti blogien kaupallisuuteen sekä blogien perustamiseen eikä niinkään bloggaajien yksityisyyden hallitsemiseen tai sen ilmiöihin. Yksityisyyden hallitsemista koskevat tutkimukset ovat puolestaan suurilta osin keskittyneet Suomessa muihin julkisuudessa esiintyviin henkilöihin kuten poliitikkoihin, joihin bloggaajia ei voi mielekkäästi verrata. Kansainvälisesti bloggaajien yksityisen ja julkisen rajaamista ovat tutkineet muun muassa McCullagh (2008), Tang ja Wang (2012) sekä Taddicken (2014). Lisäksi esimerkiksi Child ym. (ks. esim. 2011) ovat tehneet merkittävää työtä bloggaajien yksityisyyden hallinnan tutkimuksessa hyödyntäen

nimenomaan CPM-teoriaa. Kansainvälisesti kyseinen teoria on huomattavasti käytetympi blogitutkimuksessa kuin Suomessa.

Bloggaamisen normit ja tavat poikkeavat maakohtaisesti muiden kulttuurierojen rinnalla, minkä vuoksi nämä tutkimukset eivät ole suoraan verrannollisia suomalaiseen blogosfääriin. Blogeilla on hyvin merkittävä rooli viestinnän kentässä myös Suomessa ja sitä tulisi ymmärtää laajemmin kuin ainoastaan kaupallisesta näkökulmasta. Yksityisen ja julkisen rajaaminen blogosfäärissä on ajankohtainen ja mielenkiintoinen tema, joka on noussut yhä useammin blogeissa esiin. Se tuntuu aiheuttavan paitsi lukijoissa myös bloggaajissa itsessään runsaasti ristiriitaisia tunteita ja jopa ahdistusta. Vaikuttaa siltä, että vuonna 2017 blogeissa eletään eräänlaista murrosvaihetta, jolloin yksityisyyden ja julkisen rajoja hahmotellaan uudelleen.

1.2 Aineisto

Tutkimukseni aineisto koostuu Indiedays- tai Lifie-portaaleissa vuosien 2016–2017 aikana kirjoittaneille lifestylebloggaajille sähköisesti lähetetyn kyselytutkimuksen vastauksista. Valitsin nämä kaksi blogiportaalia siksi, että näin tutkimukseen avautui mahdollisuus saada mukaan eri ikäisiä vastaajia ja eri kohderyhmiä tavoitettavia blogereita. Indiedays on vuonna 2010 perustettu muotiin, kauneuteen ja hyvinvointiin painottuva blogiportaali, jossa bloggaajat ovat pääosin nuoria naisia, kun taas Lifien alla kirjoittavat ovat pääosin yli 30-vuotiaita perheellisiä naisia.

Vastaajia ei valittu sattumanvaraisesti, vaan kyselyn linkki lähetettiin 19.5.2017 bloggaajille, joiden blogi täytti halutut kriteerit. Blogissa tuli vierailta säännöllisesti yli 1000 uniikkia viikkokävijää ja blogin piti olla lifestylepainotteinen eli omasta elämästä kertova. Mukaan haluttiin ison lukijamäärän tavoitettavia blogereita siksi, että niiden kirjoittajilla on oletettavasti enemmän kokemusta yksityisyyden hallitsemisesta ja siihen liittyvien valintojen seurauksista kuin pienen lukijamäärän tavoitettavilla bloggaajilla, joiden julkaisut eivät todennäköisesti päädy niin ison yleisön luettavaksi. Nämä kriteerit täyttäviä blogereita löytyi Indiedays- ja Lifie-portaaleista yhteensä 33. Vastauksia kertyi

kokonaisuudessaan 25, joista koko kyselyyn vastasi 14 henkilöä ja osittain 11 henkilöä. Osittain vastatuista kyselyistä yksi oli kuitenkin käyttökelpoinen, sillä vastaaja oli vastannut yli puoleen kysymyksistä, joten analyysini koostuu kaikkiaan 15 vastauksesta. Kyselyyn vastanneista kaikki olivat 21–56-vuotiaita. Blogin kirjoittamisen lisäksi vastaajista yhdeksän henkilöä ylläpitää myös YouTube-kanavaa eli tekee myös videoblogeja.

Kyselytutkimus sisälsi 28 kysymystä ja se jaoteltiin viiteen eri osioon: demografiset tekijät, blogin perustiedot, yksityisen ja julkisen rajaaminen, julkisuus sekä blogosfäärin muutos (ks. liite 1). Demografisilla tekijöillä kartoitettiin vastaajien ikää, koulutusta ja parisuhdestatusta, blogin perustiedoilla puolestaan lukijamääriä, kirjoittamisen motiiveja sekä blogin ikää ja sisältöä. Yksityisen ja julkisen rajaamiseen painottuvassa osiossa selvitettiin useiden eri kysymysten kautta bloggaajien näkemyksiä yksityisyydestä ja toisaalta myös henkilökohtaisuuden hyödyntämistä osana brändin rakentamista. Julkisuusosio kartoitti julkisuuden tuomia hyötyjä ja haittoja, ja viides eli viimeinen osio käsitteli blogosfäärin muutoksen mahdollisia seurauksia bloggaamiseen ja yksityisyyden rajaamiseen. Kyselytutkimuksen kysymykset löytyvät liitteestä 1.

Tutkimuksen tuloksia ei voi yleistää koko blogigenreä kattavaksi, mutta ne tarjoavat uutta tietoa bloggaajien näkemyksistä yksityisyyden hallitsemisesta blogin sisällöntuotannossa. Sisällöntuotannolla tarkoitan tässä tutkimuksessa bloggaajien julkaisemia tekstejä, kuvia ja videoita.

1.3 Menetelmä

Tutkimukseni on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jossa hyödynnetään myös kvantitatiivisen tutkimuksen keinoja. Kerättyä aineistoa analysoidaan teoriaohjaavan sisällönanalyysin avulla (ks. esim. Tuomi & Sarajärvi 2009: 96–97). Analyysissä vaihtelevat aineistolähtöisyys ja valmiit mallit. Analyysistä pystyy tunnistamaan aikaisemman tiedon vaikutuksen, mutta teoriaa ei suoraan testata vaan tavoitteena on avata uusia ajattelumalleja.

Tutkimusaineisto kerättiin sähköisesti standardoidulla survey-tutkimuksella, jossa kaikille esitettiin samat kysymykset samassa järjestyksessä. Kyselyn linkki lähetettiin valituille 33 bloggaajille sähköpostin välityksellä. Kysymyksiä oli yhteensä 28 ja ne olivat pääosin avoimia lukuun ottamatta neljää suljettua kysymystä sekä osioita, jossa vastaajan tehtävänä oli osoittaa numeron avulla aihepiirin yksityisyyden taso. Analysoitavat vastaukset tallennettiin SurveyMonkey-sivustolta tietokoneelle ja sieltä edelleen tulostettiin paperiseksi versioksi analyysin toteuttamisen helpottamiseksi. Koko aineisto luettiin useaan kertaan läpi ja siitä ryhdyttiin etsimään tutkimuksen ja teorian kannalta olennaisia asioita. Teoria ja aineisto olivat koko analyysin ajan jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään ja lopullinen kokonaisuus muovautui viime metreille saakka, jotta aineisto pystyttiin hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti ja monipuolisesti. Teoria ohjasi vahvasti aineiston teemoittelua ja auttoi löytämään siitä uusia näkökulmia ja yhtäläisyyksiä. Aineistosta nousi esiin kuitenkin myös sellaisia teemoja, jotka eivät olleet suoraan mihinkään teorian kuuluvia, mutta aiheen kannalta tärkeitä.

Jo ensimmäisillä lukukerroilla aineistosta nousi esiin tiettyjä toistuvia teemoja ja toisaalta myös sellaisia aihepiirejä, joissa hajontaa tuli vastauksissa runsaasti. Aineiston jakaminen varsinaisiin pääteemoihin tapahtui lopulta Petronion (2013) CPM-teoriassa ilmenevän kolmijaon eli yksityisyyden omistajuuden, hallinnan sekä kuohunnan kautta. Nämä pääteemat vaikuttivat vastaavan tutkimuksen tavoitteeseen erinomaisesti ja niiden alle suurin osa aineistosta tuntui luontevalta ja selkeältä jakaa. Kolmijaon pohjalta etsin aineistosta teoriaan sopivia asioita sekä loin kaksi CPM-teoriaa tukevaa ryhmää, bloggaamisen syyt sekä lifestyleblogien nykytila ja tulevaisuus bloggaajien näkökulmasta. Tämän jaottelun jälkeen jäsentelin vastaukset vielä alateemoihin etsien aineistosta yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Lisäksi analyysin edetessä aineistosta alkoi löytyä yhtäläisyyksiä myös muihin teoreettisessa viitekehyksessä esiintyneisiin asioihin ja ilmiöihin.

Lopulta aineisto jakautui siis viiteen pääteemaan, joista kolme pohjautuu CPM-teoriaan. Ensimmäisen teeman sisään koottiin bloggaamisen syyt, jossa analyysiin tukena käytettiin Nopparin ja Hautakankaan (2012) aikaisempaa tutkimusta bloggaajien motiiveista.

Toisen teeman sisällä analysoitiin CPM-teorian pohjalta bloggaajien käsityksiä yksityisyydestä ja heidän yksityisyyden sääntöjään eli mitä blogissa paljastetaan ja mitä ei. Kolmas teema rakentui lopulta Petronion (2002) esittelemiin paljastamisen hyöty- ja riskitekijöihin, jotka olivat aineistossa vahvasti läsnä.

Neljänneksi teemaksi valikoitui bloggaajien kokema yksityisyyden kuohunta, joka sekin nousee CPM-teoriasta. Kyseinen teema käsittelee siis tapauksia, jolloin bloggaajat ovat menettäneet yksityisyytensä hallinnan ja sen myötä muuttaneet yksityisyytensä sääntöjä tai mahdollisesti ennakoineet kuohuntaa ja muuttaneet yksityisyyden sääntöjä jo etukäteen välttääkseen kuohunnan tapahtumisen. Viidenneksi ja viimeiseksi teemaksi valikoitui lopulta lifestyleblogien nykytila ja tulevaisuus bloggaajien näkökulmasta, sillä näillä tekijöillä on vaikutusta myös siihen, miten bloggaajat toimivat yksityisyyden hallitsemiseen liittyvissä kysymyksissä. On tärkeää ymmärtää kokonaisuutta ilmiön ympärillä, minkä vuoksi juuri tämä nousi viimeiseksi teemaksi, koska käsitys bloggaajien näkemyksistä lifestyleblogien nykytilasta ja tulevaisuudesta auttaa ymmärtämään syitä toimintatapojen takana.

Analyysini tukena käytän jokaisessa teemassa suoria esimerkkejä bloggaajien vastauksista. Suorat esimerkit selkeyttävät analyysin tulkintaa tuoden bloggaajien oman äänen esiin. Lainauksien kirjoitusasut ovat alkuperäisiä, minkä vuoksi niissä saattaa esiintyä esimerkiksi kirjoitusvirheitä, pieniä alkukirjaimia tai välimerkkien puutteita.

2 BLOGIT OSANA MEDIAKENTTÄÄ

Tässä luvussa tarkastelen blogien roolia mediakentässä ja osana sosiaalista mediaa. Aluksi nostan esiin sosiaalisen median erilaisia määritelmiä sekä ominaispiirteitä. Toisessa alaluvussa perehdyn blogien muutokseen verkkopäiväkirjasta vaikutusvaltaiseksi mediaksi eli tarkemmin ottaen tarkastelen lifestyleblogien olemusta ja sisältöä, niiden muutosta sekä avaan lukijoiden merkitystä osana blogosfääriä. Sosiaalisen median aikakaudella kuka tahansa voi olla julkaisija, minkä vuoksi kolmannessa alaluvussa käsittelen bloggaajan vapauden tuomaa vastuuta, jonka merkitys on suuri erityisesti seuraajamäärien kasvaessa.

2.1 Sosiaalisen median ominaispiirteet

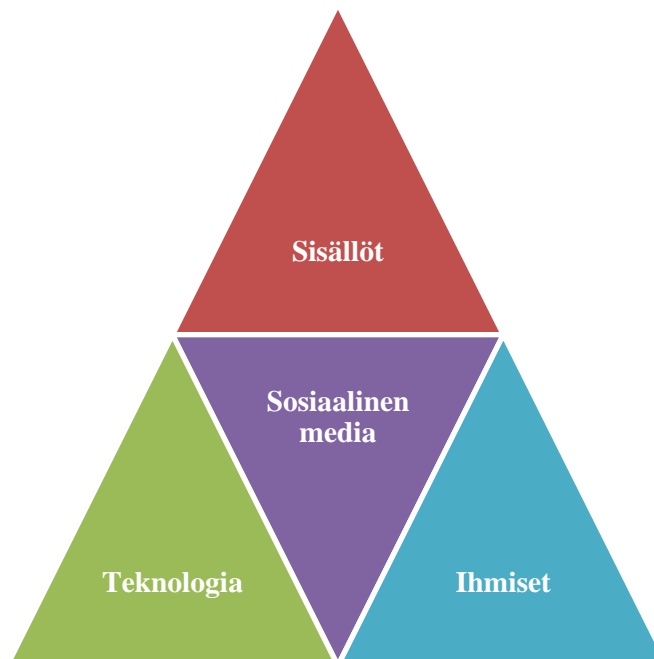
Sosiaalinen media on osa vuorovaikutteista digitaalista verkkoa, joka koostuu useista tietoa keräävistä, järjestävistä ja kierrättävistä internet-teknologioista (Carah & Louw 2015: 231). Jo 1990-luvun alussa toisistaan erotettiin ensimmäinen ja toinen media-aika. Ensimmäiselle media-ajalle tyypillistä oli perinteinen joukkoviestintä, joka on yksisuuntaista ja viestintärakenteeltaan harvoilta-monille. Toisella media-ajalla ominaista on internetin mahdollistama hajautettu, kaksisuuntainen, demokraattinen ja yksilöiden tarpeista lähtevä vuorovaikutteinen viestintä. (Seppänen & Väliaverron 2013: 36–37)

Sosiaalinen media, sen palvelut ja käyttötavat muuttuvat jatkuvasti, minkä vuoksi myös sen määritelmät elävät koko ajan (Suominen 2013: 17). Vaikka määritelmät muuttuvat koko ajan, voi yksinkertaistetusti todeta kyseessä olevan kuitenkin internetin käytön uusi vaihe, jossa käyttäjällä on aikaisempaan verrattuna aktiivisempi rooli (emt.). Käyttäjien tekemä sisällön tuotanto onkin yksi keskeinen sosiaalisen median määritelmällinen piirre (Matikainen 2011: 22).

Laajimmassa merkityksessään sosiaalista mediaa kuvataan sateenvarjokäsitteen avulla, jonka alla se saa erilaisia merkityksiä (Pönkä 2015: 35). Sosiaalinen media on toisin

sanoen yläkäsite, ikään kuin sateenvarjo, jonka alle sijoittuu useita erilaisia kulttuurisia käytäntöjä (kuten blogit, sosiaalinen verkostoituminen ja osallistuminen), jotka liittyvät internetin sisältöön sekä näitä sisältöjä käyttäviin, kierrättäviin ja tuottaviin ihmisiin. (Lietsala & Sirkkunen 2008: 17–18). Nämä yhdessä muodostavat sosiaalisen median.

Pönkä (2015: 35–38) ottaa esiin myös sosiaalisen median kolmikantaisen käsitteenmäärittelyn, jonka osat pohjautuvat Sanastokeskus TSK:n vuonna 2010 julkaisemaan sosiaalisen median määritelmään. Määritelmän mukaan sosiaalinen media on ”tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita” (Sanastokeskus TSK 2010: 14). Vaikka sosiaalinen media muuttuu koko ajan, kiteyttää tämä määritelmä edelleen sosiaalisen median perusidean.



Kuvio 1. Sosiaalisen median kolmikantainen käsitteenmäärittely (Pönkä 2015: 35–38, TSK 2010: 14)

Sosiaalinen media tarjoaa erilaisia käyttömahdollisuuksia, jotka boyd (2014: 11) on jaotellut neljään eri luokkaan: pysyvyys (*persistence*), näkyvyys (*visibility*), levitettävyys (*spreadability*) sekä löydettävyys (*searchability*). Pysyvyys tarkoittaa online-sisällön säilymistä, jolloin esimerkiksi vuorovaikutus on mahdollista ajasta riippumatta. Näkyvyys tarkoittaa sitä, että sosiaalisen median kautta sisältöä on mahdollista julkaista vaivattomasti laajallekin yleisölle välimatkasta riippumatta ja täten saada tietyille viestille enemmän huomiota kuin ilman sosiaalista mediaa olisi mahdollista. Sosiaalisen median sisältöjä on myös helppo jakaa eteenpäin, mikä hyötyjen lisäksi saattaa aiheuttaa myös negatiivisia seurauksia tehden esimerkiksi juurujen levittämisestä entistä helpompaa. Sisällöt ovat myös helposti löydettävissä erilaisten hakukoneiden ja -toimintojen kautta. Mitkään näistä ominaisuuksista eivät ole itsessään uusia vaan olennaista on se, miten sosiaalinen media muuttaa ja vahvistaa sosiaalisia tilanteita tarjoamalla uusia välineitä osallistua näihin vakiintuneisiin käytäntöihin. (boyd 2014: 11–13)

Sosiaalisen median käyttö on yleistynyt räjähdysmäisesti, ja sen käyttö on levinnyt laajalle. Vaikka sosiaalisen median käyttö on ilmaista, muodikasta ja mutkatonta, suosion perustana ja koukuttavana tekijänä on pikemminkin sosiaalisen median palveluiden inhimillisyys. Ihmisen perustarpeita ovat yhteisöön kuuluminen sekä vuorovaikutus toisten ihmisten kanssa, ja yhteisöpalvelut tyydyttävät juuri näitä tarpeita. (Forsgård & Frey 2010) Sosiaalisen median rooli on kuitenkin muuttunut pelkästä vuorovaikutusalustasta paikaksi, jossa jokainen voi rakentaa haluamaansa kuvaa itsestään tuomalla esille tiettyjä ominaisuuksiaan. Davis (2014: 512–513) nostaa esiin käsitteen *verkottunut logiikka*, jonka mukaan fyysisessä elämässä toimitaan osittain digitaalisen median läpi. Tällä tarkoitetaan, että ihmiset tekevät asioita tiedostamattaankin saadakseen sosiaaliseen mediaan materiaalia. Lifestyleblogeissa tämän tyyppinen toiminta näkyy erityisen hyvin. Seuraavassa luvussa käsittelen tarkemmin blogien ominaispiirteitä ja blogosfäärin muutosta ammattimaisempaan suuntaan.

2.2 Blogien kasvu verkkopäiväkirjasta mediaksi

Blogit ovat verkkosivustoja, johon yksi tai useampi kirjoittaja julkaisee blogiartikkeleita eli postauksia aikajärjestyksessä. Tekstin lisäksi blogit saattavat olla myös kuva- tai videopainotteisia. Käsitteenä blogi on kuitenkin hyvin laaja, ja sitä on haastavaa rajata, sillä mikään tietty, yksittäinen ominaisuus ei tee blogista blogia, vaan se koostuu monista pienistä palasista. Blogin kirjoittajaa kutsutaan yleensä nimellä *bloggaaja* tai *bloggari*. (Alasilta 2009: 30–37; Noppari & Hautakangas 2012: 20; Pönkä 2014: 124)

Blogosfäärillä (*engl. blogosphere*) tarkoitetaan yhteisöä, joka muodostuu kaikista blogeista ja niiden sisällöistä. Tarkemmin ottaen se siis koostuu bloggaajista, blogipostauksista, kommentteista, erilaisista linkeistä ja linkityksistä. (Bruns & Jacobs 2007: 5; Lietsala & Sirkkunen 2008: 31) Koska kyseessä on yhteisö, vallitsee siellä myös oma kulttuurinsa, jonka normien ja toimintatapojen mukaan kyseisessä yhteisössä toimitaan. Kurjen (2010: 186) mukaan jokaisella yhteisöllä on oma kulttuurinsa, joka heijastaa elämisen, tekemisen ja ajattelun tyyliä ja tapaa. Blogien kohdalla puhutaan täten blogikulttuurista.

Vuonna 2010–2011 monet suositut blogit järjestäytyivät osaksi blogiportaaleja. Blogiportaalit tuovat blogeille lisänäkyvyyttä ja auttavat bloggaajia muun muassa hankkimaan ja toteuttamaan yhteistyökampanjoita, minkä vuoksi niiden tehtävä on erityisesti kaupallinen. Osa portaaleista maksaa bloggaajalle lisäksi kuukausipalkkioita. Kaupallisuuden lisäksi blogiportaali saattaa oman yhteisönsä myötä tarjota bloggaajalle vertaistukea myös julkisuuden ja yksityisyyden hallintaan liittyvissä asioissa. (Noppari & Hautakangas 2012: 111)

Blogit vaikuttavat laajasti julkisen viestinnän asetelmiin, ja ne ovat nykypäivänä kaikkialla journalismissa. Journalismi on perinteisesti toiminut ”ylhäältä alas” -mallilla, minkä vuoksi se on koettu etäisenä. Blogien suosion myötä myös mediayhtiöt ovat alkaneet käyttää blogeja journalistisena lajityyppinä ja yleisölle tarjottavana osallistumisen muotona. Toimittajat hakevat blogeista avoimempaa ja suurempaa suhdetta yleisöönsä blogien kautta. Blogit haastavat ammattimaisen journalismin

tarjoamalla kilpailevaa tai täydentävää sisältöä sekä olemalla osallistuvia ja osallistavia, mikä muuttaa myös ammattijournalismia. (Heinonen & Domingo 2013: 68, 70, 76, 83–84)

Blogeissa yhdistyvät piirteet, jotka muistuttavat yksityistä päiväkirjaa, printtimedian kolumniperinteitä sekä toisaalta myös kärjistäväää pamflettikirjallisuutta. Blogit mielletään itseilmaisun henkilökohtaiseksi tilaksi, minkä vuoksi kantaa ottava ja subjektiivinen tyyli on niissä tavanomaista. Yksi blogien tärkeistä ominaisuuksista on vuorovaikutteisuus: lukijat voivat yleensä julkaista omat kommenttinsa jokaisen artikkelin yhteydessä ja olla tätä kautta yhteydessä paitsi bloggaajaan, myös muihin lukijoihin. Tämä ominaisuus tekee blogeista eräänlaisia keskustelun areenoja. Kuitenkin muuhun sosiaalisen median kenttään verrattuna blogit ovat vuorovaikutteisuudesta huolimatta melko kirjoittajakeskeisiä. (Heinonen & Domingo 2013: 73; Koskinen 2014: 128–129; Pönkä 2014: 124).

Blogosfäärissä toiminta painottuu henkilökohtaisuuden ja identiteetin rakentamisen ympärille. Kaikki valinnat, joita bloggaaja blogissaan tekee, aina otsikoista ja teksteistä kuvavalintoihin ilmaisevat bloggaajan arvoja, mieltymyksiä sekä viiteryhmää. Blogit ovat paikka, jossa määritellään itseä, hankitaan sosiaalista arvostusta ja luodaan suhteita. Suhteiden luominen ja sosiaalinen ohjaileminen ovat pääosin ulospäin suuntautuvaa toimintaa, jossa itsestä kertomisen tavoitteena on suhteiden luomisen lisäksi vaikuttaminen toisten mielipiteisiin. Blogitodellisuudessa ovat myös vahvasti läsnä nyky-yhteiskunnassa yksityisen ja julkisen voimakkaasti uudelleen muotoutuvat rajat. Blogit toimivat alustana, jonka kautta pystytään vaikuttamaan yleisön käsityksiin yksityisen ja julkisen rajoista. (Miller & Shepherd 2004: 7, 10; Noppari & Hautakangas 2012: 23, 26)

2.2.1 Lifestyleblogien olemus

Lifestyleblogit ovat erityisesti nuorten ja nuorten aikuisten suosiossa. Suureen blogitutkimukseen (Aller 2014) osallistuneista 15–19-vuotiaista lifestyleblogeja lukee 71% ja 20–34-vuotiasta 42%, joten lifestyleblogit ovat näin suosituin blogigenre näissä ikäluokissa. Lifestyleblogeja kutsutaan toisinaan muotiblogeiksi, mutta *muotiblogi* on

terminä hieman ongelmallinen ja harhaanjohtava, sillä useimmiten näissä blogeissa käsitellään muodin ohella kokonaisvaltaisesti kirjoittajan elämäntyyliä kuten kaikkea asumisesta ihmissuhteisiin, vapaa-aikaan ja musiikkiin. Painopiste voi olla esimerkiksi matkailussa, treenaamisessa tai kauneuteen liittyvissä aiheissa. Nykyään henkilökohtaisia, päiväkirjamaisia tyyliblogeja nimitetäänkin pelkän muotiblogin sijaan *lifestyleblogeiksi*. Tätä termiä käytän jatkossa myös tässä tutkimuksessa.

Lifestyleblogien¹ esitysmuodolle on tyypillistä bloggaajan persoonan ja henkilökohtaisen tyylin esiin tuominen, minkä vuoksi bloggaajalta odotetaan heittäytymistä. Persoonan näkyminen tuo blogeihin lisäarvoa, kun taas perinteisesti se on journalismissa pyritty häivyttämään. Tämä on yksi merkittävimpiä eroja blogien ja perinteisen journalistisen ilmaisun välillä. (Noppiari & Hautakangas 2012: 26) Suuren blogitutkimuksen (Aller Media 2014) mukaan aikakauslehtiin verrattaessa blogien vahvuuksiksi nousevat muun muassa sisällön maksuttomuus ja helppo saatavuus sekä persoonallinen ote ja henkilökohtaisuus. Lisäksi blogien sisältö on ajankohtaista ja nopeasti päivittyvää.

Useimmiten lifestyleblogit ovat nuorten naisten ylläpitämiä. Miespuoliset henkilöt kirjoittavat henkilökohtaisesta elämäntyylistä kertovaa blogia huomattavasti harvemmin. (Noppiari & Hautakangas 2012: 18–19) Vuonna 2017 kuitenkin myös miesten ylläpitämiä suosittuja lifestyleblogeja löytyy jo huomattavasti enemmän kuten naaG, E2O ja Mustarttu, joista kaksi jälkimmäistä palkittiin muun muassa vuoden 2017 The Blog Awards Finland -gaalassa (The Blog Awards Finland 2017).

Lifestyleblogeissa pääosassa on bloggaajan persoona ja henkilökohtaisen elämän julkinen esittäminen, minkä vuoksi tätä voidaankin kutsua *minätyöksi*, jossa tärkeää on itsensä ilmaiseminen ja oman itsensä kehittäminen. Bloggaamisen ammattimaistuminen rakentuu juuri minätarinan kertomisen ympärille. Koska blogit ovat nostaneet koko ajan suosiotaan, on ne alettu nähdä yhtenä mediana muiden joukossa. Tämä on johtanut siihen, että blogit liitetään nykyään myös osaksi kaupallista kulutuskulttuuria ja yritystoimintaa. (Noppiari & Hautakangas 2012: 16) Henkilökohtaisista kokemuksista kertovat tarinat

¹ Noppiari & Hautakangas käyttävät nimitystä muotiblogi

kiinnostavat yleisöä ja kaupalliset toimijat taas panostavat suuriin yleisöihin. Tämä johtaa Jallinojan (2000: 185) mukaan tarinoiden tuotteistamiseen, mikä on blogeissa nähtävissä jo varsin selkeästi.

Ennen blogeissa julkaistut kuvat muistuttivat lähinnä tavallisia kuvia, joita ihmiset lähettivät kavereilleen ennen sosiaalisen median tuloa. Ammattimaistuminen näkyy selvästi blogien visuaalisessa ilmeessä. Nykyään monet bloggaajista opettelevat joko itse tai opettavat jonkun läheisistään ottamaan heistä ammattimaisesti toteutettuja kuvia, joissa on vaikutteita perinteisistä muotilehdistä. (McQuarrie, Miller & Phillips 2013: 148) Blogit ovat muuttuneet tekstipainotteisista kuvapainotteisemmiksi.

Blogit ovat nousseet yhdeksi kaupallisesti menestyneimmistä ja julkisesti näkyvimmistä digitaalisen kulttuurin muodoista (Duffy & Hund 2015: 1). Bloggaajilla on oma uskollinen fanikuntansa, ja he tavoittavat sosiaalisen median kanavien välityksellä päivässä kymmeniä tuhansia silmäpareja. Sosiaalisen median vaikuttajia seurataan jopa enemmän kuin näyttelijöitä tai poliitikoita ja sosiaalisen median vaikuttajat ovatkin nuorilla seuratuin vaikuttajaryhmä muusikoiden ohella (Dagmar Stories 2017: 14). Blogien vaikutusvallan vuoksi blogeista on tullut myös tärkeä markkinointikanava ja bloggaajista mielipidevaikuttajia.

Vuoden 2014 Blogibarometrin (Manifesto 2014) mukaan bloggaamisesta sai kyseisenä vuonna säännöllistä palkkaa jopa 37% vastaajista ja satunnaisia rahallisia palkkioita 54% vastaajista. Vuonna 2017 kokoaikaisena sisällöntuottajana toimi 16%, kun vuonna 2016 vastaava luku oli 13% (Manifesto 2017). Rahallisten palkkioiden lisäksi bloggaajat pääsevät nauttimaan eduista, jotka ovat perinteisesti kuuluneet aikakauslehtien toimittajille. Tällaisia ovat muun muassa kutsut muotiviikoille, ilmaiset tuotteet ja tapaamiset muotiliittien kanssa. (Duffy 2013: 100)

Vaikka monet bloggaajista suhtautuvat yritysyritysohjon ja sen tuomiin lisäansioihin myönteisesti, ja uusiin tapahtumiin ja tilaisuuksiin osallistutaan mielellään, bloggaajat harvemmin tavoittelevat bloggaamisella suoraviivaisesti taloudellista tai ammatillista hyötyä. Bloggaamisen taustalta löytyykin yleensä tiettyjä perusmotiiveja, jotka saavat

bloggaajan kirjoittamaan blogia. Nämä motiivit voidaan jakaa kolmeen eri luokkaan: yksilöllisiin, yhteisöllisiin ja ammatillisiin syihin, vaikka todellisuudessa yksilölliset ja yhteisölliset syyt ovat vahvasti sidoksissa toisiinsa. (Noppiari & Hautakangas 2012: 22)

Yksilöllisiin syihin lukeutuvat muun muassa itsensä toteuttaminen, omien taitojen kehittäminen, oman elämän dokumentoiminen, luova itseilmaisu sekä itsetuntemuksen lisääntyminen. Yhteisöllisiä syitä ovat esimerkiksi vuorovaikutus, verkostoituminen sekä tiedon ja ideoiden jakaminen. Myös tunnettuuden ja statuksen saavuttaminen sekä viihdyttäminen ja viihtyminen luokitellaan yhteisöllisiksi syiksi. Ammatilliset syyt sen sijaan kytkeytyvät paitsi blogista saatavaan rahalliseen hyötyyn ja ammatilliseen kehittämiseen myös haluun herättää keskustelua ja vaikuttaa toisiin. (Huang, Shen, Lin & Chang 2007: 473–474, Noppiari & Hautakangas 2012: 22–23)

Pelkästään blogi ei useinkaan enää riitä lifestylebloggaajan ainoaksi viestintäkanavaksi, vaan bloggaaminen muuttuu koko ajan monikanavaisemmaksi vaikuttamiseksi sosiaalisessa mediassa. Eri kanavilla on eri tyyppisiä käyttötarkoituksia, joiden kautta bloggaajat haluavat pystyä palvelemaan lukijoitaan mahdollisimman laajasti. Erilaiset sisällöt halutaan saada näkyville monin tavoin, minkä vuoksi eri viestintäkanaville luodaan usein eri käyttötarkoituksia. (Manifesto 2015, 2017)

2.2.2 Lukijat osana blogosfääriä

Lifestyleblogien lukijakunta on yleensä suhteellisen nuorta. Suuren blogitutkimuksen mukaan (Aller Media 2014) eniten lukijoita on 15–19-vuotiaissa, toiseksi eniten 20–34-vuotiaissa. Bloggeja luetaan monista eri syistä riippuen sekä henkilöstä että blogin tyylistä. Blogit antavat lukijalleen eniten ajanvietettä (36%), ohjeita ja vinkkejä (33%), hyviä tekstejä ja hauskaa luettavaa (33%), inspiraatiota, ideoita ja trendejä (31%), tietoa kiinnostavista aihepiireistä (29%) sekä mielipiteitä ja näkemyksiä (23%).

Lukijoiden merkitys on blogille suuri, sillä usein lukijamäärät ja yritysten halu tehdä yhteistyötä bloggaajan kanssa korreloivat vahvasti keskenään. Yhteisöllisyys ja yleisösuhteen hallinta muodostavatkin bloggaajille resurssin, jonka avulla he kasvattavat

kiinnostavuuttaan myös erilaisten yhteistyökumppaneiden silmissä. Tämän vuoksi vuorovaikutus lukijoiden kanssa on tiivistä ja toisten bloggaajien kanssa verkostoidutaan (Noppari & Hautakangas 2012: 16).

Lukijat ovat bloggaajalle tärkeitä muistakin kuin kaupallisista syistä, ja moni bloggaaja on sanonut lukijoiden tekemän bloggaamisesta mielekästä. Lukijat saattavatkin kokea jopa paineita siitä, että heidän kommentit toisivat blogiin merkittävää lisäarvoa (Baumer, Sueyoshi & Tomlinson 2008: 1117). Suosittua Minifitness-blogia kirjoittava Eevi Teittinen on tiivistänyt bloggaajan näkökulman lukijoiden merkityksestä osuvasti:

Kun aloitin tämän blogin ei ajatukseni ollut suinkaan päästää yhtään ketään näin syvälle elämäni. Vähitellen niin kuitenkin kävi ja olen onnellinen siitä. Blogi antaa nimittäin juuri paljon minulle, kuin mitä minä annan teille lukijoilleni. Kaikki on vuorovaikutusta. (Minifitness 2017)

Lukija on sisällön aktiivinen vastaanottaja, joka osallistuu sisällön tulkitsemiseen. Blogin todellisuus ja merkitys eivät täten ole olemassa ainoastaan blogissa tai lukijassa itsessään vaan lukijan tulkinnoissa ja vuorovaikutuksessa blogin kanssa. Erilaisia blogeja kuitenkin luetaan eri tavoin. Lukijat kokevat, että suosittuja blogeja on sallittua niin sanotusti vakoilla eli seurata ilman, että niihin kommentoi mitään. Sen sijaan ystävän kirjoittamassa blogissa lukija saattaa tuntea olevansa velvoitettu vuorovaikutukseen bloggaajan kanssa, jolloin myös kommentointi on aktiivisempaa. (Baumer, Sueyoshi & Tomlinson 2008: 1111, 1115)

Seurattavien blogien valintaan vaikuttaa myös bloggaajan persoona, sillä Lin ja Chignellin (2010: 589) tutkimuksen mukaan lukijat ovat vuorovaikutuksessa mieluummin sellaisten bloggaajien kanssa, joiden persoonallisuus muistuttaa lukijaa itseään. Blogin kautta lukijalle välittynyt kuva bloggaajasta ei kuitenkaan välttämättä vastaa todellisuutta. Koska tietokonevälitteisessä viestinnässä viestin vastaanottaja saa vihjeitä yksilön persoonasta vähemmän kuin kasvokkain tapahtuvassa viestinnässä, ihmiset mieluummin täyttävät puuttuvat aukot itse kuin ovat muodostamatta lainkaan mielikuvaa. Jos saadut vihjeet ovat myönteisiä, täytetään aukot usein vastaanottajan ihannoimilla ominaisuuksilla, joita kyseisellä henkilöllä ei välttämättä todellisuudessa ole. (Walther 2010: 469) Tämä näkyy myös bloggaajan ja lukijan välisessä suhteessa.

Kun lukija on täyttänyt puuttuvat aukot haluamallaan tavalla ja luonut bloggaajasta ihannoimansa kuvan, saattaa lukija kokea pettymystä bloggaajan julkaistessa blogissaan jotain, mikä tähän mielikuvaan ei sovi.

Vaikka bloggaajat haluavat blogilleen lukijoita, haluavat he kuitenkin myös kontrolloida blogissaan tapahtuvaa vuorovaikutusta (Nardi, Schiano & Bumbrecht 2004: 223). Tämän vuoksi blogit eivät varsinaisesti ole demokraattinen tai moniääninen media kommentointimahdollisuudesta huolimatta, toisin kuin Kilpi (2006: 17) väittää. Bloggaajat saattavat esimerkiksi muokata kommentteja ennen niiden julkaisemista tai jättää jotkut kommentit julkaisematta kokonaan, mikä rajoittaa vuorovaikutuksen vapautta. Täten voi todeta, että vaikka lukijat ovat bloggaajille monin tavoin tärkeitä ja suosion kannalta olennaisiakin, on myös blogeissa nähtävissä jossain määrin ”ylhäältä alas” -asetelmaa, jossa kontrolli sisällöstä on viime kädessä bloggaajilla.

2.3 Bloggaajan vapaus ja vastuu

Sosiaalisen median aikakautena tavallinen kansalainen saa uusia rooleja, jotka muuttavat paitsi median toimintaa, myös tavallisten käyttäjien roolia. Mediatyhteiskunnassa kansalainen on niin kuluttaja, käyttäjä, kokija kuin tuottajakin (Seppänen & Väliverronen 2013: 25). Blogien myötä lukijoista on tullut julkaisijoita ja kuluttajista tuottajia, minkä vuoksi niitä pidetään merkittävänä teknologisenä, sosiaalisena ja taloudellisena muutosvoimana. (Kilpi 2006: 3)

Koska kuka tahansa voi olla julkaisija ja saada sanomansa periaatteessa koko maailman ulottuville, tuo tämän kaltainen vapaus julkaisijalle myös vastuuta, jonka kantaminen on tärkeää sekä oman turvallisuuden että maineen vuoksi. Julkaisijan vastuu kasvaa sitä mukaa, mitä julkisemmassa asemassa hän on. (Alasilta 2002: 57) Tässä hyvänä esimerkkinä toimivat tunnetut bloggaajat, jotka ovat kirjoituksineen kuin näyttämöllä. Blogissa voidaan julkaista samoja asioita kuin henkilökohtaisella sosiaalisen median tilillä. Merkittävin ero on kuitenkin se, että blogissa julkaistuna sama sisältö tavoittaa

todennäköisesti huomattavan määrän täysin tuntemattomia ihmisiä kuin henkilökohtaisella tilillä julkaistuna. (McQuarrie, Miller & Phillips 2013: 143)

Bloggaajan oman ja läheisten maineen ja turvallisuuden lisäksi bloggaajan julkaisujen seuraukset ulottuvat myös seuraajiin, minkä vuoksi vastuun tiedostaminen on suositulle bloggaajalle entistä tärkeämpää. Bloggaajat pystyvät vaikuttamaan julkaisuillaan yleisönsä asenteisiin eli he toimivat sosiaalisen median vaikuttajina (Freberg, Graham, McGaughey & Freberg 2011: 90). Koska suurin lukijakunta koostuu varsin nuorista, 15–19-vuotiaista (Aller Media 2014), on selvää, että bloggaajien vaikutus on entistäkin merkittävämpi.

Periaatteessa kaikki, mitä verkkoon julkaistaan, myös pysyy siellä. Julkaistut tekstit, kuvat ja tiedot saattavat löytyä melkein missä tahansa ja niistä on vaikeaa, lähes mahdotonta päästä eroon. Internetiin jäänyt tieto saattaa lopulta tulla esiin aivan väärässä yhteydessä ja kääntyä julkaisijaansa vastaan. Esimerkiksi juhlimiskuvat tai mielipiteen ilmaisut tulenarkoihin aiheisiin saattavat osoittautua myöhemmin hyvinkin haitallisiksi varsinkin, jos ne esiintyvät alkuperäisestä kontekstista erillään. (Mäkinen 2006: 104; Taddicken 2014: 250) Tämä lieneekin yksi suurimmista riskeistä, mitä juuri bloggaamiseen liittyy. Oletuksenani on, etteivät suosituimmatkaan bloggaajat välttämättä aina tiedosta julkaisujensa todellisia seurauksia ennen kuin vahinko on jo tapahtunut. Seuraavassa luvussa käsittelem tarkemmin yksityisyyden hallitsemista sekä yksityisen ja julkisen määritelmiä, jotka sosiaalisen median myötä ovat muuttuneet.

3 YKSITYISYYS JA SEN HALLITSEMINEN

Yksityiselämä on tullut kaikissa medioissa varsin näkyväksi aiheeksi: 1970-luvun vaihteessa aviosuhteesta kertovien haastattelujen määrä alkoi kasvaa naistenlehdissä isoin harppauksin leviten samalla myös iltapäivälehtiin ja lähes kaikkiin yleisaikakauslehtiin puhumattakaan elämänkertojen ja muistelmien suosiosta. Sama trendi on ollut nähtävissä myös television keskusteluohjelmissa, joissa vieraat kertovat avoimesti yksityisasioistaan. Aihe on herättänyt kiinnostusta myös tutkijoiden keskuudessa. (Jallinoja 2000: 172) Blogit ja muut sosiaalisen median kanavat ovat avanneet uusia väyliä tuoda yksityinen julkiseen.

Konkreettisen rajan vetäminen yksityisen ja julkisen välille on kuitenkin erittäin haastavaa ja käytännössä mahdotonta, sillä jokainen yksilö kokee ja näkee asian eri tavalla. Tässä luvussa avaan erilaisia teoreettisia näkökulmia yksityisen ja julkisen määrittelyyn, sen hallitsemiseen sekä siihen, miten käsitys yksityisyydestä on vuosien saatossa muuttunut.

3.1 Julkisen ja yksityisen määrittelyä

Julkisen ja yksityisen suhde on hyvin moninainen ja häilyvä. Yksityinen voidaan nähdä suojapaikkana, jonne muiden katseet eivät pääse. Toisaalta yksityistä kuitenkin avataan tarkoituksella ja omasta tahdosta julkisen puolelle siirtäen näin yksityisen ja julkisen rajaa. (Eräsaari, Julkunen & Silius 1995: 8) Tätä tapahtuu esimerkiksi lifestyleblogeissa, joissa yksityisiä asioita tuodaan tarkoituksellisesti julkisuuteen.

Useimmat näkevät ihmissuhteiden ristiriidat, työhön suhtautumisen, sairaudet, yksinäisyyden sekä luonteenpiirteet aihepiireinä kuuluvan enemmän yksityisen kuin julkisen piiriin (Jallinoja 2000: 175). Julkinen mielletään yleensä järjen alueeksi, yksityinen puolestaan tunteen. Tästä johtuen yksityisen ja julkisen suhteen voi rinnastaa järjen ja tunteen vastakkainasetteluun. (Seppänen & Väliverronen 2013: 49) Jallinojan (2000: 175) mukaan yksityisen ja julkisen rajaamisessa on kuitenkin kyse enemmänkin

tietämisestä ja siitä, millaisia asioita ihmiset ovat tottuneet tietämään toisista ihmisistä ja halunneet kertoa itsestään.

Näre (2005: 18) sen sijaan määrittelee yksityiseen alueeseen kuuluvan neljä erilaista puolta: tilallinen ja sosiaalinen puoli sekä ruumiillinen ja emotionaalinen puoli. Tilallisella puolella tarkoitetaan fyysistä elämänpiiriä asuin- ja harrastustiloineen, sosiaalinen puoli käsittää puolestaan perheen ja muut läheiset suhteet. Mentaalis-fyysinen puoli eli oma ruumis tunteineen ja mieli fantasioineen ja ajatuksineen ovat intimiteetin ytimessä, ja intimiteetin syvin kerros on seksuaalisuus.

Julkisuus voidaan nähdä myös vuorovaikutteisena yksityisen kanssa. Yksityisyyttä rajataan koko ajan diskursiivisesti sen kautta, mitä julkisesta keskustelusta rajataan pois. (Nikunen 2003: 79) Yksityisen ja julkisen käsitteissä onkin kyse ennen kaikkea suhteesta. Puhuttaessa yksityisestä on haastavaa olla viittamatta samalla julkiseen tai toisinpäin. (Seppänen & Väliaverron 2013: 49)

3.2 Intimisoitunut julkisuus

Yksityiselämä on ollut julkinen puheenaihe jo kauan ennen 1970-luvun vaihteessa alkanutta murrostakin, mutta tuolloin kerronta pysyi yleensä anonymina ja liikkui yleisellä tasolla. Nykyään yksityiselämän asiat esitetään henkilökohtaisina kokemuksina. Merkittävän muutos tapahtui, kun julkisuudesta tutut henkilöt alkoivat kertoa itse yksityisasiastaan julkisuudessa. (Jallinoja 2000: 180–181)

Media on kyennyt tekemään yksityiselämästä julkisempaa kuin mikään muu tiedon välittäjä. Todellisuudessa yksityiselämä vaikuttaa kuitenkin jakautuneen kahteen osaan: julkiseen yksityiseen ja yksityiseen yksityiseen. Julkinen yksityiselämä tuodaan tarkoituksella julkiseksi, kun taas yksityinen yksityisyys pysyy edelleen muiden katseilta piilossa. Julkisen yksityiselämän osuus on vain kasvanut huomattavasti laajemmaksi. (Jallinoja 2000: 182)

Julkisen ja yksityisen rajan hämärtyminen on johtanut julkisuuden intimisoitumiseen. Intimisoituneessa julkisuudessa henkilökohtainen elämänalue tuodaan julkiseksi. Tämä pitää sisällään esimerkiksi tunteet, seksin ja parisuhteeseen liittyvät aihepiirit. Yksityinen on alkanut ottaa tilaa julkisesta, mikä näkyy esimerkiksi vaikutusvaltaisten ihmisten tuodessa yhä intiimimpiä paljastuksia julkisuuteen. Tosi-tv:n suosio on muokannut faktan ja fiktion rajan entistäkin häilyvämmäksi sekä kyseenalaistanut ja uudelleenmuotoillut laadun ja ”hyvän maun” määritelmät. Voidaan puhua julkisen ja yksityisen rajan huokoistumisesta. (Koivunen & Lehtonen 2005: 6–7; Näre 1999, 2005: 21, 26–27)

Sosiaalisen median myötä julkisuus on intimisoitunut entisestään, ja yksityisten asioiden kertominen julkisuudessa on tapa tulla nähdyksi ja kuulluksi. Esimerkiksi julkisuuden henkilöt paljastavat yksityiseltä vaikuttavia asioita muun muassa siksi, että täten he pystyvät antamaan autenttisemmän kuvan itsestään sekä luomaan vaikutelman läheisemmästä suhteesta seuraajien kanssa (Marwick & boyd 2011: 139).

Sen lisäksi, että henkilökohtaiset tunteet ja yksityiselämä ovat levittäytyneet yhä voimakkaammin julkisuuteen, julkisuuden intimisoitumisen seurauksena myös ihmisiä arvostellaan julkisesti yhä enemmän henkilökohtaisten taipumustensa, psyykkisen kestävyytensä ja omien tunteidensa perusteella (Näre 1999). Tämän tyyppiset seuraukset ovat kokemukseni mukaan havaittavissa myös blogien kommentoinnissa, jossa bloggaajien henkilökohtaisten ominaisuuksien arvosteleminen, yksityisasiasta uteleminen ja jopa nimittely ovat enemmän sääntö kuin poikkeus. Jallinoja (2000: 184) on todennut, että kun yksityiselämän kokemuksia on estetisoitu tiettyyn pisteeseen asti, alkaa yleisö käyttää niitä voimakkaan tunne-elämyksen sytytysaineena.

Jallinoja (2000: 182–183) käyttää käsitettä ylilatautunut yksityiselämä, joka on vahvasti kytköksissä julkisuuden intimisoitumiseen. Syitä ylilatautuneelle yksityiselämälle on esitetty useita kuten se, että yksityiselämä on muuttunut niin kaoottiseksi ja riskialttiiksi, että ihmiset tarvitsevat uusia välineitä käsitellä muuttunutta tilannetta. Esimerkiksi avioerotilanteessa ihmisten on sanottu tarvitsevan tietoa siitä, miten muut ovat vastaavassa tilanteessa valintansa tehneet. Koska tämä elämänalue on tuotu julkiseksi,

voi jokainen valita oman vaihtoehdonsa toisten tarinoista. Mielestäni tällaisten elämäntarinoiden kaipuusta blogit ja niiden suosio ovat erinomainen esimerkki.

3.3 Yksityisyys sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisessa mediassa yksityisyydellä on oma luonteensa, jota kuvaa hyvin Marwickin ja boydin (2014: 1062) käyttämä käsite verkottunut yksityisyys (eng. *networked privacy*). Sosiaalisessa mediassa yksityisyys ei ole vain yksilön käsissä, vaan se määrittyy myös vastaanottajien, teknisten mekanismien sekä sosiaalisten normien yhdistelmästä. Koska sosiaalisessa mediassa sisältö muuttuu koko ajan ja on päällekkäistä, vaatii myös yksityisyyden vaaliminen jatkuvaa, aktiivista työtä. (boyd 2014: 60; Marwick & boyd 2014: 1062–1063)

Sosiaalisessa mediassa jaetaan yksityisiksi miellettyjä asioita kuten kuvia, henkilökohtaisia kokemuksia, ajatuksia, tunteita, huolia sekä pelkoja kaikkien nähtävälle ja luettavaksi (Taddicken 2014: 259–260). Blogit ovat monilta piirteiltään tunnustuksellisia, ja esimerkiksi nuoret naiset harrastavat blogeissaan itsetutkiskelua, joka pitää sisällään omien tunteiden, kokemusten ja vaikeuksien pohdintaa. Teknisen etäisyyden vuoksi internetin todellinen luonne ja sen tuoma julkisuus saattaa jäädä huomioimatta. Illuusio etäisyydestä saattaa antaa käyttäjälleen enemmän rohkeutta julkaista henkilökohtaista sisältöä jopa tuntemattomille. (Matikainen 2008: 89)

Yksityisen ja julkisen käyttäytymisen rajana perinteinen, materiaaliseen paikkaan kiinnittyvä koti ei enää pädekään (Sloop & Gunn 2010). Ridell (2011: 23) on kääntänyt Sloopin ja Gunnin (2010: 294) osuvan väitteen seuraavasti:

Kun kotiovi (tai -ovettomuus) on itsekunin kannettavassa medialaitteessa, syntyy sosiaalinen asetelma, joka kannustaa yksityisyyden holtittomaan julkistamiseen – kunkinhetkisten tuntemusten ja kantojen ilmaisemiseen välittömästi muille riippumatta siitä, missä henkilö fyysisesti on. (Ridell 2011: 23)

Internetissä vallitsevan avoimen kulttuurin on ennustettu muokkaavan ihmisten ajatustapaa yksityiselämästä ja ylipäättään yksityisestä. Käyttäjät suhtautuvat verkossa omaan yksityisyytensä eri tavoin ja ainakin vielä käyttäjissä on havaittavissa toistensa ääripäitä. Osa pysyy hiljaisina tarkkailijoina yksityisissäkin verkostoissa, kun taas osa tuo elämäänsä kaikkien nähtävälle varsin rohkeasti. (Noppari & Hautakangas 2012: 156) Sosiaalisen median käyttäjät joutuvat paitsi hallitsemaan heidän virtuaalista identiteettiään, myös tasapainoilemaan yksityisyytensä rajojen kanssa. Itsestään halutaan paljastaa asioita, mutta toisaalta halutaan kuitenkin pitää kiinni omasta yksityisyydestä. (Taddicken 2014: 248–249)

Vuonna 2016 toteutettu nuorison mediakäyttöä koskeva tutkimus osoitti, että nuoret ovat tietoisia siitä, että verkkoon julkaistut sisällöt ovat löydettävissä vielä vuosien jälkeen. Tästä huolimatta kaikki eivät kuitenkaan ymmärrä julkaisujensa mahdollisia seurauksia, joita epäasialliset sisällöt voivat aiheuttaa joko käyttäjälle itselleen tai sisällön kohteelle. (eBrand Suomi 2016)

Vaikka internetin käyttäjät ovat toisaalta myös huolissaan omasta yksityisyydestään, se ei näytä kuitenkaan Taddickenin (2014: 248) mukaan vaikuttavan heidän käyttäytymiseensä. Tangin ja Wangin (2012: 245, 249) tutkimus bloggaajien yksityisyyden rajoista osoittaa kuitenkin päinvastoin. Tutkimuksessa selvitettiin, millaisia asioita bloggaajat paljastavat blogissaan ja blogin ulkopuolisessa elämässä. Tutkimus osoitti, että bloggaajat paljastavat enemmän asioita ystävilleen kuin bloginsa lukijoille. Bloggaajat tiedostavat paljastamisen riskit blogissa, minkä vuoksi he puhuvat blogissaan mieluummin omista mielenkiinnonkohteistaan ja harrastuksistaan kuin henkilökohtaisista asioistaan.

3.4 Yksityisyyden ja avoimuuden vaikutelmat osana profiilityötä

Tässä luvussa käsittelen yksityisen elämänalueen tarkoituksellista tuomista julkisuuteen sekä itsen esittämiseen liittyvää vaivannäköä sosiaalisen median yhteisöpalveluissa eli profiilityön tekemistä ja sen eri ulottuvuuksia. Nämä asiat vaikuttavat yksityisen ja

julkisen muotoutumiseen sekä valintoihin, joita sosiaalisen median sisällöntuotannossa tehdään, minkä vuoksi ne ovat tämän tutkimuksen kannalta oleellinen osa kokonaisuutta.

Internetiin laitettu tieto on usein ”tahmeaa” eli sisällöltään sellaista, joka saa internetin käyttäjän paitsi pysymään sivulla, myös palaamaan sinne takaisin. Kyse on yleensä affektiivisesta sisällöstä eli sisällöstä, joka herättää katsojassaan erilaisia tunteita ja ruumiillisia tuntemuksia. (Paasonen 2011: 67–68) Sisällön tahmeus on Paasonen (2011: 68) mukaan internetin huomiotaloudessa kilpailuvaltti, koska se kiinnittää katsojien huomion. Tämän tyyppisiä piirteitä on nähtävissä myös blogien sisällöntuotannossa, sillä sosiaalinen media ylipäätään on luonteeltaan vahvasti tunnetiloja painottava eli nimenomaan affektiivinen. Blogeille keskeisiä piirteitä ovat kirjoittajan rooli ja suhde yleisöönsä eli lukijoihin ja seuraajiin sekä henkilökohtaisuuden sääntely. Näitä osaluoteita hallinnoidessaan bloggaaja tekee tunteisiin ja välittämiseen perustuvaa eli affektiivista työtä. (Koskinen 2014: 127, 130–131)

Yksityisen ja julkisen rajojen uudelleenmuotoutuminen sekä tähän murrokseen liittyvät jännitteet ovat monella tavalla läsnä blogeissa. Lifestyleblogien sisällöt muistuttavat henkilökohtaisia verkkopäiväkirjoja, mutta blogosfäärin muutoksen ja blogien ammattimaistumisen myötä niiden sisältämä yksityinen tuotetaan yhä tietoisemmin laajan yleisön nähtäväksi. Kun bloggaajat tuottavat yksityisiä asioita tietoisesti julkiseen, tekevät he *minätyötä*. Julkista yksityistä säädellään ja ohjailaan tilanteen ja oman edun mukaisesti, minkä vuoksi minätyö ja siitä johtuva yleisösuhteen hallinta voidaan nähdä osana maineenhallintaa. Lifestyleblogien henkilökohtaisuus tuotetaan erilaisten esityksellisten valintojen avustamana julkisuuteen. Vaikka yksityistä suojellaan, käytetään sitä myös hyväksi. (Noppari & Hautakangas 2012: 23–24, 156–157) Tämän tyylinen tarinoiden tuotteistaminen saattaa sen sijaan johtaa yksityiselämän tapahtumien hierarkisoitumiseen, mikä voi lopulta vaikuttaa myös siihen, mihin suuntaan yleisö yrittää ohjata omaa yksityiselämäänsä (Jallinoja 2000: 185).

Sosiaalisessa mediassa oma itse esitetään käyttäjien luomien profiilien eli yksittäisten käyttäjä sivujen avulla, joiden kautta yksilöt ovat olemassa sosiaalisissa verkostoissa (boyd & Ellison 2007: 211). Profiilityön tekeminen sosiaalisessa mediassa on yhä

tavallisempaa, mikä ilmenee esimerkiksi julkaisujen suunnitteluna, poistamisena, asioiden tekemisenä julkaisua varten tai oman profiilin sisällön murehtimisena. Profiilityö sisältää neljä eri ulottuvuutta. Ensinnäkin, sosiaalisen median profiili on tuote, jota voi verrata esimerkiksi käyntikorttiin, ansioluetteloon tai vaikkapa kirjahyllyyn, joka kuvastaa omistajaansa kirjakokoelman kautta. Toiseksi, profiilityössä on eräänlainen tulkinnan kehä. Omaa käyttäytymistä sosiaalisessa mediassa ohjataan sen mukaan, miten muiden odotetaan tulkitsevan jaettua sisältöä ja yhtä lailla myös muiden toimintaa tulkitaan ja arvioidaan heidän profiilinsa kautta. (Uski 2017; Uski & Lampinen 2016: 450)

Kolmantena ulottuvuutena profiilityön tekemisessä voidaan pitää tavoitteiden ristiriitaisuutta. On haastavaa tasapainotella siten, että pystyy esittämään itsensä noudattaen samalla tilanteeseen kuuluvia sosiaalisia normeja, mutta toimia kuitenkin niin, että se vastaa omia henkilökohtaisia intohimoja. Neljäs ulottuvuus on profiilin sääntely, jolla tarkoitetaan konkreettisia sääntelytoimia, kuten yksityisyysasetusten muokkaamista, sisällön poistamista tai oman käyttäytymisen muuttamista. (Uski & Lampinen 2016: 451)

Edelläkävijöinä suunnitelmallisessa itsensä esittämisessä voidaan pitää juuri lifestylebloggaajia, jotka kirjoittavat omasta elämästään tuoden eri tilanteisiin sopivia yksityisyyden ja avoimuuden vaikutelmia. Lifestyleblogeissa henkilökohtaisuus on sävyllään usein positiivista ja sen juuret ovat tosielämässä. Bloggaajat tiedostavat, ettei kaikkea yksityistä tarvitse tuoda esiin, kunhan julkaisee riittävästi henkilökohtaista sisältöä, jotta seuraajien kiinnostus säilyy. Samaa toimintatapaa käyttävät sosiaalisessa mediassa myös useat julkisuuden henkilöt. Kyse on valikoidusta minän esittämisestä. (Marwick & boyd 2011; Noppari & Hautakangas 2012: 39, 157)

Lövheimin (2011: 12) mukaan bloggaajat haluavat antaa itsestään mahdollisimman samaistuttavan vaikutelman – mielikuvan siitä, että hekin ovat ”tavallisia tyttöjä”, jotka taistelevat samojen ongelmien kanssa ja tekevät samoja asioita, mitä nuoret naiset muutenkin. Tätä mielikuvaa pidetään yllä valitsemalla tähän feminiiniseen mielikuvaan sopivat aihealueet (kuten muoti, kauneus, perhe ja ihmissuhteet) sekä käyttämällä epävirallista, persoonallista ja tunteisiin vetoavaa kieltä. Lisäksi autenttisuuden

takaamiseksi bloggaajat saattavat välillä julkaista myös epäonnistuneempia kuvia itsestään (Noppiari & Hautakangas 2012: 30).

3.5 Yksityisyyden hallinnan teoria eli CPM

Sandra Petronio luoma Communication Privacy Management -teoria (CPM) eli yksityisyyden hallinnan teoria kuvaa ihmisten tapoja säädellä ja hallita yksityisen tiedon kertomista tai kertomatta jättämistä sääntöihin perustuvan hallintajärjestelmän avulla (Berger 2005: 428). Yksityisyyden hallitsemiseksi tulee ymmärtää, että ihmisellä on tarve paitsi suojella myös kertoa yksityisiä asioita eli kyseessä on dialektinen prosessi. (Child, Petronio, Agyeman-Budu & Westermann 2011: 2018–2019). CPM-teorian mukaan ihmiset tekevät päätöksen kertomisesta tai kertomatta jättämisestä itselleen tärkeiden kriteerien ja olosuhteiden pohjalta. Yksityisen tiedon paljastaminen on aina monimutkainen päätös, sillä ihminen punnitsee tilanteen vaatimuksia paitsi omien, myös ympärillä olevien henkilöiden tarpeiden perusteella. Paljastamiseen sisältyy aina riskejä, mikäli paljastus tehdään väärälle henkilölle, väärään aikaan tai kerrotaan liian paljon joko itsestä tai toisista. Yksityisen tiedon paljastaminen voi kuitenkin myös hyödyttää monin tavoin. (Petronio 2002: 1–2)

CPM-teoriaa aikaisemmin syntyi Communication Boundary Management -malli, joka oli saanut vaikutteita mm. Altmanin ja Taylorin (1973) sosiaalisen läpäisyn teoriasta (*Social Penetration Theory*). Myöhemmin Petronio muutti teorian nimen nykyiseen muotoonsa (*Communication Privacy Management*), joka kuvasi tarkemmin teorian todellista sisältöä: CPM-teoria käsittelee koko yksityisyyden hallintaa, ei vain yksityisyyden rajoja. (Petronio 2004: 194, 201). Teoria nykyisessä muodossaan julkaistiin vuonna 2013. Uusimman version sisältö on käytännössä sama kuin aiemmankin CPM-teorian, mutta se on järjestelty uudelleen. (Petronio 2013: 8) Tässä tutkimuksessa käytän teorian uusinta muotoa, joka muodostuu alla olevan kuvion mukaisesta perusrakenteesta.



Kuvio 2. CPM-teorian rakenteen kolme peruselementtiä (Petronio 2013: 8).

Nykyisessä muodossaan teoria koostuu kolmesta peruselementistä, jotka ovat yksityisyyden omistajuus (*privacy ownership*), yksityisyyden hallinta (*privacy management*) sekä yksityisyyden kuohunta (*privacy turbulence*). Nämä peruselementit sisältävät kahdeksan eri aksiomaa eli perusväittämää, jotka yhdessä peruselementtien kanssa auttavat ymmärtämään yksilöiden käyttäytymistä, valintoja ja muutoksia, jotka ovat keskeisessä roolissa yksityisen tiedon hallitsemisessa. (Petronio 2013: 8–9) CPM-teoria tarjoaa toimivan viitekehyksen paitsi kasvotusten tapahtuviin paljastuksiin, myös sosiaalisessa mediassa vallitsevien itsestä kertomisen käytäntöjen tutkimiseen (Child, Petronio, Agyeman-Budu & Westermann 2011: 2018).

3.5.1 Yksityisyyden omistajuus

Yksi CPM-teorian kolmesta peruselementistä on yksityisyyden omistajuus, joka määrittelee yksityisen tiedon rajoja. Yksityisyyden rajat auttavat hahmottamaan paitsi kontekstia, myös rajalinjoja sille, mikä luokitellaan yksityiseksi. Yksityisyyden omistajuutta käsittelevät perusväittämät eli aksioomat 1–2. Kyseiset väittämät ennustavat

ihmisten tapaa käsittää yksityisyyden omistajuus ja miten he säätelevät siihen liittyviä asioita. (Petronio 2013: 8–9)

Ensimmäisen aksiooman mukaan ihmiset uskovat olevansa yksityisen tietonsa ainoita omistajia. He luottavat, että heillä on oikeus paitsi suojella yksityistä tietoaan myös myöntää valituille toisille pääsy näihin tietoihin. (Petronio 2013: 9) Ihmiset kokevat olevansa oikeutettuja määräämään, mitä toiset heistä tietävät: mikäli heistä saadaankin selville jotain ilman lupaa, tuntevat he, että heidän yksityisyyttään on vahingoitettu (Petronio 2002: 9).

Omistajuus voi olla rajattu tai se voi olla jaettu muiden kanssa. Toinen aksiooma ennustaakin, että kun tiedon alkuperäiset omistajat sallivat toisille pääsyn yksityiseen tietoon, tulee heistä ikään kuin valtuutettuja tiedon kanssaomistajia, uskottuja. (Petronio 2013: 9, 111) Kun kollektiivinen raja on muodostettu, myös kanssaomistajat ovat vastuussa jaetusta tiedosta (Petronio 2002: 87).

Syitä yksityisen tiedon jakamiseen on monia. Ihmiset saattavat paljastaa yksityisasiotaan esimerkiksi keventääkseen omaa henkistä taakkaansa tai saavuttaakseen kontrollin. Toisaalta tietojen kertomisen taustalla saattaa olla myös puhdas halu ilmaista itseään tai pyrkimys lisätä suhteen läheisyyttä henkilöiden välillä. Yksityisten tietojen paljastaminen ei kuitenkaan ole yhtä kuin läheisyys eikä kaikki yksityinen tieto johda eikä sen ole tarkoituskaan johtaa läheisyyteen. (Petronio 2002: 5–6)

3.5.2 Yksityisyyden hallinta

CPM-teorian toinen peruselementeistä on yksityisyyden hallinta, joka symboloi ”moottoria”, joka säännöstelee sekä pääsyä että pääsyn estämistä yksityiseksi luokiteltuihin tietoihin. Tämä peruseriaate sisältää teorian aksioomat 3–7. (Petronio 2013: 9)

Kolmas aksiooma ennustaa, että koska yksilöt uskovat omiin oikeuksiinsa yksityiseksi luokiteltuun tietoon, he tuntevat, että heidän pitäisi olla myös niitä, jotka yksityisyyttään

hallitsevat. Tämä oletus pitää paikkansa myös silloin, kun jollekin toiselle on annettu pääsy yksityiseen tietoon, oli sitten kyse kasvokkain tai internetissä tehdystä paljastuksesta. Esimerkiksi bloggaajat uskovat edelleen olevansa yksityisen tietonsa omistajia ja hallitsevansa sitä, vaikka se on paljastettu blogissa. (Child, Petronio, Agyeman-Budu, Westermann 2011: 2018; Petronio 2013: 9–10)

Yhdessä kolmannen aksiooman kanssa aksiooma neljä ennustaa, että ihmiset säätelevät yksityisen tiedon virtaa kehittämällä ja käyttämällä erilaisia yksityisyyden sääntöjä (Petronio 2013: 9). Nämä säännöt pohjautuvat CPM-teorian mukaan viiteen eri kriteeriin. Nämä kriteerit ovat kulttuuri, sukupuoli, motivaatio, konteksti sekä riski-hyötysuhde. (Petronio 2002: 24–26) Esittelen kriteerit seuraavaksi tarkemmin.

Kulttuuri. Jokaisessa kulttuurissa on omat norminsa yksityisyydelle, ja juuri nämä kulttuuripohjaiset arvot toimivat perustana yksilöiden käsitykselle siitä, mitä pidetään yksityisenä, mitä voi kertoa ja mitä ei. Kulttuurin rooli on tärkeä yksityisen sääntöjä muodostettaessa, ja niistä johtuvat näkemyserot yksityisyyden rajoista johtavatkin usein yksityisyyden kuohuntaan. (Petronio 2002: 24, 40–41)

Sukupuoli. Miehet ja naiset rajaavat yksityisyyttään eri tavoin, koska he näkevät paljastamisen ja kertomatta jättämisen eri näkökulmista (Petronio 2002: 42). Kulttuuritekijöiden tavoin eroavaisuudet myös tässä perustuvat sosialisatioon sekä yksilön omaan uniikkiin näkemykseen yksityisyydestä (Petronio 2002: 24).

Motivaatio. Ihmiset tekevät päätöksiä yksityisyydestään myös omien motivaatiotekijöidensä perusteella. Motivaatiotekijöitä on erilaisia: joku saattaa tavoitella valtaa paljastamalla tiettyjä asioita, joku puolestaan voi haluta selkeyttää omia ajatuksiaan kertomalla yksityisiä asioita (Petronio 2002: 24–25). Petronio (2002: 50–55) esittääkin, että paljastamiseen voi motivoida esimerkiksi vastavuoroisuuden tarve, kilpailu paljastamisen kautta saatavista hyödyistä sekä toisesta pitäminen. Myös esimerkiksi yksilön omat luonteenpiirteet vaikuttavat yksityisyyden rajoihin.

Paljastamisen taustalla olevat motivaatiotekijät voidaan Davisin ja Franzoin (1987) mukaan jakaa kolmeen eri tyyppiin, joita ovat ilmaisemisen tarve (*an expressive need hypothesis*), itsetuntemuksen tarve (*a self-knowledge need hypothesis*) sekä itsepuolustuksen tarve (*a self-defense need hypothesis*). Mikäli taustalla on ilmaisemisen tarve, on yksityisen tiedon paljastaminen itsessään palkitsevaa ja se täyttää yksilön tarpeen ilmaista tunteitaan ja ajatuksiaan muille. Mikäli taustalla on itsetuntemuksen tarve, on paljastamisen syynä nimenomaan halu oppia sitä kautta tuntemaan itsensä paremmin. Itsepuolustuksen tarpeesta puhutaan silloin, kun yksilö välttää paljastamista, koska kokee mahdollisen riskin liian suureksi. (Davis & Franzoi 1987, Petronio 2002: 24–25, 49)

Konteksti. Kulttuurin, sukupuolen ja motivaation lisäksi myös tilanteen konteksti saattaa olla oleellinen tekijä yksityisyyden sääntöjä muodostettaessa. Konteksti koostuu kahdesta elementistä: sosiaalinen ympäristö sekä fyysiset puitteet. (Petronio 2002: 25) Ihmisten on esimerkiksi todettu paljastavan internetissä yksityisiä asioitaan enemmän kuin kasvotusten (Schouten, Valkenburg & Peter 2009: 9–10).

Riski-hyötysuhde. Yksi tärkeä kriteeri yksityisyyden sääntöjen kehittämisessä on punnita paljastamisen ja salaamisen riskejä ja hyötyjä. Yksilöt arvioivat näin ollen aina paljastamisen riskit ja hyödyt. Yksilöt saattavat esimerkiksi pitää todennäköisenä, että paljastamisessa on enemmän etuja kuin riskejä ja laskelmoida, millaisessa mittakaavassa paljastus on positiivinen vaihtoehto. Mikäli taas paljastamisen riskit ovat korkeat, seurauksena saattaa olla päätös yksityisyyden suojaamisesta, jolloin säilytetään haluttu yksityisyyden aste. (Petronio 2002: 26) Paljastamisen mahdollisia hyötyjä ja riskejä käsittelemme tarkemmin hieman edempänä, sillä ne ovat merkittävässä roolissa oman tutkimukseni kannalta.

Edellä mainitut kriteerit voi Petronion mukaan jaotella kahteen eri tyyppiin: ydinkriteereihin (*core criteria*) sekä katalyyttikriteereihin (*catalyst criteria*), jotka ohjaavat yksityisyyden sääntöihin liittyviä valintoja. Ydinkriteerit heijastavat yksilön käyttämiä pysyviä mittareita, joita käytetään hyväksi tehdessä valintoja liittyen yksityisyyden sääntöihin. Vaikka ydinkriteerit auttavatkin ennakoimaan sääntöjä, joita

ihmiset käyttävät tasapainotellessaan paljastamisen ja salaamisen välillä, on olemassa katalyyttejä, jotka voivat aiheuttaa muutoksia näihin sääntöihin. (Petronio 2013: 10)

Katalyyttikriteereillä on tapana laukaista yksityisyyden sääntöjen muutoksia, jotka pohjautuvat motivaation ja riski-hyötysuhteen kohtaamispisteeseen. Esimerkiksi Childin, Petronion, Agyeman-Budun sekä Westermannin tekemän tutkimuksen (2011) mukaan bloggaajien yksityisyyden säännöt saattoivat muuttua blogiin postaamisen jälkeen. Kun bloggaajat ymmärsivät, että blogi saattaa mahdollisesti vahingoittaa joko bloggaajaa itseään tai muita henkilöitä, olivat he motivoituneita poistamaan tai muuttamaan julkaisua, mikäli sen säilyttämisen riskit olivat suuremmat kuin siitä saatavat hyödyt. (Petronio 2013: 10)

Yksityisyyden hallinnoiminen ei koske vain henkilön omia yksityisyyden rajoja. Henkilökohtaisten yksityisyyden rajojen lisäksi yksilöt osallistuvat kollektiivisten rajojen hallinnoimiseen. Tällöin yksityinen tieto on jaettu joillekin tietyille henkilöille, ja nämä henkilöt ovat sen jälkeen vastuussa muiden uskottujen kanssa yksityisen tiedon säännöstelystä. Juuri tämä usean ihmisen vastuu tekeekin yhteisten rajojen sisäpuolella olevan tiedon hallitsemisesta monimutkaisempaa. (Petronio 2002: 85–86) Aksioma 5 ennustaakin, että onnistunut yhteisen yksityisen tiedon kontrolli kertomisen jälkeen saavutetaan aksioman yhdessä koordinoimalla ja neuvottelemalla tiedon kanssaomistajien kanssa. Aksioman 6 mukaan kanssaomistajuus johtaa yhteisesti hallittuihin kollektiivisiin yksityisyyden rajoihin. Kollektiivisia yksityisyyden rajoja säännöstellään aksioman 7 ennusteen mukaan erilaisten päätösten kautta: keille muille yksityinen tieto jaetaan, kuinka paljon toiset asiasta tietävät kollektiivisten rajojen sisä- ja ulkopuolella ja kenellä on oikeus tiedon paljastamiseen. (Petronio 2013: 10–11)

3.5.3 Paljastamisen hyödyt ja riskit

Paljastamisesta mahdollisesti saatavat hyödyt ovat syitä yksityisen tiedon jakamiseen. Petronio (2002) jakaa hyödyt viiteen eri tyyppiin, joita ovat ilmaisemisen tarve (*expression*), omien ajatusten selventäminen (*self-clarification*), sosiaalisen vahvistuksen

tarve (*social validation*), suhteen kehittämisen tarve (*relationship development*) sekä sosiaalisen kontrollin hakeminen (*social control*). (Petronio 2002: 66–67)

Kertomalla toisille jotain yksityistä, pystyy yksilö mahdollisesti itse käsittelemään tuota tietoa paremmin kuin salaamalla sen. Tällöin paljastamisen taustalla on ilmaisemisen tarve. Esimerkiksi jos läheinen ihminen menehtyy äkillisesti, yksilö haluaa ehkä ilmaista surua puhumalla tunteistaan. Tunteiden ilmaiseminen ei tule kuitenkaan kyseeseen, mikäli yksilö ajattelee sen paljastavan heikkoutensa. Toinen syy paljastamiseen voi olla tarve selventää omia ajatuksiaan. Yksityisten ajatusten paljastaminen ja niiden pukeminen sanoiksi saattaa auttaa yksilöä ymmärtämään niiden merkityksen selvemmin. Halu paljastamiseen saattaa kuitenkin riippua siitä, miten haavoittuvaksi yksilö kokee paljastuksen hänet tekevän. (Petronio 2002: 66)

Yksityisen tiedon kertomisen takana voi olla myös sosiaalisen vahvistuksen tarve. Kertomalla muille tunteistaan, yksilö saattaa saada heiltä vahvistusta näkemyksiinsä tai arvoihinsa. Riskinä kuitenkin on, ettei tukea tulekaan. Ihmiset syventävät tärkeitä ihmissuhteitaan jakamalla yksityisiä asioita. Tällöin paljastamisen taustalla on suhteen kehittämisen tarve. Aina suhteen syventäminen yksityistä tietoa jakamalla ei kuitenkaan onnistu halutulla tavalla ja paljastaminen saattaa jopa vaikeuttaa suhteen syvenemistä. (Petronio 2002: 66)

Tilanteen sosiaalisen kontrollin hakeminen voi myös aiheuttaa yksityisen tiedon paljastamisen. Kun yksilö kertoo toisille, mitä tunteita jokin asia hänessä herättää, saattaa hän samalla vaikuttaa myös toisten mielipiteeseen aiheesta. Hyöty kuitenkin katoaa, mikäli nämä henkilöt näkevät paljastamisen manipulointirytyksenä. (Petronio 2002: 67)

Yksityisen tiedon kertominen sisältää aina myös riskejä, joita punnitaan ennen paljastamista. Riskitasoja on erilaisia, eli vaikka tietoa pidettäisiin yksityisenä, ei se välttämättä ole sisällöltään niin merkityksellinen kuin jokin korkeamman riskin sisältävä yksityinen tieto. Riskitasot voidaankin jakaa kolmeen eri luokkaan: korkea, kohtalainen ja matala. Korkean riskin tapauksissa yksityisyyden rajoista pidetään tiukasti kiinni, kun taas matalan riskin tapauksissa rajat ovat läpäisevämmät ja niitä avataan helpommin.

Kohtalaisen riskitason tapausten yksityisyys vaihtelee kohtalaisen korkeasta kohtalaisen matalaan. (Petronio 2002: 67)

Korkean riskin tapaukset ovat usein sellaisia, jotka voivat aiheuttaa häpeää, uhkaa tai voimakasta nolostumista, minkä vuoksi niiden yksityisyyttä suojellaan tarkasti. Tällaisia tapauksia nimitetäänkin usein salaisuuksiksi. Kohtalaisen riskin tapauksissa kyse on usein tapahtumista, asenteista, arvoista tai kokemuksesta, joiden paljastaminen toisille tuntuu epämukavalta, ongelmalliselta tai ärsyttävältä, mutta joiden paljastumisen seurauksia ei pidetä niin huolestuttavina kuin salaisuuksien. Tällaisia aihealueita voi olla esimerkiksi henkilön palkka, epäonnistuminen koulussa tai työelämässä tai aikaisemmat ihmissuhteet. Mikäli kohtalaisen riskin sisältävä tapaus paljastuu, voi se aiheuttaa nöyryytyksen, levottomuuden, varovaisuuden ja mahdollisesti myös ahdistuksen tunteita, mutta pienemmässä mittakaavassa kuin salaisuudet. Matalan riskin tapauksista sen sijaan puhutaan silloin, kun kyseessä ovat ”valkoiset valheet” tai konflikteja aiheuttavat mielipiteet, joiden paljastumisen riski ei ole korkea. (Petronio 2002: 67–69)

Petronio (2002: 69–71) on luokitellut myös erilaiset riskityypit viiteen luokkaan, joita ovat turvallisuusriskit, stigmariskit, kasvorismit, relationaaliset riskit sekä rooliriskit. Jokaisella riskityypillä voi olla edelleen oma riskitasonsa, matala, kohtalainen tai korkea. Turvallisuusriskit ovat tapauksia, joissa paljastaminen tehdään hyvin varoen, sillä kertominen saattaa viedä valtaa tai vaarantaa joko oman tai toisten turvallisuuden. Esimerkiksi varkaudesta kertominen työpaikalla saattaa johtaa työn menettämiseen, jolloin yksilö saattaa kokea kertomisen riskin liian suureksi. (Petronio 2002: 69–70)

Stigmariskeissä vaara kohdistuu yksilön sisimpään ja itseidentiteettiin. Paljastaminen saattaa asettaa yksilön huonoon valoon ja tuoda huonon maineen. Jos yksilö esimerkiksi kertoo inhoavansa kaikkia työkavereitaan, voi paljastus kääntyä lopulta täysin itseään vastaan. Toiset saattavat pitää kyseistä paljastusta merkinä huonosta asenteesta työtä kohtaan. Paljastamalla epäsuositun mielipiteen tai uskontoon liittyvän uskomuksen, joka poikkeaa paljastuksen vastaanottajien mielipiteistä, saattaa joutua alttiiksi juuri stigmariskille. Stigmariskit pohjautuvatkin oletukseen, että toiset saattavat arvioida negatiivisesti yksilön käyttäytymistä tai mielipiteitä. (Petronio 2002: 70)

Kasvoriskit ovat yleisempiä. Ihmiset ennakoivat tilanteita, joissa paljastaminen aiheuttaa häpeää itselle tai muille tai jotka uhkaavat kasvojemme säilyttämistä. Puolustamisen tarve halutaan ennakoida sen varalta, että yksityinen tieto tulee julkiseksi. Relationaaliset riskit puolestaan liittyvät juuri ihmissuhteisiin ja ne voivat ilmetä monessa eri muodossa. Esimerkiksi kertomalla kumppanille, ettei pitänyt jostain, mitä hän teki, saattaa aiheuttaa uhan suhteelle. Relationaalisen riskin mahdollisuus piilee myös, kun kumppanille valitetaan tuen puutteesta, syytetään toisen rakastamisesta tai kerrotaan hänen tekevän onnettomaksi. Rooliriskeissä kyse on maineen vaarantamisesta. Mikäli esimerkiksi joku korkeammassa asemassa oleva paljastaa alaiselleen yksityisiä asioita avioliitostaan tai kysyy tältä neuvoa ja alainen pitää tätä sopimattomana, saattaa korkeammassa asemassa olevan rooli joutua kyseenalaiseksi. (Petronio 2002: 70–71)

3.5.4 Yksityisyyden kuohunta

CPM-teorian kolmas peruselementti on yksityisyyden kuohunta. Rajojen koordinointi on monimutkainen prosessi, minkä vuoksi se saattaa joskus epäonnistua. Aksioma 8 ennustaakin, että yksityisyyden säätely on usein ennalta-arvaamatonta ja voi vaihdella yksityisyyden hallinnan häiriöistä sen totaaliseen romahtamiseen. Kun rajojen koordinointi muuttuu asynkroniseksi, syntyy kuohuntaa. Yksityisyyden kuohunta johtuu myös kyvyttömyydestä koordinoita ja hallita yksityisyyden rajoja. Vaikka tavoitteena on kyetä säilyttämään yksityisyyden hallinta, useimmiten se jää vain toiveeksi, joka on vaikeaa täydellisesti toteuttaa. Toisinaan erehdys on kaikille osapuolille selkeä ja tilanteen korjaaminen aloitetaan nopeasti, kun taas joissain tapauksissa sääntöjen käytön asynkronisuus tulee esiin vasta konfliktin syntyessä. Yksityisyyden kuohunta on kuitenkin aina merkki siitä, että yksityisyyden säännöt ja yksityisyyden säätelyä koskevat oletukset kaipaavat muutosta. (Petronio 2002: 177, 203; 2013: 11)

Kuohuntaan voi johtaa kuusi eri tekijää: yksityisyyden rajojen tahallinen rikkominen, yksityisyyden rajojen tahaton rikkominen, epäselvät rajat, ihmisten erilainen suhtautuminen yksityisyyteen, rajojen määrittämisen ahdinko tai yksityisyyden pulmatilanteet, joissa kaikki vaihtoehdot ovat ikään kuin yhtä huonoja. Myös itse kuohunnan muotoja on erilaisia. Kuohunnasta seuraa tyypillisesti hämmennystä,

väärinymmärryksiä, epäluottamusta, vihan tunteita, nolostumista ja epäluuloisuutta sekä epävarmuutta yksityisen tiedon jakamisesta. (Petronio 2002: 177; 2007: 219)

Kun yksityisyyden rajoja rikotaan tahallisesti, kyse voi olla esimerkiksi petoksesta, vakoilusta tai luottamuspulmasta. Petoksessa luottamus petetään ja yksityinen tieto kerrotaan sovituista säännöistä huolimatta eteenpäin. Vakoilussa yksityinen tieto saadaan käsiin lukemalla esimerkiksi toisten käymää keskustelua salaa. Luottamuspulmasta kyse on silloin, kun tarjolla on kaksi huonoa vaihtoehtoa: tällöin yksityinen asia saatetaan paljastaa eteenpäin siksi, että sen salassa pitämisellä olisi vielä merkittävämmät haitat kuin paljastamisella. Yksityisyyden rajojen tahaton rikkominen saattaa johtua esimerkiksi siitä, että ihminen on huolimaton ja poikkeaa yksityisyyden säännöistä hetken mielijohteesta, hän ei kiinnitä huomiota sääntöjen kehittämiseen tai ei ymmärrä yksityisyyden sääntöjä. Joka tapauksessa, teko ei ole kuitenkaan tahallinen. Ihmiset tekevät virheitä niin arvioinnin, ajoituksen kuin aihepiirienkin suhteen, mikä johtaa yksityisyyden kuohuntaan. (Petronio 2002: 178–184)

Kun rajat ovat epäselvät, ihmisillä on erilaisia käsityksiä siitä, kuka tiedon omistaa ja ketkä ovat sen kanssaomistajia. Nykypäivän informaatiotulvassa epäselvät rajat ovat yleinen ilmiö ja yksityistä tietoa käytetään kauppatavarana. Yksi ikävimpiä epäselvien rajojen tyyppejä ovat juorut, joissa levitetään jonkun toisen yksityistä tietoa ja jotka saattavat olla ainoastaan osittain tai eivät lainkaan totta. Juorut koskevat aina jotakuta ja kyseinen henkilö itse on harvoin itse osallisena tässä keskustelussa. (Petronio 2002: 190–194)

Ihmisten suhtautuessa yksityisyyteen eri tavoin, saattaa kuohuntaa myös esiintyä. Tämän tyyppisiä tulee esiin esimerkiksi pariskunnilla. Toinen saattaa tulla perheestä, jossa asioista puhutaan todella avoimesti, kun taas toinen kokee vastaavanlaisen avoimuuden ja yksityisten asioiden jakamisen nolostuttavana tai jopa nöyryyttävänä. Jotkut ihmiset ovat todella joustamattomia muuttamaan yksityisyytensä sääntöjä ja pitävät niistä tiukasti kiinni, jolloin uusia, yhteisiä sääntöjä saattaa olla hankalaa neuvotella. Erilainen suhtautuminen yksityisyyteen voi johtua myös esimerkiksi kulttuurien välisistä eroista. (Petronio 2002: 194–195)

Kuohunta on todennäköistä, kun ihmisten määritelmät yksityisyyden rajojen reuna-alueista eivät kohtaa. Petronio (2002: 195) puhuu rajojen määrittämisen ahdingosta. Tätä tapahtuu kahdella eri tavalla: silloin, kun ihmiset pitävät julkista tilaa yksityisenä ja paljastavat yksityistä informaatiota sopimattomasti sekä silloin, kun paine rajojen uudelleen määrittämiseen tulee ulkopuolelta. Julkista tilaa saatetaan pitää yksityisenä esimerkiksi yleisissä wc-tiloissa, julkisissa kulkuvälineissä tai työpaikan käytävällä. Tilassa jaetaan yksityisiä asioita miettimättä, että todellisuudessa keskustelun kuulee moni muukin kuin varsinaiseen keskusteluun osallistuva. Lisäksi paikalla saattaa olla kuulemassa joku, jolle tieto ei kuulu, mutta jota tämä tieto jollain tavalla koskettaa tai hyödyttää. (Petronio 2002: 195–196) Samoin voi käydä myös blogeissa, ja bloggaaja voi pitää joissain tilanteissa blogiaan eli käytännössä julkista tilaa yksityisempänä kuin se lopulta onkaan. Tällöin bloggaaja saattaa paljastaa blogissaan jotain yksityistä ajattelematta, että teksti on myös esimerkiksi hänen esimiehensä nähtävillä.

Paineen rajojen uudelleen määrittämiseen tullessa ulkopuolelta toiset ikään kuin työntävät yksilön kysymättä julkiseen tilaan tavalla, joka pakottaa yksilön määrittämään yksityisen tiedon rajat uudelleen. Tästä hyvänä esimerkkinä toimivat julkisuuden henkilöt. Ihmiset tavoittelevat julkisuutta miettimättä sen seurauksia yksityiselämälleen. Julkisuuden henkilöiden odotetaan jakavan yksityisiä asioitaan julkiseen. Julkisuudessa oleminen tarkoittaa väistämättä yksityisyydestä luopumista, mikä usein ymmärretään vasta silloin, kun julkisuus on saavutettu. On paradoksaalista haluta olla samaan aikaan sekä julkinen että yksityinen. Jotkut julkisuuden henkilöt yrittävätkin säilyttää yksityisyytensä luomalla fiktiiviset yksityisyyden rajat, joiden avulla onnistutaan pitämään fanit tyytyväisenä. Luomalla fiktiiviset yksityisyyden rajat annetaan vaikutelma ”etäisestä läheisyydestä”: fanit kokevat, että julkisuuden henkilö paljastaa asioita itsestään ja elämästään, vaikka todellisuudessa näin ei ole. (Petronio 2002: 198) Tämä sivuaakin yksityisyyden ja avoimuuden vaikutelmien luomista, joita käsitellään seuraavassa luvussa tarkemmin.

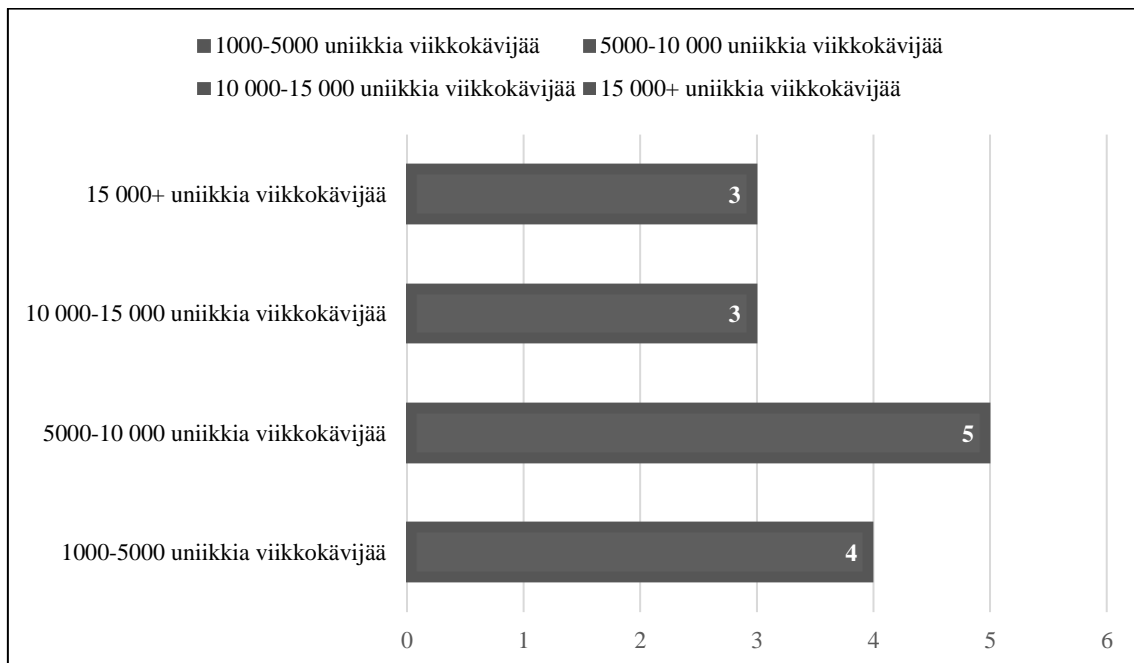
Yksityisyyden pulmatilanteita esiintyy elämän kaikilla osa-alueilla, joista kuitenkin merkityksellisimmät koskevat perheenjäsenten keskinäisiä suhteita. Dilemmat heijastavat sellaisia ongelmallisia tilanteita, joissa yksityisen tiedon tietäminen ja sen säilyttäminen

luottamuksellisena saattaa aiheuttaa perheelle ongelmia, mutta sen kertominen saattaa aiheuttaa konfliktin. Dilemmat ovatkin tilanteita, joissa molemmat vaihtoehdot ovat yhtä huonoja, jolloin yksilön on selvitettävä, mistä vaihtoehdosta olisi kaikille osapuolille vähiten haittaa. (Petronio 2002: 199–200)

Vaikka yksityisyyden kuohunta on epämiellyttävä asia itsessään, saattaa hallinnan horjuminen auttaa uudistamaan yksityisyyden käytäntöjä. Ihmiset saattavat kuohunnan ja epävarmuuden kautta tulla tietoisemmaksi yksityisyyden säännöistään. Ihmiset muuttavat yksityisyyden sääntöjä sopimaan paremmin heidän tarpeisiinsa, mukautumaan uusiin tilanteisiin ja erilaisiin vaatimuksiin, jotta tietty yksityisyyden hallinnan taso pystytään säilyttämään. (Petronio 2002: 33, 203–204).

4 YKSITYISYYDEN HALLITSEMINEN LIFESTYLEBLOGEISSA

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten suositut suomalaiset lifestylebloggaajat hallitsevat yksityisyyttään blogissaan. Tutkimuksen aineisto koostuu 15 kyselytutkimukseen osallistuneen lifestylebloggaajan vastauksesta. Blogin kirjoittamisen lisäksi vastaajista yhdeksän henkilöä ylläpitää myös YouTube-kanavaa eli tekee myös videoblogeja. Vastaajista kaikki olivat iältään 21–56-vuotiaita naisia. Vastaajista 21–25-vuotiaita oli kuusi henkilöä, 26–30-vuotiaita neljä, 31–40-vuotiaita kolme ja yli 40-vuotiaita kaksi. Kysely toteutettiin sähköisesti ja se koostui 28 kysymyksestä, joista suurin osa oli avoimia. Kysymykset olivat kaikille samat ja samassa järjestyksessä.



Kuvio 3. Blogien uniikit viikkokävijät

Vastaajien blogeilla on huomattava määrä seuraajia, kuten kuviosta 3 käy ilmi. Uniikeilla viikkokävijöillä tarkoitetaan blogissa viikon aikana vierailneiden eri kävijöiden määrää. Vastaajien blogeista neljä kerää viikoittain 1000–5000 uniikkia kävijää ja viidelle blogille

niitä puolestaan kertyy 5000–10 000. Kyselyyn vastanneiden blogeista kolme tavoittaa viikoittain 10 000–15 000 ja toiset kolme jopa yli 15 000 uniikkia kävijää. Tässä tutkimuksessa mukana olevat blogit ovat tai ovat vuonna 2016–2017 olleet osa Indieplacen Indiedays- tai Lifie-blogiportaalia. Indieplace on Suomen suurin vaikuttajaverkosto, jonka yhteisöihin kuuluu 400 sosiaalisen median vaikuttajaa. Indieplacen alla toimii kolme pääsivustoa, toisin sanoen kolme eri kohderyhmän blogiportaalia: nuorille naisille suunnattu Indiedays, aikuisille, perheellisille naisille suunnattu Lifie sekä ruokablogit yhteen kokoava Foodlover.

Taulukossa 1 on eriteltyä jokaisen tutkimukseen osallistuneen bloggaajan ikä, parisuhdestatus sekä lasten lukumäärä. Vastaukset ovat koodattu bloggaajien vastaamisjärjestyksessä B1–B15.

Taulukko 1. Vastaajien tiedot

Bloggaaja	Ikä	Parisuhdestatus	Lapsiluku
B1	56	naimisissa	3
B2	51	sinkku	2
B3	24	seurustelee	0
B4	24	seurustelee	0
B5	31	naimisissa	2
B6	28	naimisissa	3
B7	30	sinkku	2
B8	28	avoliitossa	1
B9	21	sinkku	0
B10	25	avoliitossa	0
B11	40	naimisissa	2
B12	26	sinkku	0
B13	33	naimisissa	2
B14	23	avoliitossa	0
B15	23	sinkku	0

Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jossa kuitenkin hyödynnetään myös kvantitatiivisen tutkimuksen keinoja. Analyysissa käytettiin teoriaohjaavaa sisällönanalyysia eli teoria toimi analyysin ohjenuorana ja tuki aineiston teemoittelua,

mutta se ei poissulkenut aineistosta itsestään tai teorian ulkopuolelta nousevia asioita. Aineistosta nousikin esiin myös teemoja, jotka eivät olleet suoraan mihinkään teoriaan kuuluvia, mutta aiheen kannalta oleellisia ottaa huomioon.

Analyysin runkona toimi Petronion (2002, 2013) yksityisyyden hallinnan teoria eli CPM-teorian, jonka uusimman version mukaisen kolmijaon eli yksityisyyden omistajuuden, hallinnan kuohunnan avulla aineisto jaettiin kantaviin pääteemoihin. Kokonaisuudessaan teemoja muotoutui viisi, joista kolme pohjautuu CPM-teoriaan ja kaksi ovat CPM-teoriaa tukevia. Ensimmäisessä luvussa käsitelen bloggaamisen syitä. Analyysin tukena toimi Nopparin ja Hautakankaan (2012) aikaisempi tutkimus bloggaajien motiiveista. Toisessa luvussa analysoin bloggaajien käsityksiä yksityisyydestä sekä heidän yksityisyyden sääntöjään CPM-teoriassa esiintyvän yksityisyyden omistajuuden kautta. Kolmannessa luvussa tarkastelen bloggaajien yksityisyyden hallintaa CPM-teorian ensimmäisessä versiossa (2002) esiteltyjen paljastamisen hyöty- ja riskitekijöiden avulla. Neljännessä luvussa tutkin bloggaajien kokemaa yksityisyyden kuohuntaa, joka on CPM-teorian kolmijaon viimeinen elementti. Viidennessä luvussa tarkastelen lifestyleblogien nykytilaa ja tulevaisuutta bloggaajien näkökulmasta. Tämä teema toimii bloggaamisen motiivien ohella pääteoriaa tukevana analyysinä.

Analyysini tukena käytän anonyymisti jokaisessa luvussa suoria esimerkkejä bloggaajien vastauksista, sillä ne tekevät analyysistä helpommin ymmärrettävän tarjoten samalla myös lukijalle mahdollisuuden omaan tulkintaan. Käyttämieni esimerkkien kirjoitusasuja ei ole muokattu, minkä vuoksi niissä saattaa ilmetä esimerkiksi kirjoitusvirheitä ja verkkokirjoittamisen käytäntöjä kuten puhekielellisyyttä, pieniä alkukirjaimia sekä välimerkkien puutteita. Käytän taulukon 1 mukaista koodausta suorien esimerkkien tunnistamisessa.

4.1 Bloggaamisen motiivit

Tässä luvussa selvitän, millaisia motiiveja haastateltavilla on blogin kirjoittamiseen. Tutkimukseni kannalta on tärkeää tiedostaa ja ymmärtää bloggaamisen taustalla olevia

syitä, sillä ne vaikuttavat väistämättä myös blogin sisältöön, lukijan ja bloggaajan väliseen suhteeseen sekä tietenkin tapoihin hallita yksityisyyttä blogissa. Vastaajista suurin osa on kirjoittanut blogiaan jo yli viisi vuotta. Kauimmin bloganneilla bloggaamista oli takana jo 10 vuotta, uusimmilla bloggaajilla lähes kaksi vuotta.

Nopparin ja Hautakankaan (2012: 22–23) mainitsemat bloggaamisen taustalla olevat yksilölliset, yhteisölliset sekä ammatilliset syyt pätevät hyvin myös tähän tutkimukseen vastanneiden keskuudessa. Taulukossa 2 olen jakanut aineistoista esiin tulleet bloggaamisen taustalla olevat syyt bloggaajittain yksilöllisiin, yhteisöllisiin sekä ammatillisiin syihin.

Taulukko 2. Aineistossa esiintyneet bloggaamisen syyt

Bloggaaja	Yksilölliset syyt	Yhteisölliset	Ammatilliset
B1	ajanviete	-	lisäänsio
B2	harrastus, oma kanava, luovuuden toteuttamisen väline	-	-
B3	-	asioiden, niin mietteiden kuin kuvien jakaminen	-
B4	itsensä ilmaiseminen kuvien ja kirjoittamisen kautta	vuorovaikutus lukijoiden kanssa	-
B5	harrastus	-	-
B6	arjen tallentaminen, harrastus	-	lisätulot
B7	itsensä ilmaiseminen	kokemukset, vuorovaikutus, vertaistuki	tulonlähde
B8	harrastus	-	-
B9		muita hyödyttävien asioiden jakaminen	
B10	intohimo, valokuvaus, tunteiden purkaminen	-	työ
B11	-	-	ammatti
B12	itsensä ilmaiseminen	-	-
B13	harrastus	-	toimeentulo
B14	itsensä haastaminen	-	-
B15	intohimo	-	työ

Kuten taulukosta 2 voi nähdä, yksilölliset syyt kuten itsensä toteuttaminen, omien taitojen kehittäminen, oman elämän dokumentoiminen, luova itseilmaisuus ja/tai itsetuntemuksen lisääntyminen olivat motiivina kaikista useimmin, jopa 12 vastauksessa. Bloggaaminen vaikuttaa olevan monelle tärkeä ja mieleinen harrastus tai intohimo. Tämä tuli esiin vastauksissa yli puolessa. Tulos saa tukea muun muassa Bronsteinin (2013) tutkimuksesta. Esimerkeissä (1) ja (2) bloggaamisen motiiveiksi nousevat juuri yksilölliset syyt.

- (1) Rakas harrastus, oma kanava ja luovuuden toteuttamisen väline [B2]
- (2) Itsensä haastaminen ja siinä onnistuminen [B14]

Yksilöllisten syiden rinnalle nousivat useimmiten ammatilliset syyt. Työkseen tai lisäänsiokseen blogin mainitsi seitsemän henkilöä. Sama henkilö saattoi pitää blogiaan samaan aikaan sekä työnään että harrastuksenaan kuten esimerkki (3) osoittaa. Vastaajista ainoastaan yksi kertoi ainoaksi motiivikseen juuri ammatilliset syyt. Noppari ja Hautakangas (2012: 22) mainitsevatkin, että bloggaaminen tapahtuu vain harvoin pelkästään taloudellisista tai ammatillisista syistä.

- (3) arjen tallentaminen, lisätulot ja mukava harrastus [B6]

Yhteisölliset syyt kuten esimerkiksi vuorovaikutus, verkostoituminen ja tiedon ja ideoiden jakaminen nousivat tässä yhteydessä esiin yllättävän harvoin, vain neljässä vastauksessa. Esiin nousseita teemoja olivat muun muassa vertaistuen tarjoaminen ja toisten inspiroiminen. Vastauksista käy ilmi, että bloggaamisen kautta halutaan jakaa erinäisiä asioita: mietteitä, kuvia ja ylipäättään sisältöä, joista muutkin voisivat saada jotain elämäänsä. Yhteisölliset syyt saattoivat olla mainittuna motiivina ainoita tai ne saattoivat olla yksilöllisten ja ammatillisten syiden rinnalla kuten esimerkki (4) osoittaa.

- (4) Tapa ilmaista itseäni, kokemukset ja vuorovaikutus, vertaistuki, tulonlähde [B7]

Bloggaamisen taustalla olevat syyt vaikuttavat olevan siis vahvasti henkilökohtaisia ja yksilöstä itsestään lähteviä. Tulos vastaa hyvin vahvasti Hollenbaughin (2011) tutkimuksesta saatuja tuloksia. Kuten Noppari ja Hautakangas (2012: 22) toteavat, ovat yksilölliset ja yhteisölliset syyt kuitenkin hyvin usein sidoksissa toisiinsa, joten on hyvin

mahdollista, että myös tähän kyselyyn vastanneiden motivaattoreina toimivat myös yhteisölliset syyt, vaikka vastaajista vain neljä ne suoraan mainitsivat. Yhteisölliset syyt saattavat olla bloggaajille niin itsestään selviä, ettei niitä koeta tarpeelliseksi mainita tai ne ovat niin abstrakteja, ettei niitä osata eritellä.

Koska bloggaamisen taustalla olevat motivaattorit ovat vahvasti henkilökohtaisia, on oletettavissa, että myös blogin sisältö on henkilökohtaista ja bloggaajalle itselleen tärkeää (ks. esim. Bronstein 2013). Tätä käsitystä tukee myös bloggaajien valitsemat aihepiirit bloginsa kuvailemiseen. Blogin aihepiireiksi mainittiin muun muassa lifestyle tai oma elämä (12 kertaa), muoti tai oma tyyli (8 kertaa), hyvinvointi tai kauneus (7 kertaa), sisustus (6 kertaa) sekä perhe tai lapset (5 kertaa). Kysymys oli avoin eli vastaajat saivat tehdä itse sanavalintansa, ja sama bloggaaja pystyi kuvailemaan blogiaan useilla eri aihepiireillä. Erityisesti lifestyle, oma elämä ja tyyli sekä perhe ja lapset viittaavat henkilökohtaiseen sisältöön.

4.2 Bloggaajien käsityksiä yksityisyydestä ja sen hallinnasta

Tässä luvussa käsittelen bloggaajien käsityksiä yksityisyydestä sekä sen hallinnasta blogissa. Ensiksi avaan bloggaajien näkemyksiä yksityisyydestä yleisesti sekä heidän suhtautumistaan yksityisyyteen. Tämän jälkeen käyn läpi tarkemmin bloggaajien yksityisyyden sääntöjä eli millaisia asioita bloggaajat blogissaan kertovat ja millaiset asiat halutaan pitää blogin ulkopuolella. Analyysin tukena käytän Petronion (2002, 2013) CPM-teoriaa.

4.2.1 Käsityksiä yksityisyydestä blogissa

Vastausten perusteella bloggaajien käsitys yksityisyydestä perustuu vahvasti juuri Petronion (2002: 9; 2013: 9) käyttämään yksityisen tiedon omistajuuteen eli siihen, että bloggaaja hallitsee itse omaa yksityisyyttään. Kuten CPM-teorian aksiooma 1 ennustaa, uskovat bloggaajat olevansa yksityisen tietonsa ainoita omistajia, ja he luottavat siihen, että heillä on oikeus paitsi suojella yksityistä tietoaan, myös myöntää halutessaan muille

pääsy näihin tietoihin. He kokevat olevansa oikeutettuja määräämään, mitä heistä tiedetään. Bloggaaja tekee päätökset, mitä ja kuinka paljon yksityistä tietoa hän kertoo, ja jos joku vaatii lisää, on bloggaajan oma päätös paljastaako hän lisää vai ei kuten esimerkit (5) ja (6) osoittavat.

- (5) julkista on mitä itse annan, jos ihmiset vaativat henkilökohtaisempaa tietoa, on mun käsissä vastaanko vai enkö [B15]
- (6) – – En halua ”oksentaa” mitään blogiin ja omat demonini kuuluvat vain itselleni. [B2]

Sekä esimerkissä (5) että (6) molemmissa korostuu yksityisyyden omistajuus. Esimerkissä (5) bloggaaja määrittelee julkiseksi sen, mitä hän itse antaa ja korostaa omistajuuttaan toteamalla, että tiedon jakaminen on hänen käsissään. Esimerkissä (6) korostuu jälleen bloggaajan päätösvalta, joka tässä kohtaa tarkoittaa sitä, että hän on päättänyt pitää tietyt asiat vain itsellään. Vastausten perusteella blogeissa ollaan myös hyvin tarkkoja sen suhteen, ettei toisten oikeutta yksityisen tiedon omistajuuteen loukata, eli yksityisen tiedon tulee koskea vain bloggaajaa itseään. Tämä tuli esiin erittäin useasti ja monessa eri yhteydessä. Esimerkissä (7) bloggaaja kertoo, ettei ole koe olevansa oikeutettu kertomaan läheistensä terveydentilasta blogiinsa mitään. Myös esimerkissä (8) bloggaaja toteaa, ettei kerro kenestäkään koskaan mitään ilman toisen suostumusta.

- (7) En kerro lasteni terveydestä/sairauksista, kuten en muidenkaan läheisteni. En koe olevani siihen oikeutettu. En myöskään kirjoita mitään, mikä voisi loukata toisia ihmisiä. Blogi on pintaraapaisu minun elämästäni ja kerrotut asiat minun näkökulmani. [B13]
- (8) – – Ei koskaan kenestäkään mitään noloa tai ikävää eikä ilman lupaa. [B11]

Sekä esimerkissä (7) että (8) korostuu se, ettei blogiteksteillä haluta loukata toisia. Petronion (2002) CPM-teorian mukaan päätös kertomisesta tai kertomatta jättämisestä tehdään itselleen tärkeiden kriteerien ja olosuhteiden mukaan. Vastauksista nousivat esiin juuri hyötyjen ja riskien arvioiminen yksityisyyden rajaamisessa kuten esimerkit (9), (10) ja (11) osoittavat. Blogissa ei haluta kertoa asioita, joiden mahdolliset riskit ovat liian suuria.

- (9) – – Omia isoimpia murheita ja ongelmia on mielestäni myös turha jakaa maailmalle. Ja kaikki sellainen, mitä ei haluaisi tulevan vastaan joskus vuosienkin päästä. [B9]
- (10) Yksityistä on kaikki se, mitä jätän kertomatta. Kaikki mitä kirjoitan on julkista ja tiedän, että se voi päätyä mihin tahansa. [B8]
- (11) Yksityistä on kaikki tieto, mitä joku voisi käyttää väärin ja kaikki muu, mikä vaan tuntuu epämurkavalta jakaa. [B3]

Esimerkissä (9) vastaaja punnitsee sisältöään myös tulevaisuuden kannalta tiedostaen, että blogissa julkaissut tekstit ja kuvat voivat tulla vastaan vuosienkin päästä omasta tahdosta riippumatta. Samaa aihetta sivutaan myös esimerkissä (10), jossa bloggaaja tiedostaa, että kaikki, mitä hän kirjoittaa, voi päätyä minne tahansa. Esimerkissä (11) vastaaja pitää uhkana paljastetun tiedon väärinkäyttöä ja on päättänyt pitää yksityisenä kaiken tiedon, jota mahdollisesti voitaisiin käyttää väärin. Kuten Mäkinen (2006: 104) on todennut, internetiin jäänyt tieto saattaa lopulta tulla esiin väärässä yhteydessä ja kääntyä julkaisijaansa vastaan. Internetissä julkaistut tekstit, kuvat ja tiedot saattavat päätyä minne tahansa.

Tietoisempi käsitys yksityisyyden hallitsemisesta näyttäisi syntyneen monella vasta vuosien myötä. Vastaajista viisi kertoi, ettei blogia aloittaessaan miettinyt yksityisyytensä rajaamista tarkemmin ja blogiin saatettiin kirjoittaa asioita sen kummemmin sitä ajattelematta kuten esimerkeistä (12), (13) ja (14) käy ilmi.

- (12) En aluksi juuri rajannut blogin sisältöä muuten kuin jättäen ne ikävät asiat blogin ulkopuolelle. [B13]
- (13) En ajatellut sitä silloin vaan olen aina mennyt fiiliksen mukaan. Bloggaan niin ettei se loukkaa tai satuta muita. [B7]
- (14) Alussa en pohtinut paljoakaan – aloitin aikana, jolloin ”kukaan” ei näyttänyt kasvojaan asukuvissa. Sen jälkeen olen pohtinut paljonkin, mutta olen varsin avoin blogissa. [B2]

Esimerkissä (12) bloggaaja kertoo ainoana kriteerinä toimineen aluksi vain negatiivisten asioiden jättäminen blogin ulkopuolelle. Esimerkissä (13) bloggaaja kertoo kirjoittavansa asioista omien tuntemustensa mukaan kuitenkin loukkaamatta muita. Esimerkistä (14)

sen sijaan on havaittavissa anonymiteetin vaikutus yksityisyyden hallitsemiseen. Bloggaaja kertoo, ettei miettinyt yksityisyytensä rajaamista blogia aloittaessaan kovin paljon ja selittää toimintansa sillä, että tuolloin blogia kirjoitettiin kasvottomasti. Anonymiteetin on todettu olevan yksi suurin syy estottomaan käyttäytymiseen verkossa (Suler 2004: 322). Vastauksissa ilmeni myös sosiaalisen ympäristön vaikutus oman yksityisyyden rajaamiseen, erityisesti puhuttaessa blogin alkutaipaleesta. Sosiaalisen ympäristön vaikutus näkyy osittain myös esimerkissä (14), mutta erityisen selkeästi tämän tyyppinen toimintamalli tulee esiin esimerkissä (15).

- (15) – – Aloittaessani ei myöskään blogiskene ollut samanlainen kuin nykyään ja ihmiset olivat muutenkin avoimempia itsestään internetissä, joten tuntui luontevalta olla miettimättä liikaa rajanvetoa sen suhteen mitä julkaisee ja mitä ei. [B4]

Esimerkissä (15) vastaaja kertoo, että bloggaamisen alkuvaiheessa oli luontevaa olla miettimättä liikaa rajanvetoa yksityisen ja julkisen välille, koska kaikki muutkin jakoivat internetissä avoimesti asioitaan. Petronion (2002: 24) mukaan tilanteeseen sopivat säännöt opitaan ja omaksutaan muiden ihmisten kautta. Bloggaajien yksityisyyden rajaamiseen vaikuttavat todennäköisesti muiden bloggaajien tavat hallita yksityisyyttään. On selvää, että mikäli useimmat ympärillä olevat tuovat yksityisiä asioitaan avoimesti blogiin, on myös muilla matalampi kynnyksellä tehdä niin. Sama pätee toisin päin: jos jokin aihepiiri on todettu liian yksityiseksi jakaa blogissa esimerkiksi negatiivisten seurausten vuoksi, vaikuttaa se mahdollisesti myös muiden tapaan suhtautua asian paljastamiseen. Tämän suuntainen toiminta käy ilmi myös esimerkissä (16).

- (16) – – Läheisiäni suojelen entistä enemmän kuin ennen ja se liittyy ehkä siihen että on lukenut muista blogeista kauhutarinoita asian suhteen. Itse en usko että kirjoittaisin perhe-blogia jossa lapset esimerkiksi olisivat esillä tunnistettavasti. [B4]

Esimerkissä (16) mainituilla pelkoa aiheuttaneilla tarinoilla vastaaja oletettavasti viittaa useissa blogeissa esiin tullessiin ongelmiin, joissa bloggaajan itsensä lisäksi myös hänen läheisiään esimerkiksi arvosteltu negatiiviseen sävyyn keskustelupalstoilla, heistä on levitetty perättömiä juoruja tai heille on mahdollisesti aiheutettu jopa häiriötä monin eri tavoin. Vaikka vastaaja ei ole itse vastaavanlaista kokenut, on hän kuitenkin muuttanut

omia yksityisyyden sääntöjään muiden kohtaamien ikävien kokemusten vuoksi ennakoidakseen yksityisyyden kuohunnan.

Osalla vastaajista käsitys yksityisyydestä blogissa oli kuitenkin varsin avoin. Esimerkissä (17) bloggaaja rinnastaa blogin yksityisyyden tasoltaan kavereihin eli yksityistä on se, mitä hän ei kertoisi edes kavereilleen. Muuten hän jakaa blogissaan avoimesti lähes kaiken.

- (17) Oikeastaan jaan kaiken, paitsi ehkä sellaiset henkilökohtaiset jutut joita en pura edes kavereille. Välillä ehkä tiettyjä fiiliksiä, jos huono päivä ei tule heti mieleen nettiin niitä aina kirjoitella. [B10]

Esimerkissä (17) korostuu myös blogien positiivinen tarinankerronta, sillä bloggaaja toteaa, ettei huonosta päivästä halua ensimmäisenä kirjoittaa internetiin. Poikkeava, mutta varsin mielenkiintoinen näkökulma oli yhden bloggaajan näkemys siitä, ettei yksityisten asioiden kertominen anna toisille aseita loukkaamiseen (esimerkki 18).

- (18) – – Ajattelen voivani olla avoin ja kertoa yksityisiltäkin tuntuvia ajatuksia, koska kukaan ei voi satuttaa tai aiheuttaa minulle pahaa tietämällä syvällisiäkin ajatuksiani [B3]

Esimerkki (18) on täysin päinvastainen, sillä useimmiten yksityisten asioiden kertominen koetaan riskialttiina: ihmiset pelkäävät jakaa yksityisiä ajatuksiaan, koska niiden koetaan pitävän sisällään monenlaisia riskejä kertojalleen ja hänen yksityisyytensä hallitsemiselleen. Vaikka henkilökohtaisia asioita ja mielipiteitä voidaan käyttää kertojaansa vastaan myöhemmin, on esimerkissä (18) ilmenevästä näkökulmasta pääteltävissä, että näin ei kuitenkaan aina tapahdu tai ainakaan sitä ei osata yhdistää henkilökohtaisten asioiden paljastamiseen. Tähän saattaa esimerkiksi vaikuttaa paitsi bloggaajan myös lukijoiden ikä.

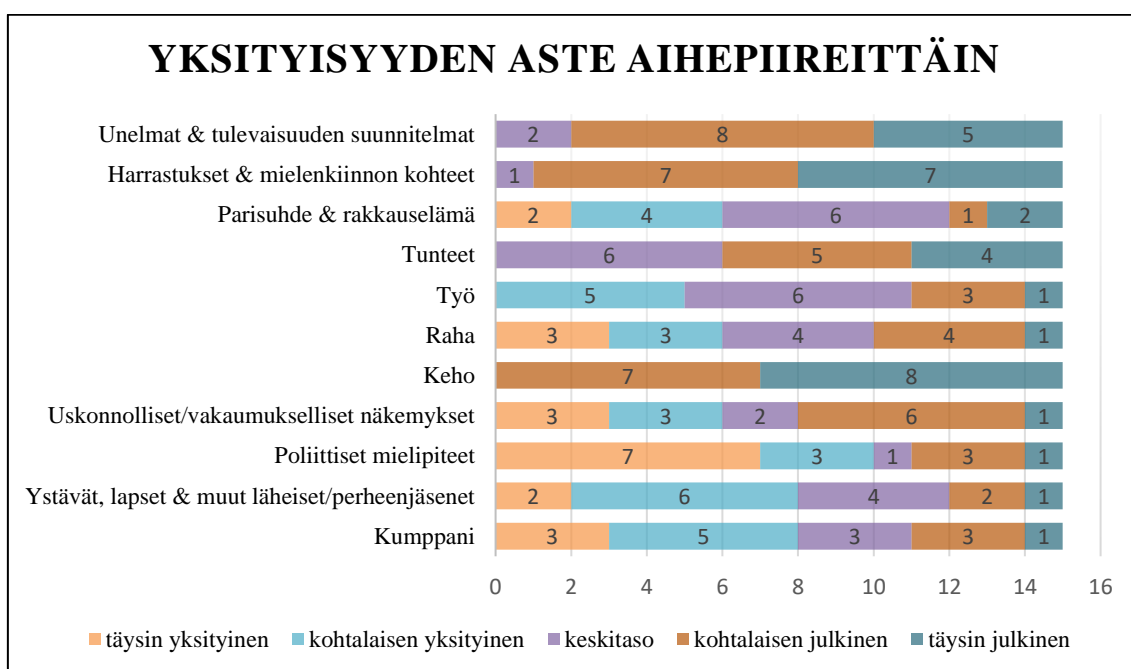
Kaiken kaikkiaan vastausten perusteella bloggaajilla vaikuttaa siis olevan vahva usko siihen, että he omistavat yksityisen tietonsa ja heillä on oikeus päättää mitä ja kuinka paljon he blogissaan paljastavat. Boyd (2006) on todennut, että vaikka blogi on julkinen ja sinne on kaikilla pääsy, puhuvat bloggaajat *heidän* blogistaan. Hänen mukaansa bloggaajalle blogi on kuin hänen kotinsa, johon toiset ovat tervetulleita vierailemaan,

kunhan noudattavat bloggaajan asettamia sääntöjä. Vaikka kenellä tahansa on pääsy blogiin, juuri tämän kaltainen omistajuuden käsitys saa blogin tuntumaan bloggaajasta henkilökohtaiselta tilalta, vaikka se ei sitä ole. boydin käsitys on vahvasti linjassa omien tulosteni kanssa.

4.2.2 Yksityisyyden säännöt

Tässä luvussa käsittelen bloggaajien yksityisyyden sääntöjä eli mitä blogissa kerrotaan tai jätetään kertomatta. Petronion (2002: 24–26; 2013: 9) mukaan ihmiset säätelevät yksityisen tiedon virtaa kehittämällä ja käyttämällä erilaisia yksityisyyden sääntöjä, jotka pohjautuvat CPM-teorian mukaan viiteen eri kriteeriin: kulttuuriin, sukupuoleen, motivaatioon, kontekstiin sekä riski-hyöty -suhteeseen. Vastauksista nousi esiin melko yksityiskohtaisia näkemyksiä siitä, millaiset asiat halutaan jättää blogin ulkopuolelle, mikä toisaalta antoi vaikutelman, etteivät yksityisyyden säännöt ole kovinkaan johdonmukaisia tai yksiselitteisiä. Eräs bloggaaja kertoi, että rajat määrittyvät tapauskohtaisesti, mikä varmasti pitää monen kohdalla paikkansa.

Jallinojan (2000: 175) mukaan aihepiirit, jotka koskevat ihmissuhteiden ristiriitoja, työhön suhtautumista, sairauksia, yksinäisyyttä tai luonteenpiirteitä nähdään usein kuuluvan yksityisen piiriin. Saman tyyppisiä viitteitä antoivat myös bloggaajien vastaukset, joissa kyseisistä teemoista osa nousi vahvastikin esiin. Bloggaajien yksityisyyden säännöt kuitenkin hajaantuivat monilta osin henkilöstä riippuen: se, mikä toiselle saattoi olla täysin yksityistä, saattoi toiselle olla puolestaan täysin julkista. Muutamien aihepiirien kohdalla nousi kuitenkin selkeitä suuntaviivoja esiin.



Kuvio 4. Yksityisyyden aste aihepiireittäin

Osana kyselytutkimusta bloggaajia pyydettiin arvioimaan eri aihepiirien yksityisyyden aste asteikolla 1–5, jossa numero 1 vastasi täysin yksityistä aihepiiriä ja numero 5 täysin julkista aihepiiriä. Aihepiirien sisällöt avaavat tarkemmin luvun edetessä. Hieman vastaavanlaista, mutta huomattavasti laajempaa menetelmää ovat käyttäneet myös Tang ja Wang (2012) bloggaajien yksityisyyden rajoja koskevassa tutkimuksessaan. Kyseisen tutkimuksen aihepiirijaottelu toimi runkoa myös tässä tutkimuksessa, mutta sitä muokattiin enemmän tähän tutkimukseen sopivaksi. Kuviossa 3 on koottuna bloggaajien vastaukset siten, että vasemmalla näkyvät kaikki aihepiirit tiivistetysti ja väripalkin sisällä oleva numero osoittaa, kuinka monta bloggaajaa sijoitti kyseisen aihepiirin millekin yksityisyyden tasolle.

Kuten kuviosta 3 käy ilmi, selkeästi yksimielisimmin blogin ulkopuolella halutaan pitää poliittiset mielipiteet. Täysin yksityiseksi aihepiiriksi ne mainitsivat jopa seitsemän vastaajaa, kohtalaisen yksityiseksi puolestaan kolme. Vastaajista ainoastaan yksi piti aihepiiriä täysin julkisena. Huomionarvoista on, ettei poliittisia mielipiteitä kuitenkaan maininnut vastaajista yksikään yksityiseksi aikaisemmin, kun bloggaajilta kysyttiin,

millaisia asioita he eivät tuo blogissaan esiin, koska haluavat pitää ne yksityisenä. Kysymys oli avoin. Lähes kaikki muut aihepiirit nousivat jo tuolloin esiin eri muodoissaan. Tämä saattaakin kertoa siitä, että poliittiset mielipiteet mielletään niin automaattisesti yksityiseksi, ettei sitä huomata mainita.

Uskonnollisten ja vakaumuksellisten näkemysten yksityisyyden taso jakoi mielipiteet lähes kahtia. Täysin tai kohtalaisen yksityiseksi aihepiiriksi uskonnolliset ja vakaumukselliset näkemykset luokittelivat vastaajista kuusi. Keskitasolle aihepiirin sijoittivat vastaajista kaksi ja vastaajista seitsemän piti sitä joko täysin tai kohtalaisen julkisena. Sekä poliittisia mielipiteitä että uskontoon liittyviä asioita voidaankin pitää erityisesti stigmariskin sisältävinä. Stigmariskeissä vaara kohdistuu yksilön sisimpään ja itseidentiteettiin ja ne pohjautuvat oletukseen, että toiset saattavat arvioida negatiivisesti yksilön käyttäytymistä tai mielipiteitä (Petronio 2002: 70). Tämä saattaakin selittää bloggaajien halun pitää juuri kyseiset aihepiirit verrattain vahvasti yksityisinä, sillä ne koetaan erityisen haavoittaviksi ja ”leimaaviksi”.

Vastaajista kahdeksan eli yli puolet halusi pitää kumppanin (*kumppanin tunnistettavuus ja häntä koskevat tiedot*) joko täysin yksityisenä tai kohtalaisen yksityisenä aihepiirinä. Parisuhde ja rakkauselämä olivat täysin tai kohtalaisen yksityisiä aihepiirejä vastaajista kuudelle. Osalle tärkeämpää vaikuttikin olevan pitää nimenomaan kumppanin henkilöllisyys ja tunnistettavuus yksityisenä kuin itse parisuhde ja rakkauselämä kuten esimerkit (19) ja (20) osoittavat.

- (19) – – Jokainen näistä kohdista riippuu itselläni ainakin siitä, että kuinka paljon paljastaa ”faktaa” Voin hyvinkin kirjoittaa poikaystävästäni ja meidän suhteesta, mutta en paljastaisi hänen henkilöllisyyttään. [B4]
- (20) – – Omasta miehestä en puhu blogissa enkä kuvaa hänen toiveesta. Kerron matkoistamme ja muista tekemisistä, mutta yksityisasiat pidän onana tietona. [B5]

Esimerkissä (19) bloggaaja korostaa faktan määrää. Hän toteaa voivansa aivan hyvin kirjoittaa poikaystävästään ja heidän parisuhteestaan blogiin, mutta poikaystävän henkilöllisyyttä hän ei halua paljastaa. Esimerkissä (20) bloggaaja puolestaan kertoo, ettei

hänen miehensä ole blogissa mukana ollenkaan, mutta heidän yhteisistä tekemisistä hän kirjoittaa. Usein erityisesti kumppanin ja ennen kaikkea avo/aviopuolison rajaaminen juuri lifestyleblogista saattaa olla haastavaa, sillä koko blogin idea perustuu pääpiirteittäin bloggaajan omasta elämästä kertomiseen. Tämä onkin yksi niistä aihealueista, jossa blogien kesken näkyy yleisesti ottaen eniten variaatioita: joku pitää kumppanin täysin tunnistamattomana, kun taas jollekin toiselle se on blogin tärkeä sivuhenkilö ja lukijoiden seuraama hahmo itse bloggaajan ohella. Parisuhdeasioiden jakaminen blogiin tuo kuitenkin omat haasteensa. Jos suhde esimerkiksi kariutuu, voi bloggaaja joutua harkitsemaan asian julkaisemisen tapoja pitkään, sillä loputtomiin elämän isoja käännteitä ei pysty blogin ulkopuolella pitämään (Noppari & Hautakangas 2012: 87).

Ystävät, lapset sekä muut läheiset ja perheenjäsenet (*heidän tunnistettavuus ja heitä koskevat tiedot*) oli aihepiiri, jonka halusi pitää yksityisenä vastaajista kahdeksan. Lähipiiriä haluttiin suojella erityisesti blogin tuomilta mahdollisilta negatiivisilta seurauksilta kuten esimerkki (21) osoittaa. Usein myös bloggaajan lähipiiri saa osansa esimerkiksi negatiivisävytteisestä arvostelusta keskustelupalstoilla, minkä vuoksi on täysin ymmärrettävää, ettei bloggaaja halua ulkopuolisten joutuvan kärsimään sen vuoksi, että hän on päättänyt kirjoittaa julkisesti elämästään.

- (21) – – En halua tuoda läheisiäni blogimaailmaan, koska blogi on oma juttuni eikä heidän. Haluan myös suojella heitä mahdolliselta negatiivisilta sivuvaikutuksilta. – – [B9]

Negatiivisten sivuvaikutusten lisäksi esimerkissä (21) korostetaan blogin olevan bloggaajan oma juttu, ei läheisten, minkä vuoksi heitä ei myöskään haluta mukaan sekoittaa. Tästä huolimatta osalle vastaajista lapset ovat blogissa esiintyviä sivuhenkilöitä, vaikka muu perhe pysyisi blogin ulkopuolella. Esimerkissä (22) bloggaaja kertoo kumppaninsa pysyvän blogista poissa täysin, mutta hänen lapsellaan on ollut blogissa merkittävä rooli alusta saakka.

- (22) Mieheni pysyy blogistani pois täysin, aluksi mainitsin hänestäkin postauksissa, mutta nimestä lähtien kaikki on pysynyt piilossa. Omasta elämästäni olen vastaavasti kertonut hyvinkin paljon. Lapseni on ollut blogissa paljon esillä alusta asti, en lähtenyt piilottamaan häntä eikä siihen liittynyt mitään sen suurempia pohdintoja. Mitä vanhemmaksi hän kasvaa, sitä enemmän hän saa vaikuttaa onko esillä vai ei. – – [B8]

Bloggaaja kertoo esimerkissä (22), ettei ole miettinyt päätöstä lapsen näkymisestä blogissa sen kummemmin vaan hän ei vain lähtenyt lasta piilottamaan. Koska lapsi on oletettavasti varsin nuori, hän ei ole tässä tapauksessa pystynyt vaikuttamaan itse bloginäkyvyyteensä lainkaan vaan kyse on ollut täysin huoltajan päätöksestä. Vaikka lapsi haluaisi myöhemmin vetäytyä kokonaan julkisuudesta, saattaa hänestä aikaisemmin blogissa jaetut tiedot ja kuvat tulla vastaan vielä vuosia myöhemmin monessa eri asiayhteydessä. Mielenkiintoista on, että osa koki yksityisemmäksi lasten nimet ja heitä käsittelevät tekstit kuin heistä julkaistavat kuvat kuten esimerkeistä (23) ja (24) käy ilmi.

- (23) – – Lapseni esiintyvät blogissa mutta ei omilla nimillä. Kuvia voin heistä laittaa. – – [B5]
- (24) – – Kuvissa kyllä näkyy lasten kasvot, mutta asiat kerron enemmän oman kokemusmaailman ja tunteiden mukaan kuin liikaa lapsiini liittyen. Käsitelen yleisesti arkea ja vanhemmuutta en niinkään lapsiani. [B6]

Molemmissa esimerkeissä (23, 24) lapsia siis suojellaan enemmän sanallisilla valinnoilla kuin sillä, että heidät pidettäisiin kasvoiltaan tunnistamattomina. Esimerkissä (23) bloggaajan lapset esiintyvät blogissa salanimillä, kun taas esimerkissä (24) bloggaaja kertoo käsittelevänsä teksteissään yleisemmin arkea ja vanhemmuutta kuin konkreettisesti omia lapsiaan.

Raha-asiat olivat monelle aihepiiri, josta ei haluttu juurikaan puhua blogissa. Tähän aihepiiriin sisältyi mielipiteet rahaan liittyvistä asioista, henkilökohtaiset tulot ja raha-asiat sekä talouden suunnittelu. Vastaajista kuusi piti aihepiiriä joko täysin tai kohtalaisen yksityisenä. Myös Tangin ja Wangin (2012: 248) tutkimustulokset ovat saman suuntaisia. Työelämään, kouluun tai uraan liittyvät asiat piti kohtalaisen yksityisenä vastaajista viisi, mutta täysin yksityisenä ei kukaan. Yksi kertoi olevansa huomattavasti avoimempi opiskeluistaan kuin työstään. Työpaikasta saatetaan kertoa jotain yleistä, kuten, millä alalla työskentelee, mutta blogia ja työpaikkaa ei haluta sekoittaa (esimerkit 25, 26).

- (25) – – En myöskään kerro työasioistani blogissa, koska en halua sotkea blogia ja työpaikkaani. Olen pinnallisesti kertonut olevani asiakaspalveluvastaavana, mutta en sen kummempaa. – – [B5]

- (26) – – olen asiakaspalvelualalla töissä ja tiedän että siellä saattaisi alkaa porukka käymään moikkaamassa ja se ei varmaan kävisi pomolle. – – [B14]

Molempien esimerkkien (25, 26) bloggaaja työskentelee asiakaspalvelualalla, minkä vuoksi rajanveto on koettu todennäköisesti erityisen tärkeäksi työrauhan kannalta. Erityisesti esimerkissä (26) korostuu rajan vetäminen juuri työnantajan näkökulmaa ajatellen. Bloggaaja tiedostaa, että työpaikan paljastuessa lukijat saattaisivat alkaa tulla sinne vain tapaamaan bloggaajaa, mikä puolestaan saattaisi aiheuttaa ongelmia työnantajan kanssa.

Vastauksista ainoastaan yhdessä nousi esiin blogia lukevan lähipiirin vaikutus blogin sisältöön. Esimerkissä (27) bloggaaja kertoo rajaavansa bloginsa sisältöä myös siitä näkökulmasta, että tietää läheistensä lukevan hänen julkaisemiaan postauksia eikä täten halua paljastaa blogissaan asioita, joita ei kertoisi läheisilleen muutenkaan.

- (27) Uskonto, raha, seksi, alkoholi. Mielestäni nuo asiat ovat yksistyisiä ja kaikki perheestäni ja kavereistani myös lukevat blogiani, joten en halua jakaa myöskään asioita joita en äidille esim haluaisi sanoa suoraan tai asioita mistä en haluaisi että netissä puhuttaisiin, kuten raha ja uskonto. [B10]

Esimerkissä (27) ilmenevä rajanveto osoittaa bloggaajan ainakin osittain tiedostavan, että blogia voi lukea kuka tahansa, ja että siellä julkaistuista asioista pitäisi olla periaatteessa valmis puhumaan lukijamäärien puolesta myös kokonaiselle stadionille. Keho (*pohdinnat ulkonäköön liittyen, meikittömyys, oma vartalo, terveys*) oli listatuista 11 aihepiireistä bloggaajille kaikkein julkisin. Vastaajista jokainen merkitsi sen kohtalaisen tai täysin julkiseksi aihepiiriksi. Kuitenkin alastomuus ja seksiin liittyvät asiat olivat teemoja, jotka muutamissa vastauksissa, kuten esimerkissä (27), saivat erillisen maininnan yksityisyyden piiriin kuuluviksi.

Bloggaajista yksi kertoi tästä huolimatta julkaisevansa itsestään hyvinkin paljastavia kuvia kuten bikini- ja uima-asukuvia. Alusvaatekuvien julkaiseminen tuntui hänestäkin kuitenkin liian yksityiseltä. On mielenkiintoista, että juuri bikinikuvia pidetään usein blogeissa hyväksyttävänä, mutta alusvaatteissa esiintyminen herättää paheksuntaa, vaikka

alusvaatteet paljastaisivatkin toisinaan vähemmän. Tämä ajattelutapa pohjautuu todennäköisesti yksilöille muodostuneisiin visuaalisen todellisuuden säännönmukaisuuksiin ja niihin kytkeytyneisiin merkityksiin eli visuaalisiin järjestyksiin, jotka sisältävät tiedostamattomia arvoja, asenteita ja näkökulmia sekä vakiintuneita ja jaettuja kulttuurisia merkityksiä (Seppänen 2002: 14, 36, 219). Bikineissä esiintyminen blogissa koetaan todennäköisesti hyväksyttävämpänä siksi, että bikineissä esiinnyttäen julkisesti muutenkin, kun taas pelkissä alusvaatteissa ihmisiä ei ole totuttu näkemään julkisesti eikä niiden haluta näkyvän ulkopuolisille.

Siitä huolimatta, että aihepiirinä keho sisältäen oman terveyden kuului kaikilla joko kohtalaisen tai täysin julkisen piiriin, nousi avoimissa vastauksissa useaan kertaan oma tai läheisen sairaus aihepiiriksi, joka haluttiin pitää blogin ulkopuolella. Esimerkissä (28) bloggaaja kertoo, millaisia asioita juuri hän ei tuo blogissaan esiin, koska haluaa pitää niitä yksityisenä.

- (28) Oma sairaus, joka on kipeä paikka itsellenikin. Lisäksi lapsen sairaus ja läheisen syöpä. Klikkejä noilla aiheilla saisi takuuvarmasti, mutta ne eivät ole tarkoitettu reposteltaviksi julkisesti. [B13]

Esimerkissä (28) bloggaaja kertoo, että oma ja läheisten sairaudet pysyvät yksityisenä, vaikka hän tiedostaa, että kyseisillä aiheilla saisi lisää kävijävirtaa blogiin. Hän ei kuitenkaan halua näin henkilökohtaisia asioita julkiseen keskusteluun. Eräässä vastauksessa tuli kuitenkin ilmi, että esimerkiksi iäkkään vanhemman sairastuminen oli sairauksien yksityisestä luonteesta huolimatta helpompi kuitenkin tuoda blogissa esiin kuin esimerkiksi masennus, joka ei kyseisen bloggaajan omien sanojen mukaan tule ikinä päätymään blogiin. Iäkkään henkilön sairastuminen koetaan mahdollisesti jotenkin luonnollisempana ja vähemmän arkana aiheena, sillä ikä tuo usein mukanaan erilaisia sairauksia.

Aihepiirinä tunteet (*henkilökohtaiset tunteet, surun ja ilon aiheet, huolet*) oli bloggaajista jopa yhdeksälle kohtalaisen tai täysin julkinen. Keskitasolle tämän aihepiirin sijoitti vastaajista kuusi eikä se ollut täten kenellekään täysin tai edes kohtalaisen yksityinen. Bloggaajat kokevat siis voivansa puhua tunteistaan verrattain avoimesti, mutta valikoiden

sopivat aiheet. Esimerkiksi positiivisista tunteista on helpompi puhua kuin ikävämistä asioista, mikä nousi myös vastauksissa eri tavoin esiin. Yksi bloggaajista kertoikin, että helpommin hän kertoo iloisista tunteista ja onnistumisista kuin päinvastoin. Väite saa tukea Tangin ja Wangin (2012: 248) tutkimuksesta, joka osoitti, että bloggaajat puhuvat tunteistaan, erityisesti onnellisuudestaan, varsin avoimesti blogissaan.

Myös unelmat ja tulevaisuuden suunnitelmat kuuluivat aihepiiriin, jonka bloggaajat kokivat pääosin joko kohtalaisen tai täysin julkiseksi. Näin vastasi bloggaajista jopa 13 eikä aihetta pitänyt kukaan täysin tai kohtalaisen yksityisenä. Unelmat ja tulevaisuuden suunnitelmat voidaankin nähdä hyvin positiivissävytteisinä aihepiireinä, mikä saattaa osaltaan selittää bloggaajien avointa suhtautumista aiheeseen. Nopparin ja Hautakankaan (2012: 39–43) mukaan positiivisuutta korostava minäesitys on osittain perintöä tyttöjen ja naistenlehdistä, mutta he nostavat esiin myös muita selittäviä tekijöitä. Ensinnäkin verkko toimintaympäristönä motivoi onnellisten tarinoiden kerrontaa ja verkkoviestinnän rajoitteet kuten eleiden puuttuminen tekee kärkkäiden ja sarkasmia sisältävien tekstien julkaisemisesta riskialttiita. Toisaalta positiivinen tarinankerronta voi olla osa maineenhallintaa, jolloin bloggaajat haluavat antaa mieluummin positiivisen kuin negatiivisen kuvan. Myönteisyys ja positiivinen tarinankerronta voi kuitenkin toimia myös selviytymiskeinona, joka suojaa bloggaajaa verkon aggressiiviselta kommentoinnilta, sillä positiivisissa teksteissä ei ole niin tahmeaa tarttumapintaa.

Unelmia ja tulevaisuuden suunnitelmiakin julkisemmaksi aihepiiriksi nousi kuitenkin harrastukset ja mielenkiinnon kohteet. Vastaajista 14 merkitsi sen kohtalaisen tai täysin julkiseksi. Blogit rakentuvat vahvasti juuri bloggaajien omien mielenkiinnonkohteiden ympärille ja muotoutuvat niiden kautta oman näköisekseen, joten tämän tyyppinen jakauma on sinällään varsin luonnollinen. Lisäksi nämä aiheet ovat varsin neutraaleja, minkä vuoksi niihin liittyviä aiheita on turvallista jakaa blogissa.

4.3 Bloggaamisen hyöty- ja riskitekijät

Yksityisen tiedon paljastaminen on aina monimutkainen prosessi ja tiedon paljastamisella voi olla paitsi etua tuova vaikutus, myös omat riskinsä. Tässä luvussa käsittelem omasta elämästä bloggaamisen hyötyjä sekä riskejä. Koska lifestyleblogeissa pääosassa ovat Nopparin ja Hautakankaan (2012: 16) mukaan nimenomaan bloggaajan oma persoona ja henkilökohtaisen elämän julkinen esittäminen eli toisin sanoen tietyn tyyppinen paljastaminen on lifestyleblogeissa aina läsnä, nostan tässä luvussa esiin myös bloggaajien positiivia ja negatiivisia kokemuksia suosittuna, julkisena lifestylebloggaajana toimimisesta. Kokemukset tarjoavat näkökulmaa paitsi yksityisasioista kirjoittamisen tuomista hyödyistä, myös sen aiheuttamista haitoista ja riskeistä. Bloggaamisen hyödyt voivat siis olla syitä yksityisen tiedon kertomiseen tai ylipäättään lifestyleblogin kirjoittamiseen, kun taas eri tasoiset riskit ja bloggaamisen haittapuolet ovat ikäviä lieveilmiöitä, jotka vaikuttavat bloggaajan toimintaan ja tapaan rajata yksityisyyttään.

4.3.1 Lifestylebloggaamisen hyödyt

Lifestylebloggaamisen hyötyjen kohdalla tietyt teemat nousivat bloggaajien vastauksissa erittäin vahvoina esiin. Petronion (2002: 66–67) CPM-teorian mukaan yksityisen tiedon jakamisen syyt eli hyödyt voidaan jakaa viiteen eri luokkaan, joita ovat ilmaisemisen tarve, omien ajatusten selventäminen, sosiaalisen vahvistuksen tarve, suhteen kehittämisen tarve sekä sosiaalisen kontrollin hakeminen. Näistä luokista jokainen tuli esiin jossain muodossa.

Kuten jo bloggaamisen motiiveista kävi ilmi, ovat juuri ilmaisemisen tarve ja omien ajatusten selventäminen monille tärkeä hyötytekijä. Tarve omien tunteiden purkamiseen ja vertaistuen tarjoamiseen motivoivat kirjoittamaan omasta elämästä. Nämä teemat tulevatkin vahvasti esiin esimerkissä (29).

- (29) – – Mulla on tarve jakaa asioita muille ja kun saan siitä hyvää palautetta, tiedän tekeväni juuri sitä, mitä pitääkin. Haluan todella rohkaista ja motivoida muita asioilla, joita olen itse vaikeuksien kautta oppinut. [B9]

Esimerkissä (29) bloggaaja puhuu myös palautteen saamisesta, joka vahvistaa bloggaajan käsitystä siitä, että hän toimii oikein. Tällainen sosiaalisen vahvistuksen tarve tuli esiin monessa muussakin vastauksessa. Kehujen ja positiivisen palautteen kautta bloggaajat saavat muilta vahvistusta omille näkemyksilleen ja mielipiteilleen sekä ylipäättään omalle toimintatavalleen. Palautteen ja kehujen ohella myös vuorovaikutus oli monelle hyvin merkityksellinen tekijä. Bloggaajat haluavatkin mahdollisesti kehittää suhdetta itsensä ja lukijoiden välillä antamalla enemmän itsestään, jotta bloggaaja pysyisi helpommin samaistuttavana. Tällaiseen toimintaan viittaa myös esimerkki (30)

- (30) – – Halaun itse kuitenkin olla samaistuttava henkilö, joten jaan blogissa myös henkilökohtaisempia asioita. Olen huomattavasti yksityisempi kuin aloittaessani kirjoittamaan blogia, mutta koen silti että kirjoitan aika julkisesti omasta elämästäni, kuitenkin paljastamatta liikoja. [B4]

Esimerkistä (30) ilmenee, että bloggaaja jakaa juuri samaistuttavuuden säilyttämisen vuoksi myös henkilökohtaisempia asioita, joka edelleen johtaa siihen, että lukijat pysyvät tyytyväisempinä. Bloggaajat tiedostavat, että yksityisasiota käsittelevät postaukset tuovat blogiin kävijävirtaa ja ovat lukijoiden keskuudessa pidettyjä, eli toisin sanoen paljastamalla blogissa yksityisiä asioita voi tavoitella lisää suosiota eli valtaa. Esimerkissä (31) bloggaaja kertoo kirjoittaneensa viimeisen kolmen vuoden aikana melko raskaistakin aiheista osittain vain sen vuoksi, että se tuo helposti kävijäpiikkiin.

- (31) Olen kirjoittanut paljon enemmän henkilökohtaisista haasteistani, perheen kohtaamista tilanteista (äidin sairastuminen) ja omasta kamppailustani eteenpäin elämässäni. Osittain olen tehnyt tän vain siksi, että niiden avulla on helppo saada kävijäpiikki blogiin. [B2]

Esimerkin (31) voi tulkita myös tapana yrittää pärjätä blogikamppailussa, jossa esimerkiksi kävijämäärillä on merkitystä siihen, kuinka paljon ja millaisia yhteistöitä bloggaajalle tarjotaan. Esimerkissä (32) sama bloggaaja kertoo tirkistelyn olevan mahtavaa ja paljastusten toimivan osana brändinsä rakentamista.

- (32) Se toimii ehdottomasti, kyllä lukijoita kiinnostaa ihmisyyden blogin takana ja tirkistely on aina mahtavaa. Olen tehnyt sitä itsekin hyvin kevyesti, mutta en kovinkaan paljoa enkä usein. [B2]

Esimerkissä (32) bloggaaja kertoo käyttäneensä paljastuksia brändin rakentamisen välineenä, mutta vastauksesta on aistittavissa ikään kuin puolusteleva kanta, jossa halutaan korostaa, että paljastukset ovat olleet kevyitä eikä niitä ole tehty paljon tai usein. Vaikka tutkimukseen osallistuneista bloggaajista vain yksi myönsi suoraan paljastavansa yksityisiä asioita lukijoiden toivossa, kertoi vastaajista muutama käyttävänsä henkilökohtaisia, paljastuksia brändin rakentamisen välineenä. Paljastuksen tuli olla kuitenkin kevyt tai itseä koskeva. Muutamasta vastauksesta nousi esiin, ettei bloggaaja itse tiedosta käyttävänsä henkilökohtaisia paljastuksia brändin rakentamisen välineenä, mutta ei ollut varma onko niin tehnyt. Klikkien kalastelu jakaa kuitenkin selvästi mielipiteitä ja moni peräänkuuluttaakin oikeanlaista tapaa ja tarkoituspäätä, jolla henkilökohtaisia paljastuksia käytetään osana oman brändin rakentamista kuten esimerkit (33–35) osoittavat.

- (33) Hyvällä maulla voi paljastaa itsestään paljonkin. Henkilökohtaukset postaukset ovat yleensä tykättyjä sillä silloin on helpompi samaistua bloggaajaan. Liiallinen omilla yksityisasioidella brassailu on kuitenkin inhottavaa, en halua tehdä itsestäni ja esimerkiksi ”ongelmistani” liian isoa numeroa. [B8]
- (34) – – Yksityisillä/vakavilla asioilla ei tulisi mässäillä vain saadakseen huomiota. Joskin ihmisillä tulisi olla tarpeeksi medialukutaitoa huomata jos joku vain rahastaa draamalla. [B3]
- (35) Clickbait tyylinen otsikointi ja tekstien kirjoittaminen vain tässä mielessä on mielestäni vähän kyseenalaista, varsinkin jos henkilö keskittyy pelkästään tämänkaltaiseen sisällöntuottoon. Itse jaan välillä ”henkilökohtaisia paljastuksia” jos uskon että niihin voi lukija samaistua, aihe on kiinnostava tai uskon että minulla on asiasta jotain uutta sanottavaa. Mutta en koskaan kertois mitään ”känni-tarinoita” tai vastaavia vain sen vuoksi että saisin paljon lukijoita. Jos tekisin paljastavan kirjoituksen, tulisi siinä olla jokin muu tulokulma ja merkitys, että kokisin tarinan jakamisen arvoisena. [B4]

Esimerkissä (33) vastaaja tiedostaa, että henkilökohtaiset postaukset ovat yleensä tykättyjä, mutta paljastukset tulee tehdä hyvän maun rajoissa. Esimerkeissä (34) ja (35) puolestaan nousee esiin paljastamisen taustalla olevan syyn merkitys: syynä ei saa olla ainoastaan vallan hakeminen vaan esimerkiksi vertaistuen tarjoaminen. Osa vastaajista

koki, ettei osaa tai halua käyttää paljastuksia lukijoiden kalasteluun kuten esimerkki (36) osoittaa.

- (36) en osaa oikein käyttää blogipostausta klikkienkalasteluun. Tekstit tulevat aika rehellisenä, muttei kuitenkaan draamanhakuna tai lukijoiden ravisteluna. [B6]

Esimerkissä (36) vastaaja kertoo, että vaikka hänen kirjoittamansa julkaisut ovat sisällöltään rehellisiä, hän ei kuitenkaan tavoittele niillä draamaa tai halua järkyttää lukijoita. Noppari ja Hautakangas (2012: 23–24, 156–157) ovat todenneet, että blogosfääriin muuttuessa blogien sisältämä yksityinen tuotetaan yhä tietoisemmin laajan yleisön luettavaksi ja lifestylebloggaajat tekevätkin erilaisia esityksellisiä valintoja tuottaessaan henkilökohtaista sisältöä. Kaikkea yksityistä ei tarvitse paljastaa vaan tulee osata tuottaa eri tilanteisiin sopivia yksityisyyden ja avoimuuden vaikutelmia. Tämä väite saa vahvistusta myös esimerkissä (37).

- (37) Taitava bloggaaja osaa paljastaa ja antaa lukijoille säilyttämällä kuitenkin yksityisyyden. [B15]

Esimerkin (37) mukaan taitavan bloggaajan ominaisuuksiin kuuluu yksityisyyden ja avoimuuden vaikutelmien hallitseminen, jolloin tietty yksityisyys voidaan säilyttää aidosti yksityisenä. Tutkimukseen osallistuneista bloggaajista suurin osa on blogannut jo niin pitkään, että heistä todennäköisesti pääosin kaikki tietävät, miten luoda blogiin lukijoita miellyttävä aito ja henkilökohtainen vaikutelma säilyttäen kuitenkin yksityisyyden hallinnan, jolloin palataan jälleen bloggaajan ja lukijan välisen suhteen kehittämisen tarpeen äärelle. Voidaankin ajatella, että joissain tapauksissa suhteen kehittämisen tarpeen kautta haetaan toisinaan välillisesti myös valtaa.

Isot kävijämäärät tuovat bloggaajalle valtaa ja tätä kautta mahdollistavat bloggaajalle niin aineellisen kuin aineettoman hyödyn. Julkisenä ja suosittuna bloggaajana toimimisen eduista yksi aihepiiri nousikin esiin useammin kuin mikään muu. Yhteistyön ja erilaisten PR-tilaisuuksien tuomat mahdollisuudet, elämykset ja kokemukset tulivat esiin vastauksissa lähes jokaisessa, vaikka bloggaamisen motiiveihin sen nosti vain puolet. Vallan tuomat edut vaikuttavat olevan siis mieluisia, vaikka niiden tavoittelu ei perimmäisenä syynä olisikaan tai ainakaan niitä ei sellaiseksi myönnetä.

Kun yksilö kertoo toisille, mitä tunteita jokin asia hänessä herättää, saattaa hän samalla yrittää vaikuttaa myös toisten mielipiteeseen aiheesta (Petronio 2002: 67). Tällöin puhutaan sosiaalisen kontrollin tarpeesta. Tämän tyyppinen toiminta tuli esiin myös muutamissa bloggaajien vastauksissa. Vastaajista yksi kertoi suoraan, että vaikuttaminen ihmisten ajatuksiin on yksi julkisena ja suosittuna bloggaajana toimimisen positiivista puolista. Kahdessa vastauksessa sen sijaan tuotiin esiin asiantuntijaroolin saavuttamisen hienous. Asiantuntijalla voidaan taas olettaa olevan valtaa vaikuttaa toisten mielipiteisiin ja tuoda omia ajatuksiaan ja näkemyksiään suuremman yleisön tietoisuuteen.

4.3.2 Lifestylebloggaamisen riskitekijät, haitat ja yksityisyyden huolet

Omasta elämästään ja yksityisasiastaan kirjoittaminen tuo mukanaan myös negatiivisia asioita ja eri tasoisia riskejä, jotka vaikuttavat bloggaajan tapaan hallita omaa yksityisyyttään. Petronion (2002: 69–71) luokittelu eri riskityypeistä jakautuu viiteen eri luokkaan, joita ovat turvallisuusriskit, stigmariskit, kasvoriskit, relationaaliset riskit sekä rooliriskit, joista jokaisella on oma riskitasonsa, matala, kohtalainen tai korkea. Bloggaajien vastauksissa nousi esiin näistä riskityypeistä lähes jokainen ja edellä mainittu luokittelu toimiikin analyysini tukena. Tässä luvussa esiin tulevat riskit vahvistavat entisestään käsitystä siitä, että vaikka bloggaaja on julkaisijana vapaa julkaisemaan mitä haluaa, tuo tämän tyyppinen vapaus isojen seuraajamäärien edessä aivan uuden tyyppistä vastuuta.

Stigmariskit ovat lifestyleblogien sisällössä vahvasti läsnä, sillä sisällön painopiste on nimenomaan bloggaajan henkilökohtaisessa elämässä ja hänen persoonassaan. Koska bloggaaja kirjoittaa itsestään ja elämästään suurelle yleisölle, on suuri mahdollisuus, että mukaan päätyy jotain, mikä pitää sisällään stigmariskin. Tietyistä aiheista kirjoittaminen saattaa antaa bloggaajalle vahvan leiman, josta on vaikea päästä eroon ja joka saattaa aiheuttaa merkittäviä ongelmia. Stigmariskit pohjautuvat oletukseen, että toiset saattavat arvioida negatiivisesti yksilön käyttäytymistä tai mielipiteitä ja paljastaminen voi asettaa yksilön huonoon valoon ja antaa huonon maineen, jolloin uhattuna on yksilön sisin ja itseidentiteetti (Petronio 2002: 70). Kuten bloggaajien yksityisyyden sääntöjä käsiteltäessä kävi ilmi, bloggaajien keskuudessa hyvin yksityisinä pidetyt aihepiirit kuten

uskontoon ja politiikkaan liittyvät mielipiteet pitävät sisällään vahvan stigmariskin, minkä vuoksi niiden käsittelemistä blogissa todennäköisesti vältetään.

Myös kasvoriskit vaikuttivat olevan blogeissa tiedostettu uhka. Näissä tapauksissa paljastaminen aiheuttaa häpeää itselle tai muille tai ne saattavat johtaa kasvojen menettämiseen (Petronio 2002: 70). Vastauksista nousi esiin, ettei blogissa haluta julkaista mitään, mikä aiheuttaisi varsinkaan toisille häpeää tai loukkaisi ulkopuolisia, mutta myöskin omaan elämään liittyvissä asioissa haluttiin usein keskittyä positiivisiin asioihin, jolloin uhka on huomattavasti pienempi. Eräs bloggaaja kuitenkin pelkäsi, että julkaistut asiat vaikuttaisivat joko nyt tai tulevaisuudessa johonkin negatiivisesti. Blogissa bloggaaja esiintyy käytännössä aina omilla kasvoillaan, jolloin kaikki blogissa julkaistut asiat henkilöityvät kirjoittajaan itseensä.

Selkeästi useimmin bloggaajien suurin yksityisyyttä koskeva huoli liittyi juuri läheisiin, erityisesti bloggaajien lapsiin, jotka ovat joutuneet tahtomattomaan osaksi blogin tuomaa julkisuutta. Esimerkissä (38) bloggaajan esikoinen on aloittamassa muutaman vuoden päästä peruskoulun ja bloggaaja pelkää, että lapsi joutuu kiusaamisen kohteeksi siksi, että hänen äitinsä kirjoittaa tunnettua blogia.

- (38) Että lapsistani aletaan kaivaa tietoa ja kun toinen tyttöni menee parin vuoden päästä kouluun, ettei häntä vaan alettaisi kiusaamaan bloggailuni takia. – – [B5]

Kuten esimerkki (38) osoittaa, on oman elämän julkisessa jakamisessa aina riski, että se asettaa jonkun toisen ikävään tilanteeseen, vaikka varsinaisesti mitään negatiivista ei olisi julkaistukaan. Kyseinen esimerkki tarjoaakin erittäin mielenkiintoisen näkökulman tilanteeseen, jossa lapset ovat osana blogia sekä riskeihin, joita lasten yksityisyyteen kohdistuu. Myös toinen bloggaaja kertoi suurimmaksi huolekseen sen, mitä hänen lapsensa ajattelee vanhempana siitä, että hänet on tuotu esille blogissa. Kasvoriskien lisäksi vastauksissa nousivat esiin myös turvallisuusriskit. Bloggaajat olivat huolissaan paitsi omasta myös lastensa turvallisuudesta kuten esimerkit (39) ja (40) osoittavat. Näiden lisäksi myös oman kotirauhan puolesta pelättiin.

- (39) että joku sekopää innostuu stalkkaamaan itseäni ja tyttäriäni IRL. Meidät kaikki löytää helposti osoitteineen netistä ja kun jopa tutut

tuntuvat unohtavan, että blogissa on esillä vain osa totuudesta, saattaisi joku pimahtanut kuvitella oikeasti tuntevansa meidät. [B2]

- (40) Lasten yksityisyys ja kasvurauha, vaikka he eivät blogin sisältönä olekaan, he ovat kuitenkin minun lapsiani, ja pelkään että joku kohdistaa vihaansa heihin. [B13]

Esimerkissä (39) bloggaajan pelkona on, että joku alkaa seuraamaan ja vakoilemaan häntä ja hänen lapsiaan myös internetin ulkopuolella, niin sanotusti oikeassa elämässä. Koska blogisisällön ja todellisuuden raja tuntuu välillä hämärtyvän myös läheisiltä, kokee bloggaaja uhkana, että joku vieras kuvittelee tuntevansa heidät oikeasti. Esimerkissä (40) bloggaaja on huolissaan siitä, että hänen lapsensa joutuvat jonkun henkilön vihan kohteeksi hänen bloginsa vuoksi, vaikka lapset eivät olekaan blogin sisältönä. Hän pelkää, että joku haluaa tehdä heille jotain pahaa siksi, että he ovat hänen lapsiaan. Tämä sama pelko tuli esiin myös toisessa vastauksessa. Huoli on ymmärrettävä, sillä toisinaan blogien kommentteissa kohtaa varsin räikeitä kirjoituksia, joissa bloggaajalle toivotaan tapahtuvan jotain todella pahaa esimerkiksi vain siksi, että bloggaajan elämä saattaa vaikuttaa ulkopuolisen silmiin liian helpolta ja täydelliseltä.

Yksi vastaajista mainitsi suurimmaksi huolekseen ahdistuksen, joka syntyy, kun yksityisyyttä ei julkisilla paikoilla enää seuraajien vuoksi juurikaan ole (esimerkki 41). Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että suosittu lifestylebloggaajat ovat nykyään julkisuuden henkilöitä, jotka tunnustetaan myös blogin ulkopuolella.

- (41) Ahdistus ja välillä kaipaa fiilistä että voi mennä ostaa ilman meikkiä vaikka viinaa, ilman että siitä saa jossain kuulla ;,,D [B10]

Esimerkistä (41) voi päätellä, että kyseisellä bloggaajalla on blogissaan tietynlainen rooli, johon esimerkiksi alkoholin ostaminen tai huolittelematon ulkoilme ei sovi. Tämän roolin vaarantaminen saattaa huonontaa bloggaajan maineen, jolloin voidaankin puhua rooliriskistä. Rooliriskit eivät muutoin nousseet vastausten perusteella vahvasti esiin, mutta on todennäköistä, että koska suosittu lifestylebloggaajalle on rakentunut tietynlainen brändi ja asiantuntijan rooli, ovat myös tämän tyyppiset riskit läsnä

useammankin bloggaajan kohdalla, vaikka ne eivät näissä vastauksissa esiin vahvemmin nousseetkaan.

Petronion (2002: 9) mukaan ihmiset kokevat olevansa oikeutettuja määräämään, mitä toiset heistä tietävät. Mikäli heistä saadaankin selville jotain ilman lupaa, kokevat he yksityisyytensä vahingoitetuksi. Yksi vastaajista kertoikin suurimmaksi yksityisyyteen liittyväksi huolekseen juuri sen, että jotkut henkilökohtaiset asiat julkaistaisiin hänen tahtomattaan. Tämä vahvistaa käsitystä siitä, miten tärkeää yksityisyyden omistajuus on myös bloggaajille, vaikka he kertovatkin elämästään kohtalaisen avoimesti täysin vapaaehtoisesti.

4.4 Bloggaajien kokema yksityisyyden kuohunta

Lifestylebloggaajat kirjoittavat pääosin omaan elämäänsä liittyvistä asioista, jotka ovat lähes poikkeuksetta jossain määrin aina henkilökohtaisia. Koska yksityisyyden rajojen koordinointi on monimutkainen prosessi, saattaa se joskus epäonnistua ja täten aiheuttaa kuohuntaa sekä muutoksia yksityisyyden säännöissä. Erityisesti verkossa yksityisyyden hallitseminen on haastavaa, sillä julkaisujen leviämistä on mahdotonta hallita ja tiedot saattavat joutua erilleen omasta kontekstistaan tai ne saatetaan esimerkiksi ymmärtää väärin. Myös osalla tutkimukseen osallistuneista bloggaajista oli kokemusta yksityisyyden rajojen häiriintymisestä. Tässä luvussa käsittelen aluksi bloggaajien kohtaamia kokemuksia yksityisyyden kuohunnasta ja tämän jälkeen selvitän, miten bloggaajien yksityisyyden säännöt ovat muuttuneet viimeisen kolmen vuoden aikana.

4.4.1 Yksityisyyden rajojen häiriintyminen

Yksityisyyden menettäminen oli monelle julkisena ja suosittuna lifestylebloggaajana toimimisen aiheuttama negatiivinen seuraus, joka aiheuttaa monen tyyppisiä ikäviä lieveilmiötä. Petronion (2007: 219) mukaan kuohunnan muotoja on erilaisia ja tyyppillisesti siitä seuraa hämmennystä, väärinymmärryksiä, epäluottamusta, vihan tunteita, nolostumista ja epäluuloisuutta sekä epävarmuutta yksityisen tiedon jakamisesta.

Yksityisyyden rajat voivat häiriintyä monista eri syistä, joista bloggaajien kohdalla useimmiten kyseessä vaikuttavat olevan joko yksityisyyden rajojen tahallinen ja tahaton rikkominen, epäselvät rajat tai rajojen määrittämisen ahdinko.

Yksi bloggaajista totesi, ettei hänellä ole lainkaan yksityisyyttä vaan hänen elämänsä ruoditaan, koska hän on itse laittanut sen esille. Yksityisyyden menettäminen on yksi bloggaamisen aiheuttamista uhkista (Bortree 2007: 38). Myös Petronio (2002: 193) on todennut, että juorut ovat väistämättä julkisuuden hinta, koska julkisuudessa ei voi olla ilman, että esiintyy julkisesti. Sama ilmiö on nähtävissä suosittujen lifestylebloggaajien kohdalla, vaikka perinteisten juorulehtien sijaan heitä ja heidän elämänsä ruoditaankin erilaisilla internetin keskustelupalstoilla kuten esimerkki (42) osoittaa. Juorut ovat yksi epäselvien rajojen esiintymismuodoista ja niitä levitetään paitsi julkisuudessa esiintyvistä henkilöistä myös muista kanssaihmisistä.

- (42) En tiedä yllättikö se, mutta julkiset keskustelut keskustelupalstoilla on aina ikäviä juttuja. Aika harvoin niitä omasta blogista on, mutta silloin tällöin kumminkin ja tietenkin ne harmittaa. Niitä en kyllä koskaan käy lukemassa, koska ihmiset ei tiedä mistä puhuu. [B5]

Esimerkissä (42) bloggaaja toteaa, että ikävät keskustelut netissä harmittavat, mutta hän jättää ne lukematta, koska ihmiset eivät tiedä mistä puhuvat. Lukijoiden aiheuttamat paineet johtavat rajojen määrittämisen ahdinkoon, jolloin ulkopuolinen paine pakottaa muotoilemaan yksityisyyden rajat uudelleen. Seuraajien analysoidessa bloggaajan yksityisasiota julkisesti ilman faktapohjaa lisää mahdollisesti bloggaajan painetta näiden aiheiden paljastamiseen blogissa, jotta tilanne saadaan rauhoitettua ja mahdolliset perättömät lukijoiden tekemät päätelmät korjattua. Lifestyleblogista on vaikeaa pitää lomaa, vaikka oma elämä olisi myllerryksessä kuten esimerkki (43) osoittaa.

- (43) – – kun on huono hetki, et silti voi ottaa ”lomaa” ja päästä irti katsojista ja siitä, kuinka he tekevät omat johtopäätökset tilanteestasi – – [B9]

Osa lukijoista kokee tietävänsä bloggaajan elämästä enemmän kuin todellisuudessa ehkä tietävätkään ja päätyvät tällöin helposti arvostelemaan heidän elämänsä, valintojaan ja mielipiteitään joko blogiin suoraan tai internetin keskustelupalstoille. Se, että omaa

elämää arvostellaan ”mitään siitä oikeasti tietämättä”, koettiin epämiellyttävänä. Suurin osa vastaajista mainitsi negatiiviseksi asiaksi nimenomaan toisten arvosteltavaksi joutumisen. Arvostelua saavat niin bloggaajan ulkonäkö, ikä, tyyli kuin hankinnatkin, mutta myös blogin menestys, tunnettuus ja merkittävyys. Väite saa tukea esimerkiksi Lövheimin (2011: 11) tutkimuksesta. Bloggaajat ovat omine valintoineen ja mielipiteineen suurennuslasin alla kuten esimerkiksi (44) käy ilmi.

- (44) – – Ihmiset kokevat, että bloggaaja on esimerkki ja hänen täytyy perustella valintojaan esim miksi H&M vaatteita – kuin hän ei olisi tavallinen ihminen muiden joukossa. – – aina löytyy ihmisiä, jotka käsittävät sinut väärin ja tuomitsevat tuntemattaan vaikka pinnaliksi kauniiden kuvien vuoksi. [B3]

Bloggaajat joutuvat vaikuttajan roolissa perustelemaan tavallisiakin valintojaan kuten esimerkiksi (44) osoittaa. Yksi bloggaajista kertoi, että hänen blogissaan paljastamia henkilökohtaisia asioita on myös käytetty häntä vastaan mahdollisuuden tullen. Tällaiset kokemukset aiheuttavat väistämättä yksityisyyden kuohuntaa, koska jaettu henkilökohtainen tieto käännetään asian omistajaa vastaan. Henkilökohtaisten asioiden paljastaminen saattaa aiheuttaa myös väärinymmärryksiä ja täten haitata bloggaajan yksityisyyttä kuten esimerkissä (45) on tapahtunut.

- (45) – – Aihe oli niinkin pöljä kuin oman kodin myyminen, mutta siitä saatiin erokeskustelut käyntiin tosi kiihkeään tahtiin. Eli oman blogin käyttäminen talon myyntitarkoitukseen voi antaa täysin väärän kuvan julkisuuteen. [B5]

Esimerkissä (45) bloggaaja kertoo oman talon myymisen antaneen täysin väärän kuvan julkisuuteen ja täten aiheuttaneen ikävää ja valheellista keskustelua aiheen ympärillä. Kuten esimerkki (45) osoittaa, bloggaajien tekoja ja heidän elämäntapahtumia tulkitaan ja analysoidaan kriittisesti, mikä vaikuttaa bloggaajien tapoihin hallita yksityisyyttään.

Bloggaajista yksi oli kohdannut vakavaa yksityisyyden rajojen häiriköintiä. Bloggaaja kertoi ottaneensa kuvia kotinsa parvekkeella, minkä seurauksena hänen kotirauhaansa oli alettu rikkoa. Koska kuvasta oli ilmeisesti pystynyt selvittämään, missä kyseinen bloggaaja asuu, oli hänen kotiinsa tultu esimerkiksi soittelemaan ovikelloa. Tämä esimerkki osoittaa, etteivät bloggaajat välttämättä aina täysin ymmärrä, kuinka paljon he itsestään paljastavat joskus täysin huomaamattaankin. Kotoa julkaistuissa kuvissa

näkyvät tunnistettavat rakennukset ja yritykset, liikenneopasteet tai muut pienet vihjeet ovat vain muutama esimerkki pienistä palasista, joista esimerkiksi bloggaajan muutoin tarkoin varjellun kotiosoitteen on helppo selvittää.

Vielä julkaisemisen jälkeen bloggaajat usein tarkastavat postauksensa sisällön, pohtivat uudelleen, miksi alun perin päättivät paljastaa kyseisen asian blogissaan, yrittävät ennakoita, mitä lukijat mahdollisesti kyseisellä tiedolla tekevät ja toisinaan jopa katuvat ylipäättään asian paljastamista blogissaan. Toisin kuin kasvokkain tapahtuvassa viestinnässä, blogissa julkaisijan on mahdollista ottaa paljastus takaisin, mikäli hän toimii tarpeeksi nopeasti. Kyse voi olla joko postauksen poistamisesta kokonaan tai sen sisällön muuttamisesta (*blog scrubbing*). (Child, Petronio, Agyeman-Budu & Westermann 2009: 2017) Tutkimukseen osallistuneista bloggaajista yksi kertoi muuttaneensa postaustaan jälkikäteen (esimerkki 46).

- (46) Esim ihmissuhteisiin liittyvissä jutuissa, joista on tullut mietittyä mitä jos ne häiritsevät toista osapuolta tai joku tunnistaa kenestä kirjoitan. Silloin julkaisuvaiheessa epäroinyt ja siitä huomannut, että aihe on ehkä vähän siinä ja siinä kun sitä miettii. Joskus on tullut poistettua/muutettua joitain lauseita ja olo helpottanut. [B3]

Esimerkissä (46) bloggaaja kertoo tuoneensa esimerkiksi ihmissuhteisiin liittyviä asioita blogissaan toisinaan esiin enemmän kuin on ollut tarkoitus ja siksi muuttaneensa joskus postauksensa sisältöä oman olonsa helpottamiseksi. Bloggaajista harva kuitenkaan kertoi katuvansa mitään, mitä on blogissaan aikaisemmin paljastanut. Ainoastaan neljä jättäisi jotain paljastamatta, jos saisi nyt tehdä valinnan uudelleen. Aiheet liittyivät erityisesti ihmissuhteisiin ja esimerkiksi poikaystävän muutama jättäisi nykyään esittelemättä blogissa. Esimerkissä (47) käy ilmi, ettei bloggaaja ole yksityisistä asioista kirjoittaessaan ajatellut, miten monelle hän nuo asiat todellisuudessa paljastaa.

- (47) Kerran vuosia sitten kirjoitin nimettömästi parista eri miehestä, joista toinen olisi ollut ns poikaystävämaterialia ja toinen herätti tunteita. En ajatellut silloin kuinka moni tätä oikeasti voisi lukea tai että kyseiset miehet voisit kuulla tästä eikä se varmasti tuntuisi kivalta vaikken mitään ikävää sanonutkaan. [B3]

Bloggaaja kertoo esimerkissä (47) kirjoittaneensa blogiinsa kahdesta eri miehestä miettimättä, miltä kirjoitus näistä kyseisistä henkilöistä tuntuu. Bloggaaja on siis tehnyt

virhearvion ja ikään kuin pitänyt julkista tilaa yksityisenä, mistä on seurannut yksityisyyden kuohuntaa. Vaikeasti määriteltävät rajat sekä toisaalta rajojen määrittämisen ahdinko myös tällaisessa muodossa ovatkin blogeille tyypillisiä, sillä bloggaajat saattavat käyttää blogia kuin se olisi yksityinen, vaikka todellisuudessa seuraavia silmäpareja saattaa olla tuhansia (ks. esim. Boyd 2006).

Bloggaaminen saattaa myös vaikeuttaa ihmissuhteiden solmimista blogin ulkopuolella ja vaikeuttaa toisille uskoutumista. Bloggaajista muutama oli joutunut huomaamaan, että heidän suosioistaan yritetään hyötyä myös henkilökohtaisella tasolla, mikä aiheuttaa väistämättä pettymyksen tunteita. Onkin todennäköistä, että tällainen yksityisyyden rajojen tahallinen rikkominen saattaa aiheuttaa yksityisyyden rajojen tiukentamista myös blogin ulkopuolella.

4.4.2 Yksityisyyden sääntöjen muutokset

Yksityisyyden kuohunta aiheuttaa usein epämiellyttäviä tunteita, mutta sen aiheuttaman epävarmuuden kautta ihmiset saattavat tulla tietoisemmaksi omista yksityisyyden säännöistään ja ryhtyvät mahdollisesti uudistamaan yksityisyyden käytäntöjä sopimaan paremmin heidän tarpeisiinsa, mukautumaan uusiin tilanteisiin ja erilaisiin vaatimuksiin, jotta tietty yksityisyyden hallinnan taso pystytään säilyttämään. (Petronio 2002: 33, 203–204). Tässä luvussa käsitelen bloggaajien vastauksia, millä tavalla heidän yksityisyytensä rajaaminen on muuttunut blogissa verrattuna kolmen vuoden takaiseen tilanteeseen.

Selkeä esimerkki yksityisyyden kuohunnasta seuranneeseen yksityisen sääntöjen muutokseen käy ilmi tapauksessa, jossa bloggaaja kertoi aiemmin ottaneensa kuvia kotinsa parvekkeelta ja saaneensa sen seurauksena häiriköintiä kotioven takana. Tällöin bloggaajan yksityisyyden rajoja rikottiin hänen tahtomattaan, minkä vuoksi yksityisyyden säännöt oli luotava uudelleen. Bloggaaja muutti toimintatapojaan, jottei vastaavaa tapahtuisi enää uudelleen, toisin sanoen hän siis lopetti asunnon pihalta kuvaamisen. Monet muutkin vastaajista kertoivat nykyään miettivänsä ja rajaavansa

bloginsa sisältöä tarkemmin. Esimerkissä (48) bloggaaja kertoo olevansa aiempaa tarkempi yksityisyytensä suhteen.

- (48) Esimerkiksi vanhemman lapsen olen jättänyt täysin blogin ulkopuolelle. Olen yhtä tarkempi ja yksityisyys välillä vaikeuttaa kirjoittamista. Kaikesta ei enää edes viitsi kirjoittaa, kun tietää millaisen myrskyn se vesilasiin aiheuttaisi. [B13]

Esimerkistä (48) pystyy myös päättelemään, että bloggaaja jättää tietyistä aiheista kirjoittamatta juuri sen takia, että ne ovat aikaisemmin horjuttaneet hänen yksityisyytensä hallintaa. Myös muissa vastauksissa kävi ilmi, että bloggaajat miettivät nyt verrattuna kolmen vuoden takaiseen tilanteeseen enemmän tekstin muotoilemista sekä sitä, miltä teksti kuulostaa välttääkseen erilaisia konflikteja. Lukijaa ei haluta esimerkiksi provosoida liikaa. Sisällön tarkempi muotoileminen tulee ilmi myös esimerkissä (49).

- (49) En ole enää niin naiivi tai suorasana. ajattelen ja muotoilen asiat laajemmista näkökulmista, etten loukkaa ketään tai anna mahdollisuutta käsittää väärin. [B15]

Esimerkissä (49) bloggaaja kertoo, ettei sano blogissaan asioita enää esimerkiksi niin suoraan kuin aikaisemmin vaan ajattelee asiat laajemmasta näkökulmasta. Tarkkaan harkittu sisältö auttaa usein suojelemaan bloggaajaa pahimmilta aggressiivisilta hyökkäyksiltä, mutta toisaalta se myös karsii kirjoitettavien aiheiden ja bloggaajan oman persoonan näkymistä merkittävästi, jolloin sisältö saattaa jäädä hyvin pintapuoliseksi ja etäiseksi lukijalle. Tämä tulee ilmi myös esimerkissä (50). Kävijämäärien kasvaessa oman yksityisyyden hallitseminen on kuitenkin alkanut kiinnostaa bloggaajia enemmän kuten esimerkki (51) osoittaa.

- (50) Sitä on alkanut harkitsemaan, vertailemaan ja suunnittelemaan enemmän, jolloin tietty aitous ja rentous katoaa [B3]

- (51) Ennen lapsien syntymää kerroin ihan kaiken, mieheni esiintyi blogissani ja olin hyvin avoin. Silloin en ollut niin suosittu ja kävijämäärät olivat paljon pienemmät, joten en ajatellut ketään kiinnostavan. Nyt kun määrät on tuplaantuneet, olen oppinut rajaamaan aiheet tiettyyn kaavaan ja olla jakamatta yksityisasiota. [B5]

Esimerkissä (50) bloggaaja nostaa esiin tekstin suunnittelemisen lisäksi myös vertailemisen toisiin, joiden yhteissummana hän toteaa bloggaamisen aitouden ja

rentouden katoavan. Tämä vaikuttaa olevan blogeissa nykyään varsin yleinen ongelma. Esimerkissä (51) bloggaaja sanoo kertoneensa ennen lapsien syntymää blogissaan avoimesti käytännössä kaiken, sillä hän ei ajatellut ketään kiinnostavan hänen bloginsa sisältö. Lukijamäärien kasvaessa merkittävästi, aiheet ovat alkaneet noudattamaan kuitenkin tiettyä kaavaa eikä yksityisasiota enää jaeta.

Osalla yksityisyyden säännöt olivat pysyneet kuitenkin samana ja osalla ne olivat muuttuneet jopa avoimempaan suuntaan ainakin tiettyjen aihepiirien kohdalla, mikä oli mielenkiintoista huomata. Esimerkiksi kuluttaminen ja oman kehon hyväksyminen olivat aihepiirejä, joista yksi bloggaaja kertoi kirjoittavansa omia kokemuksiaan ja tunteitaan blogiin entistäkin avoimemmin. Kyseiset aihepiirit voidaan nähdä yhteiskunnallisesti merkittävänä puheenaiheina, mikä osaltaan selittää bloggaajan halua ottaa kantaa näihin aiheisiin ja sitä kautta vaikuttaa toisten mielipiteisiin.

4.5 Katsaus lifestyleblogien nykytilaan ja tulevaisuuteen

Analyysissani olen käynyt nyt läpi bloggaajien käsityksiä yksityisyydestä ja tapoja hallita sitä. Jotta bloggaajien tapaa toimia pystyy ymmärtämään paremmin, on tärkeää hahmottaa, miten bloggaajat itse kokevat lifestyleblogien nykytilan ja toisaalta millaisena he näkevät niiden tulevaisuuden. Nykyisiin blogosfäärissä vallitseviin käytäntöihin ja toimintatapoihin eli blogikulttuuriin bloggaajat haluaisivat muutoksia, mutta osittain toiveet olivat hieman ristiriitaisia. Vastauksissa nousi useasti esiin erityisesti aitouden ja inhimillisyyden kaipuu, joka on kadonnut kiiltokuvamaisen sisällön alle kuten esimerkeistä (52) ja (53) ilmenee.

(52) Liiallisen kiiltokuvamaailman palauttaminen takaisin maanpinnalle. Lisää inhimillisyyttä ja aitoutta. [B8]

(53) Viime aikoina on ollut paljon puhetta siitä että entistä aitoutta kaivataan takaisin. Tästä olen samaa mieltä, koska samaistuttavuus on kadonnut isoista blogeista melkein kokonaan. Isoin asia minkä haluaisin muuttaa on kuitenkin kuluttamiseen liittyvä kannustaminen mikä on joidenkin blogien ainoa sisältö omasta mielestäni. – – Haluan vastustaa sitä, että joka asukuvissa

pitää olla täysin uudet vaatteet. En halua omalla blogillani osallistua tähän kulutushysterian lietsomiseen vaan olen pyrkinyt tekemään erilaisia valintoja. [B4]

Molemmissa esimerkeissä (52, 53) nousee esiin, että blogeista puuttuu nykyään yksi lukijoiden kiinnostuksen kannalta tärkein tekijä eli samaistuttavuus. Lisäksi esimerkissä (53) bloggaaja osoittaa haluavansa muidenkin bloggaajien tiedostavan oman yhteiskunnallisen asemansa ja vaikutusvallan. Vaikka aitoutta kaivattiin lisää, toivoivat bloggaajat lukijoilta kuitenkin ymmärrystä blogien ammattimaisuuteen. Osa bloggaajista oli kyllästyneitä siihen, ettei bloggaamista pidetä työnä, saati ymmärretä, kuinka paljon sisällön tuottaminen vaatii aikaa ja vaivaa (esimerkki 54).

- (54) Enemmänkin haluaisin muutta lukijoiden tietoisuutta bloggaamisesta. Harva käsittää miten tuotettu sisältö oikeasti sitoo ja velvoittaa. Bloggaamista ei pidetä työnä, vaan sen pitäisi olla ilmaista ja mainoksetonta mediaa, joka korvaa naistenlehdet. [B13]

Esimerkissä (54) bloggaaja toteaa, että vallalla olevan käsityksen mukaan blogien pitäisi olla ilmaista ja mainoksetonta mediaa, jotka korvaavat naistenlehdet. Vastauksesta voi päätellä, että bloggaaja kokee, ettei hänen työtään arvosteta riittävästi ja toivoisikin, että lukijat olisivat tietoisempia siitä, mitä suositun blogin ylläpitäminen oikeasti vaatii. Lukijoilta peräänkuulutettiin myös käytöstapoja: valheellisten tietojen levittäminen, bloggaajien haukkuminen ja heistä juoruamisen haluttiin kitkeä. Kuten aikaisemmin kävi ilmi, suurin osa bloggaajista kohtaa negatiivista kommentointia ja arvostelua bloginsa vuoksi ja toisinaan keskusteluilta saattaa puuttua täysin totuus pohja. Näiden tapausten kautta bloggaajan yksityisyyttä saatetaan loukata, minkä vuoksi on ymmärrettävää, että blogin aiheet valitaan entistä tarkemmin.

Vastauksissa nousi esiin myös toiveita yhteen hiileen puhaltamisesta. Esimerkissä (55) bloggaaja toivoisikin suvaitsevaisuutta erilaisiin tapoihin toteuttaa blogia ja parempaa yhteishenkeä. Myös bloggaajien leiriytyminen ja keskinäinen kilpailu harmittaa kuten esimerkistä (56) ilmenee.

- (55) Ei tuomittaisi toisia. Jos joku haluaa tehdä ammattimaisesti blogia hienojen kuvien kanssa, annetaan hänen tehdä se. Suosittujen bloggaajien ei mielestäni myöskään ole tarvetta salailla omia

niksejään menestykseen, vaan puhallettaisiin kaikki yhteen hiileen! [B9]

- (56) Vanhaan ei ole paluuta, vaikka välillä se tuntuu kovin leppoisaalta ajalta. Nykyinen potero-ajattelu hiukan harmittaa. Bloggarit on leiriytynyt porttaalinsa ja statuksensa kanssa erilaisiin leireihin, kilpailu kivoista kampanjoista on kovaa, mutta sellaista se on markkinatalous. [B2]

Esimerkeistä (55, 56) välittyvät paitsi blogsfäärin kova kilpailu myös bloggaajien väliset statuserot, jotka jakavat bloggaajia omiin ryhmiinsä. Esimerkistä (55) ilmenee myös, etteivät suositut bloggaajat ole ilmeisesti halukkaita jakamaan omia vinkkejään menestykseen. Esimerkin (56) bloggaaja toteaaakin, että aika ennen ”potero”-ajattelua ja kovaa kilpailua tuntuu kovin leppoisaalta ajalta verrattuna nykyiseen. Bloggaajista jopa yhdeksän ilmaisi suhtautumisensa bloggaamiseen muuttuneen jollain tavalla ammattimaisempaan suuntaan tai kilpailun vaikuttaneen tapaan tuottaa sisältöä. Muutama koki kyllästyneensä bloggaamiseen, kun taas osa oli oppinut ottamaan rennommin kuin aikaisemmin.

Blogien tulevaisuuden näkymät jakoivat mielipiteitä. Osa vastaajista näki blogikentän säilyvän joko samanlaisena tai kasvavan entisestään. Jotkut uskoivat esimerkiksi YouTuben tulevan rinnalle, muttei välttämättä kuitenkaan korvaavan blogeja kokonaan. Esimerkissä (57) bloggaaja uskoo blogien pysyvän tärkeinä ”kotipesinä” muille sosiaalisen median kanaville.

- (57) Blogit tulevat mielestäni pitämään hyvin puolensa ja pysyvät tärkeinä ”kotipesinä” muille kanaville. Oikeastaan uskon, että vain kunnolliset Youtube kanavat voivat elää hyvin ilman blogia. Instagram yksittäisistä poikkeuksista huolimatta tuskin koskaan tulee elämään merkittävästi ilman blogin antamaa pohjaa – ja Snapchatin & Facebookin näen ensisijaisesti blogien välineinä, en itsenäisinä toimijoina. [B2]

Blogit siis voidaan nähdä tärkeänä pohjana, jonka välineinä esimerkiksi Snapchat ja Facebook toimivat, kuten esimerkki (57) osoittaa. Osa vastaajista taas piti todennäköisenä, että perinteisten blogien suosio on vähenemässä ja esimerkiksi videoiden ja muiden sosiaalisten median kanavien uskottiin korvaavan perinteiset blogit. Osa näki nimenomaan blogien ammattimaistumisen ja kaupallisuuden johtavan niiden suosion

romahtamiseen, mistä johtuen juuri videot nostavat suosiotaan aitoudellaan, reaaliaikaisuudellaan ja samaistuttavuudellaan. Videolla esitettynä tuntuma on huomattavasti henkilökohtaisempi ja aidompi, sillä siinä valikoidun minän esittämisen mahdollisuudet ovat rajallisempia kuin valokuvien ja tekstin välityksellä. Vastausten perusteella on todennäköistä, että tulevaisuudessa lifestyleblogeissa koetaan renessanssi, jolloin blogeihin saadaan jälleen enemmän tarttumapintaa ja persoonan annetaan enemmän näkyä. Tästä näkyy viitteitä jo nyt, sillä blogeissa on julkaistu runsaasti kannanottoja blogosfäärin kiiltokuvamaisuutta vastaan.

4.6 Yhteenveto

Tässä luvussa esittelen lyhyesti analyysistä nousseet tutkimukseni keskeisimmät tulokset. Analyysin taustaksi selvitin bloggaamisen taustalla olevia syitä, sillä julkaisemisen taustalla olevat motiivit vaikuttavat luonnollisesti myös blogin sisältöön, lukijan ja bloggaajan väliseen suhteeseen sekä bloggaajan tapoihin hallita yksityisyyttään bloginsa julkaisuissa. Bloggaamisen motiivit olivat tutkimukseen osallistuneilla bloggaajilla vahvasti henkilökohtaisia ja yksilöstä itsestään lähteviä. Yksilölliset syyt kuten itsensä toteuttaminen, omien taitojen kehittäminen, oman elämän dokumentoiminen, luova itseilmaisuus ja/tai itsetuntemuksen lisääntyminen olivat motiivina kaikista useimmin. Tulos on saman suuntainen kuin esimerkiksi Bronsteinin (2013: 171–172) toteuttamassa tutkimuksessa.

Koska yksilölliset syyt ovat bloggaamisen yleisin motivaatiotekijä, tukee se käsitystä siitä, että blogissa julkaistaan henkilökohtaista ja bloggaajan omaa persoonaa kuvaavaa sisältöä (ks. esim. Bronstein 2013). Yksilöllisten syiden rinnalle useimmiten nousivat ammatilliset syyt eli esimerkiksi bloggaamisesta saatava taloudellinen hyöty. Ammatilliset syyt vaikuttavatkin blogosfäärin ammattimaistumisen myötä olevan nykyään useammin ainakin osasyynä bloggaamisen taustalla kuin aikaisemmin (vrt. Noppari & Hautakangas 2012: 22–23). Tämä saattaa puolestaan toimia etäännyttävänä tekijänä bloggaajan persoonan esiin tuomisessa, sillä ammattimaistumisen myötä usein myös sisältö muuttuu.

Analyysin toisessa osiossa tarkastelin bloggaajien käsityksiä yksityisyydestä, heidän suhtautumistaan yksityisyyteen sekä bloggaajien yksityisyyden sääntöjä eli millaisia asioita bloggaajat blogissaan kertovat ja millaiset asiat halutaan pitää yksityisenä. Vastauksista kävi ilmi, että käsitykset yksityisyydestä ja sen säännöistä vaihtelevat bloggaajien kesken, mutta yhdistäväksi tekijäksi yksityisyyden hallitsemisen kannalta nousi usko oman yksityisyyden omistajuuteen. Bloggaajat tuntuvat luottavan paitsi oikeuteensa suojella yksityisyyttään, myös oikeuteensa jakaa lähinnä itseään koskevia yksityisiä tietoja niin halutessaan, kuitenkin muita loukkaamatta. Väite tukee CPM-teorian näkemystä yksityisen tiedon omistajuudesta osana yksityisyyden hallintaa (Petronio 2013: 9). Oman yksityisen tiedon omistajuuden ohella myös toisten oikeutta yksityisen tiedon omistajuuteen ja hallitsemiseen kunnioitetaan vahvasti. Tämä ilmenee siten, että blogissa julkaistavan yksityisen tiedon tulee koskea vain bloggaajaa itseään tai toista koskevan yksityisen tiedon julkaisemiseen tulee aina olla toisen suostumus. Mitään toista loukkaavaa tai noloa ei julkaista.

Tulokset tukevat boydin (2016) näkemystä siitä, että blogi on bloggaajalle kuin koti, johon toiset ovat tervetulleita vierailemaan, kunhan noudattaa bloggaajan asettamia sääntöjä. Tällainen käsitys omistajuudesta aiheuttaa bloggaajalle tunteen henkilökohtaisesta tilasta, vaikka blogiin on todellisuudessa kenellä tahansa pääsy. Tiivistetysti käsitys yksityisyydestä näyttää rakentuvan tutkimukseni mukaan kolmen pääteeman ympärille: yksityisyyden omistajuus eli julkaisut keskittyvät lähinnä bloggaajaan itseensä ja hänen valitsemiinsa aiheisiin, hyvä maku eli blogijulkaisuissa ei haluta loukata ketään tai toimia skandaalinhakuisesti sekä positiivinen ote eli blogijulkaisuissa halutaan välttää liikaa negatiivisuutta ja keskitytään enemmän positiivisiin aiheisiin.

Bloggaajien yksityisyyden säännöt, eli mitä blogissa kerrotaan ja mitä jätetään kertomatta, olivat joiltain osin vastausten perusteella epäjohdonmukaisia ja moniselitteisiä. Bloggaajien yksityisyyden säännöt olivat henkilökohtaisia ja se, mikä toiselle oli täysin yksityistä, saattoi olla toiselle täysin julkista. Kaikista yksimielisimmin blogin ulkopuolelle haluttiin jättää poliittiset mielipiteet. Täysin yksityisenä aihepiirinä sitä piti vastaajista seitsemän ja kohtalaisen yksityisenä puolestaan kolme. Seuraavaksi

yksityisimmiksi aihepiireiksi nousivat sekä kumppani että ystävät, lapset ja muut läheiset/perheenjäsenet. Osalle tärkeämpää vaikutti olevan säilyttää yksityisenä nimenomaan kumppanin henkilöllisyys ja tunnistettavuus kuin itse parisuhde ja rakkauselämä. Lähipiiriä haluttiin suojella erityisesti blogin tuomilta mahdollisilta negatiivisilta seurauksilta, mutta tästä huolimatta osalle vastaajista lapset olivat blogissa esiintyviä sivuhenkilöitä, vaikka muu perhe kuten esimerkiksi juuri kumppani pysyisi täysin blogin ulkopuolella. Mielenkiintoista on, että osa koki yksityisemmäksi lasten nimet ja heitä käsittelevät tekstit kuin heistä julkaistavat kuvat.

Vaikka keho, kuten pohdinnat ulkonäköön liittyen, meikittömyys, oma vartalo ja terveys, olivat aihepiirinä kaikille joko kohtalaisen tai täysin julkisia, olivat alastomuus ja seksiin liittyvät asiat teemoja, jotka muutamissa vastauksissa saivat erillisen maininnan yksityisyyden piiriin kuuluviksi. Samoin oma tai läheisen sairaus mainittiin usein aihepiiriksi, joka haluttiin pitää blogin ulkopuolella. Harrastukset ja mielenkiinnon kohteet nousivat toiseksi julkisimmaksi aihepiiriksi, mikä selittyy luonnollisesti sillä, että blogit rakentuvat vahvasti juuri bloggaajien omien mielenkiinnonkohteiden ympärille. Lisäksi ne ovat neutraaleja ja ikään kuin vaarattomia aiheita käsitellä blogissa. Tulokset vahvistavat Tangin ja Wangin (2012) käsitystä siitä, että bloggaajat puhuvat mieluummin mielenkiinnonkohteistaan ja harrastuksistaan kuin henkilökohtaisista aiheista kuten esimerkiksi raha-asioista.

Aihepiirinä tunteet olivat bloggaajista jopa yhdeksälle kohtalaisen tai täysin julkinen. Keskitasolle tämän aihepiirin sijoitti vastaajista kuusi eikä se ollut täten kenellekään täysin tai edes kohtalaisen yksityinen. Bloggaajat puhuvat siis tunteistaan verrattain avoimesti, mutta valikoiden sopivat aiheet. Vastauksista kävi esimerkiksi ilmi, että positiiviset tunteet on helpompi jakaa blogissa kuin ikävämät asiat. Myös unelmat ja tulevaisuuden suunnitelmat kuuluivat aihepiireihin, jonka bloggaajat kokivat pääosin joko kohtalaisen tai täysin julkiseksi. Aihepiirin positiivissävytteisyys saattaa osaltaan selittää bloggaajien avointa suhtautumista aiheeseen. Positiivisuutta korostavat minäesitykset ovat blogeissa varsin normaali käytäntö, jonka takana voi olla esimerkiksi maineenhallinta tai ikään kuin varman päälle pelaaminen eli väärinymmärryksiltä ja aggressiiviselta kommentoinnilta suojautuminen (Noppari & Hautakangas 2012: 39–43).

Analyysin kolmannessa osiossa kartoitettiin, millaisia etuja ja hyötyjä sekä toisaalta riskejä ja huolia bloggaajat ovat kohdanneet jakaessaan elämäänsä blogissaan. CPM-teorian (Petronio 2002: 66–67) jaottelun mukaiset yksityisen tiedon jakamisen syyt eli ilmaisemisen tarve, omien ajatusten selventäminen, sosiaalisen vahvistuksen tarve, suhteen kehittämisen tarve sekä sosiaalisen kontrollin hakeminen tulivat kaikki bloggaajien vastauksissa esiin jossain muodossa. Ilmaisemisen tarve oli monelle tärkeä hyötytekijä, kuten jo bloggaamisen taustalla olevista motiiveista kävi ilmi.

Sosiaalisen vahvistuksen tarve ilmeni puolestaan palautteen tärkeytenä. Kehujen ja positiivisen palautteen kautta bloggaajat saavat muilta vahvistusta omille näkemyksilleen ja mielipiteilleen sekä ylipäättään omalle toimintatavalleen. Myös Hollebaughin (2011) tutkimuksessa kävi ilmi, että palaute on tärkeä motivaatiotekijä bloggaamisessa. Suhteen kehittämisen tarve ilmeni tutkimuksessani puolestaan vuorovaikutuksen merkityksellisyytenä. Bloggaajat kehittävät suhdetta itsensä ja lukijoiden välillä juuri vuorovaikutuksen kautta ja saattavat paljastaa henkilökohtaisia asioita, jotta bloggaaja pysyisi lukijalle helpommin samaistuttavana. Vuorovaikutusta ei synny, mikäli bloggaaja pysyy etäällä lukijoista.

Joiltain osin bloggaajan ja lukijan välisen suhteen kehittämisen tarve saattaa olla bloggaajan puolelta myös osittain vallan eli suuremman suosion tavoittelua, sillä tutkimukseni mukaan bloggaajat tiedostavat yksityisasiota käsittelevien postausten suosion lukijoiden keskuudessa ja niiden tuovan blogiin kävijävirtaa. Bloggaajista kuitenkin vain yksi myönsi suoraan paljastaneensa yksityisiä asioita lukijoiden toivossa ja muutama kertoi käyttävänsä henkilökohtaisia paljastuksia brändin rakentamisen välineenä. Kaiken kaikkiaan aihe jakoi paljon mielipiteitä ja eniten peräänkuulutettiin hyvän maun mukaista tapaa paljastaa asioita ja paljastamisen yhteisöllisesti hyväksytyjä tarkoitusperiä kuten vertaistuen tarjoaminen.

On selvää, että isot kävijämäärät tuovat bloggaajalle valtaa ja täten mahdollistavat niin aineellisen kuin aineettoman hyödyn. Julkisena ja suosittuna bloggaajana toimimisen eduista yhteistyön ja erilaisten PR-tilaisuuksien tuomat mahdollisuudet, elämykset ja kokemukset olivat selkeästi ylitse muiden ja tulivat esiin vastauksissa lähes jokaisessa.

Vaikka valtaa ei siis tavoiteltaisikaan tietoisesti, on sen tuomat edut kuitenkin selkeästi bloggaamisen parhaita etuja. Sosiaalisen kontrollin tarve tuli esiin muutamissa bloggaajien vastauksissa, joista yhdessä sanottiin suoraan, että vaikuttaminen ihmisten ajatuksiin on yksi julkisena ja suosittuna bloggaajana toimimisen positiivista puolista ja kahdessa tuotiin esiin asiantuntijaroolin saavuttamisen hienous. Asiantuntijalla voidaan taas olettaa olevan valtaa vaikuttaa toisten mielipiteisiin ja tuoda omia ajatuksiaan ja näkemyksiään suuremman yleisön tietoisuuteen.

Esiin nousseet riskit puolestaan vahvistavat käsitystä siitä, että vaikka bloggaaja on julkaisijana vapaa julkaisemaan mitä haluaa, tuo tämän tyyppinen vapaus isojen seuraajamäärien edessä aivan uuden tyyppistä vastuuta. CPM-teoriassa (Petronio 2002: 69–71) esiintyvistä viidestä eri tyyppistä, turvallisuusriskeistä, stigmariskeistä, kasvoriskeistä, relationaaliset riskeistä sekä rooliriskeistä vahvimmin edustettuina olivat kasvorismit sekä turvallisuusriskit, joista molemmissa bloggaajien huoli kohdistui pääosin omiin läheisiin. Bloggaajat olivat huolissaan erityisesti lastensa turvallisuuden puolesta.

Hyötyjen ja riskien kartoittamisen jälkeen analyysissä lähestyttiin tilanteita, jolloin bloggaajan yksityisyyden hallinta on pettänyt tai on ollut pettämässä ja ikävä kokemus on aiheuttanut mahdollisesti muutoksia yksityisyyden hallintaan. Yksityisyyden rajat voivat häiriintyä monista eri syistä, joista tutkimukseen osallistuneiden bloggaajien kohdalla useimmiten kyseessä vaikutti olevan joko yksityisyyden rajojen tahallinen ja tahaton rikkominen, epäselvät rajat tai rajojen määrittämisen ahdinko. Yksityisyyden menettäminen vaikutti olevan monen kohdalla suosittuna lifestylebloggaajana toimimisen hinta. Juorulehtien sijaan bloggaajia ja heidän elämäänsä ruoditaan internetin keskustelupalstoilla, mutta muutoin rooli muistutti hyvin paljon julkisuuden henkilöiden kohtamaa yksityisyyden rajojen häirintää. Juorut ovat yksi epäselvien rajojen ilmenemisen muodoista.

Kun bloggaajan yksityisasiota ruoditaan julkisesti ilman faktapohjaa, saattaa bloggaaja kokea painetta näiden asioiden paljastamiseen blogissa, jotta tilanne saadaan rauhoitettua ja mahdolliset perättömät lukijoiden tekemät päätelmät korjattua. Näissä tilanteissa bloggaajaa saattaa kohdata rajojen määrittämisen ahdinko, sillä paine yksityisyyden

rajojen muuttamiseen tulee ulkopuolelta. Rajojen määrittämisen ahdinko saattaa ilmetä myös siten, että bloggaaja pitää julkista tilaa eli blogia yksityisenä ymmärtämättä, kuinka suuri yleisö ruudun takana todellisuudessa on, jolloin bloggaaja saattaa paljastaa liikaa ikään kuin vahingossa. Tätä ei kuitenkaan vastausten perusteella tapahdu kovin usein ja vain muutama katui joitain blogissaan paljastamia asioita.

Nykyään bloggaajat kuitenkin rajaavat yksityisyyttään blogissaan pääosin tiukemmin ja harkitsevat ja hiovat julkaisujaan tarkemmin kuin aikaisemmin välttääkseen konflikteja ja muita negatiivisia seurauksia. Bloggaajat miettivät tekstin muotoilua ja ilmaisutapaa, koska lukijaa ei haluta esimerkiksi provosoida liikaa. Voimakkaita mielipiteitä herättävien julkaisujen tekemistä siis selvästi vältellään suojellakseen itseään. Osalla yksityisyyden sääntöjen muutokset johtuivat aikaisemmin kohdatusta yksityisyyden kuohunnasta, joissain tapauksissa kyse oli muiden kokemasta yksityisyyden kuohunnasta, jonka kohtaamista bloggaaja halusi ennaltaehkäistä tiukentamalla yksityisyyden rajoja. Osalla yksityisyyden säännöt olivat pysyneet kuitenkin samana tai muuttuneet joidenkin aihepiirien kohdalla jopa avoimempaan suuntaan. Tällaisia aihepiirejä olivat esimerkiksi kuluttaminen ja oman kehon hyväksyminen, jotka molemmat ovat olleet viime vuosina yhteiskunnallisesti merkittäviä puheenaiheita, mikä osaltaan selittää bloggaajan halua ottaa kantaa näihin aiheisiin ja sitä kautta vaikuttaa toisten mielipiteisiin.

Bloggaajista monet kokivat, että blogeista on kadonnut aitous ja osa uskoi blogien jäävän juuri ammattimaistumisen ja kaupallisuuden myötä aidompina ja samaistuttavampina videoblogien jalkoihin. Osa vastaajista näki blogikentän säilyvän joko samanlaisena tai kasvavan jopa entisestään, kun taas jotkut uskoivat esimerkiksi YouTuben tulevan rinnalle, muttei välttämättä kuitenkaan korvaavan blogeja kokonaan. Vaikka aitoutta kaivattiin lisää, toivottiin lukijoiden suunnalta kuitenkin ymmärrystä blogien ammattimaisuuteen. Lisäksi jo aikaisemminkin esiin noussut bloggaajista juoruaminen, heidän arvosteleminen ja valheellisten tietojen levittäminen haluttiin saada loppumaan.

Bloggaajien vastauksista oli aistittavissa myös keskinäinen kova kilpailu, joka jakaa bloggaajia eri leireihin ja eri statuksen alle. Bloggaajista lähes kaksi kolmasosaa ilmaisi

suhtautumisensa bloggaamiseen muuttuneen jollain tavalla ammattimaisempaan suuntaan tai blogosfäärissä vallitsevan kilpailun vaikuttaneen tapaan tuottaa sisältöä. Tyytymättömyyttä oli havaittavissa monilla osa-alueilla, minkä vuoksi on todennäköistä, että blogosfääri tulee kokemaan tulevaisuudessa muutoksia ja mahdollisesti muuttumaan takaisin persoonallisempaan suuntaan.

5 PÄÄTÄNTÖ

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää, miten suositut suomalaiset lifestylebloggaajat hallitsevat yksityisyyttään blogissaan. Tarkastelun kohteena olivat Indiedays- ja Lifie-portaaleissa bloggaavien tai vuosien 2016–2017 aikana bloganneiden sähköiseen kyselytutkimukseen osallistuneiden lifestylebloggaajien vastaukset. Vastauksia kertyi kaikkiaan 25, joista koko kyselyyn vastasi 14 henkilöä ja 11 henkilöä osittain. Osittain vastatuista kyselyistä yksi oli kuitenkin käyttökelpoinen, sillä vastaaja oli vastannut yli puoleen kysymyksistä. Analyysini aineisto koostui kokonaisuudessaan siis 15 vastauksesta. Tutkimuksen tavoite jakautui kolmeen tutkimuskysymykseen, joiden avulla pyrittiin selvittämään, millaisia käsityksiä bloggaajilla on yksityisyydestään, millaisia hyöty- ja riskitekijöitä bloggaajat kohtaavat jakaessaan elämäänsä blogissaan sekä millä tavoin bloggaajien yksityisyyden rajoja on häiritty tai rikottu ja mitä siitä on seurannut.

Koska lifestylebloggaajien motiivit ovat vahvasti henkilökohtaisia ja yksilöstä itsestään lähteviä, myös blogin sisältö heijastaa usein bloggaajan oma persoonaa ja hänen elämäänsä. Toisin kuin esimerkiksi kauneusblogeissa, joissa pääosassa on yleensä kosmetiikka, lifestyleblogeissa sisältö pohjautuu henkilökohtaisuuteen ja päähenkilönä toimii bloggaaja itse. Bloggaamisen ammattimaistuminen näkyy kuitenkin myös bloggaajien motiiveissa, sillä yksilöllisten syiden rinnalle nousevat nykypäivänä tutkimukseni mukaan useimmiten ammatilliset syyt. Osa ottaa bloggaamisen enemmän työnä kuin rentona harrastuksena, mikä näkyy myös tiukempina yksityisyyden rajoina.

Bloggaajien käsitykset yksityisyydestä ja sen hallitsemisesta poikkeavat toisistaan, mutta erilaisista yksityisyyden säännöistä riippumatta bloggaajien yksityisyyden hallintaa yhdistää vahva käsitys yksityisyyden omistajuudesta. Tulos saa tukea CPM-teoriasta sekä boydin (2006) ja Bronsteinin (2013) tutkimuksista, joiden mukaan bloggaajat pitävät blogiaan ikään kuin omana, suojattuna tilanaan. Bloggaajat uskovat olevansa yksityisen tietonsa ainoita omistajia ja he luottavat paitsi oikeuteensa suojella yksityistä tietoaan, myös myöntää pääsy näihin tietoihin. Bloggaajat säätelevät itse, mitä ja kuinka paljon he yksityistä tietoa elämästään kertovat. Bloggaajat siis kokevat olevansa oikeutettuja määräämään, mitä heistä tiedetään.

Myös toisten oikeutta yksityisen tiedon omistajuuteen kunnioitetaan vahvasti eli blogissa julkaistavan yksityisen tiedon tulee koskea vain bloggaajaa itseään tai toista koskevan yksityisen tiedon julkaisemiseen tulee aina olla toisen suostumus. Bloggaajien yksityisyyden sääntöjen eroavaisuudet selittyvät ainakin osittain ihmisten persoonallisuuseroilla, jotka näkyvät CPM-teorian mukaan myös muuten ihmisten käsityksestä yksityisestä ja julkisesta. Se, mikä toiselle on täysin julkista, saattaa olla toiselle täysin yksityistä. Yhtenäisemmät yksityisyyden säännöt pätevät ainoastaan erityisen tulenarkojen ja leimaavien aiheiden kuten poliittisten mielipiteiden kohdalla, joita blogissa ei haluta käsitellä.

Vaikka lifestyleblogeissa jaetaan verrattain paljon henkilökohtaista, on kyse kuitenkin monin tavoin valikoidusta minän esityksestä, yksityisyyden ja avoimuuden vaikutelmista, joiden kautta bloggaaja ylläpitää henkilökohtaista ja samaistuttavaa ilmapiiriä säilyttäen kuitenkin yksityisyyden hallinnan. Omasta elämästä valitaan jaettavaksi usein positiiviset aiheet ja tapahtumat, kun taas raskaammat ja kipeät aihepiirit pidetään pääosin blogin ulkopuolella.

Kuten Noppari ja Hautakangas (2012: 39–43) ovat todenneet, positiivinen minän esittäminen voi olla paitsi osa maineenhallintaa, myös tapa minimoida riskejä tulla väärinymmärretyksi tai vihaisten kommenttien kohteeksi. Tutkimukseni tulokset saavat tukea myös Tangin ja Wangin (2012) tutkimuksesta, jonka mukaan bloggaajat tiedostavat liiallisen avoimuuden riskit ja pitävät siksi jotkut aihepiirit yksityisempänä kuin toiset. Tutkimukseni mukaan toisinaan kuitenkin myös ikävämpiä ja henkilökohtaisempia aiheita jaetaan julkisesti tarjotakseen joko vertaistukea, pysyäkseen samaistuttavana tai harvemmin myös suoraviivaisesti isompien kävijämäärien toivossa. Myös Marwick ja boyd (2011) ovat todenneet julkisuuden henkilöiden paljastavan henkilökohtaiselta vaikuttavia asioita luodakseen seuraajilleen tunteen autenttisuudesta.

Bloggaajat saavat osakseen runsaasti arvostelua ja haukkumista ja heistä juorutaan esimerkiksi internetin keskustelupalstoilla, mikä vaikuttaa myös bloggaajien tapoihin hallita yksityisyyttään blogissa. Yksityisyyden rajojen häiriköinti ja yksityisyyden kuohunta saavat bloggaajan varovaisemmaksi julkaisujensa suhteen. Bloggaajien huolet

yksityisyyteen liittyen kohdistuvat erityisesti läheisten ja varsinkin heidän lastensa turvallisuuteen. Itse bloggaajien lisäksi arvostelun kohteeksi joutuvat usein myös bloggaajan lähipiiri, mikäli he blogissa esiintyvät. Tästä huolimatta blogosfäärissä blogin tärkeässä sivuroolissa esiintyy bloggaajan kumppani ja jopa tämän lapset.

Tutkimukseni vahvisti käsitystä siitä, että bloggaamisen alkuvaiheessa yksityisyyden hallitseminen ei ole monen kohdalla ollut aktiivista tai tietoisista ja blogiin on saatettu lukijamäärien ollessa pienempiä kirjoittaa asioita sen kummemmin sitä ajattelematta. Tämä selittyy osittain sillä, että tuolloin blogia kirjoitettiin useammin anonyymisti, mikä saattaa kannustaa estottomampaan käyttäytymiseen (Suler 2004: 322). Myös sosiaalisella ympäristöllä on vaikutusta yksityisyyden rajaamiseen eli bloggaajat omaksuvat tapoja myös muilta bloggaajilta. Nykyään bloggaajista moni kuitenkin miettii paitsi yksityisyyttään, myös koko blogin sisältöä tarkemmin, mikä saattaa tehdä kirjoittamisesta hankalampaa ja etäännyttää bloggaajaa lukijasta.

Blogosfäärissä vallitsee kova kilpailu, joka jakaa bloggaajia myös keskenään eri leireihin. Kova kilpailu saattaa toimia osittain selittävänä tekijänä myös sille, miksi osa päätyy paljastamaan blogissaan henkilökohtaisia asioita enemmän kuin toiset. Vaikka yksityistä suojellaan ja rajataan pääpiirteittäin entistä tarkemmin, bloggaajat myös tietävät, että yhä pinnallisemmassa blogosfäärissä henkilökohtaiset postaukset ovat kilpailuvaltti, jolla erottua muista ja jolla saada blogiin lisää liikennettä.

Tutkimukseni tulokset perustuvat omiin tulkintoihini tutkimusaineistostani. Aineistona oli 15 bloggaajan vastaukset, minkä vuoksi tulokset eivät ole yleistettävissä koko lifestyleblogien genreä kattavaksi. Tutkimukseni tuloksia voidaan pitää suuntaa antavina. Petronion (2002, 2013) CPM-teoria toimi kuitenkin analyysin pohjana ja tukena sekä tarjosi vahvan rungon tutkimusaineiston tarkasteluun ja tulkitsemiseen, minkä vuoksi sen rooli oli tutkimuksen kokonaisuuden kannalta tärkeä. Haasteena oli soveltaa teoria sopimaan tämän tyyppiseen blogitutkimukseen.

Blogit tarjoavat hedelmällisen tutkimusalustan, joka tarjoaa uutta tutkittavaa koko ajan. Tätä tutkimusta voisi jatkaa edelleen keräämällä huomattavasti laajemman aineiston.

Olisi kiinnostavaa vertailla myös itsenäisten bloggaajien yksityisyyden hallinnan tapoja sekä kaupallisten blogiportaalien alla toimivien tapoja keskenään, sillä portaalin alla olemisen saattaa vaikuttaa bloggaajien toiminta- ja ajattelutapoihin monin eri tavoin kuten tuomalla bloggaajalle paineita sisällön ja julkaisutahdin suhteen. Yksityisyyden hallintaa koskevassa tutkimuksessa olisi mielenkiintoista selvittää myös, miten bloggaajien yksityisyyden hallinta näyttäytyy lukijalle eli toisin sanoen analysoida bloggaajien julkaisemia postauksia pidemmältä aikaväliltä. Bloggeja kahdeksan vuotta seuranneena huomasin bloggaajien vastauksissa ristiriitoja siinä, miten bloggaajat yksityisyytensä kokevat ja ajattelevat rajaavansa kuin miten se lopulta lukijalle näyttäytyy. Eroja blogien välillä on toki runsaasti, mutta ajoittain jäi vaikutelma, että todellisuudessa bloggaajat paljastavat blogissaan paljon enemmän henkilökohtaisia asioita kuin vastausten perusteella myöntävät.

Johtopäätöksenä voi todeta, että käsitys yksityisestä on henkilökohtainen kokemus eikä se ole yleistettävissä. Jokainen määrittää omia yksityisyyden rajojaan eri tavoin ja eri lähtökohdista, mutta bloggaajien käsitys yksityisyydestä perustuu hyvin vahvasti tunteeseen yksityisyyden omistajuudesta. Blogien yksityisen ja julkisen rajat ovat herättäneet ja herättävät edelleen keskustelua usein niin hyvässä kuin pahassakin. Lifestyleblogien tarjoama henkilökohtaisuus kuitenkin kiinnostaa seuraajia ja autenttinen tai ainakin autenttiselta tuntuva sisältö on pidettyä, mutta entistä harvinaisempi ominaisuus nykypäivän ammattimaistuvassa blogosfäärissä.

Sisältö tuotetaan koko ajan entistä selkeämmin suuren yleisön nähtäväksi ja siinä samalla koko lifestyleblogien persoonaan perustuva perusajatus karisee blogien muuttuessa yhä enemmän ikään kuin hajuttomiksi ja mauttomiksi aikakauslehteä muistuttavaksi julkaisuksi. Tämä saattaa olla seurausta blogien kaupallistumisesta, jolloin laadukkaasta sisällöstä ollaan vastuussa bloggaajan itsensä lisäksi myös yhteistyökumppanille. Sisältöä lisäksi mietitään ja hiotaan tarkkaan, jotta negatiivisilta seurauksilta, olivat ne sitten ikäviä kommentteja, arvostelua tai esimerkiksi konkreettista häiriköintiä, vältyttäisiin. Yksityisyyttä rajataan pääosin tiukemmin kuin aikaisemmin, ja yksityisyyden hallitseminen vaatii jatkuvaa tasapainottelua yksityisen ja julkisen rajalla. Tutkimukseni perusteella voi todeta, että suositut lifestylebloggaajat ovat nousseet julkisuuden

henkilöiden kaltaiseen asemaan, ja myös heidän yksityisyytensä hallitsemisessa on nähtävissä samoja piirteitä.

LÄHTEET

- Alasilta, Anja (2009). *Blogi tulee töihin*. Helsinki: Infor Oy.
- Aller Media (2014). *Suuri blogitutkimus*. [Lainattu 9.–11.4.2016]. Saatavilla: http://www.aller.fi/wp-content/uploads/2014/11/Suuri_blogitutkimus_28.10.2014.pdf
- Altman, Irwin & Dalmas Taylor (1973). *Social Penetration: the development of interpersonal relationships*. New York: Rinehart & Winston.
- Baumer, Eric, Mark Sueyoshi & Bill Tomlinson (2008). Exploring the Role of the Reader in the Activity of Blogging. *CHI: Conference on Human Factors in Computing Systems* [online]. [Lainattu 2.4.2017], 1111–1120. Saatavilla: <https://pdfs.semanticscholar.org/f174/c48a8701264fc8ca130ef55ac2c3e92763d4.pdf>
- Berger, Charles (2005). Interpersonal Communication: Theoretical Perspectives, Future Prospects. *Journal of Communication* [online]. 55: 3 [lainattu 15.9.2017], 415–447. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Bortree, Denise Sevick (2007). Presentation of self on the Web: an ethnographic study of teenage girls' weblogs. *Education, Communication & Information* [online]. 5:1 [lainattu 29.11.2017], 25–39. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- boyd, danah (2006). A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium. *Recunstruction* [online]. 6: 4 [lainattu 30.10.2017). Saatavilla: <https://www.danah.org/papers/ABloggersBlog.pdf>
- boyd, danah & Nicole Ellison (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 13:1 [lainattu 27.11.2017], 210–230. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- boyd, danah (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens* [online]. New Haven & London: Yale University Press. [Lainattu 26.11.2017]. Saatavilla: <http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>
- Bronstein, Jenny (2013). Personal blogs as online presences on the internet. Exploring self-presentation and self-disclosure on in blogging. *Aslib Proceedings* [online]. 62: 2 [lainattu 28.11.2017], 161–181. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Bruns, Axel & Joanne Jacobs (2007). *Uses of Blogs*. Peter Lang Publishing: New York.

- Carah, Nicholas & Eric Louw (2015). *Media & Society. Production, content & participation*. London: SAGE Publications.
- Child, Jeffrey, Sandra Petronio, Esther Agyeman-Budu & David Westermann (2011). Blog scrubbing: Exploring triggers that change privacy rules. *Computers in Human Behavior* [online]. 27: 5 [lainattu 15.9.2017], 2017–2027.
- Dagmar Stories (2017). *Vaikuttajamarkkinoinnin tutkimus 04/2017*. [Lainattu 21.5.2017]. Saatavilla: http://pingfestival.fi/wp-content/uploads/2017/04/Ping_tutkimusraportti.pdf
- Davis H. Mark & Stephen L. Franzoi (1987). Private self-consciousness and self-disclosure. Teoksessa: Valeria J. Derlega & John H. Berg (toim.). *Self-Disclosure. Theory, Research, and Therapy*. New York & London: Plenum Press. 59–79.
- Davis, Jenny L. (2014). Triangulating the Self: Identity Processes in a Connected Era. *Symbolic Interaction* [online], 37:4 [lainattu 1.11.2017], 500–523. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Duffy, Brooke Erin (2013). Remake, remodel: Women’s magazines in the digital age [online]. Urbana, Chicago & Springfield: University of Illinois Press. [Lainattu 29.11.2017]. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Duffy, Brooke Erin & Emily Hund (2015). “Having it All” on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers. *Social Media + Society* [online]. [Lainattu 16.6.2017], 1–11. Saatavilla rajoitetusti.
- eBrand Suomi (2016). *SoMe ja nuoret 2016. Harkinta sosiaalisessa mediassa*. [Lainattu 23.11.2017]. Saatavilla: <http://www.ebrand.fi/somejanuoret2016/5-harkinta-sosiaalisessa-mediassa/>
- Eräsaari, Leena, Raija Julkunen & Harriet Silius (1995). *Naiset yksityisen ja julkisen rajalla*. Tampere: Vastapaino.
- Forsgård, Christina & Juha Frey (2010). *Suhde. Sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää*. Vantaa: Infor Oy.
- Freberg, Karen, Kristin Graham, Karen McGaughey & Laura A. Freberg (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review* [online]. 37: 1 [lainattu 27.11.2017], 90–92. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Heinonen, Ari & David Domingo (2009). Blogit journalismin muutoksen merkinä. Teoksessa: Esa Väliverronen: *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus. 68–87.

- Hollenbaugh, Erin (2011). Motives for Maintaining Personal Journal Blogs. *Cyberpsychology, behavior, and social networking* [online]. 14: 1–2 [lainattu 29.11.2017], 13–20. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Huang, Chun-Yao, Yong-Zheng Shen, Hong-Xiang Lin & Shin-Shin Chang (2007). Bloggers' Motivations and Behaviors: A Model. *Journal of Advertising Research* [online]. 47: 4 [lainattu 26.1.2015], 472-484. Saatavilla rajoitetusti Vaasan yliopiston tietokannoista.
- Jallinoja, Riitta (2000). Ylilatautunut yksityiselämä. Teoksessa: Tommi Hoikkala & J-P Roos (toim.). *2000-luvun elämä. Sosiologia teorioita vuosituhannen vaihteesta*. Helsinki: Gaudeamus. 172–186.
- Julkunen, Raija (1995). Feministiseen analyysiin. Teoksessa: Leena Eräsaari, Raija Julkunen & Harriet Silius (toim.). *Naiset yksityisen ja julkisen rajalla*. Jyväskylä: Vastapaino. 15-28.
- Kilpi, Tuomas (2006). *Blogit ja bloggaaminen*. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.
- Koivunen, Anu & Mikko Lehtonen (2005). ”Joskus on kiva olla vähemmän aikuinen”. Kulttuurisen määrittelyvallan siirtymät ja julkisen puhuttelun areenat. *Tiedotustutkimus* [online]. 28: 2 [lainattu 21.5.2017], 4–27. Saatavilla: www.mediaviestinta.fi/arkisto/index.php/mv/article/viewFile/351/333
- Koskinen, Kaisa (2014). Tunteella ja tuttavallisesti. Margot Wallströmin blogi osana Euroopan komission viestintää. Teoksessa: Marja-Liisa Helasvuo, Marjut Johansson & Sanna-Kaisa Tanskanen (toim.). *Kieli verkossa. Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen* [online]. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. [Lainattu 2.11.2017], 127–147. Saatavilla rajoitetusti Helmet-kirjastoverkosta.
- Kurki, Leena (2011). Sosiokulttuurinen innostaminen vankilassa. Teoksessa: Leena Kurki, Matleena Kurki-Suutarinen & Karoliina Taruvuori (toim.). *Muurien sisällä. Sosiokulttuurinen innostaminen vankilassa*. Tampere: Tampere University Press. 179–204.
- Li, Jamy & Mark Chignell (2010). Birds of a feather: How personality influences blog writing and reading. *International Journal of Human-Computer Studies* [online]. 68: 9 [lainattu 26.11.2017], 589–602. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Lietsala, Katri & Esa Sirkkunen (2008). *Social Media. Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere: Tampere University Press.
- Lövheim, Mia (2012). Personal and popular. The Case of Young Swedish Female Top-Bloggers. *Nordicom review* [online]. 32: 1 [lainattu 17.4.2017], 3–16. Saatavilla rajoitetusti Vaasan yliopiston tietokannoista.

- Manifesto (2015). *Blogibarometri 2015: Videoblogit ja sosiaalinen media muuttavat blogikenttää* 22.9.2015. [Lainattu 8.3.2016]. Saatavilla: <http://www.manifesto.fi/fi/uutta/-blogibarometri-2015-videoblogit-ja-sosiaalinen-media-muuttavat-blogikenttaa>
- Manifesto (2017). *Blogibarometri 2017: Somevaikuttajista kokemuspohjaisiksi asiantuntijoiksi – aiheet ja kanavat pirstaloituvat* 21.9.2017. [Lainattu 25.11.2017]. Saatavilla: <http://www.manifesto.fi/fi/uutta/blogibarometri-2017-somevaikuttajista-kokemuspohjaisiksi-asiantuntijoiksi-aiheet-ja-kanavat-pirstaloituvat>
- Marwick, Alice & danah boyd (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* [online]. 17: 2 [lainattu 27.11.2017], 139–158. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Marwick, Alice & danah boyd (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society* [online]. 16: 7 [lainattu 24.10.2017], 1051–1067. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Matikainen, Janne (2008). *Verkko kasvattajana. Mitä aikuisen tulisi tietää ja ajatella verkosta*. Helsinki: Palmenia/Helsinki University Press.
- Matikainen, Janne (2011). Yleisöjen sukupolvet – vastaanottajista tuottajiin? Teoksessa: Janne Matikainen (toim.). *Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet*. Helsinki: TAT-ryhmä/Infor Oy. 14–32.
- McCullagh, Karen (2008). Blogging: Self presentation and privacy. *Information & Communications Technology Law* [online]. 17: 1 [lainattu 16.6.2017], 3–23. Saatavilla rajoitetusti.
- McQuarrie, Edward, Jessica Miller & Barbara Phillips (2013). The Megaphone Effect: Taste and Audience in Fashion Blogging. *Journal of Consumer Research* [online]. 40: 1 [lainattu 29.11.2017], 136–158. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Medialiitto (2014). *Suuri blogitutkimus -tiivistelmä*. [Lainattu 26.10.2017] Saatavilla: http://www.medialiitto.fi/files/2790/Suuri_blogitutkimus_tiivistelma.pdf
- Miller, Carolyn & Dawn Shepherd (2004). Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog [online]. [Lainattu 22.5.2017]. Teoksessa Gurak, Laura, Smiljana Antonijevic, Laurie Johnson, Clancy Ratliff & Jessica Reyman: *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture of Weblogs*. Saatavilla: <http://conservancy.umn.edu/handle/11299/172818>

- Minifitness (2017). *Muutosten vuosi 12.10.2017*. [Lainattu 25.10.2017] Saatavilla: <http://minifitness.fitfashion.fi/2017/10/12/muutosten-vuosi/>
- Mäkinen, Olli (2006) *Internet ja etiikka*. Helsinki: BTJ.
- Nardi, Bonnie A., Diane J. Schiano & Michelle Gumbrecht (2004). Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? *CSCW '04 Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work* [online]. 6: 3 [lainattu 26.11.2017], 222–231. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Nikunen, Kaarina (2003). Yksityisyyden murros – julkisuuden haaste. Feministisen kritiikin näkökulmia julkisuuden tutkimukseen. *Tiedotustutkimus* [online]. 26: 2 [lainattu 2.4.2017], 79–89. Saatavilla: www.mediaviestinta.fi/arkisto/index.php/mv/article/download/264/247
- Noppari, Elina & Mikko Hautakangas (2012). *Kovaa työtä olla minä. Muotibloggaajat mediemarkkinoilla*. Tampere: Tampere University Press.
- Näre, Sari (1999). Tutkijan rooli julkisuuden intimitisoinnissa. *Tieteessä tapahtuu* [online]. 17: 7 [lainattu 17.4.2017]. Saatavilla: <http://journal.fi/tt/article/view/58402>
- Näre, Sari (2005). *Julkisuudesta ja intimiteetistä*. Helsinki: Kirjapaja.
- Paasonen, Susanna (2011). *Tahmea verkko, eli huomioita internetistä ja affektista*. Suomalaisen tiedeakatemia vuosikirja 2011. Helsinki: Suomalainen tiedeakatemia 2012, 67–72.
- Petronio, Sandra (2002). *Boundaries of Privacy. Dialects of Disclosure*. Albany: State University of New York Press.
- Petronio, Sandra (2004). Road to Developing Communication Privacy Management Theory: Narrative in Progress, Please Stand By. *Journal of Family Communication* [online]. 4: 3–4 [lainattu 22.9.2017], 193–207. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Petronio, Sandra (2007). Translational research endeavours and the practices of Communication privacy management. *Journal of Applied Communication Research* [online]. 35 [lainattu 19.10.2017], 218–222. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Petronio, Sandra (2013). Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory. *Journal of Family Communication* [online]. 13: 1 [lainattu 6.9.2017], 6–14. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Pönkä, Harto (2014). *Sosiaalisen median käsikirja* [online]. Jyväskylä: Docendo, [lainattu 27.7.2017]. Saatavilla rajoitetusti Vaasan yliopiston tietokannoista.

- Ridell, Seija (2011). *Elämää Facebookin ihmemaassa. Sosiaalinen verkostosivusto käyttäjiensä kokemana*. Tampere: Tampereen yliopisto, CMT.
- Sanastokeskus TSK (2010). *Sosiaalisen median sanasto*. [Lainattu 9.10.2017]. Saatavilla: http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto.pdf
- Schouten, Alexander, Patti Valkenburg & Jochen Peter (2009). An experimental test of processes underlying self-disclosure in computer-mediated communication. *Cyberpsychology, behavior, and social networking* [online]. 3: 2 [lainattu 14.8.2017], 1-15. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Seppänen, Janne (2002). *Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa*. 2. Jyväskylä: Vastapaino.
- Seppänen, Janne & Esa Väliaverronen (2013). *Mediayhteiskunta*. 2. Tallinna: Vastapaino.
- Sloop, John M. & Joshua Gunn (2010). Status Control: An Admonition Concerning the Publicized Privacy of Social Networking. *The Communication Review* [online]. 13: 4 [lainattu 14.8.2017], 289–308. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Suler, John (2004). The Online Disinhibition Effect. *Cyberpsychology & Behavior* [online]. 7: 3 [lainattu 28.11.2017], 321–326. Saatavilla rajoitetusti Helsingin yliopiston tietokannoista.
- Suominen, Jaakko (2013). Johdanto – Sosiaalisen median aika. Teoksessa: Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski & Riikka Turtiainen (toim.). *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Helsinki: Gaudeamus Oy. 9–24.
- Taddicken, Monika (2014). The 'Privacy Paradox' in the Social Web: The Impact of Privacy Concerns, Individual Characteristics, and the Perceived Social Relevance on Different forms of Self-Disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 19: 2 [Lainattu 20.5.2017], 248-273. Saatavilla rajoitetusti Vaasan yliopiston tietokannoista.
- Tang, Jih-Hsin & Cheng-Chung Wang (2012). Self-Disclosure Among Bloggers: Re-Examination of Social Penetration Theory. *Cyberpsychology, behavior, and social networking* [online]. 15: 5 [lainattu 22.4.2017], 245–250. Saatavilla rajoitetusti Vaasan yliopiston tietokannoista.
- The Blog Awards Finland (2017). *Voittajat 2017*. [Lainattu 29.11.2017]. Saatavilla: <http://theblogawards.fi/the-blog-awards-2017/voittajat-2017/>
- Tilastokeskus (2007). *Internetin käyttötarkoitukset keväällä 2007, prosenttia internetin käyttäjistä* [online]. [Lainattu 23.11.2017]. Saatavilla:

http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2007/sutivi_2007_2007-09-28_tau_001.html

Tilastokeskus (2017). *Liitetaulukko 19. Internetin käyttötarkoitusten yleisyys 2017, %-osuus väestöstä* [online]. [Lainattu 23.11.2017]. Saatavilla: http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tau_019_fi.html

Tuomi, Jouni & Anneli Sarajärvi (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 5. Helsinki: Tammi.

Uski, Suvi & Airi Lampinen (2016). Social norms and self-presentation on social network sites: Profile work in action. *New media & Society* [online]. 18: 3 [lainattu 22.5.2017], 447–464. Saatavilla rajoitettusti Vaasan yliopiston tietokannoista.

Uski, Suvi (2017). *Profile work/Profilityö. Strategic self-presentation in social media*. [Lainattu 29.5.2017]. Saatavilla: <http://www.suviuski.com/profile-work--profilityouml.html>

Walther, Joseph B. (2011). Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations. Teoksessa: John Daly & Mark Knapp (toim.): *The Sage Handbook of Interpersonal Communication* [online]. Saatavilla: http://wiki.commres.org/pds/TheoriesInNewMedia/42241_14.pdf 443–479

Liite 1. Kyselylomakkeen kysymykset

KYSELYN PERUSTIEDOT

K1 Ikä:

K2 Parisuhdestatus (sinkku, seurustelen, avoliitossa, avioliitossa):

K3 Lasten lukumäärä:

K4 Koulutustaso:

BLOGIN PERUSTIEDOT

K5 Miten pitkään olet kirjoittanut blogia?

K6 Blogisi aihepiirit:

K7 Motiivisi bloggaamiseen:

K8 Paljonko blogillasi on uniikkeja viikkokävijöitä (1000-5000, 5000-10 000, 10 000-15 000, 15 000+)?

K9 Ketkä miellät blogisi yleisöksi ja mitä kuvittelet heidän blogistasi hakevan?

K10 Mitä muita sosiaalisen median kanavia (Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube) blogillasi on?

YKSITYISEN JA JULKISEN RAJAAMINEN

K11 Millaisen rajanvedon yksityisen ja julkisen välille teit, kun aloitit bloggaamaan? Minkälaisia pohdintoja siihen liittyi?

K12 Miten määrittelisit yksityisen ja julkisen julkaisemissasi teksteissä?

K13 Miten määrittelisit yksityisen ja julkisen julkaisemissasi kuvissa/videoissa?

K14 Millaisia asioita et tuo blogissasi esiin, koska haluat pitää ne yksityisenä? Miksi?

K15 Oletko tuonut yksityisasiointiasi blogissasi esiin koskaan enemmän kuin oli tarkoitus? Jos vastasit kyllä, mitä tästä seurasi?

K16 Mitä mieltä olet henkilökohtaisten paljastusten käyttämisestä brändin rakentamisen välineenä, entä teetkö sitä itse?

K17 Poikkeako blogiisi vedetty yksityisyyden linja blogisi muissa sosiaalisen median kanavissa? Jos poikkeaa, niin missä kanavassa ja miten?

K18 Alla on listattuna 11 eri aihepiiriä. Anna jokaiselle aihepiirille numero asteikolla 1-10 niin, että numero 1 = täysin yksityinen aihepiiri ja 10 = täysin julkinen aihepiiri. Samaa numeroa voi käyttää useamman kerran.

- Kumppani (*tunnistettavuus, häntä koskevat tiedot*)
- Ystävät, lapset & muut läheiset/perheenjäsenet (*tunnistettavuus, heitä koskevat tiedot*)
- Poliittiset mielipiteet
- Uskonnolliset/vakaumukselliset näkemykset
- Keho (*tunteet ja huolet omaan ulkonäköön liittyen, meikittämyys, oma vartalo, terveys*)
- Raha (*mielipiteet rahaan liittyvistä asioista, henkilökohtaiset tulot/raha-asiat, talouden suunnittelu*)
- Työ (*työelämään, kouluun tai uraan liittyvät asiat*)
- Tunteet (*henkilökohtaiset tunteet, surun ja ilon aiheet, huolet*)
- Parisuhde & rakkauselämä
- Harrastukset & mielenkiinnon kohteet
- Unelmat ja tulevaisuuden suunnitelmat

Perustele halutessasi vielä lyhyesti valintojasi.

JULKISUUS

K19 Mainitse kolme (3) positiivista ja kolme (3) negatiivista asiaa, joita julkisena ja suosittuna bloggaajana toimiminen on tuonut mukanaan. Perustele lyhyesti valintojasi.

K20 Mikä julkisuudessa on yllättänyt?

K21 Onko henkilökohtaisten asioiden paljastamisesta blogissa aiheutunut sinulle koskaan haittaa? Jos on, niin millä tavoin?

K22 Kadutko joitain asioita, mitä olet aiemmin blogissa paljastanut? Miksi?

K23 Mitkä ovat bloggaajana suurimmat huolesi yksityisyyteen liittyen?

BLOGOSFÄÄRIN MUUTOS

K24 Millaisten asioiden koet aiheuttavan bloggaamisessa eniten paineita?

K25 Miten koet suhtautumisesi bloggaamiseen muuttuneen viimeisen kolmen vuoden aikana?

K26 Millä tavalla yksityisyytesi rajaaminen blogissasi on muuttunut verrattuna kolmen vuoden takaiseen tilanteeseen? Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät muutokset ja mihin ne liittyvät?

K27 Mitä haluaisit muuttaa nykyisessä blogikulttuurissa?

K28 Millaisena näet blogien tulevaisuuden?