



## Millainen on hyvä blogiartikkeli?

Hyvä blogiartikkeli on kokonaisuus, joka koostuu niin artikkelin teknisestä toteutuksesta (kuten artikkelikuvituksesta, helppolukuisesta rakenteesta sekä hakukoneystävällisestä otsikoinnista) kuin artikkelin tavoitteellisuudesta.

Miellyttävä lukukokemus blogiartikkelissa juontaa yleensä juurensa myös näihin kahteen muuttujaan. Kun artikkeli on positioitu oikein (otsikko ja sisältö vastaavat toisiaan, artikkelin kuvitukset tukevat sisältöä ja tunnelmaa) ja tekstiä on helppo lukea, on hyvä ja palkitseva lukukokemus aika lailla taattu. Huomioi kuitenkin, ettei kaikki lukijat jaksaa lukea artikkelia aina kokonaan – sen vuoksi **kuvitus ja väliotsikointi auttavat lukijaa löytämään tekstistä juuri heitä kiinnostavat aiheet ja saamaan tehokkaasti kokonaiskuvan koko tekstin sisällöstä**. Myös tekstitehosteet, kuten tekstin lihavointi tukevat tekstin selailua, mutta niitä kannattaa käyttää maltillisesti.

Alempaa ohjeista löydät blogiartikkelin tärkeimmät elementit JAMKin ohjeistuksineen koottuna omien väliotsikoiden alle. Muista kuitenkin, että ohjeet on laadittu tueksesi, ei lannistamaan mahdollista kirjoitusmotivaatiotasi. Paras tapa päästä kirjoittamisessa alkuun on kirjoittaa suoraan kaikki, mitä mieleesi tulee. Tekstin rakennetta voi aina parantaa myöhemmin. **Hallussasi oleva tieto ja kokemukset ovat kuitenkin blogin arvokkain sisältö – nämä ohjeet auttavat tuomaan ne vain luettavammin ja löydettävämmin maailmaan.** Onnea matkaan!

## Mieti, kenelle kirjoitat

Kaikkea kaikille toimii harvoin. Siksi sinun kannattaakin miettiä jo ennen kirjoittamaan ryhtymistä, kuka kirjoittamastasi aiheesta olisi kiinnostunut? Jos kyseessä on artikkeli uusista ja kiinnostavista ilmiöistä marata-alalta, kiinnostaa aihe todennäköisesti ensisijaisesti henkilöitä, jotka toimivat/työskentelevät jo alalla. Jos sen sijaan kerrot opintojen yhteydessä tehdystä matkasta tai tapahtumasta, voi kiinnostunein lukija olla alan opiskelua suunnitteleva nuori, joka haluaa lukea lisää siitä, mistä käytännön opiskelu koostuu.

**Kenelle kirjoitat -kysymykseen vastaamista helpottaa, kun mietit, mikä aiheesta tekee kiinnostavan?** Millaiseen lukijan kysymykseen artikkeli vastaa? Onko artikkelin tarkoitus kertoa lukijalle jotain täysin uutta, vai syventää tietoa jo heille tutusta aiheesta? Jos esimerkiksi kirjoitat kaupungin viljelypalstoista tavoitteena motivoida lukijoita tarttumaan niiden tarjoamiin mahdollisuuksiin, kannattaa artikkelissa avata omien kokemuksiesi lisäksi myös tietoa siitä, miten lukija voi päästä alkuun viljelypalstan hankinnan kanssa sekä mistä hän voi lukea lisätietoa aiheesta.

## Otsikot tukevat luettavuutta ja löydettävyyttä

Mieti omaa lukukäyttäytymistäsi – miten päätät, luetko jonkin artikkelin vai et? Yleisesti otsikolla on vahva vaikutus siihen, tuleeko teksti luettua vai ei. On kuitenkin tärkeä, että sisältö vastaa asettamaasi otsikkoa, joten ota huomioon:

- tuleeko otsikosta ilmi, mistä artikkeli kertoo?
- esittääkö otsikko asian kiinnostavassa valossa?
- onko otsikossa mukana sellaisia sanoja, joilla aiheesta voitaisiin hakea tietoa hakukoneissa (eli ns. avainsanoja)?
- onko otsikko tarpeeksi lyhyt näkyäkseen kokonaan hakukonetuloksissa ja somejaossa (eli n. max 80 merkkiä)?

Huomioi, että myös tekstissä itsessään tulisi olla väliotsikkoja. Mieti, jos lukisit tätä ohjeistusta ilman väliotsikkoja! Oikeiden ja sinua erityisesti kiinnostavien ohjeiden löytämisestä ei tulisi mitään. Siksi onkin hyvä miettiä tekstin sekaan aina 2-3 väliotsikkoa (h2-tasoa, eli toiseksi suurinta otsikkotasoa, joka löytyy tekstieditoreista). Jos käytät alaotsikoita (h3), niin hyvä muistisääntö on, että jos niitä on vain yksi väliotsikon alla, voidaan asia ilmaista varmaan muulla tapaa, kuin alaotsikolla, kuten esim. infoboksina.

## Kuva ei ehkä kerro enemmän kuin tuhat sanaa, mutta tukee artikkelin sanomaa

Kuva auttaa tukemaan tekstiä usealla tapaa. Tekstissä kuva voi auttaa hahmottamaan paremmin tekstillä avattua sisältöä, mutta kuvia voidaan hyödyntää myös tunnelman rakentamiseen. Esimerkiksi kuvat opintomatkan kohteista eivät välttämättä anna arvokasta tietoa kyseisestä paikasta lukijalle, mutta auttavat heitä pääsemään osittain samaan tunnelmaan, kuin johon itse pääsit matkallasi.

Toisin kuin tekstin kanssa, kuvien käyttöön vaikuttaa useampi tekninen asia. Tässä lista muistisäännöistä, jotka artikkelin kuvituksessa tulee ottaa huomioon yleisesti, sekä erityisesti JAMKin blogeissa:

- **käytä hyvälaatuisia, mutta sopivan kokoisia kuvia:** Yleensä vaakasuuntaiselle kuvalle hyvä maksimimita artikkelissa on n. 800px ja pystysuuntaiselle kuvalle n. 400px. Pahimmillaan tätä suuremmat kuvat hidastavat sivun latausaikaa, eivätkä kuvat näy kaikille lukijoillesi.
- **Lisää artikkelille aina yksi pääkuva koossa 500x290px:** Huomaathan, että artikkelien kuvien tulisi aina olla vaakasuuntaisia – eli 500px leveitä, ei 500px korkeita.
- **Hyödynnä itseottamiasi kuvia tai samaa tyyliä mallintavia kuvapankkikuvia:** Matkailu- ja ravitsemisala on ihmisläheinen ala, jolloin myös kuvista tulee välittyä sama tunnelma. Avainsanoina toimivat ihmisten väliset kontaktit ja luonnonläheisyys. Jos sinulla ei ole itselläsi sopivaa kuvaa artikkelikuvaksi, voit etsiä kuvituskuva esim. [Pixabay-palvelusta](#). (Huom! Pixabayn kuvia saa käyttää suoraan ilman erillistä mainintaa / toimenpidettä, mutta otathan huomioon, että esim. Google-kuvahaun kautta tulevat kuvat eivät aina ole vapaasti käytettävissä! Sen vuoksi kannattaa pysyttäytyä lähteissä, joiden kuville on varmasti lupa käyttöön omissa sisällöissä).

**Esimerkki 1.** Pixabaysta haettu luontokuva, joka mallinteleee suomalaista järvimaisemaa. Kuva muistuttaa väritykseltään ja elementiltään pitkälti luonnollista näkymää Suomen luonnossa. Kuva voisi olla myös itse otettu, ja sopii sen vuoksi blogiin.



**Esimerkki 2.** Pixabaysta haettu luontokuva, jota on vahvasti editoitu. Luonnollisia sävyjä on vahvistettu niin paljon, että kuva vaikuttaa otetun valokuvan sijaan koneella piirretyltä kovalta. Kuva menee liian kauaksi luonnollisesta näkymästä, eikä vaikuta itse otetulta, eikä sen vuoksi sovellu blogiin.



**Esimerkki 3.** Artikkelin pääkuva on haettu myös Pixabay-palvelusta, avainsanalla "Grain". Kuva ei sovi suoraan yhteen artikkelin otsikon "Millainen on hyvä blogiartikkeli" kanssa, mutta sitoo vahvemmin nämä ohjeet yleisten ohjeiden sijaan osaksi juuri matkailu- ja ravitsemisalaa, oikeuttaen sen käytön. Kuva on tarpeeksi luonnollinen vaikuttaakseen itse otetulta ja soveltuisi sen vuoksi myös blogissa käytettäväksi.

**Esimerkki 4.** Ota ruokakuvat tarpeeksi läheltä! Ruuissa lähikuvat ovat usein tehokkaampia, kuin kaukaa otetut kuvat. Alla esimerkkejä hyvästä ruokakuvasta blogissa.



## Linkit ja avainsanat auttavat sitomaan tekstisi osaksi kokonaisuutta

Otsikoiden kohdalla sivusimme jo hieman avainsanoja, mutta niiden on hyvä olla myös osana tekstiä. Mieti, mikä kirjoittamassasi aiheessa on erityisesti kiinnostavaa, sekä millä sanoilla siitä tietoa hakevat ihmiset mahdollisesti tietoa hakisivat. Jos esim. kirjoitat Keski-Suomalaisesta ruokaperinteestä, voisi aiheesta kiinnostunut etsiä aiheesta tietoa hakutermeillä ”reseptit Keski-Suomi” tai ”keskisuomalaiset reseptit” tai ”Keski-Suomen perinnereseptit”. Yritä siis sisällyttää näitä eri variaatioita tekstiin. Näin myös tekstistä ei tule toistuvaa, kun aiheesta ei puhuta koko ajan täysin samoilla termeillä.

Linkit sen sijaan auttavat lukijaa löytämään lisätietoa heitä kiinnostavista aiheista. Jos mainitset esim. jonkin hyvän ravintolan tai kiinnostavan tapahtuman, tee lukijalle lisätietojen lukeminen niistä helpoksi linkittämällä tarkoittamasi asia osaksi tekstiä (kuten esimerkiksi näiden ohjeiden kuvaohjeistuksessa on linkitetty suoraan Pixapay-palveluun – näin et joudu arvailemaan, päädyitkö omatoimisesti oikealle sivulle, jota ohjeissa tarkoitin). Lisäksi linkitys aiempiin artikkeleihin blogeissa sekä ulkoisiin sivustoihin auttavat usein lisäämään artikkelin arvoa hakukoneiden silmissä (kunhan linkitystä tehdään mallilla – kukaan ei halua lukea artikkeleita, jonka jokainen sana on linkitetty johonkin asiaan, ja selatessa mobiililla lukija klikkaa itsensä vahingossa johonkin toiseen sisältöön).

## Toimintakehotukset ohjaavat lukijaa toivottuun suuntaan

Toimintakehote on pelkkää linkkiä näyttävämpi tapa ohjata lukijaa artikkelista toivottuun kohteeseen. Kyseessä voi olla esim. linkitys tapahtuma-, projekti-, tai tutkintosivulle, riippuen siitä, mikä on lukijalle luonnollinen seuraava kohde artikkelin luettuaan. Jos artikkeli on käsitellyt opiskelijakokemuksia JAMKissa, on luonnollista kehottaa opiskelijaa lukemaan lisää kyseisestä ohjelmasta. Jos taas artikkelissa on avattu kokemuksia projekti-/hanketyöskentelystä, voisi lukijaa kiinnostaa tutustua tarkemmin kyseiseen hankkeeseen.

Tapahtumissa tehostettu ohjaus, eli toimintakehote kannattaa lisätä artikkeliin vain, jos kyseessä on ennen tapahtumaa julkaistu artikkeli, joka toimii myös kehoitteena tapahtumaan osallistumiseen. Tällöin lukija ohjataan näkyvästi ilmoittautumaan tilaisuuteen tarjotun linkin kautta. Muussa tapauksessa (kun kirjoitetaan esim. jo menneestä tapahtumasta, johon on osallistuttu), voidaan tapahtumasivu linkittää osaksi tekstiä siinä kohtaa, kun [tapahtuman nimi mainitaan ensimmäisen kerran](#).

Toimintakehote voidaan erottaa tekstistä esim. isomman ja erottuvan muotoilun avulla kuten:



**Tutustu kaikkiin JAMKin tapahtumiin!**

## **Anna kirjoituksellesi ääni – esitele itsesi**

Jotta artikkeliin olisi helpompi samaistua / asennoitua, on lukijan hyvä tietää, kuka tekstin taustalla on. Esittelyn ei tarvitse olla pitkä – yksinkertaisimmillaan riittää, että siitä tulee mieleen nimesi, asemasi ja toimialueesi JAMKissa. Esim. opiskelija Matti Mallinen voi esitellä itsensä seuraavasti:

### **Matti Mallinen**

2. vuoden opiskelija

Tourism Management -tutkinto-ohjelma

Jos kirjoittajia on useampia samalla profiililla, voidaan esittely yhdistää:

### **Matti Mallinen & Maija Mallikas**

2. vuoden opiskelijat

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

**Kirjoita esittelysi artikkelisi kirjoituskielen mukaan! Lisäksi kuva julkaisun yhteydessä on kiva lisäys, joka antaa kirjoitukselle kasvot. Tämä ei kuitenkaan ole pakollinen.**

## **Lisätietoja**

Heini Kaisto, LIKE, markkinointisuunnittelija: [heini.kaisto@jamk.fi](mailto:heini.kaisto@jamk.fi)