



Kaisa Kakko

VERKKOTOIMITUS JA SOSIAALINEN MEDIA

Mikä saa lukijat liikkeelle internetissä?

VERKKOTOIMITUS JA SOSIAALINEN MEDIA

Mikä saa lukijat liikkeelle internetissä?

Kaisa Kakko
Opinnäytetyö
Syksy 2011
Viestinnän koulutusohjelma
Oulun seudun
ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma, journalismin suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Kaisa Kakko

Opinnäytetyön nimi: Verkkotoimitus ja sosiaalinen media - mikä saa lukijat liikkeelle internetissä?

Työn ohjaaja: Pertti Sillanpää

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2011

Sivumäärä: 71 + 21 liitesivua

Sosiaalinen media ja verkkouutisointi ovat tulleet osaksi miltei jokaisen ihmisen elämää. On kuitenkin lopulta mysteeri, mikä saa lukijan klikkaamaan mitään uutista internetissä.

Darwin Media Oy ylläpitää Terve.fi-sivustoperhettä. Tärkeimpiin sivuihin kuuluvat terveysaiheinen Tohtori ja lapsiperheille suunnattu Helistin. Tutkin opinnäytetyössäni, miten lukijat suhtautuvat Tohtorin ja Helistimen artikkeli- ja uutisisältöön ja verkkokeskusteluihin.

Tilaajan pyynnöstä suunnittelin ja toteutin opinnäytetyössäni kolmiosaisen käyttäjäkyselyn Tohtoriin sekä Helistimeen. Kyselyiden tarkoituksena oli kartoittaa, miten kyseisten sivustojen artikkeleita ja uutisia luetaan, miten niitä kommentoidaan ja arvostellaan sekä miten niihin suhtaudutaan sosiaalisessa mediassa. Kyselyiden osaluokina olivat myös käyttäjien kokemukset ja mielipiteet Tohtorin ja Helistimen verkkokeskusteluista, sekä lukijoiden sosiaalisen median käyttö.

Web-kyselyiden tulosten perusteella Darwin Median sivustoilta haetaan ensisijaisesti tietoa. Helistimessä tärkeässä osassa on myös keskustelupalsta. Tohtorissa se on paljon hiljaisempi.

Sosiaalista mediaa käytetään eniten ajanvietteenä ja yhteydenpitoon. Se, mitä käyttäjät jakavat sosiaalisessa mediassa, riippuu kuitenkin asiayhteydestä ja asiasisällöstä. Terveyteen liittyviä uutisia ei jaeta mielellään internetissä.

Keskustelupalstoissa tärkeintä oli saada lisätietoa luetuista asioista. Helistimen kyselyyn vastanneet olivat aktiivisempia keskustelijoita kuin Tohtorin kyselyyn vastanneet.

Opinnäytetyöni palvelee sekä Darwin Mediaa verkkotoimituksena että itseäni verkkotoimittajana. Opinnäytetyöni myötä Darwin Media voi kehittää palveluitaan vastaamaan paremmin lukijoiden toiveita.

Asiasanat: Darwin Media, verkkotoimitus, verkkouutiset ja -artikkelit, verkkokeskustelut, sosiaalinen media, Facebook

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Communication, Option of Journalism

Author: Kaisa Kakko

Title of thesis: Web Editing Office and Social media – What makes readers react online?

Supervisor: Pertti Sillanpää

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2011

Number of pages: 71 + 21 appendices

Social media and web news have become a part of almost everyone's life. At the end, however, the reason what makes people react to something online, is still a mystery.

Darwin Media maintains Terve.fi websites. The two most important of them are Tohtori, which is about everyday health, and Helistin, which is about children and family life. In my thesis I study how readers react to Tohtori's and Helistin's article and news content and web discussions.

As a part of my thesis, I designed and executed a three-part web questionnaire on both pages. The aim of the questionnaires was to study how people read the articles and news on these web-pages, and how they comment or evaluate the content. The use of social media and how people relate to web discussions were also part of the questionnaires.

Based on the results, Darwin Media's web-pages are primarily a source of information. Helistin is also an important channel for discussion. Helistin's discussion forum is much more popular than the one on Tohtori.

Social media is primarily used as entertainment and communication. Facebook's users can share content, but it depends on the subject what they share online. People do not feel comfortable sharing news on their health or other health-based content on Facebook.

In discussion forums, the users said that the most important thing is to get more information about the subject they were reading about. Helistin users were more active in discussions than Tohtori users.

My thesis serves both Darwin Media as a web editing office, and myself as a web journalist. The results of my thesis can help Darwin Media to improve their services for the web users.

Keywords: Darwin Media, web editing office, web news and articles, discussion forums, social media, Facebook

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO.....	6
2 KÄSITTEITÄ.....	9
3 FACEBOOK SOSIAALISENA MEDIANA	12
4.1 Tutkimusmenetelmä	15
4.2 Tavoitteet ja ongelmat.....	16
4.3 Kyselyiden rakenne	17
4.4 Kohderyhmä	18
5 TUTKIMUSTULOKSET.....	20
5.1 Tohtorin kysely	20
5.1.1 Yleistä sivustoista Tohtorin käyttäjiltä	20
5.1.2 Artikkelit Tohtorin kyselyssä	22
5.1.3 Sosiaalinen media Tohtorin kyselyssä.....	28
5.1.4 Verkkokeskustelut Tohtorin kyselyssä	33
5.2 Helistimen kysely	38
5.2.1 Yleistä sivustosta Helistimen käyttäjiltä	38
5.2.2 Artikkelit Helistimen kyselyssä.....	40
5.2.3 Sosiaalinen media Helistimen kyselyssä.....	44
5.2.4 Verkkokeskustelut Helistimen kyselyssä	49
6 YHTEENVETO KYSELYIDEN VASTAUKSISTA	55
6.1 Suurimmat yhtäläisyydet Tohtorin ja Helistimen käyttäjien välillä	55
6.2 Suurimmat eroavaisuudet Tohtorin ja Helistimen käyttäjien välillä	59
6.3 Ajatuksia yhtäläisyyksistä ja eroavaisuuksista	62
7 POHDINTAA	67
8 LÄHTEET	70
LIITTEET.....	72

1 JOHDANTO

Työskentelin verkkotoimittajana oululaisessa Darwin Mediassa työharjoittelussa helmikuusta kesäkuuhun 2010. Nykyään toimin saman työnantajan freelancer-verkkotoimittajana. Työhöni kuuluvat verkkotoimittajan työt eli juttuaiheiden etsiminen sekä juttujen kirjoittaminen. Työharjoittelussa ollessani työhöni kuuluivat edellä mainittujen lisäksi verkkokeskustelujen aktivointi sekä Darwin Median julkaisemien juttujen kiinnostuksen sekä klikkausmäärien seuranta Ampparit.com - uutisseurantapalvelussa.

Verkkotoimituksessa ollaan aina ajan hermolla. Kun jutut julkaistaan pelkästään internetissä, klikkausmäärät määrittelevät sen, miten firmalla menee. Verkkotoimituksessa työskennellessäni huomasin kuitenkin toisinaan ristiriitaa siinä, miten jutut menestyvät. Usein kävi niin, että vaivalla hiotut, asiantuntevat jutut jäivät klikkausmääriltään mataliksi, kun taas kevyemmällä otteella kirjoitetut jutut saivat paljon enemmän lukijoita. Toimituksessa mietittiin viikoittain palaverissa, mistä johtuu, että jokin aihe vetää lukijoita, ja jokin taas ei. Juttujen arvosteleminen, eli tähtien antaminen oli myös tärkeää verkkotoimitukselle, mutta jostakin syystä juttuja arvostellaan internetissä todella vähän. Ihmettelin verkkotoimittajana, mistä voi johtua, että juttuja kyllä luetaan, mutta niitä ei arvostella tai niistä ei anneta palautetta.

Sosiaalinen media ja vuorovaikutus ovat myös erittäin tärkeitä verkkotoimituksille. Nykyään miltei jokainen media esiintyy myös internetissä, joten vuorovaikutus myös lukijoiden kanssa on mahdollista. Ollessani työharjoittelussa Darwin Medialla yritys oli juuri lanseeraamassa uutta Terve.fi-sivustoa, joka on kaikkien Terve Median sivustojen pääsivu. Lisäksi Terve Media julkaisi omat Facebook-sivustonsa.

Mikä saa lukijat käyttäytymään Facebookissa, kuten he käyttäytyvät? Miksi he lukevat sieltä uutisia? Kenen uutisia he lukevat, kenelle he linkittävät niitä eteenpäin ja miksi? Mistä tässä kaikessa on kyse? Sosiaalinen media on tullut jäädäkseen osaksi mediamaailmaa, mutta onko selvää, mitä tämä kaikki tarkoittaa? Facebookia ei ole ollut

olemassakaan vielä kymmenen vuotta sitten, mutta silti se on muuttanut kaiken nykyaikaisessa mediassa.

Teen opinnäytetyönäni selvityksen Darwin Medialle siitä, mikä saa ihmiset lukemaan sivustojen juttuja, kommentoimaan niitä tai osallistumaan keskusteluun sivustojen omilla keskustelupalstoilla. Kartoitan opinnäytetyössäni myös lukijoiden suhtautumista sivustojen sisältöön, keskustelupalstoihin sekä sosiaaliseen mediaan. Aihetta ei ole tutkittu aiemmin koskien nimenomaan Darwin Mediaa. Paikan päällä verkkotoimituksessa työskennellessäni asia oli tapetilla päivittäin, joten koen, että asiaan liittyvä tutkimus auttaa Darwin Mediaa olemaan ajan tasalla lukijoita kiinnostavissa asioissa ja aihealueissa. Opinnäytetyössäni keskityn kahteen Terve Median sivustoon: Tohtoriin ja Helistimeen. Molemmat ovat Terve Median suosituimpia sivustoja - Tohtori uutisten ja artikkeleiden puolesta ja Helistin taas keskustelupalstansa puolesta. Molemmat sisältävät sekä uutisia, artikkeleita ja keskusteluja, mutta Tohtorin puolella ei juuri keskustella. Sen sijaan Helistimessä ei juuri muuta tehdäkään kuin keskustellaan. Mistä tämä ero johtuu?

Tutkielmassani käytän lähteinä paitsi teoriaa, myös itse suunnittelemani käyttäjäkyselyitä Tohtorin ja Helistimen sivuilla. Käyttäjäkyselyissä lukijat voivat itse kertoa, mitä olivat mieltä mistäkin. Tutkielmani antaa Darwin Medialle paljon tietoa siitä, mikä lukijoita kiinnostaa ja miksi.

Koen, että oma tulevaisuuteni ammattiini liittyen on tekemisissä erityisesti verkkojournalismin sekä sosiaalisen median parissa. Siksi uskon, että opinnäytetyöni antaa minulle tarpeellista perustietoa sekä hyvät valmiudet työskennellä alalla tulevaisuudessa.

Aiemmin tutkittua

Oulun seudun ammattikorkeakoulun kirjaston Leevi-tietokannan mukaan Oulun seudun ammattikorkeakoulussa on tehty aiemmin kahdeksan opinnäytetyötä, joiden asiasanana on mainittu Coronaria Media (entinen Darwin Media). Näistä neljä on kulttuurialan

opinnäytetöitä. Yksikään aiemmin tehty kulttuurialan opinnäytetyö ei kuitenkaan tutki täysin samaa asiaa, kuin mihin minä omassa tutkielmassani pyrin. Lähimpänä on Noora Dahmane, jonka opinnäytetyön otsikko vuodelta 2009 on Vanhemmuus verkossa: minkälainen sisältö perheeseen erikoistuneessa verkkopalvelussa kiinnostaa? (Leevi-tietokanta 2011, hakusana Coronaria Media, hakupäivä 14.11.2011)

Hakusanalla sosiaalinen media löytyy taas pilvin pimein teoksia, opinnäytetöitä sekä muuta kirjallisuutta. Sosiaalista mediaa on tutkittu paljon sen yleistymisen jälkeen, mutta nimenomaan Darwin Mediaa koskevasti asiaa ei ole aiemmin käsitelty (Leevi-tietokanta 2011, hakusana sosiaalinen media, hakupäivä 14.11.2011). Oma opinnäytetyöni on siis ensimmäinen tätä aihetta käsittelevä opinnäytetyö Oulun seudun ammattikorkeakoulun kulttuurialan yksikössä.

2 KÄSITTEITÄ

Darwin Media Oy

Darwin Media Oy on terveyteen ja hyvinvointiin erikoistunut viestintäyrittäjä. Se tuottaa ja julkaisee Terve Media -mediaryhmää. Aiemmin Darwin Media tunnettiin nimellä Coronaria Media. Terve Median alisivustoihin kuuluvat muun muassa Tohtori.fi, Helistin.fi, Kimallus.fi, Huoltamo.com ja Verkkoklinikka.fi. Terve Median eri nettisivustot tavoittavat yli 300 000 kuluttajaa viikoittain. Darwin Median toimipisteet sijaitsevat Oulussa ja Helsingissä. (Terve.fi, Esittely 2011, hakupäivä 14.11.2011)

Terve.fi

Terve.fi on johtava hyvinvointimedia, joka tavoittaa yli 300 000 käyttäjää viikoittain. Terve.fi on myös Darwin Median eri nettisivustojen yläsivusto. Terve.fi -sivuston slogan on "Suositumpi kuin Stockmann". Terve.fi:n alisivustoja ovat Tohtori.fi, Poliklinikka.fi, Helistin.fi, Huoltamo.com, Kimallus.fi, Mustapippuri.fi, Pudottajat.fi sekä Lääkäriportaali (Terve.fi, Esittely 2011, hakupäivä 14.11.2011).

Tohtori.fi

Tohtori.fi on Terve Median suosituin ja tunnetuin internetsivusto. Tohtori.fi tarjoaa terveyteen liittyviä artikkeleita, uutisia, keskusteluja sekä muita palveluja. Tohtori.fi -sivusto on ollut toiminnassa yli 10 vuotta ja on vakiinnuttanut paikkansa terveysaiheisissa medioissa. (Terve.fi, Esittely 2011, hakupäivä 14.11.2011)

Valitsin Tohtori.fi:n opinnäytetyöni kyselykohteeksi sen vuoksi, että kyseessä on suosittu sivusto. Tohtori.fi on paljolti luettu sivusto, mutta sen keskustelupalsta on verrattain hiljainen. Opinnäytetyöni pyrkii selvittämään syytä siihen, miksi Tohtori.fi:n keskustelupalsta ei ole noussut samanlaiseen suosioon kuin Helistimen keskustelupalsta. Tohtori.fi:n keskustelupalstalla on 34 foorumia, 319 aihetta ja 615 viestiä (Tohtori.fi, Keskustelu 2011, hakupäivä 13.9.2011). Tohtori.fi:n keskustelupalstalta ei näy rekisteröityneiden käyttäjien määrää.

Helistin.fi

Helistin.fi on lapsiin ja perheeseen keskittynyt verkkosivusto. Helistimessä on uutisia, artikkeleita sekä muuta tietoa lapsista ja lapsiperheestä. Infosivulla Helistimen mainitaan olevan Suomen laajin lapsiperheiden palvelemiseen keskittyvä nettisivusto. Helistimen suosituin sivusto on keskustelupalsta. Helistimen keskustelupalstalla on yli 77 000 rekisteröitynyttä käyttäjää. Helistimen keskustelupalstalle on kirjoitettu yli miljoona viestiä vuoden 2001 jälkeen (Helistin.fi, Keskustelu 2011, hakupäivä 13.9.2011).

Ampparit.com

Ampparit.com -sivusto on uutispalvelu, joka päivittää jatkuvasti uutisotsikoita kotimaisista lähteistä (Haasio 2008, 239). Ampparit.com -sivustolta voi valita erikseen uutiskategorian, jonka uutisia haluaa lukea. Darwin Media on yksi Amppareiden lähdesivusto. Amppareissa julkaistaan reaaliaikaisesti Tohtorin, Helistimen, Kimalluksen, Huoltamon sekä Verkkoklinikan uutisia sekä artikkeleita. Ampparit.com on tärkeä mittari Darwin Medialle, sillä Amppareiden kautta saatuja lukijamäärätietoja sekä artikkeleiden saamia tykkäyksiä seurataan toimituksessa tiiviisti. Tykkäyksillä tarkoitan tässä yhteydessä Ampparit.com -sivuston peukalo-linkin klikkauksia.

Keskustelupalsta

Keskustelupalsta on verkkosivuston tai internetsivuston osa, jossa voi keskustella eri aiheista toisten internetinkäyttäjien kanssa. Keskustelupalstan ja chatin ero on siinä, että keskustelupalstan viestit jäävät pysyvästi näkyviin. Keskustelupalstat on usein jaettu aiheen mukaisiin keskusteluryhmiin (Tietosuojavaltuutetun toimisto, Mikä on keskustelupalsta? 2005, hakupäivä 14.11.2011).

Facebook

Facebook on Mark Zuckerbergin vuonna 2004 perustama internetissä toimiva sosiaalinen yhteisöpalvelu. Facebookilla on tällä hetkellä noin 600 miljoonaa käyttäjää

ympäri maailmaa. Syksyllä 2009 Facebook oli maailman neljänneksi vierailuin nettisivusto (Suomen Virtuaaliammattikorkeakoulu, Uutiset, 2009, hakupäivä 14.11.2011).

Sosiaalinen media

Sosiaalisen median määritelmä on melko laaja. Lyhyesti sitä voisi kuvailla verkkoympäristöksi, jossa jokainen voi olla (yhtä aikaa) sisällöntuottaja sekä verkkokäyttäjä. Ari Haasion (2008) mukaan sosiaalisen median keskeisimpiä kulmakiviä ovat tiedon jakaminen, tiedon käyttäjän roolin muuttuminen (eli tiedon käyttäjä on myös tiedon jakaja), tiedon yhteisöllinen tuottaminen, kollektiivisen älykkyyden korostaminen sekä Open source -ajattelun korostaminen. Haasion mukaan käyttäjät määrittelevät yhä enemmän verkon sisältöä luomalla sitä sinne itse. Lisäksi sosiaalinen media lisää verkossa tapahtuvaa kommunikaatiota, koska se korostaa yhteisöllisyyttä ja yhteisöjen sisällä tapahtuvaa viestintää (Haasio 2008, 156).

Sosiaalisen median palveluita ovat esimerkiksi Facebook, Twitter, LinkedIn, Irc-galleria ja Google+. Lisäksi netissä toimii lukemattomia eri keskustelupalstoja, blogipalveluita sekä kuva- ja videopalveluita, joissa käyttäjät voivat jakaa tietojaan yhteisesti, ja joita voi kommentoida. Myös eri verkkolehtien kommentointimahdollisuudet sekä muut osallistumisfoorumit voidaan tulkita sosiaalisen median osa-alueiksi.

3 FACEBOOK SOSIAALISENA MEDIANA

Sosiaaliseksi mediaksi voidaan määritellä periaatteessa kaikki internetistä löytyvä sisältö, jonka tuottamiseen ja jakamiseen internetinkäyttäjillä on mahdollisuus. Tässä tutkielmassani keskityn kuitenkin esittelemään sosiaalista mediaa nimenomaan Facebookin kannalta. Aiheen tarkastelu on tarpeen, koska muuten teoriaosuudesta tulee liian laaja. Uskoakseni Facebookin ja sosiaalisen median tarkempi esittely on tärkeää tässä tutkielmassa, koska esimerkiksi Darwin Median toiminta perustuu suurelta osin sosiaaliseen mediaan ja sen käsitteeseen (eli käyttäjätkin jakavat tietoa ja sisältöä verkkoon). Facebook ei ole suurin osa-alue Darwin Mediassa, mutta koska kyse on verkkotoimituksesta, joka pyrkii olemaan vuorovaikutuksessa käyttäjien kanssa, sosiaalisen median esittely tässä tutkielmassa on perusteltua.

Don Tapscott kuvailee sosiaalista mediaa ja etenkin Facebookia ”kyberajan kylätaloksi, jossa käyttäjä voi jakaa tietoa ja ottaa yhteyksiä”. Tapscott jatkaa, että tällä uudella viestinnän lähestymistavalla on mullistava vaikutus kaikkeen siihen liittyvään, kuten musiikkiin, elokuvaan, politiikkaan, liiketoimintaan ja koulutukseen (Tapscott 2010, 54).

Tapscott ottaa esiin myös mielenkiintoisen näkökulman sosiaaliseen mediaan. Hän kirjoittaa, että sosiaalisen median myötä nettisukupolvi luopuu yksityisyydestään. Käyttäjät vastaavat mielellään yritysten esittämiin kysymyksiin esimerkiksi yksityiselämästään. Tapscott esittääkin, että George Orwell oli väärässä teoksessaan *1984*: nykyään meitä ei valvokaan enää Isoveli, vaan pikkuveli, oma ystävällinen kauppias (Tapscott 2010, 54-55). Tapscottin mukaan olemme menossa kohti maailmaa, jossa kaikki ovat yhteydessä toisiinsa kaiken aikaa erilaisten kannettavien pienten laitteiden avulla. Tapscott kysyykin, onko tämä yksityisyyden loppu? (Tapscott 2010, 55)

Facebookin etu on Tapscottin mukaan siinä, että verkostopalvelussa käyttäjät esiintyvät omina itsenään, todellisina henkilöinä. Palvelussa voi keskustella lähimpien ystävien tai laajemman ystäväjoukon kanssa. Facebookissa voikin tehdä kaikkea sitä, mitä ystävät

yleensä tekevät keskenään. Palvelu mahdollistaa ystävien oman verkkoyhteisön, joka on ajasta ja paikasta riippumaton. Siitä voi myös sulkea pois sinne kuulumattomat ihmiset. (Tapscott 2010, 69)

Sosiaalinen media on paitsi verkonkäyttäjien oma temmellyskenttä, myös markkinavoimien hyödyntämä informaatiokanava. Facebookiin on tullut yli 140 sovellusta päivässä vuonna 2010 (Tapscott 2010, 79). Sovellusten kautta markkinoijat saavat tietoa niiden käyttäjien yksityiselämästä. Näitä tietoja ovat esimerkiksi käyttäjän nimi, profiilikuva, sukupuoli, syntymäpäivä, kotikaupunki ja olinpaikka. Muita käytettäviä tietoja ovat käyttäjän poliittinen kanta, harrastukset, kiinnostuksen kohteet sekä muut henkilökohtaiset tiedot, joita käyttäjä on ladannut Facebookiin. Markkinoijat käyttävät näitä tietoja omiin tarkoituksiinsa, kuten täsmämainontaan ja tilastointiin. Tapscott onkin huolissaan siitä, tuhoako nettisukupolvi perusoikeutensa olla yksin (Tapscott 2010, 80). Facebook myöntää sivuillaan antavansa mainostajien hakea tietoa käyttäjiensä omista tiedoista (Facebook, Räätelöidyt mainokset 2011, hakupäivä 14.11.2011).

Yksityisyys on ollut toistuvana kiistakapulana Facebookissa. Facebook voi lanseerata uusia sovelluksia mielensä mukaan, ja käyttäjien on vain sopeuduttava tilanteeseen. Kuten missä tahansa internetissä, myös Facebookissa täytyisi muistaa, että kaikki mitä internettiin kirjoittaa, on julkista. Facebook muistuttaa käyttäjiä tästä asiasta tietoturvasivuillaan (Facebook, About Pages 2011, hakupäivä 14.11.2011). Sivun ohjeissa käyttäjiä kehoitetaan huomaamaan, että Facebookin kaikki sivut ovat julkisia ja että kunkin sivuston (profiilin) käyttäjä voi käyttää kommentteja muuallakin kuin Facebookissa.

Facebook on ollut olemassa vasta kahdeksan vuotta, mutta se on jo ilmiö sekä vakiintunut osa-alue sosiaalista mediaa. Facebook on monipuolinen verkkopalvelu, jossa voi tehdä periaatteessa kaikkea sitä, mitä oikeassa elämässä tekisi ystävien kanssa (esimerkiksi keskustella ryhmässä tai yksityisesti, jakaa huomiota, linkkejä, ajatuksia, lähettää kukkia, halata). Facebook on houkutteleva ja suosittu ympäristö, jolta on

nykyisin vaikeaa välttää.

Yhteisöpalvelua arvioidessa kannattaakin miettiä, mihin on ryhtymässä. Aalto ja Uusisaari kertovat kirjassaan Nettiä elämää, että vastausten etsiminen näihin kysymyksiin auttaa arvioimaan yhteisöpalvelua: Mitä täällä voi tehdä? Keitä muita täällä on? Kuinka julkinen tai yksityinen paikka tämä on? Miten käyttäjien viihtyvyys ja turvallisuus taataan? (Aalto & Uusisaari 2009, 87) Vastaukset edellä mainittuihin kysymyksiin täytyisi löytää kunkin yhteisöpalvelun käyttöehdot- sekä yksityisyyden suoja - dokumenteista, joiden pitäisi olla jokaisen asiallisen verkkopalvelun linkityksissä niiden etusivuilla (Aalto & Uusisaari 2009, 87). Kun hakemiinsa kysymyksiin on saanut mieleisensä vastauksen, voi internetikäyttäjä pohtia liittymistään yhteisöpalveluun.

4 MENETELMÄ JA AINEISTO

Koska tarkoitus on tutkia nimenomaan Darwin Median käyttäjien ajatuksia sivustoista, uutisista, artikkeleista, keskustelupalstoista sekä sosiaalisen median käytöstä, käytän aineistonkeruumenetelmänä Tohtorissa ja Helistimessä julkaistavaa itse laatimaani käyttäjäkyselyä. Molemmille sivustoille tuli pääpiirteissään samanlainen internetlomake, jolla voi vastata monivalintakysymyksiin.

Päädyin nettikyselyyn siitä syystä, että se on suhteellisen helppo toteuttaa sekä vastauksia on helppo tarkastella kyselyn jälkeen. Internetkyselyn voi myös kohdentaa juuri sille kohderyhmälle, jonka vastauksia kaipaa. Tässä tapauksessa kyselyt julkaistiin Helistimen ja Tohtorin internetsivuilla, joissa kyselyitä voivat täyttää suoraan itse sivustojen lukijat.

Kyselyt edellyttävät etukäteistyötä (Ronkainen & Karjalainen 2008, 31). Omalta osaltani etukäteistyötä, eli aiheeseen tutustumista on ollut työharjoitteluni alusta saakka, eli hallitsin tutkimani aihealueen etukäteen jo melko hyvin.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Käytän tutkimusmenetelmänä strukturoitua web-kyselyä. Tutkimusmenetelmäni muistuttaa lähinnä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta (ks. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 136; Ronkainen ym. 2008, 17). Kvantitatiivisen tutkimuksen kuvaavia piirteitä ovat esimerkiksi havaintoaineiston määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen, perusjoukon ja sen otoksen määrittelyyn, aineiston saattaminen tilastollisesti käsiteltävään muotoon, sekä päätelmien teko tilastolliseen analysointiin perustuen (Hirsjärvi ym. 1997, 136).

Tutkimusmenetelmässäni on myös mukana kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen piirteitä, sillä kyselyni tulokset kuvaavat todellista elämää (Hirsjärvi ym. 1997, 157), eli

käyttäjien jokapäiväisiä kokemuksia tutkituista nettisivustoista. Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti, ja siihen pyrin kyselyjä suunnitellessani, rajoittuen kyselyni kolmeen aihealueeseen. Enempää tutkimusmenetelmäni ei kuitenkaan voi kuvata kvalitatiiviseksi, sillä en käytä tiedonkeruumenetelmänä haastatteluja, osallistuvaa havainnointia tai diskurssianalyyseja (Hirsjärvi ym. 1997, 160).

Tutkimusmenetelmän kvantitatiivisuutta kuvaa myös se, että kaikkien oli mahdollista vastata netissä toimivaan kyselyyn. Näin ollen kysymyksessä voisi olla kokonaistutkimus (Hirsjärvi ym. 1997, 174).

Ronkaisen ym. (2008, 17) mukaan valmiiden lomakkeiden, strukturoitujen vastausvaihtoehtojen käyttö ja lomaketutkimus liitetään yleisesti määrälliseen eli kvantitatiiviseen tutkimukseen.

Määrällinen tutkimus pyrkii keräämään tietoa niin suurelta joukolta, että yksilökohtainen sattumanvaraisuus karsiutuu ja tutkimuskohdetta voidaan kuvata yleisemmin (Ronkainen & Karjalainen 2008, 19).

4.2 Tavoitteet ja ongelmat

Kyselyn tavoitteena oli selvittää, mitä mieltä Tohtorin ja Helistimen sivustojen käyttäjät, eli lukijat ovat mieltä sivustoiden sisällöstä, sosiaalisesta mediasta sekä verkkokeskusteluista. Tavoitteena oli saada nettikyselyihin mahdollisimman laaja otos, eli paljon vastauksia. Kesän 2011 alussa pohdimme toivottua vastausmäärää Darwin Median päätoimittajan kanssa, ja sovimme tavoitteeksi 300 vastausta.

Mahdollisia ongelmia kyselytutkimuksen onnistumisessa olivat muun muassa seuraavat: kyselyn toimivuus, riittävä vastausten määrä, kyselyn hyvä käytettävyys sekä kyselyn löydettävyys Helistimen sekä Tohtorin sivuilta. Pohdin pitkään, millainen kysely antaisi

parhaat mahdolliset vastaukset tutkimusaiheeseeni. Valmis kyselypohja ja -muoto löytyivät yrityksen ja erehdyksen kautta. Käytin kyselyiden suunnitteluun paljon aikaa ja luonnoksia. Kyselyitä suunnitellessani pohdin Darwin Median internetsivustoja oman työkokemukseni kannalta. Näin ollen tutkimusaiheekseni päätyi sellaisia asioita, joita olen itse oman työni puitteissa miltei päivittäin miettinyt. Kyselyiden kysymykset ovat siis niitä, joita olen itsekseni verkkotoimittajan työtä tehdessäni pohtinut. Opinnäytetyö oli lopulta sopiva väylä näiden kysymysten esittämiseen ja tulosten saamiseen.

Toimivan kyselylomakkeen suunnitteleminen on vaikeampaa kuin luulisi. Toimivan web-kyselyn peruspalikkana on kysymysten muotoileminen kysyttäviksi. Etukäteistieto kysyttävästä aiheesta on tärkeää, jotta kysymykset ja vastausvaihtoehdot osaa laatia oikein. Kyselyiden suunnitteleminen on monitahoinen prosessi, johon kuuluu sekä kokonaisuuden arviointia että yksityiskohtien, kuten yksittäisten kysymysten muotoilua. (Ronkainen & Karjalainen 2008, 32)

Darwin Medialla on käytössään oma web-lomakkeiden teko-ohjelma, jolla kyselyn pystyi luomaan valmiille pohjalle. Toimitin kyselyiden pohjat word-tiedostoina Darwin Medialle, jossa ne muotoiltiin Digium-tietokoneohjelman avulla web-muotoon. Kyselyt julkaistiin samalla ohjelmalla. Digium-ohjelma myös keräsi vastaukset tarkasteltavaan muotoon.

4.3 Kyselyiden rakenne

Kyselyni ovat kolmiosaisia (ks. liitteet 1 ja 2). Ensimmäisessä osassa kysyttiin vastaajien mielipiteitä Tohtorin ja Helistimen sisällöistä, artikkeleista, sivustojen eri toiminnoista ja esimerkiksi artikkeleiden arvostelemisesta. Toisessa osassa käsiteltiin sosiaalista mediaa, ja sosiaalisen median palveluista erikseen Facebookia. Tähän osuuteen kyselyssä vastasivat vain ne henkilöt, jotka olivat kyselyssä ilmoittaneet käyttävänsä Facebookia. Kyselyn kolmannessa osassa kysyttiin lukijoiden mielipiteitä verkkokeskusteluista, Tohtorin ja Helistimen keskustelupalstoista, sekä niiden käytöstä.

Keskityin kyselyssäni Facebookiin siksi, että se on yleisin Terve Median käyttämä sosiaalinen media.

Kyselyt sisälsivät sekä monivalinta- että avoimia kysymyksiä. Muutamissa kohdissa oli mahdollista valita useampi vastausvaihtoehto (esimerkiksi kolme eniten sopivaa vaihtoehtoa). Kyselyiden vastausten tarkastelussa palaan kyselyn muotoiluun tarkemmin (ks. luku 5).

4.4 Kohderyhmä

Kyselyn kohderyhmänä olivat Tohtorin sekä Helistimen käyttäjät. Kohderyhmä on laaja, koska sivustot ovat suosittuja. Kohderyhmää ei ole mitenkään rajattu, joten kaikki sivustolle saapujat pystyivät osallistumaan kyselyyn. Sivustojen kohderyhmä tässä tutkimuksessa määrittyikin vastaajien perusteella.

Tohtorin kysely

Tohtorin kyselyiden kohderyhmä määrittyi kyselyiden vastausten mukaan seuraavasti: Kyselyyn vastanneista suurin osa oli **naisia** (82 %). Tohtorin kyselyyn vastasivat eniten **56-65 -vuotiaat** (vastanneista 26 %). Seuraavaksi eniten vastasivat **46-55 -vuotiaat** (23 %), **36-45 -vuotiaat** ja **26-35 -vuotiaat** (molemmat ryhmät 20 %), sekä **16-25 -vuotiaat** (10 %). Vähiten vastauksia tuli ikäryhmältä **66-vuotiaat tai vanhemmat**. He vastasivat yhden vastauksen verran.

Tohtorin kyselyn koulutustietoihin tuli vastauksia eniten **korkeakoulutetuilta** (40 %). Seuraavaksi suurin ryhmä oli **ammattillisen koulutuksen käyneet** (26 %). Näitä seurasivat **lukion käyneet** (21 %) sekä **peruskoulun käyneet** (13 %).

Helistimen kysely

Helistimen kyselyyn vastasivat eniten **naiset** (89 % vastaajista).

Helistimen kyselyihin vastanneiden ikäluokat jakautuivat seuraavasti: Eniten vastauksia tuli **25-35 -vuotiailta** (49 %). Seuraavaksi eniten vastasivat **36-45 -vuotiaat** (22 %), sitten **16-25 -vuotiaat** (17 %), ja seuraavaksi **56-65 -vuotiaat** (8 %). Toiseksi viimeisin vastannut ikäluokka oli **46-55 -vuotiaat** (4 %). Ikäluokasta **66-vuotiaat tai vanhemmat** ei tullut yhtään vastausta.

Helistimen kyselyn vastaajien koulutustiedot jakautuivat seuraavasti: Suurin osa vastaajista oli **korkeakoulutettuja** (40 %). Seuraavaksi eniten vastasivat **ammattillisen koulutuksen** saaneet (27 %), sitten **lukion** käyneet (20 %). Vähiten vastauksia tuli **peruskoulun** käyneiltä (13 %).

5 TUTKIMUSTULOKSET

Kyselyt olivat Tohtorin ja Helistimen nettisivuilla kesällä 2011 heinäkuun alusta syyskuun alkuun. Vastausaikaa kyselyihin oli noin yhdeksän viikkoa.

Miten vastattiin?

Kyselyt saivat yhteensä 243 vastausta, joista Tohtoriin tuli 94 ja Helistimeen 149 vastausta. Tässä luvussa käyn läpi kyselyiden tulokset yksityiskohtaisesti. Kyselyiden yksityiskohtainen läpikäyminen on tärkeää kokonaisuuden ymmärtämiseksi ja sen hahmottamiseksi. Tulosten vertailu on myös helpompaa, kun kyselyiden tulokset on ensin avattu kokonaisuudessaan.

Seuraavissa alaluvuissa olen lihavoinut osan tekstistä. Lihavointi helpottaa tulosten tulkintaa. Lihavoidut sanat ovat kyselyissä olleita vastausvaihtoehtoja.

5.1 Tohtorin kysely

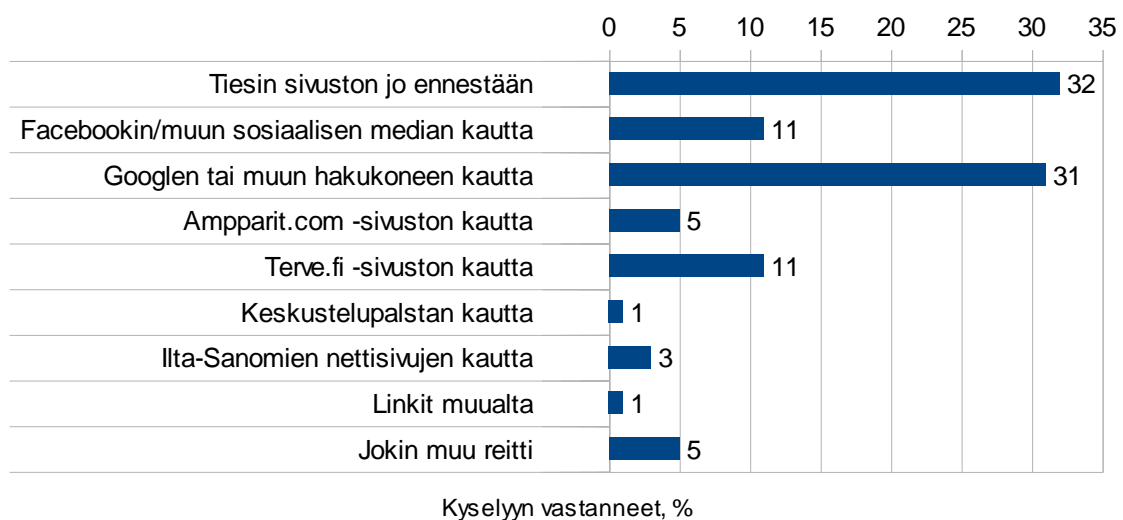
5.1.1 Yleistä sivustoista Tohtorin käyttäjiltä

Kyselyiden alkuun halusin tietää, miten lukijat yleensä lukevat sivustoja. Se, miten sivustoja luetaan, miten niille päädytään ja mitä niiden sisällöstä ajatellaan, on tärkeää tietoa Darwin Medialle.

Tohtorin kyselyyn vastanneet kävivät lukemassa Tohtori.fi-sivustoa eniten **harvemmin** (28 % vastanneista). 27 % vastanneista käy sivuilla **kerran viikossa**. Viidesosa vastanneista käy sivuilla keskimäärin **kerran kuukaudessa**, ja 18 % **useamman kerran viikossa**. **Päivittäin** sivustoja kävi lukemassa 7 % kyselyyn vastanneista.

Suurin osa sivustolle päätyneistä lukijoista päätyi sivustolle, koska **tiesi sen jo ennestään**. Vajaa kolmannes kertoi päätyneensä sivustolle **Googlen tai muun hakukoneen kautta** etsiessään johonkin tiettyyn aihepiiriin liittyviä uutisia. Hieman yli kymmenesosa kyselyyn vastanneista ilmoitti löytäneensä Tohtori-sivuston **Facebookin tai muun sosiaalisen median kautta**, tai **Terve.fi –sivuston kautta**. Keskustelupalstan, Ilta-Sanomien (Terve Median yhteistyökumppanin) tai muuta netin kautta Tohtoria löytäneitä vastaajia oli vain muutamia. Seuraavassa kuviossa esittelen, mitä reittejä kyselyyn vastanneet päätyivät Tohtoriin.

Miten päädyit Tohtori.fi -sivustolle?



KUVIO 1. Reitit Tohtori.fi -sivustolle

Tohtori on sivustona melko hyvin tunnettu jo ennestään. Lisäksi hakukoneen kautta sivustolle saapuminen on myös yleistä, joten Tohtori on osannut hyvin hyödyntää hakusanoja palveluissaan.

Kyselyyn vastanneet ilmoittivat Tohtorin olevan heille **ensisijaisesti tiedonhakupaikka** (92 % vastanneista). **Keskustelupalsta** oli tärkein vain kolmelle prosentille vastaajista. **Tuotetietoa tai -mainoksia** etsi neljä prosenttia vastanneista.

5.1.2 Artikkelit Tohtorin kyselyssä

Artikkelit ovat tärkeä osa Tohtori.fi -sivustoa. Uutisia ja artikkeleita toimitetaan sivustolle päivittäin. Artikkeleita koskeva tutkimus on hyvä avaus käyttäjäkyselyssä, sillä artikkelit ovat erittäin näkyvä osa Tohtori.fi-palvelua.

Suurin osa vastaajista ilmoitti lukeneensa jonkun tietyn artikkelin siksi, että siinä oli **kiinnostava aihe** (64 %). 16 % vastaajista ilmoitti syyksi **kiinnostavan otsikon**. 14 % vastanneista oli lukenut jonkin tietyn artikkelin siksi, että **oli linkannut artikkeliin linkin muualta**. Kavereiden tai tuttavien suosituksesta, Ampparit.com - uutislistaussivuston tai Facebookin linkitysten kautta tiettyä artikkelia lukeneita oli vain muutama vastaaja. Yksikään vastaaja ei ilmoittanut lukeneensa artikkelia kirjoittajan tai artikkelin pituuden perusteella.

Miksi artikkeleita ei lueta tai kommentoida

Jos jokin tietty artikkeli jäi lukematta, suurin syy oli se, **ettei aihe kiinnostanut** (79 % vastaajista). 10 % vastaajista ilmoitti, että lukematta jäänyt artikkeli oli **liian pitkä**. 5 % lukijoista vastasi, että **sivusto ei auennut**. Artikkelin **kirjoittaja** tai **ei-mieluisa lähdesivusto** olivat syynä 3 %:lla vastaajista.

Lähes kaikki eli 95 % kyselyyn vastanneista ilmoitti, että **ei kommentoinut** viimeksi lukemaansa artikkelia. Suurin syy kommentoimattomuuteen oli, että vastaaja **ei halunnut kommentoida** artikkelia (38 %). Vajaa kolmannes (29 %) vastanneista

ilmoitti, **ettei heillä ollut artikkelista sanottavaa**. 11 % mielestä **kommentointi on turhaa**, ja 10 % vastanneista **ei ehtinyt kommentoida**. Vastausvaihtoehtoihin **muutkaan eivät olleet kommentoineet** ja **kommentointi on liian vaikeaa** tuli vastauksia prosenttien verran. Sen sijaan 9 % käyttäjistä kertoi syyksi, **ettei halunnut antaa tunnustetietojaan tai nimimerkkiä** kommentointia varten. Kohtaan ”en löytänyt kommentointimahdollisuutta” ei tullut yhtään vastausta.

Miksi artikkeleita kommentoidaan ja arvostellaan

Viisi prosenttia sivuston lukijoista oli kommentoinut viimeksi lukemaansa artikkelia. Miltei puolet oli kommentoinut **antaakseen positiivista palautetta** (40 % vastanneista). Viidennes (20 %) vastanneista kommentoi siksi, että **halusi puuttua artikkelissa mielestään olleisiin asiavirheisiin**. Toiset 20 % vastanneista kommentoi siksi, että **halusi osallistua keskusteluun**. Kolmannet 20 % vastanneista **kommentoivat ensisijaisesti toisille lukijoille**. Toimittajalle ei kommentoinut kukaan, eikä kommentoinnin syynä ollut myöskään negatiivinen palaute, toisten kommentit tai se, miten paljon artikkelia oli luettu (ei yhtään vastausta).

Artikkeleita voi arvostella eli tähdittää Tohtorissa. Tähtiä voi antaa jokaiselle artikkelille yhdestä viiteen kappaletta. Suurin osa vastaajista **ei ollut antanut tähtiä** viimeksi lukemalleen artikkelille (87 % vastanneista). 47 % vastanneista ilmoitti syyksi, että **arvosteleminen ei kiinnostanut**. 35 % vastanneista **ei huomannut arvostelumahdollisuutta**. 12 % vastanneista ei ehtinyt antaa tähtiä artikkelille. Yksi prosentti vastanneita ilmoitti, että **ei pitänyt artikkelista**, tai että **arvostelumahdollisuutta ei ollut**. Muiden käyttäjien arvostelut eivät vaikuttaneet vastaajien toimintaan.

13 % kyselyyn vastanneista **arvosteli eli antoi tähtiä** viimeksi lukemalleen artikkelille. Yli puolet vastaajista **halusi antaa palautetta** artikkelista (58 % vastanneista).

Neljäsosa vastanneista **halusi ilmoittaa, että on lukenut artikkelin**. Kohdat ”**arvostelen yleensä lukemani artikkelit, jos se on mahdollista**” ja ”**haluan, että toimitus reagoi palautteeseen**” saivat molemmat 8 % vastauksista.

Muihin oman sivuston artikkeleihin linkittäminen on tärkeää Darwin Medialla. Näin ohjataan käyttäjä jatkamaan saman sivuston parissa. Linkit ovat aina artikkelin lopussa. Hieman yli puolet vastaajista, eli 52 %, ilmoitti että **ei klikkaa artikkelin perässä olevia linkkejä**. 48 % kyselyyn vastanneista ilmoitti taas klikkaavansa linkkejä.

Miksi käydään tai ei käydä keskustelupalstalla?

Artikkelien jälkeisissä linkeissä on aina myös linkkejä sivuston keskustelupalstalle. Suurin osa (79 %) kyselyyn vastanneista ilmoitti, että **ei ole käynyt Tohtorin keskustelupalstalla**. Suurin syy tähän oli, että **keskustelupalsta ei kiinnostanut** (46 % vastanneista). Viidennes käyttäjistä (20 %) vastasi, että heillä **ei ollut sanottavaa** artikkelista tai sen aiheesta. 19 % vastaajista **ei halunnut tunnustautua** keskustelupalstan vuoksi. Hieman yli kymmenesosaa (11 %) vastanneista **linkit eivät kiinnostaneet**. Vain muutama prosentti ilmoitti syyksi, että keskustelupalsta avautui liian hitaasti tai että keskustelupalstalla ei ole riittävästi käyttäjiä.

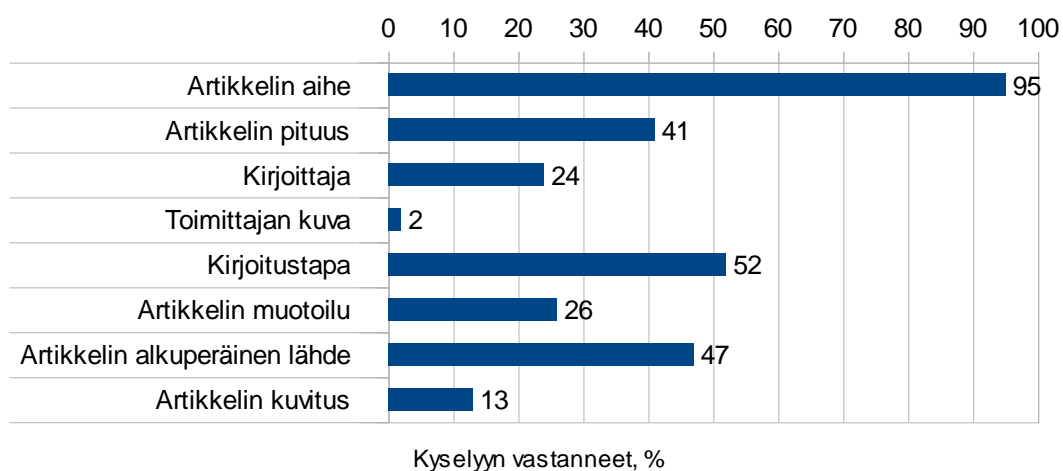
Muiden mielipiteet ja vertaistuki kiinnostavat

Hieman yli puolet (55 %) kyselyyn vastanneista oli käynyt keskustelupalstalla siksi, että **halusi lukea muiden mielipiteitä**. 15 % oli käynyt keskustelupalstalla **hakemassa vertaistukea omaan tilanteeseensa, ja katsomassa millaisia keskusteluja keskustelupalstalla on**. Yksikään vastaaja ei käynyt Tohtorin keskustelupalstalla vain itse keskustelupalstan vuoksi.

Artikkelit vaikuttavat lukijoihin eri syistä. Suurin osa kyselyyn vastanneista ilmoitti, että artikkelin **aihe vaikutti** eniten (ks. kuvio seuraavalla sivulla). Hieman yli puolet vastanneista ilmoitti, että **artikkelin kirjoitustapa** vaikutti eniten. Vajaa puolet vastaajista ilmoitti, että artikkelin **alkuperäinen lähde** vaikutti eniten. Vajaa puolet vastasi, että **artikkelin pituus** vaikutti eniten. Vajaa kolmannes vastasi, että **artikkelin muotoilu** vaikutti eniten. Hieman yli viidennes ilmoitti, että eniten vaikutti artikkelin **kirjoittaja**. **Kuvitus** vaikutti hieman yli kymmenykseen vastanneista ja **toimittajan kuva** muutaman vastaajaan. Seuraavassa kuviossa (kuvio 2) esittelen artikkeleiden vaikuttavimmat asiat kyselyiden vastausten perusteella.

Mitkä asiat viimeksi lukemassasi artikkelissa vaikuttivat sinuun eniten?

Valitse 3 parhaiten sopivaa vaihtoehtoa



KUVIO 2. Tohtorin artikkeleiden vaikuttavimmat asiat

Artikkelin aihe oli ylivoimaisesti vaikuttavin asia artikkeleissa. Klikkausjournalismissa tämä onkin tärkeä näkökulma. Kyselyyn vastanneisiin vaikutti vähiten artikkeleissa oleva toimittajan kuva.

Artikkelit ja sosiaalinen media

Artikkeleita voidaan jakaa Facebookissa. Jakaminen tapahtuu joko suosittelemalla artikkelia itse sivustolla tai linkittämällä artikkelin web-osoite Facebookiin. Vajaa puolet (44 %) kyselyyn vastanneista ilmoitti, että **ei jaa artikkeleita Facebookissa**. Suurin syy tähän oli, että ei yleensä jaa uutisia sosiaalisessa mediassa (41 %). 17 % ilmoitti, että ei halunnut jakaa juuri kyseistä (viimeksi lukemaansa) artikkelia. 15 % vastaajista ei halunnut, että muut tietävät **millä sivustolla he liikkuvat**. Joka kymmenes vastaajista **ei halunnut jakaa terveyteen liittyviä uutisia** Facebookissa.

Vajaa kolmannes (27 %) kyselyyn vastanneista ilmoitti, että **jakaa uutisia sosiaalisessa mediassa**. Syitä tähän olivat **mielenkiintoinen uutinen** (71 %), aiheen tärkeys (17 %), **keskustelun herättäminen** (8 %) ja **päivän piristys** (4 %). Kukaan vastanneista ei halunnut jakaa uutisia siksi, että haluaisivat kertoa mitä lukevat internetistä, kommentoida uutisia omalla nimellään tai siksi, että artikkeli oli hauska.

Vajaa puolet (44 %) kyselyyn vastanneista ilmoitti, **että ei jaa uutisia sosiaalisessa mediassa**. Syitä olivat, että vastaaja ei halunnut jakaa **juuri lukemaansa** uutista sosiaalisessa mediassa (41 %), **ei halua muiden käyttäjien tietävän, millä sivustolla liikkuu** (15 %), **ei halua jakaa terveyteen liittyviä uutisia** (10 %), ja että **Facebook ei toiminut kunnolla** (2 %). **Muu syy** -kohta sai 15 prosenttia vastauksista.

Ampparit.com-uutislistaussivusto on eräs tärkeä työkalu Darwin Medialla. Darwin Median uutiset julkaistaan Amppareissa, jossa voi mitata tykkäyksiä ja klikkauksia artikkeleihin. Suurin osa (93 %) tähän kyselyyn vastanneista **ei ollut päätenyt sivustolle Ampparit.com-sivuston kautta**. Ne, jotka olivat tulleet sivustolle Amppareiden kautta, ilmoittivat suurimmaksi syyksi **kiinnostusta herättäneen otsikon** (86 % vastanneista). Hieman yli kymmenesosa vastaajista (14 %) ilmoitti syyksi, että

artikkeli oli saanut paljon klikkauksia.

Artikkeleiden eri osa-alueita pyydettiin kyselyssä arvioimaan asteikolla 1-5 siten, että arvosana 1 on huonoin ja arvosana 5 on paras. Osa-alueita olivat sisältö, otsikko, kommenttimahdollisuus ja arvostelumahdollisuus. Seuraavassa taulukossa esittelen arvosanojen jakauman tarkasti. Taulukkoa tulkitaan siten, että esimerkiksi arvosanan 1 artikkelin sisällölle antoi 3 % vastaajista. Taulukon mukaan artikkeleiden eri osa-alueita arvosteltiin eniten arvosanalla 3.

TAULUKKO 1. Arvosanojen jakautuminen artikkeleiden osa-alueille Tohtorissa

	As: 1	As: 2	As: 3	As: 4	As: 5	Yhteensä
Artikkelin sisältö	3 %	7 %	33 %	45 %	11 %	100 %
Artikkelin otsikko	0 %	11 %	34 %	37 %	17 %	100 %
Kommenttimahdollisuus	8 %	18 %	40 %	27 %	4 %	100 %
Arvostelumahdollisuus	12 %	16 %	44 %	21 %	6 %	100 %
Yhteensä	6 %	14 %	38 %	33 %	10 %	

Artikkeliosion lopuksi kyselyssä kysyttiin, mikä osa-alue kaipaisi käyttäjien mielestä uudistamista Tohtorissa. Vastaukset jakautuivat seuraavasti: **Etusivu** (25 % vastaajista), **uutisten jaottelukategoriat** (23 %), **uutiset ja artikkelit** (16 %), **jokin muu** (14 %), **keskustelupalsta** (10 %), **artikkeleiden kommentointimahdollisuus** (7 %) ja **artikkeleiden arvostelumahdollisuus** (5 %).

5.1.3 Sosiaalinen media Tohtorin kyselyssä

Sosiaalisen median käytön tutkimus oli tärkeä osa-alue tässä kyselyssä. Siksi kyselyyni sisältyi sosiaalista mediaa tutkiva osuus. Darwin Media aloitteli Facebookin hyödyntämistä verkkotoimituksessa silloin, kun olin siellä harjoittelussa. Nyt toiminta on vakiintunut osaksi toimituksellista työtä. Facebook on kuitenkin osa-alue, josta kaikkea ei välttämättä ole hyödynnetty. Siksi sisällytin tutkimukseeni sosiaalista mediaa ja erityisesti Facebookin käyttöä koskevan kyselyn osion. Kyselyn toinen osa näkyi vain niille vastaajille, jotka olivat ilmoittaneet aiemmin kyselyssä käyttävänsä sosiaalista mediaa ja Facebookia. Tästä syystä kyselyn toiseen osaan tuli vähemmän vastauksia kuin ensimmäiseen ja kolmanteen osaan. Kyselyn toinen osio antoi kuitenkin tietoa siitä, miten Tohtori-sivuston lukijat käyttävät Facebookia (huomioiden kyselyyn vastanneiden kohderyhmän, eli keski-ikäiset naiset).

Kyselyn sosiaalista mediaa käsittelevässä osiossa pyysin ensin käyttäjiä kertomaan, mikä on heille tärkeintä internetin käytössä. Käyttäjien piti vastata numeroarvosanalla 1-5 (1=ei tärkeä, 5=äärimmäisen tärkeä). Seuraavassa taulukossa (taulukko 2) esittelen tämän kohdan tulokset.

TAULUKKO 2. Internetin käyttötarkoitukset ja niiden tärkeys Tohtorin kyselyyn vastanneilla

Lukuohje: Vasemmassa pystysarakkeessa internetin käyttötarkoitukset, ylimmässä vaakasarakeessa arvosana, sisäsarakeissa vastausten saamat prosenttiosuudet.

	1 = ei lainkaan tärkeä	2	3	4	5 = hyvin tärkeä	Yhteensä
Uutiset ja maailman tapahtumat	0 %	3 %	13 %	36 %	44 %	100 %
Sähköposti	2 %	4 %	9 %	30 %	55 %	100 %
Opiskelu	21 %	19 %	16 %	21 %	22 %	100 %
Työ	17 %	8 %	20 %	21 %	35 %	100 %
Arkielämän asiat	2 %	3 %	11 %	37 %	47 %	100 %
Sosiaalinen media ja verkostoituminen	18 %	18 %	25 %	19 %	21 %	100 %
Viihdekäyttö (esim. pelit, elokuvat, musiikki)	30 %	17 %	27 %	20 %	7 %	100 %
Yhteensä	13 %	10 %	17 %	26 %	34 %	

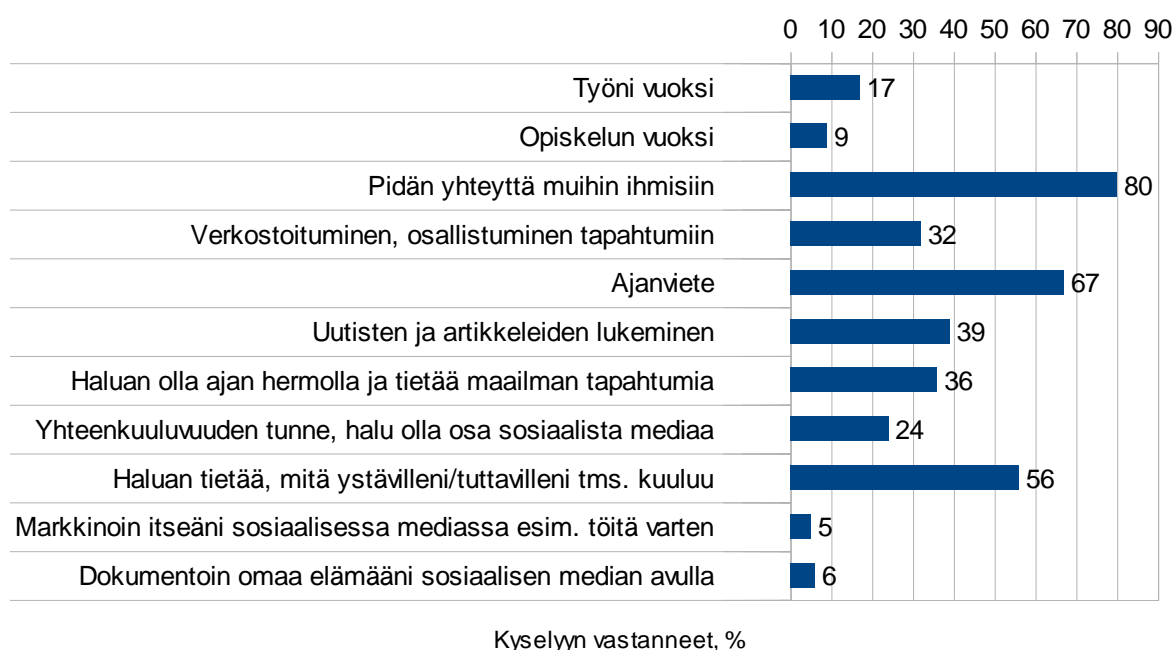
Tärkeimmiksi internetin käyttökohteiksi (eli arvosanoja 5 saaneiksi kohteiksi) määrittyivät **uutisten ja maailman tapahtumien seuraaminen** (44 % vastaajista), **sähköpostin lukeminen** (55 %), **opiskeleminen** (22 %), **työ** (35 %) ja **arkielämän asioiden hoitaminen** (47 %). **Sosiaalinen media** sai eniten arvosanoja 3 (25 %). **Viihdekäyttö** sai myös eniten arvosanoja 3 (27 %). Tästä voidaan päätellä, että internet on kyselyihin vastanneille ensisijaisesti maailman tapahtumien seuranta, sähköpostia, opiskelua ja työtä varten. Suurin osa vastaajista (70 %) ilmoitti rekisteröityneensä

johonkin sosiaalisen median palveluun.

Sosiaalisen median käyttötarkoituksien kohtaan pyysin vastaajia valitsemaan kolme tärkeintä vaihtoehtoa. Seuraava kuvio kertoo, miksi kyselyyn vastanneet käyttävät sosiaalista mediaa.

Miksi käytät sosiaalista mediaa?

Valitse parhaiten sopivat vaihtoehdot



KUVIO 3. Sosiaalisen median käyttötarkoitukset Tohtorin kyselyyn vastanneilla

Vastaajien mukaan ylivoimaisesti suosituin syy käyttää sosiaalista mediaa on **yhteydenpito**. Seuraavaksi tärkeimmät asiat ovat **ajanviete**, sekä **halu tietää, mitä ystäville kuuluu**. Vähiten sosiaalisessa mediassa kiinnostaa itsensä markkinointi sekä oman elämän dokumentointi. Kaksi kolmasosaa vastaajista ilmoitti, että **ei osallistu**

ryhmäkeskusteluihin Facebookissa (65 %).

Miten sosiaalisessa mediassa käyttäytyään?

Kysymys, miten sosiaalinen media vaikuttaa lukijan käyttäytymiseen internetissä, on mielenkiintoinen. Oman kyselyni vastausten perusteella sosiaalinen media vaikuttaa internetkäyttämiseen jonkin verran. Suurin vaikutus näkyy siinä, mitä sosiaalisessa mediassa jakaa. Kolmannes vastaajista ilmoitti, että **jakaa sosiaalisessa mediassa vain itseään kiinnostavia asioita**. Muut kohdat, esimerkiksi halu osallistua keskusteluun, itsestään kuvan luominen sosiaalisessa mediassa tai joukosta erottumisen tarve sai vain muutamia vastauksia.

Facebookin linkit kiinnostavat

Suurin osa vastaajista (83 %) ilmoitti, että **klikkaa Facebookiin linkitettyjä linkkejä**. Yli puolet klikkasi linkkiä siksi, että sen **sisältö kiinnosti** (54 %). Viidenneksen mukaan **muiden kiinnostuksen kohteet kiinnostavat myös itseä** sekä vajaan viidenneksen mukaan **toisten linkit yleensä ottaen kiinnostavat**. Kymmenyksen mukaan **Facebookista on helppo jatkaa muualle linkkien kautta** (11 %).

Suurin osa (76 %) klikkasi Facebookissa **kavereiden lähettämiä linkkejä**. Reilu kymmenes (13 %) klikkasi auki **tuttavien lähettämiä linkkejä**. Virallisten tahojen lähettämiä linkkejä tai mainoslinkkejä klikkasi auki vain muutama. Fanisivustojen lähettämiä linkkejä ei klikattu ollenkaan.

Linkkien lähettäminen Facebookiin jakoi Tohtorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet. Hieman yli puolet (58 %) kertoi **lähettävänsä itse linkkejä Facebookiin**. Eniten Facebookiin linkattiin **itseä kiinnostavia uutisia ja artikkeleita** (95 %). Seuraavaksi

eniten vastaajat kertoivat linkkaavansa **videoita** (29 %) ja **kuvia** (29 %). Reilu kymmenys linkitti Facebookiin **omia tekemisiään muualla netissä** (13 %). **Keskusteluja** linkattiin vähiten (11 %).

Sosiaalinen media ja ihmisten tavoittaminen

Yli puolet kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että **sosiaalisen median kautta tavoittaa hyvin ihmisiä** (64 %). Tasan puolet vastasi, että **sosiaalinen media on hyvä uutisten lähde**. Sosiaalista mediaa piti huonona uutiskanavana vain muutama Tohtorin kyselyn vastaaja.

Suurin osa **tykkäsi asioista Facebookissa eli klikkasi peukalon kuvaa** (72 %). Tähän väliin on hyvä huomauttaa, että tykkäykset ovat Facebookissa julkisia ja tieto tykkäyksistä menee aina vähintään klikkaajan kavereille. Myös mainostajat seuraavat tykkäysten klikkausmääriä Facebookissa.

Suurin osa käyttäjistä oli sitä mieltä, että **Facebook on hyvä keskustelukanava** (75 %). Enemmistön mielestä **asioihin voi vaikuttaa Facebookin kautta** (72 %). Hieman yli puolet ilmoitti, että **ei voisi luopua sosiaalisen median käytöstä** (56 %). Yli puolet vastasi, että **uutisointia ei voi lopettaa sosiaalisessa mediassa** (60 %).

Mitä Facebook sitten antaa ihmisen elämään? Kyselyyn vastanneet kertoivat, että Facebook antaa heille **ajanvietettä** (71 %), **lisää tietoa** (55 %), **ihmissuhteita** (54 %), **yhteenkuuluvutta** (37 %), **mahdollisuuden vaikuttaa** (20 %), **näkyvyyttä** (11 %), **mainetta** (2 %) ja muuta (8 %).

Eniten Facebookia käytetään **illalla** eli aikavälillä 18-21 (52 %). Seuraavaksi suosituin ajankohta on **myöhäisilta** (klo 21-00, 14 %). Keskipäivällä Facebookia käyttää noin viidennes vastaajista. Loput ajankohdat saivat vastauksiksi vain muutamia prosentteja.

Tohtori Facebookissa

Hieman yli puolet vastaajista ilmoitti, että **ei tykkää Tohtorista Facebookissa** (ei ole klikannut peukalon kuvaa, 56 %). Ne, jotka tykkäävät Tohtorista, voivat lukea Tohtorin tekemiä tilapäivityksiä omassa uutisvirrassaan. Vajaa puolet vastaajista kertoi lukevansa Tohtorin tilapäivityksiä **vieraillessaan Tohtorin Facebook-sivulla** (44 %). Vähän yli kolmannes luki **Tohtorin tilapäivityksiä omasta uutisvirrastaan** (35 %). Muutama vastaaja ilmoitti, että ei lue Tohtorin tekemiä tilapäivityksiä omasta uutisvirrastaan.

Muutama oli piilottanut Tohtorin päivitykset tarkoituksella omasta uutisvirrastaan. Syitä tähän olivat **muu syy** (46 %), **aiheet eivät kiinnosta** (25 %), **niitä tulee liian usein** (21 %) ja **epäsuotuisa aika** (7 %).

Yli puolet vastaajista **ei ole huomannut Tohtorin järjestämiä tapahtumia Facebookissa** (57 %). Vajaa kolmannes **on osallistunut niihin mielellään** (29 %). Vähän yli kymmenesosa **on huomannut ne, mutta ei ole osallistunut** (14 %).

Jokainen sivusto voi perustaa ryhmän Facebookiin. Jos Tohtori perustaisi ryhmän, yli puolet vastaajista liittyisi **avoimeen ryhmään** (57 %).

5.1.4 Verkkokeskustelut Tohtorin kyselyssä

Keskustelupalstat ovat olennainen osa Darwin Median sivustoja. Tohtorin keskustelupalsta on melko hiljainen, kun vertaa sitä Helistimen keskustelupalstaan. Tästä syystä kyselyni viimeinen osa käsitteli Tohtorin keskustelupalstaa. On tärkeää tietää, miten lukijat kokevat keskustelupalstan, miten he käyttävät sitä ja miten heidän saisi käyttämään sitä enemmän. Kyselyn kolmanteen osaan vastasivat kaikki kyselyn täyttäneet.

Suurin osa vastaajista kertoi, että **ei ole kirjoittanut Tohtorin keskustelupalstalle** (92 %). Keskustelupalstalle on mahdollista päätyä eri reittejä. Reittikysymykseen vastattiin kyselyssä seuraavasti: keskustelupalstalle päädyttiin **Googlen tai muun vastaavan hakukoneen kautta** (31 %), **Tohtorin omien artikkeleiden kautta** (29 %), **linkkien kautta muualta netistä** (16 %), **aiempien tietojen perusteella** (14 %), **muiden Terve.fi -sivustojen linkkien kautta** (9 %) ja **suositusten perusteella** (1 %).

Internetkeskusteluun osallistuttiin eniten **anonyymina tai keksityllä nimimerkillä** (24 %). **Omalla nimellä** tai **rekisteröidyllä nimimerkillä** kirjoitti vain kymmenesosa vastaajista (molemmat ryhmät 11 %). Yli puolet kyselyyn vastanneista vastasi kuitenkin, **ettei keskustelee keskustelupalstalla** (55 %).

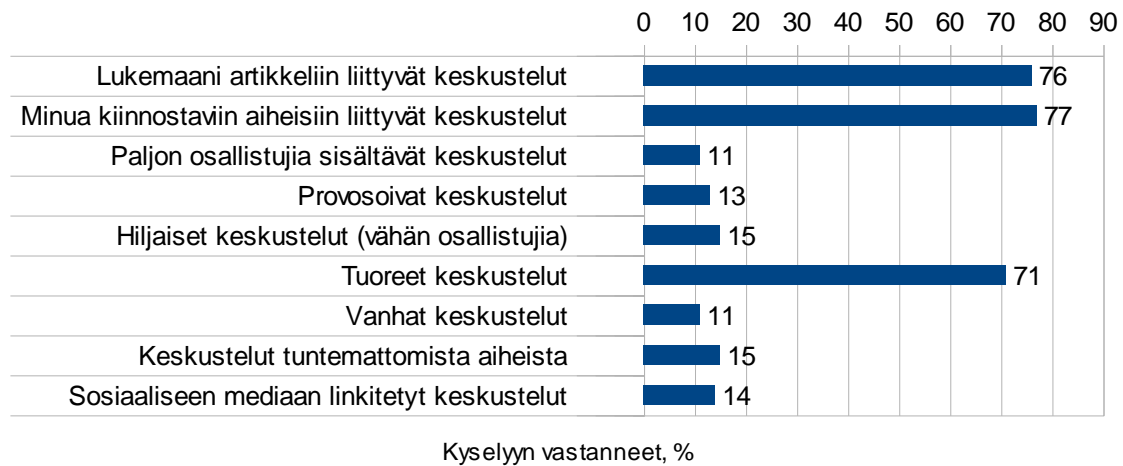
Suurin osa vastaajista kertoi, että rekisteröityminen (mistä on periaatteessa mahdollista tunnistaa kirjoittaja) **ei vaikuta heidän kirjoituksiinsa mitenkään** (76 %). Niillä, joilla rekisteröityminen vaikutti kirjoittamiseen, syyt olivat seuraavat: **kirjoittaa asiallisemmin** (47 %), **kirjoittaa todenmukaisia asioita nettiin** (37 %) ja **kirjoittaa nimimerkillä pidempiä tekstejä kuin muuten** (26 %). Muokatun tiedon kirjoittaminen, provosointi tai viestien määrä vaikutti vain muutaman vastaajan keskustelupalstalle kirjoittamiseen.

Millaiset keskustelut kiinnostavat?

Kolme kiinnostavinta keskustelutyyppeä olivat vastaajaa **kiinnostaviin aiheisiin liittyvät keskustelut**, vastaajan lukemaan **artikkeliin liittyvät keskustelut** ja **tuoreet keskustelut**. Vähiten kiinnostavia olivat vanhat keskustelut, paljon osallistujia sisältävät keskustelut sekä provosoivat keskustelut. Seuraava kuvio (kuvio 4) esittelee keskustelujen kiinnostavuuden tarkemmin.

Millaiset keskustelut sinua kiinnostavat?

Valitse 3 kiinnostavinta



KUVIO 4. Keskustelujen kiinnostavuus Tohtorin kyselyyn vastanneilla

Vastaukset paljastavat, että eniten kiinnostavat luettuun artikkeliin ja kiinnostaviin aiheisiin liittyvät tuoreet keskustelut. Vähiten kiinnostusta osoitettiin vanhoille ja paljon osallistujia sisältäville keskusteluille.

Tärkeintä keskustelupalstalla oli vastaajien mukaan **lisätieto lukemastani aiheesta** (58 %), **muiden lukijoiden kokemukset** (48 %), **vertaistuki** (35 %), **omien kokemusten kertominen** (21 %) ja **yleinen keskustelu mistä tahansa aiheesta** (20 %).

Tohtorin keskustelupalsta on yleisesti ottaen hiljainen. Silti kyselyyn vastanneista suurin osa oli sitä mieltä, että **muiden keskustelijoiden määrä ei vaikuta osallistumiseen** (78 %). **Ylläpito/moderointi ei vaikuta** suurimman osan osallistumiseen (79 %). Miltei kaikki vastasivat, että **on hyvä, että palstoja valvotaan** (98 %). Yli puolet oli kuitenkin sitä mieltä, että **palstojen valvonta ei ole lukijoiden tehtävä** (62 %). Yli puolet

vastaajista oli myös sitä mieltä, että **internetin käyttöä tulisi valvoa enemmän** (67 %).

Toimituksen osallistumista toivotaan

Miltei kaikki vastaajat kertoivat, että **huomioivat nettiin kirjoittaessaan aiheeseen liittyvät lait ja säännöt** (93 %). Suurimman osan mielestä **nettiin kirjoittaminen on helppoa** (86 %). Suurimman osan mielestä **rekisteröitymisen täytyisi kuitenkin olla helpompaa** (83 %). Tällä hetkellä Tohtorin keskustelupalstalle rekisteröidytään luomalla Tervetunnus, joka käy kaikilla Terve.fi-sivustoilla. Rekisteröitymiseen vaaditaan pakollisena nimi- ja osoitetiedot sekä toimiva sähköpostiosoite. Halutessaan voi myös antaa itsestään lisätietoja.

Yli puolet kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että **anonyymius on parempi nettiin kirjoitettaessa** (60 %). Suurin osa oli myös sitä mieltä, että **verkkotoimituksen olisi hyvä osallistua keskusteluihin näkyvästi** (60 %). Suurin osa kyselyyn vastanneista ilmoitti, että **toimituksen pitäisi olla enemmän vuorovaikutuksessa lukijoiden kanssa** (68 %). Lisäksi suurin osa oli sitä mieltä, että **jutun kirjoittaneen toimittajan täytyisi kommentoida itse artikkelia, siitä saatua palautetta tai keskustelua keskustelupalstalla tai palautelaatikossa** (80 %).

Kyselyssä pyydettiin antamaan yleisarvosana 1-5 keskustelupalstan seuraaville osa-alueille: aiheiden määrä, aiheiden rajaus, keskusteluosioiden määrä, rekisteröityminen, keskustelijoiden määrä, ylläpito/moderointi sekä keskustelupalstan käytettävyys. Seuraavassa taulukossa (taulukko 3) esittelen arvosanojen jakauman.

TAULUKKO 3. Yleisarvosanojen jakautuminen Tohtori.fi -sivuston keskustelupalstan eri osa-alueista

	As: 1	As: 2	As: 3	As: 4	As: 5
Aiheiden määrä	3 %	1 %	38 %	38 %	10 %
Aiheiden raja us	4 %	3 %	57 %	34 %	3 %
Keskustelu- osioiden määrä	3 %	5 %	60 %	29 %	3 %
Rekisteröi- ty- minen	5 %	14 %	56 %	22 %	3 %
Keskusteli- joiden määrä	3 %	13 %	60 %	22 %	3 %
Ylläpito/ moderointi	3 %	12 %	53 %	26 %	6 %
Keskustelu- palstan käytettävyys	3 %	10 %	55 %	25 %	8 %
Yhteensä	3 %	8 %	56 %	28 %	5 %

Arvosanat annettiin siten, että arvosana 1 on huonoin ja arvosana 5 on paras. Taulukosta nähdään, että eniten jokaiselle osa-alueelle annettiin arvosana 3.

Yli puolet kyselyyn vastanneista kertoi, että **ei ole tutustunut muihin Terve.fi-sivuston keskustelupalstoihin** (58 %). Ne, jotka olivat tutustuneet muihinkin, ilmoittivat, että **suosituin muista keskustelupalstoista oli Verkkoklinikka.fi-sivuston keskustelupalsta** (58 %). Seuraavaksi vierailtiin oli **Helistimen keskustelupalsta** (32 %). Kimalluksen ja Huoltamon keskustelupalstat saivat vain muutaman maininnan.

Suurin syy siihen, ettei muita keskustelupalstoja ollut löytynyt, oli **ettei kyselyyn vastannut ollut käynyt muilla sivustoilla** (61 %). Reilua viidennestä **muut sivustot**

eivät kiinnostaneet (24 %). Vajaa kymmenys **ei löytänyt muiden sivustojen keskustelupalstoja** (7 %). Muutama vastaaja vastasi, että keskustelupalstat eivät sovellu käyttäjälle aiheiltaan tai että muilla keskustelupalstoilla on liian vähän käyttäjiä.

Kyselyn lopuksi Tohtorin lukijat laittoivat Terve.fi-sivustot paremmuusjärjestykseen. Sijat jakautuivat seuraavasti: **Tohtori.fi** (62 % mielestä paras), **Verkkoklinikka.fi** (43 % mielestä toiseksi paras), **Helistin.fi** (22 % mielestä kolmanneksi paras), **Kimallus.fi** (33 % mielestä neljänneksi paras) ja **Huoltamo.com** (26 % mielestä viidenneksi paras).

5.2 Helistimen kysely

5.2.1 Yleistä sivustosta Helistimen käyttäjiltä

Helistin on sivustona periaatteessa samanlainen kuin Tohtori, mutta sisältö on suunnattu lapsiperheille. Helistimen keskustelupalsta on myös suosittu kuin Tohtorin keskustelupalsta.

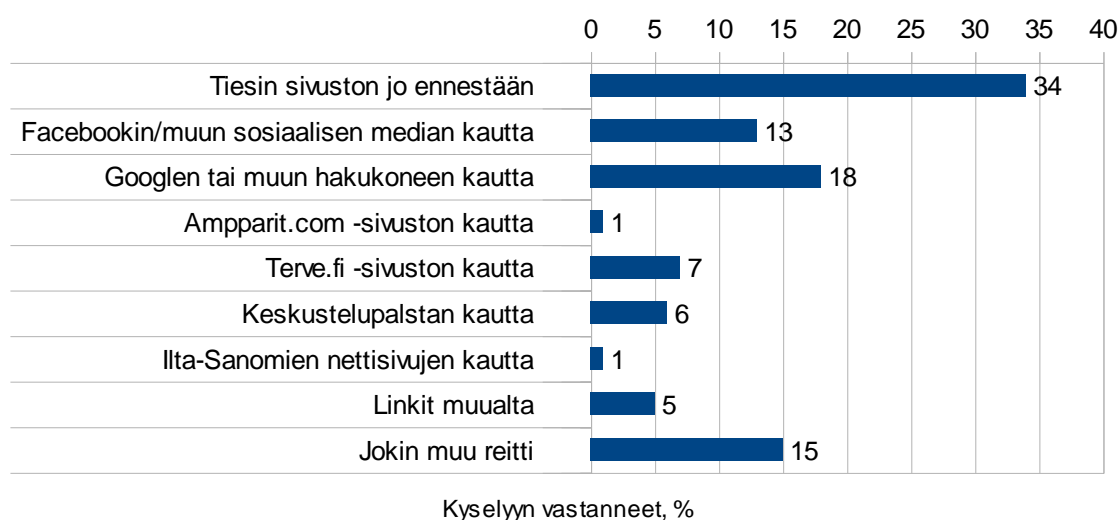
Helistintä tutkiessa koin tärkeäksi selvittää, mitä mieltä lukijat ovat Helistimestä ja sen sisällöstä. Uutiset ja artikkelit ovat myös Helistimessä tärkeitä, vaikka kokemukseni perusteella keskustelupalsta ajaa suosiossa uutisten ja artikkeleiden ohitse.

Helistimen lukijat vastasivat, että käyttävät sivustoa eniten **kerran viikossa** (30 %). Reilu viidennes kävi sivustolla joko **useamman kerran viikossa** tai **kerran kuukaudessa** (molemmat ryhmät 21 %). Vajaa viidennes kävi sivustolla **harvemmin** (19 %) ja vajaa kymmenesosa **päivittäin** (8 %).

Suurin osa kyselyyn vastanneista päätyi Helistimen sivuille, koska tiesi sivuston jo ennestään. Vajaa viidennes päätyi sivustolle **Googlen tai muun hakukoneen kautta**.

Osa käyttäjistä päätyi sivustolle **muuta kautta**. Reilu kymmenesosa löysi Helistimeen **Facebookin tai muun sosiaalisen median kautta**. Vajaa kymmenesosa päätyi Helistimeen **Terve.fi:n kautta**. Ampparit.com-sivuston, Ilta-Sanomien tai keskustelupalstan kautta Helistimeen päätyi vain muutama vastaaja. Seuraavassa kuviossa esittelen Helistimeen tuoneet reitit.

Miten päädyit Helistin.fi -sivustolle?



KUVIO 5. Reitit Helistin.fi -sivustolle

Kuviosta nähdään, että sivusto on tiedetty jo ennestään. Sen sijaan vähiten sivustolle päädyttiin Ampparit.com-sivustolta tai Ilta-Sanomien kautta.

Suurin osa vastaajista kertoi, että Helistin on **ensisijaisesti tiedonhakupaikka** (67 %). Vajaa kolmannes kertoi, että Helistin on **ensisijainen keskustelupaikka** (29 %). Mainosten tai tuotteiden perässä oli vain muutama vastaaja.

5.2.2 Artikkelit Helistimen kyselyssä

Artikkeleita koskeva osio oli myös Helistimen kyselyssä. Tässä luvussa käyn läpi artikkeleita koskevat vastaukset. Puolet kyselyyn vastanneista luki viimeisimmän artikkelinsa siksi, että siinä oli **kiinnostava aihe** (50 %). Vajaa kolmannes luki artikkelin **kiinnostavan otsikon** perusteella (30 %). Vajaa kymmenesosa **oli klikannut muualla ollutta linkkiä artikkeliin** (9 %). Muutama vastaaja luki artikkelin **Facebookin suosituksen perusteella** (8 %). Artikkelin kirjoittaja tai kavereiden suositukset olivat lukemisen aiheena vain muutamalla vastaajalla. Yksikään ei ilmoittanut lukeneensa viimeisintä artikkeliaan siksi, että se oli Ampparit.com-sivustolla, tai artikkelin pituuden perusteella.

Jos jokin artikkeli jäi lukematta, suurin syy siihen oli että **aihe ei kiinnostanut** (84 %). Vajaa kymmenes oli sitä mieltä, että **artikkeli oli liian pitkä** (7 %). Ei-mieluisa lähdesivusto, kirjoittaja tai sivuston toimimattomuus oli syynä vain muutamalla vastaajalla.

Artikkeleita ei juuri kommentoida Helistimessä

Miltei kaikki vastaajat kertoivat, että **eivät olleet kommentoineet viimeksi lukemaansa artikkelia** (96 %). Ne muutamat, jotka olivat kommentoineet, kertoivat syyksi **halun osallistua keskusteluun** (50 %), **halun huomauttaa jutussa olleista asiavirheistä, negatiivisen palautteen antamisen** ja sen, että **muutkin olivat kommentoineet** (kaikki kohdat 17 % vastauksista).

Ne, jotka eivät kommentoineet, kertoivat syiksi seuraavat: **en halunnut kommentoida** (46 %), **minulla ei ollut artikkelista sanottavaa** (24 %), **kommentointi on turhaa** (14 %), **en ehtinyt kommentoida** (8 %), ja **en halunnut antaa nimimerkkiä tai muita**

tunnistetietoja (4 %). Muiden kommentointi, se ettei löytänyt kommenttimahdollisuutta tai kommentoinnin vaikeus oli syynä vain muutamalla vastaajalla.

Arvostelu on vähäistä Helistimessä

Helistimessäkin voi antaa tähtiä jokaiselle artikkelille ja uutiselle. Suurin osa vastaajista kertoi, että **ei arvostellut viimeksi lukemaansa artikkelia** (95 %). Syitä tähän olivat **arvosteleminen ei kiinnostanut** (54 %), **en huomannut arvostelumahdollisuutta** (33 %), ja **en ehtinyt antaa tähtiä** (10 %). Muiden antamat arvostelut, arvostelun vaikeus, arvostelumahdollisuuden puuttuminen tai se, ettei pitänyt artikkelista, olivat syynä vain parilla vastaajalla.

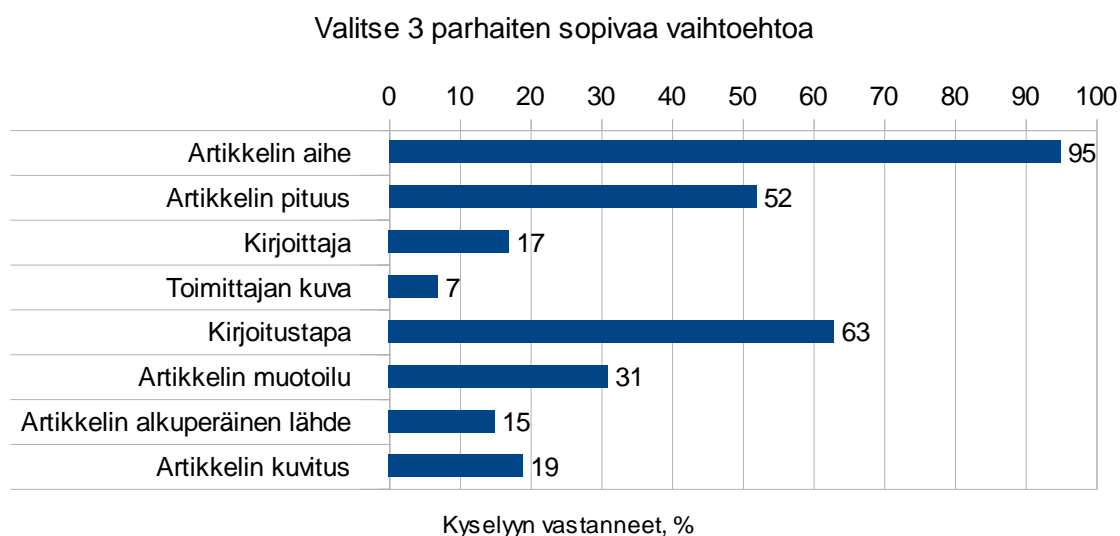
Ne, jotka olivat arvostelleet artikkelin, kertoivat syyksi **halun antaa palautetta** (50 %), **arvostelen yleensä artikkelit jos se on mahdollista** (36 %), **ilmoitus että olen lukenut artikkelin** (7 %) ja **toiveen, että toimitus reagoi palautteeseen** (7 %).

Linkitys muualle Helistimeen jakaa vastaajat kahtia

Hieman yli puolet vastaajista kertoi, että **klikkaa artikkelin perässä olevia linkkejä** (53 %). Myös yli puolet vastasi, että **kävi Helistimen keskustelupalstalla** (57 %). Keskustelupalstalla vierailtiin muun muassa siksi, että **haluttiin lukea toisten mielipiteitä** (36 %), **haluttiin nähdä millaisia keskusteluja keskustelupalstalla on** (28 %), **etsittiin vertaistukea** (17 %), **Helistimessä käydään keskustelupalstan vuoksi** (12 %), **haluttiin osallistua keskusteluihin** (5 %) ja **klikattiin artikkelin lopussa olevia linkkejä** (2 %). Jos keskustelupalstalla ei käyty, syitä olivat muun muassa **keskustelupalsta ei kiinnostanut** (56 %), **artikkelista ei ollut sanottavaa** (14 %), **artikkelin perässä olevat keskustelulinkit eivät kiinnostaneet** (14 %) tai että **ei haluttu tunnistautua** (14 %).

Helistimenkin kyselyssä käyttäjät kertoivat, mitkä kolme asiaa vaikuttivat heihin eniten viimeksi luetussa artikkelissa. Kolme vaikuttavinta syytä olivat **artikkelin aihe**, **kirjoitustapa** ja **artikkelin pituus**. Seuraavassa kuviossa (kuvio 6) esittelen tarkemmin vastaajien mielipiteet artikkelien vaikuttavimmista asioista.

Mitkä asiat viimeksi lukemassasi artikkelissa vaikuttivat sinuun eniten?



KUVIO 6. Helistimen artikkeleiden vaikuttavimmat asiat

Artikkelin aihe vaikutti suurimpaan osaan vastaajista. Vähiten artikkeleissa vaikutti toimittajan kuva. Suuren suosion sai myös kohta kirjoitustapa. Tähän asiaan voisi tarttua jatkossa enemmänkin, eli miten juttuja kannattaa kirjoittaa, että lukijat kiinnostuvat niistä.

Yli puolet kyselyyn vastanneista kertoi, että **ei yleensä suosittele artikkelia sosiaalisessa mediassa** (55 %). Syytä olivat esimerkiksi: **en jaa uutisia sosiaalisessa mediassa** (40 %), **en halunnut jakaa juuri tätä artikkelia** (28 %) ja **en halua, että muut tietävät millä sivustolla liikun** (15 %).

Suurin osa niistä, jotka suosittelivat artikkelia Facebookissa, kertoivat syyksi, että

halusivat jakaa mielenkiintoisen uutisen (78 %). Hieman yli kymmenesosa **halusi herättää keskustelua (12 %).** Muutaman vastaajan mielestä aihe oli tärkeä, ja muutama vastaaja halusi piristää päivää.

Suurin osa kyselyyn vastaajista **ei klikannut artikkelia auki Ampparit.com-sivustolta (91 %).** Ne, jotka olivat lukeneet uutisen sitä kautta, sanoivat että **jutun otsikko herätti kiinnostuksen (77 %).** **Artikkelin saamat suositukset** Amppareissa vaikuttivat lukupäätökseen vähän yli viidenneksellä lukijoista.

Helistimen lukijat antoivat myös arvosanansa artikkelien eri osa-alueille. Seuraavassa taulukossa esittelen artikkelien saamien arvosanojen jakaumat. Arvosanat annettiin siten, että arvosana 1 oli huonoin ja arvosana 5 oli paras.

TAULUKKO 4. Arvosanojen jakautuminen artikkeleiden osa-alueille Helistimessä

	As: 1	As: 2	As: 3	As: 4	As: 5	Yhteensä
Artikkelin sisältö	1 %	6 %	40 %	43 %	9 %	100 %
Artikkelin otsikko	2 %	3 %	34 %	49 %	11 %	100 %
Kommenttimahdollisuus	5 %	14 %	53 %	23 %	5 %	100 %
Arvostelmahdollisuus	10 %	16 %	53 %	16 %	5 %	100 %
Yhteensä	5 %	10 %	45 %	33 %	8 %	

Uudistamista kaivattaisiin eniten **etusivulle (23 %).** Uudistuksia kaivattaisiin myös **uutisten jaottelukategoriaan (20 %), keskustelupalstaan (19 %), uutisiin ja artikkeleihin (17 %) ja kommentointimahdollisuuteen (6 %).** Jokin muu -kohtaan

vastasi 14 %.

5.2.3 Sosiaalinen media Helistimen kyselyssä

Kuten Tohtorinkin kyselyssä, Helistimen kyselyn toinen osio käsitteli sosiaalista mediaa. Tähän kyselyn osioon vastasivat vain ne, jotka olivat aiemmin ilmoittaneet käyttävänsä sosiaalista mediaa. Näin ollen tässäkin kyselyssä toisessa osiossa on vähemmän vastaajia kuin kyselyn ensimmäisessä ja toisessa osiossa.

Kyselyssä vastaajat antoivat internetin käyttötarkoitusten tärkeydelle arvosanat 1-5. Helistimen kyselyssä internetin käyttötarkoitukset ja niiden tärkeys jakaantuivat seuraavasti:

Uutisten seuraaminen internetissä oli äärimmäisen tärkeää vajaalle puolelle vastanneista (45 %). Sähköposti oli äärimmäisen tärkeää miltei kaikille (98 %). Internet opiskelun välineenä sai jokaiseen kohtaan noin viidenneksen vastauksista. Internetin käyttö työn vuoksi jakaantui myös niin, että jokainen kohta sai viidenneksen vastauksista. Arkielämän asioiden hoitaminen internetissä oli äärimmäisen tärkeää noin puolelle (51 %). Sosiaalinen media jakoi taas vastaukset jokaiseen kohtaan, noin viidennes jokaiseen. Viihdekäyttö jakoi myös vastaukset siten, että yksikään kohta ei noussut ylitse muiden. Seuraavassa taulukossa (taulukko 5) esittelen arvosanojen tarkan jakauman.

TAULUKKO 5. Internetin käyttötarkoitukset ja niiden tärkeys Helistimen kyselyyn vastanneilla

Lukuohje: Vasemmassa pystysarakkeessa internetinkäyttötarkoitukset, ylimmässä vaakasarakkeessa arvosana, taulukoissa vastausten saamat prosenttiosuudet.

	1= Ei lainkaan tärkeä	2	3	4	5 Äärimmäisen tärkeä	= Yhteensä
Uutiset ja maailman tapahtumat	0 %	3 %	18 %	33 %	45 %	100 %
Sähköposti	1 %	3 %	8 %	21 %	67 %	100 %
Opiskelu	22 %	20 %	22 %	20 %	16 %	100 %
Työ	22 %	16 %	23 %	19 %	21 %	100 %
Arkielämän asiat	2 %	8 %	13 %	25 %	51 %	100 %
Sosiaalinen media ja verkostoituminen	11 %	12 %	23 %	29 %	25 %	100 %
Viihdekäyttö (esim. pelit, elokuvat, musiikki)	18 %	22 %	28 %	22 %	10 %	100 %
Yhteensä	11 %	12 %	19 %	24 %	34 %	

Sosiaalisen median käyttö on yleistä Helistimen lukijoilla

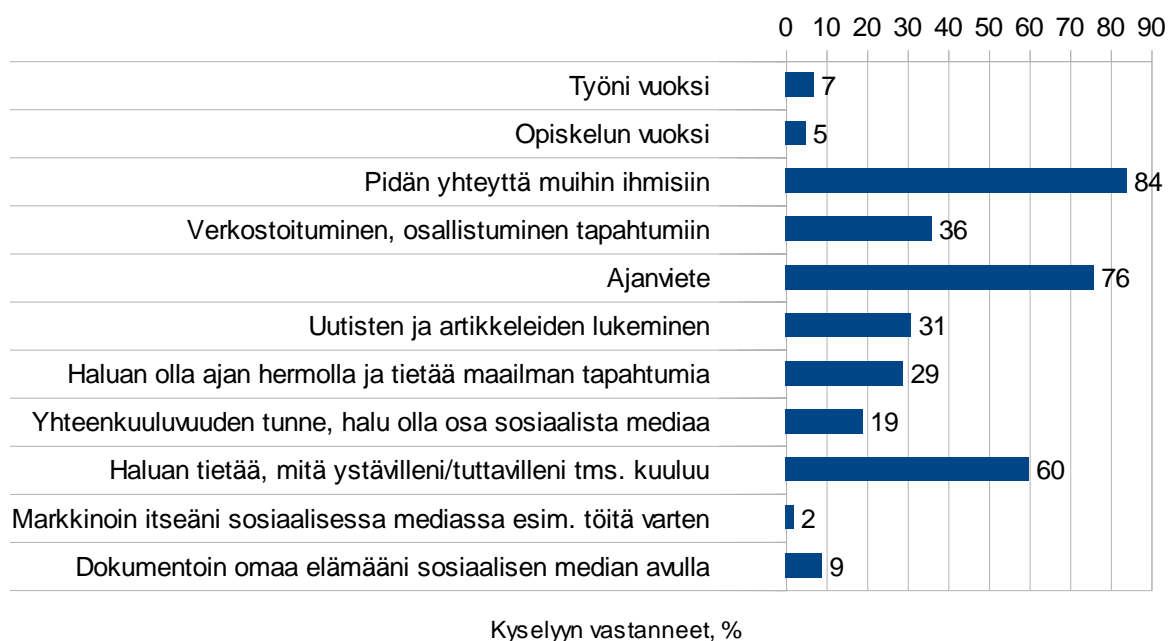
Helistimen kyselyssä selvisi, että suurin osa Helistimen lukijoista käyttää sosiaalista mediaa. Kyselyyn vastasi yhteensä 149 henkilöä, joista 116 kertoi **olevansa rekisteröitynyt johonkin sosiaalisen median palveluun** (79 %). Silti sosiaalinen

media -osioon vastasi 147 henkilöä. Mielestäni nämä luvut voi tulkita siten, että vaikka ei olisikaan rekisteröitynyt, silti kyselyyn vastanneet katsoivat käyttävänsä sosiaalista mediaa ainakin joskus.

Helistimen kyselyyn vastanneet kertoivat kolme tärkeintä syytä käyttää sosiaalista mediaa. Kolme suurinta syytä olivat **yhteydenpito, ajanviete, ja halu tietää mitä ystäville tms. kuuluu**. Seuraavassa kuviossa esittelen Helistimen vastaajien sosiaalisen median käyttötarkoitukset tarkemmin.

Miksi käytät sosiaalista mediaa?

Valitse parhaiten sopivat vaihtoehdot



KUVIO 7. Sosiaalisen median käyttötarkoitukset Helistimen kyselyyn vastanneilla

Suurin osa kyselyyn vastanneista kertoi, että **ei osallistu ryhmäkeskusteluihin**

Facebookissa (67 %). Helistimen kyselyyn vastanneet kertoivat, että sosiaalinen media vaikuttaa heidän käyttäytymiseensä internetissä esimerkiksi siten, että he **jakavat sosiaalisessa mediassa vain itseään kiinnostavia asioita** (36 %). Muut kohdat, kuten **itsestään kuvan luominen sosiaalisessa mediassa**, saivat kukin alle kymmenesosan vastauksista. Vajaa kolmannes kertoi sosiaalisen median vaikuttavan heidän internetkäyttäytymiseensä **muulla tavoin** (29 %).

Facebookin linkit ovat tehokas tapa liikuttaa ihmisiä

Suurin osa kyselyyn vastanneista kertoi, että **klikkaa Facebookiin linkitettyjä linkkejä** (87 %). Enemmistö kertoi syyksi, että **linkkien sisältö kiinnostaa** (63 %). Muita syitä klikkaamiselle olivat muun muassa se, että **Facebookista on helppo jatkaa muualla linkkien kautta** (10 %), ja **halu nähdä muiden linkittämiä uutisia** (6 %).

Valtaosa klikkasi auki **kavereiden lähettämiä linkkejä** (79 %). Vähän yli kymmenesosa ilmoitti klikkaavansa auki **virallisten tahojen lähettämiä linkkejä** (11 %). Tuttavien, fanisivustojen ja mainosfirmojen linkkejä klikkasi vain muutama vastaaja.

Hieman yli puolet kertoi **lähettävänsä itse linkkejä Facebookiin** (59 %). Valtaosa itse lähetetyistä linkeistä oli **itseä kiinnostavat uutiset ja artikkelit** (96 %). Vajaa puolet vastaajista linkkaa Facebookiin **videoita** (49 %). Vajaa kolmannes linkittää **kuvia** (29 %). **Keskustelulinkkejä** ja **omia** tekemisiä, kuten blogeja, linkkaa joka kymmenes (12 %).

Facebook tavoittaa ihmiset ja ajatukset

Myös Helistimen lukijat olivat sitä mieltä, että **Facebook on hyvä uutisten lähde** (56 %) ja **sosiaalisen median avulla tavoittaa hyvin ihmisiä** (65 %).

Suurin osa **tykkää asioista Facebookissa**, eli klikkaa peukalon kuvaa (88 %). Tykkäykset ovat julkisia, ja niiden avulla voi määrittää käyttäjän mieltymyksiä myös markkinointikanavien tietoon.

Mitä lukija saa Facebookista?

Suurin osa Helistimen lukijoista on sitä mieltä, että **Facebook on myös hyvä keskustelukanava** (93 %). Suurin osa on myös sitä mieltä, että **Facebookin kautta voi vaikuttaa asioihin** (77 %). Hieman yli puolet **ei luopuisi Facebookin käytöstä** (55 %). Yli puolet olivat myös sitä mieltä, että **uutisointia ei voi lopettaa sosiaalisessa mediassa** (56 %).

Helistimen lukijat kertoivat myös, mitä sosiaalinen media antaa heidän elämäänsä. Vastausvaihtoehdoista pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Vastaukset jakaantuivat seuraavasti: sosiaalinen media antaa **ajanvietettä** (84 %), **ihmissuhteita** (54 %), **lisää tietoa** (51 %), **yhteenkuuluvuutta** (37 %), **mahdollisuuden vaikuttaa** (17 %), **näkyvyyttä** (15 %) ja **mainetta** (3 %). Muuta-kohtaan vastasi 12 %.

Helistimen käyttäjät kertoivat käyttävänsä Facebookia eniten **illalla** (41 %) ja **myöhäisillalla** (28 %). Hieman yli kymmenys käyttää Facebookia eniten **keskipäivällä** (13 %). Muina aikoina Facebookia käytti eniten vain muutama vastaaja.

Helistin Facebookissa

Hieman vajaa puolet kertoi **tykkäävänsä Helistimestä Facebookissa** (48 %). Tykkäyksen myötä Helistimen tilapäivitykset tulevat käyttäjän uutisvirtaan. Vajaa puolet Helistimestä tykänneistä **luki Helistimen tekemiä päivityksiä omasta uutisvirrastaan** (48 %). Vajaa kolmannes **luki Helistimen päivityksiä Helistimen Facebook-sivulta** (30 %). Muutama vastaaja kertoi piilottaneensa Helistimen tilapäivitykset, ja hiukan yli kymmenesosa kertoi, ettei lue niitä, vaikka ne näkyvät omassa uutisvirrassa.

Suurin syy siihen, ettei Helistimen tilapäivityksiä luettu tai ne oli piilotettu, oli **muu syy** (35 %). Vajaata kolmannesta **aiheet eivät kiinnostaneet** (28 %). Viidenneksen mielestä ne tulevat **epäsuotuisaan aikaan** (20 %). Vajaa viidennes oli sitä mieltä, että **Helistin päivittää tilaansa liian usein** (18 %).

Vajaa puolet kertoi, että **on osallistunut Helistimen tekemiin tapahtumiin Facebookissa** (47 %). Toinen puolisko kertoi, **ettei ole huomannut Helistimen tapahtumia** (41 %). Loput ilmoittivat, etteivät ole osallistuneet niihin. Suurin osa liittyisi Helistimen luomiin **avoimiin ryhmiin Facebookissa** (61 %).

5.2.4 Verkkokeskustelut Helistimen kyselyssä

Verkkokeskustelut ovat Helistimenkin kyselyn kolmas osio. Verkkokeskustelut-osioon vastasivat jälleen kaikki Helistimen kyselyyn vastanneet. Kyselyyn vastanneista enemmistö kertoi, että **ei ole kirjoittanut Helistimen keskustelupalstalle** (69 %). Tulos on hiukan yllättävä, kun ottaa huomioon miten suosittu Helistin on nimenomaan keskustelupalstana.

Keskustelupalsta on kuitenkin tunnettu, sillä eniten sinne päädyttiin siksi, että **keskustelupalsta on entuudestaan tuttu** (26 %). Muita reittejä keskustelupalstalle

olivat **Helistimen artikkelit** (24 %), **Google** tai muut hakukoneet (21 %), **linkit muualta netistä** (14 %), **suositukset** (9 %) ja **muut Terve.fi-sivustot** (6 %).

Helistimen keskusteluissa käytetään eniten **rekisteröityä nimimerkkiä** (39 %). Hieman yli viidennes kirjoittaa **anonyymina tai keksityllä nimimerkillä** (24 %). **Omalla nimellään** kertoo kirjoittavansa vain muutama vastaaja. Kolmannes kyselyyn vastaajista kertoo, **ettei keskustele keskustelupalstalla ollenkaan**.

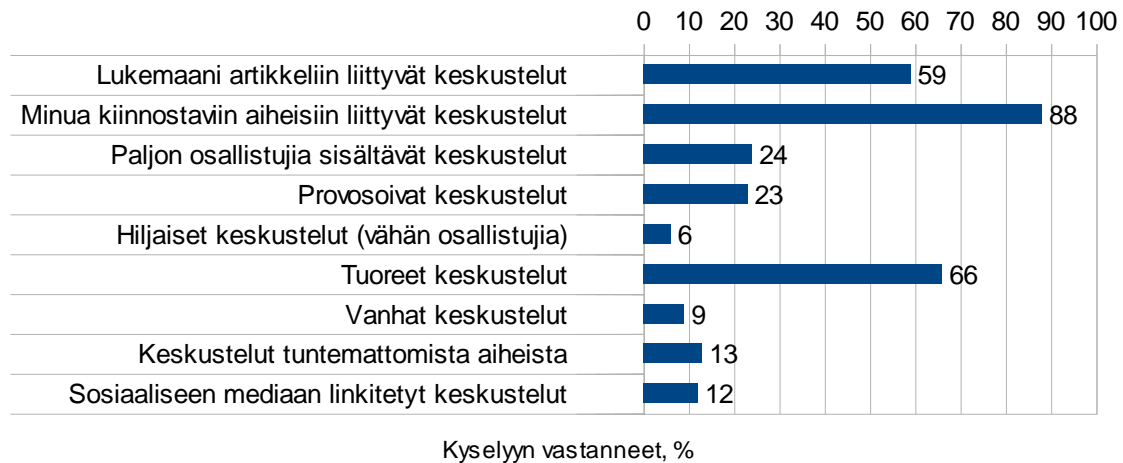
Enemmistö kertoo, että **rekisteröityminen ei vaikuta kirjoituksiin mitenkään** (69 %). Ne, joilla rekisteröityminen vaikutti, kertoivat vaikutuksista seuraavaa: **kirjoitan todenmukaisia asioita nettiin** (50 %). Lisäksi nimimerkillä **kirjoitettiin pidempiä tekstejä kuin muuten kirjoittaisi** (33 %), **kirjoitetaan asiallisemmin** (26 %), **viestien määrä vaikuttaa kirjoittamiseen** (17 %) ja **kirjoitetaan provosoivammin** (7 %).

Millaiset keskustelut kiinnostavat?

Helistimen lukijat määrittivät kolme kiinnostavinta keskustelutyyppeä. Listan kärkeen pääsivät **lukijaa kiinnostavia aiheita koskevat keskustelut**, **tuoreet keskustelut** ja **luettuun artikkeliin liittyvät keskustelut**. Seuraavassa kuviossa esittelen keskustelukiinnostukset tarkemmin.

Millaiset keskustelut sinua kiinnostavat?

Valitse 3 kiinnostavinta



Kyselyyn vastanneet, %

KUVIO 8. Keskustelujen kiinnostavuus Helistimen kyselyyn vastanneilla

Vähiten Helistimen lukijoita kiinnostavat hiljaiset ja vanhat keskustelut. Eniten Helistimessä etsitään lukijaa kiinnostavia keskusteluita, sekä luettuun artikkeliin liittyviä keskusteluita ja tuoreita keskusteluita.

Tärkeintä keskustelupalstalla on kyselyn vastausten mukaan **muiden käyttäjien kokemukset** (61 %), **vertaistuki** (45 %) ja **lisätieto luetusta aiheesta** (42 %). Vajaa kolmannes piti tärkeimpänä **omien kokemusten kertomista** (25 %). Vain vähän yli kymmenesosa piti tärkeimpänä **yleistä keskustelua mistä tahansa aiheesta**.

Suurimmalle osalle muiden **keskustelijoiden määrällä ei ollut merkitystä** (79 %). Suurin osa oli myös sitä mieltä, että **ylläpito ei vaikuta kirjoittamiseen** (84 %). Lähes kaikki olivat sitä mieltä, että **palstojen valvonta on hyvä asia** (99 %). Kuitenkin yli puolet oli sitä mieltä, että **lukijoiden ei ole hyvä toimia moderaattoreina** (52 %). Kolme neljänestä toivoisi, että **netinkäyttöä valvottaisiin enemmän** (70 %). Suurin osa **huomioi kirjoittaessaan asiaan liittyvät lait ja säännöt** (86 %). Suurimman osan mielestä **nettiin kirjoittaminen on helppoa** (88 %).

Rekisteröitymisen täytyisi olla helppoa mutta anonyymia

Enemmistön mielestä **rekisteröitymisen tulisi olla helpompaa** (77 %). Helistimeen rekisteröidytään samalla tavalla kuin Tohtoriinkin, eli antamalla perustiedot itsestään. Enemmistö on kuitenkin sitä mieltä, että **anonyymius on parempi nettiin kirjoitettaessa** (69 %).

Yli puolet olivat sitä mieltä, että **toimituksen olisi hyvä osallistua keskusteluihin näkyvästi** (59 %). Suurin osa oli myös sitä mieltä, että **toimituksen täytyisi olla enemmän vuorovaikutuksessa lukijoiden kanssa** (62 %). Myös kunkin jutun kirjoittaneen **toimittajan omia kommentteja kaivattaisiin** (72 %).

Helistimen lukijat antoivat myös yleisarvosanansa Helistimen keskustelupalstan eri osaluueille. Seuraavassa taulukossa (taulukko 6) esittelen tarkasti arvosanojen jakauman.

TAULUKKO 6. Yleisarvosanojen jakautuminen Helistin.fi -sivuston keskustelupalstan eri osa-alueista

	As: 1	As: 2	As: 3	As: 4	As: 5
Aiheiden määrä	3 %	4 %	36 %	40 %	17 %
Aiheiden raja us	1 %	4 %	51 %	35 %	8 %
Keskustelu- osioiden määrä	1 %	5 %	50 %	35 %	9 %
Rekisteröi- tyminen	1 %	11 %	49 %	31 %	7 %
Keskusteli- joiden määrä	2 %	9 %	46 %	36 %	6 %
Ylläpito/ moderointi	2 %	8 %	53 %	29 %	8 %
Keskustelu- palstan käytettävyys	1 %	10 %	53 %	27 %	9 %
Yhteensä	2 %	7 %	48 %	33 %	9 %

Arvosanoja annettiin siten, että arvosana 1 oli huonoin ja arvosana 5 oli paras. Suurin osa Helistimen keskustelupalstan osioista arvosteltiin arvosanalla 3.

Muut Terve.fi-sivustot eivät kiinnosta

Enemmistö kyselyyn vastanneista kertoi, että **ei ole tutustunut muihin Terve.fi -sivustojen keskustelupalstoihin** (63 %). Ne, jotka olivat tutustuneet muihinkin, nostivat ehdottomaksi ykköseksi **Verkkoklinikka.fi** -sivuston keskustelupalstan (76 %). Vähiten kiinnosti Huoltamon keskustelupalsta (2 %).

Suurimmat syyt siihen, että muihin keskustelupalstoihin ei ollut tutustuttu, ovat **ettei muilla sivustoilla ole käyty** (61 %). Lisäksi vastattiin, että **muut keskustelupalstat**

eivät kiinnosta (22 %) ja että **muiden sivustojen keskustelupalstoja ei löytynyt (8 %)**. Muutama vastaaja vastasi, että muilla palstoilla on liian vähän käyttäjiä, aiheet eivät sovellu tai että muut keskustelupalstat eivät toimineet.

6 YHTEENVETO KYSELYIDEN VASTAUKSISTA

Kyselyt antoivat paljon arvokasta tietoa, jonka pohjalta on hyvä miettiä kehitysmahdollisuuksia Darwin Median ylläpitämille nettisivustoille. Tässä luvussa käyn läpi eniten esiin tulleita yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia Tohtorin ja Helistimen käyttäjäkyselyiden tuloksissa.

6.1 Suurimmat yhtäläisyydet Tohtorin ja Helistimen käyttäjien välillä

Kyselyitä purkaessa hämmästyin, kuinka yhteneväisiä kyselyiden vastaukset olivat. Tilanne oli sikäli yllättävä, koska kyselyt julkaistiin kahdella erityyppisellä sivustolla. Tohtori.fi on eniten terveyteen ja hyvinvointiin keskittynyt sivusto, jonka keskustelupalsta on melko hiljainen Helistimeen verrattaessa. Helistin.fi taas on keskittynyt perheeseen ja erityisesti lapsiin. Helistimen keskustelupalsta on erittäin suosittu, ja vertailussa Tohtorin kanssa ero on huomattava.

Suurin osa kyselyiden vastauksista oli täysin yhteneväisiä toisiinsa molemmilla sivustoilla. Seuraavaksi käyn läpi yhtäläisyydet kyselyissä.

Vastaajat olivat samankaltaisia

Kyselyiden vastaajien yhtäläisyys oli sukupuolijakaumaltaan selvä: molempiin kyselyihin vastasivat ensisijaisesti **naiset**. Tohtorin kyselyyn vastasivat eniten **56-65 -vuotiaat**, kun taas Helistimeen **26-35 -vuotiaat**.

Sivustoja luetaan yhtä paljon

Molempia sivustoja luettiin eniten **kerran viikossa**. Molemmille sivustoille päädyttiin

eniten siksi, että ne **tiedettiin jo ennestään**. Kyselyihin vastanneet kertoivat myös molempien sivustojen olevan **ensisijaisesti tiedonhakupaikka**. Näin ollen voidaan päätellä, että Darwin Media on onnistunut pyrkimyksessään olla luotettava tieto- ja uutislähde terveysaiheisten internetsivustojen keskuudessa.

Artikkeleita ei kommentoida eikä arvostella kummallakaan sivustolla

Artikkelien lukemistottumukset olivat samanlaiset kummankin sivuston kyselyihin vastanneilla. Yhtäläistä oli muun muassa se, että kummankaan sivuston lukijat **eivät yleensä kommentoineet artikkeleita**. Molemmilla ryhmillä suurimpana syynä tähän oli se, että he **eivät halunneet kommentoida** artikkeleita tai uutisia.

Kyselyiden perusteella artikkeleille **ei myöskään annettu tähtiä** kummallakaan sivustolla. Molemmat ryhmät antoivat suosituimmaksi vastaukseksi, että artikkeleiden tai uutisten **arvosteleminen ei kiinnostanut**. Yleisesti ottaen, myös työkokemukseni perusteella, tiedän, että kutakin artikkelia tai uutista arvostelee yleensä vain muutama lukija. Arvostelujen määrän voi lukea kunkin jutun kohdalta erikseen.

Molemmat ryhmät antoivat tärkeimmäksi artikkelin osa-alueeksi **otsikon ja aiheen**. Klikkausjournalismissa tämä onkin äärimmäisen tärkeä osa-alue. Jutut klikataan auki yleensä vain otsikon perusteella.

Artikkeleita ja uutisia ei jaeta sosiaalisessa mediassa

Kumpikin ryhmä kertoi, että **ei yleensä jaa uutisia sosiaalisessa mediassa**. Kyselyyn vastanneita yhdisti myös molemmissa ryhmissä se, että **artikkelia tai uutista ei ollut tultu lukemaan Ampparit.com-uutislistaussivuston kautta**.

Sivustojen uudistamistoiveet vastasivat molempien kyselyiden perusteella toisiaan, eli eniten toivottiin uudistamista **kummankin sivuston etusivuille**. Vähiten uudistamista kaipasi kummallakin sivustolla **artikkeleiden arvosteleminen eli tähdittäminen**.

Tohtorin sekä Helistimen lukijat käyttävät sosiaalista mediaa

Molempien ryhmien vastaajista suurin osa **oli rekisteröitynyt johonkin sosiaalisen median palveluun**. Eniten sosiaalista mediaa käytettiin **yhteydenpitoon ja ajanvietteeksi**. Sosiaalisen median käyttötarkoitukset olivat miltei identtiset sekä Tohtorin kyselyyn vastanneilla että Helistimen kyselyyn vastanneilla. Molemmat ryhmät kertoivat, että **eivät osallistu ryhmäkeskusteluihin Facebookissa**.

Kavereiden lähettämiä linkkejä linkitetään eniten

Facebookin linkkejä klikkasi suurin osa vastanneista molemmissa ryhmissä. **Kavereiden lähettämät linkit** olivat ehdottomana ykkösenä kummankin ryhmän klikkauksissa. Molemmissa ryhmissä enemmistö **lähetti myös itse linkkejä sosiaaliseen mediaan**. Molemmat ryhmät olivat myös sitä mieltä, että **sosiaalinen media on hyvä uutisten lähde, ja että sen avulla tavoittaa hyvin ihmisiä**.

Molempien sivustojen käyttäjät kertoivat, että **tykkäävät asioista Facebookissa** eli kertovat julkisesti, mitä mieltä mistäkin ovat. Molemmat ryhmät olivat myös sitä mieltä, että **sosiaalinen media on hyvä keskustelukanava**. Molempien sivustojen käyttäjien mielestä myös **asioihin voi vaikuttaa sosiaalisen median kautta**.

Kummassakin ryhmässä yli puolet **voisi luopua sosiaalisen median käytöstä**. Sen sijaan kumpikin ryhmä oli sitä mieltä, että **uutisointia ei kannattaisi lopettaa sosiaalisessa mediassa**. Sosiaalisen median antama sisältö elämään oli molemmissa

kyselyissä vastauksiltaan identtinen. Myös Facebookin käyttäjät vastasivat toisiaan molemmissa kyselyissä, eli käyttö painottuu **iltaan ja alkuyöhön**.

Enemmistö käyttäjistä ei tykkää Tohtorista tai Helistimestä Facebookissa

Kummastakin sivustosta tykkääminen antoi kyselyissä samanlaisia mielipiteitä. Kummankaan sivuston enemmistö **ei ollut tykännyt Tohtorista tai Helistimestä Facebookissa**, eli suurimmalle osalle kummankaan sivuston omat Facebook-päivitykset eivät näkyneet heidän omissa uutisvirroissaan. Molemmissa ryhmissä voitaisiin kuitenkin liittyä kummankin sivuston luomiin **avoimiin Facebook-ryhmiin**.

Enemmistö ei kirjoita keskustelupalstoille

Molemmissa ryhmissä kyselyyn vastanneet kertoivat, että **eivät ole kirjoittaneet kyseessä olevan sivuston keskustelupalstalle**. Niitä on kuitenkin luettu, vaikkei itse ole kirjoitettu sinne. Keskustelupalstalle **rekisteröityminen ei muuttanut lukijan käyttäytymistä netissä** kummassakaan ryhmässä.

Kolme kiinnostavinta keskustelunaihetta olivat molemmissa ryhmissä yhtäläisiä: käyttäjiä kiinnostavat kummallakin sivustolla keskustelupalstalla eniten **juuri luettuun artikkeliin liittyvät keskustelut, tuoreet keskustelut ja lukijaan liittyviin aiheisiin liittyvät keskustelut**.

Kummankin ryhmän vastaajat olivat sitä mieltä, että **muiden keskustelijoiden määrä ei vaikuta omaan osallistumiseen**. Tämä on kuitenkin sikäli erikoista, että Tohtorin keskustelupalstalle ei hiljaisuudesta huolimatta kerry viestejä. Kyselyn tulos on näin mielestäni ristiriidassa käytännön kokemukseni kanssa. Kummallakaan ryhmällä **ylläpito tai moderointi ei vaikuta kirjoittamiseen**.

Palstojen valvontaa pidettiin tärkeänä kummassakin ryhmässä. Silti molemmat ryhmät olivat enimmäkseen sitä mieltä, että **lukijoiden ei olisi hyvä toimia itse moderaattoreina.**

Molempien ryhmien mielestä **internetinkäyttöä tulisi tiukentaa tai valvoa enemmän.** Silti molemmissa ryhmissä vastattiin, että **rekisteröitymisen ja kirjautumisen tulisi olla helpompaa.** Kummassakin ryhmässä **huomioidaan internetiin kirjoitettaessa lait ja säännöt,** joita liittyy internetin käyttöön. Molemmat ryhmät pitivät internetiin kirjoittamista **helppona.** Molemmissa ryhmissä oltiin myös sitä mieltä, että **internetiin on parempi kirjoittaa anonyymina.**

Verkkotoimituksen ja toimittajan pitäisi osallistua keskusteluun

Molemmat ryhmät kaipasivat sitä, että **verkkotoimitus ja kunkin uutisen tai artikkelin kirjoittanut toimittaja olisi enemmän vuorovaikutuksessa lukijoiden kanssa,** ja että **toimittaja osallistuisi itse oman tuotoksensa arviointiin ja kommentointiin.**

Muut sivustot eivät näytä kiinnostavan suosikkisivustonsa löytänyttä

Yhteistä molemmille ryhmille oli myös se, että **muiden Terve.fi -sivustojen keskustelupalstoilla ei ollut käyty.** Jos oltiin, suosituin keskustelupalsta oli molempien ryhmien mielestä **Verkkoklinikan** keskustelupalsta. Molemmat ryhmät kertoivat, että **eivät ole käyneet muilla Terve.fi-sivustoilla,** joten siksi keskustelupalstoihinkaan ei ole tutustuttu.

6.2 Suurimmat eroavaisuudet Tohtorin ja Helistimen käyttäjien välillä

Eroavaisuuksia sai kyselyiden vastauksista hakea. Muutamia eroavaisuuksia löytyikin,

mutta melko harvassa ne olivat. Seuraavaksi esittelen kuitenkin suurimmat eroavaisuudet Tohtorin ja Helistimen kyselyiden vastauksissa.

Kyselyihin vastasivat eri-ikäiset eri sivustoilla. Tohtorin käyttäjät ovat kyselyn perusteella vanhempia kuin Helistimen käyttäjät. Tämä onkin ymmärrettävää, kun ottaa huomioon sivustojen pääasialliset kohderyhmät. Lapsiperheiden äidit ovat Helistimen suurin kohderyhmä.

Tohtorissa annetaan palautetta, Helistimessä osallistutaan keskusteluun

Artikkeleiden kommentointitavoissa oli eroja. Tohtorin lukijat kertoivat, että he kommentoivat **antaakseen positiivista palautetta**. Helistimen kyselyyn vastanneet taas kertoivat, että kommentoivat artikkeleita ensisijaisesti **osallistuakseen keskusteluun**. Helistimen artikkeleita voikin mielestäni tämän tulkinnan perusteella pitää enemmänkin keskustelevana, kuin silkkana uutistotuutena. Helistimen kyselyyn vastanneet kertoivat myös, että he kommentoivat artikkeleita **antaakseen negatiivista palautetta**. Tohtorin kyselyssä negatiivista palautetta ei ilmoittanut antaneensa kukaan. Tohtorin kyselyyn vastanneet kertoivat kommentoivansa ensisijaisesti jutun **muille lukijoille**, kun taas Helistimessä tähän kohtaan ei vastannut kukaan.

Viimeksi luettuja artikkeleita ja uutisia ei juurikaan tähditetty eli arvosteltu kummassakaan ryhmässä, mutta syyt tähän olivat erilaiset. Tohtorin kyselyssä neljännes kyselyyn vastanneista kertoi, että arvosteli jutun siksi, että **halusi ilmoittaa lukeneensa artikkelin**. Helistimen kyselyssä taas yli kolmasosa vastasi, että **arvostelee artikkelit** jos se on mahdollista.

Tohtorin linkkejä ei klikata, Helistimen linkkejä klikataan

Uutisten tai artikkeleiden perässä olevien linkkien klikkaaminen antoi myös erilaiset vastaukset molemmissa ryhmissä. Tohtorin kyselyyn vastanneet kertoivat, että **enemmistö ei klikkaa uutisen tai artikkelin perässä olevia linkkejä**. Helistimen kyselyssä asia taas on päinvastoin, eli **enemmistö klikkaa linkkejä**.

Tohtorissa lukija ei käy keskustelupalstalla, Helistimessä käy

Kysymys siitä, kävikö kyselyyn vastaaja kyseessä olevan sivuston keskustelupalstalla, antoi myös erilaisen tuloksen kummassakin ryhmässä. Tohtorin kyselyyn vastanneista suurin osa (80 %) vastasi, että **ei ole käynyt Tohtorin keskustelupalstalla**. Helistimen kyselyssä taas yli puolet (57 %) kertoi **käyneensä Helistimen keskustelupalstalla**.

Sosiaalisen median käyttöön liittyvissä vastauksissa tuli myös hieman eroavaisuuksia. Ne Helistimen lukijat, jotka tykkäävät Helistimestä Facebookissa ja ovat näin mahdollistaneet Helistimen tilapäivitykset omaan uutisvirtaansa, kertoivat **lukevansa Helistimen tilapäivityksiä eniten omasta uutisvirrastaan**. Tohtorin uutisia taas **luettiin eniten Tohtorin Facebook-sivustolla** eikä vastaajan omassa uutisvirrassa.

Helistimen tapahtumat huomataan, Tohtorin tapahtumia ei

Helistimen lukijat kertoivat **osallistuneensa Helistimen Facebook-tapahtumiin mielellään**, kun taas Tohtorin lukijat kertoivat, että **eivät ole huomanneet Tohtorin tapahtumia Facebookissa**.

Keskustelupalstojen käytössä oli myös eroja. Tohtorin keskustelupalstalle **löydettiin eniten Googlen tai jonkin muun hakukoneen kautta**, kun taas Helistimeen päädyttiin

eniten Helistimen omien uutisten tai artikkeleiden kautta. Helistimen keskustelupalsta myös tiedettiin ennestään, kun taas Tohtorin lukijat eivät vastanneet tähän kohtaan.

Tohtorissa ollaan tuntemattomia, Helistimessä rekisteröityneitä

Helistimen keskustelijat käyttivät **eniten rekisteröityä nimimerkkiä**, kun taas Tohtorin keskustelijat keskustelivat **anonymisti tai keksityllä nimimerkillä**. Sivustojen aiheet varmasti vaikuttavat tähän, eli Tohtorissa keskustellaan usein ehkä arkaluontoisemmista ja henkilökohtaisemmista asioista kuin Helistimessä. Myös käyttäjäkunta voi vaikuttaa asiaan. Verkkokeskustelevat nuoret perheenäidit ovat tottuneempia jakamaan tietoja itsestään internetiin, kuin satunnaisesti terveysaiheista keskustelevat vanhemmat henkilöt.

Helistimen keskustelupalstalla lukijoille tärkeintä on kyselyn perusteella **muiden keskustelijoiden kokemukset ja vertaistuki**, kun taas Tohtorissa tärkeintä on **lisätieto luetusta aiheesta**.

6.3 Ajatuksia yhtäläisyyksistä ja eroavaisuuksista

Kyselyn vastauksia analysoidessa kävi ilmi, että Darwin Median kullakin sivustolla on oma vakiintunut käyttäjäkuntansa. Kyselyn perusteella, kun oma suosikkisivusto on sivustoperheestä löytynyt, muilla sivustoilla ei juurikaan käydä. Tästä kielivät vastaukset kysymyksiin, joissa selvitettiin muilla sivustoilla ja keskustelupalstoilla vierailuja. Kummassakin kyselyssä myös sivustoiden suosikeiksi valittiin juuri ne sivustot, joilla kysely oli täytetty.

Sivustoja voisi linkittää enemmän ristiin, jonka jälkeen syntyisi ehkä enemmän liikkuvuutta eri sivustojen välillä. Tällä hetkellä lukijoiden tietoisuus muista sivustoista tuntuu olevan melko alkeellista, joten esimerkiksi rohkeat linkitykset juttujen perässä sivustolta toiseen voisivat rohkaista vilkaisemaan muillekin sivustoille. Myös keskusteluja voisi linkittää muille Terve.fi-sivustoille, esimerkiksi Helistimessä tyyliin "katso, miten Tohtorissa keskustellaan tähän liittyvästä aiheesta".

Komentointi ja arvostelu heti jutun perään?

Artikkeleiden kommentointi ja arvosteleminen olivat heikonlaista molemmissa ryhmissä. Sivustoilta näkyy, että jokaista uutista ja artikkelia voi kuitenkin kommentoida, kunhan vain näkee hieman vaivaa keksiäkseen itselleen kommentointinimimerkin. Mistä siis kommentoimattomuus johtuu? Suurimmaksi syyksi kyselyn perusteella paljastui se, että yleensä ei haluta kommentoida. Eräs ratkaisu tähän voisi olla esimerkikikommentointi, joka saattaisi rohkaista lukijoitakin kommentoimaan enemmän.

Sivustojen rakenteessa voi olla osasy syy kommentoimattomuuteen ja arvostelemattomuuteen. Nimittäin molempien sivustojen tavallisella artikkelisivulla on ylhäältä alaspäin katsottuna ensin otsikko, sitten artikkeli, sitten mainoksia ja vasta useamman mainoksen jälkeen arvostelu- ja kommentointimahdollisuus. Kiireinen lukija ei välttämättä artikkelin luettuaan jaksa enää katsella alaspäin, kun huomaa että seuraavaksi sivustolla vastaan tulee mainoksia. Selaimessa joutuu rullaamaan sivua alaspäin nähdäkseen, mitä sivun alalaidalla on, joten voi olla, että kyseessä on lukijan laiskuus jatkaa sivuston katselemista enää alemmas, kun juttu on luettu.

Verkkotoimitusta toivotaan aktiivisemmaksi

Kyselyn tulosten perusteella lukijat toivovat molemmilla sivustoilla enemmän

toimittajan tai verkkotoimituksen osallistumista kommentointiin ja keskusteluun. Voisi olla hyvä ratkaisu, jos joskus toimittajakin kirjoittaisi vaikkapa kommentin oman artikkelinsa perään. Terve Median verkkosivustojen aiheet ovat ymmärrettävästi toisinaan sellaisia, että toimittajan on vaikea kommentoida juttuaan itse, mutta toisinaan voisi tehdä poikkeuksenkin. Itse ainakin osaisin kommentoida Helistimen artikkeleita ja uutisia, koska olen kahden lapsen äiti. En kuitenkaan näe syytä, miksei kuka tahansa fiksu toimittaja pystyisi kommentoimaan juuri kirjoittamaansa tekstiä. Aika useinhan toimittajalle nousee ainakin jonkinlainen ajatus tekstistään, joten kommentointi voisikin olla hyvä vaihtoehto keskustelun piristämiseksi.

Helistimessä on helpompaa keskustella kuin Tohtorissa

Keskustelupalstojen käytössä oli eniten eroja kyselyn perusteella. Tohtorin keskustelupalstalle kirjoitetaan anonyymisti tai keksityllä nimimerkillä, kun taas Helistimeen rekisteröidytään ja luodaan mieluummin pysyvä nimimerkki. Helistimen keskustelupalstalla kokoontuu enemmän ryhmiä kuin Tohtorissa. Äidit löytävät helpommin yhteistä puhumista kuin Tohtorin keskustelijat. Tohtoriin voi olla hankalaa keksiä lukijoita ryhmäyttäviä keskustelunaiheita (esimerkiksi "Tänne kaikki sydänsairaudesta kärsivät!"). Toisaalta vertaistuen hakeminen ja ryhmäkeskusteleminen näyttävät sujuvan Verkkoklinikan keskustelupalstalla paremmin kuin Tohtorissa, vaikka Verkkoklinikka keskittyy myös terveydellisiin ongelmiin.

Helistimessä ja Tohtorissa tuntuu olevan sävyero, kun pohtii sivustoja ja artikkeleita. Tohtorin uutiset ja artikkelit ovat enimmäkseen täyttä faktaa, terveysaiheisia uutisia meiltä ja muualta. Helistimessä taas artikkelit ja uutiset tuntuvat olevan ihmisläheisempiä, koska artikkeleista puhutaan enemmän käytännön tasolla. Lapsiperheiden asiat ovat jokaista perheellistä lähellä. Ehkä siksikin Helistimessä on helpompaa keskustella, kun aiheet ovat lähempänä omaa elämää, ja suurimmalla osalla lukijoista on asioista ainakin jonkinlainen omakohtainen kokemus.

Tohtoriakin voisi tuoda hieman lähemmäksi lukijaa. Esimerkkitapauksia tai muuten käytännön asioita voisi ehkä kertoa enemmän, jonka vuoksi lukija samastuisi paremmin artikkeleiden ja uutisten aiheisiin. Tällöin myös keskusteluihin siirtyminen voisi olla helpompaa. Tohtorin aihealueet ovat kuitenkin toisinaan hankalia tuoda lähemmäksi lukijaa, joten tätä asiaa voisi toimituksessa pohtia.

Facebook-sivuja voisi monipuolistaa

Kyselyn vastausten perusteella lukijat eivät vielä ole omaksuneet Tohtorin tai Helistimen Facebook-sivujen käyttöä. Tohtorissa linkki Facebookiin on vain etusivulla, joten se voi mennä käyttäjien silmien ohi, kun he tulevat sivustolle Googlen tuomina jonkin yksittäisen artikkelin perässä. Kyselyn tuloksista paljastui, että eniten sivustolle tullaan haun perusteella. Facebook-linkkejä voisi olla näkyvämmiin esillä, miksei ihan juttujen yhteydessäkin. "Keskustele aiheesta Facebookissa" -linkki olisi ainakin jutun perässä havaittavissa myös yksittäisen artikkelin lukijalle.

Muutenkin sivustoilla voi markkinoida Facebookia enemmän, kun tällä hetkellä Facebookin markkinointi on aika vähäistä. Erilaisilla sovelluksilla, kilpailuilla ja tapahtumilla voi myös houkutella käyttäjiä Facebookiin.

Kyselyissä Facebookia kuvailtiin hyväksi keskustelukanavaksi sekä hyväksi keinoksi tavoittaa ihmisiä. Terve Median Facebook-sivustoja voisikin ehkä mainostaa keskustelukanavina. Tällä hetkellä molempien sivustojen Facebook-sivuilla suurin osa seinäkirjoituksista on vain kummankin sivuston omia tilapäivityksiä. Käyttäjien aloittamia keskusteluja niissä ei näytä olevan lainkaan, mutta muutamia kommentteja tilapäivitysten perässä kyllä on. Kyselyiden vastauksista voi etsiä niitä asioita, joita lukijat Facebookissa tekevät, ja tehdä sen perusteella ratkaisuja tarpeen mukaan.

Kyselyiden tulosten perusteella vaikuttaa siltä, että sekä Tohtori että Helistin tarjoavat lukijoille sitä, mitä he ovat tulleet sivustoilta hakemaan - Tohtorista tietoa ja Helistimestä vertaistukea perhe-elämään. Kummallakin sivustolla on oma vahva brändi, eikä niitä luultavasti ole tarpeen muuttaa. Muutosehdostuksissani kyse on enemmänkin pienistä yksityiskohdista kuin suurista suunnanmuutoksista.

7 POHDINTAA

Tutkielman tekoprosessi on ollut monivaiheinen ja melko pitkä. Opinnäytetyöni tarkoitus oli selvittää, miten lukijat liikkuvat Terve Median sivustoilla, mikä heihin vetoaa, ja miten heidät saisi vielä aktiivisemmiksi lukijoiksi ja osallistujiksi. Darwin Median tavoite on olla paras terveysaiheinen verkkomedia Suomessa, joten käyttäjien mielipiteiden tutkiminen on tärkeää. Käyttäjäkyselyt olivat hyvä väylä tutkia asiaa nimenomaan käyttäjien omien mielipiteiden kautta. Kyselyiden vastaukset antoivat kattavaa tietoa siitä, mitä lukijat ovat tulleet sivustoilta hakemaan ja mikä heihin vaikuttaa artikkeleissa.

Kyselyn tulokset vahvistivat paljon omia mielikuviani siitä, miten Terve Median sivustoja luetaan. Kyselyiden vastaukset olivat suurelta osin sellaisia kuin olin odottanutkin, mutta muutamia yllätyksiä mahtui sekaan. Suurimpana yllätyksenä pidin esimerkiksi sitä, että käyttäjät eivät käy toisilla sivustoilla, ja että he eivät halua muiden tietävän omista liikkeistään internetissä.

Tällä hetkellä minulla on työkokemusta Darwin Medialta yhteensä yli vuoden ajalta. Työharjoitteluni kesti viisi kuukautta, ja sen jälkeen olen ollut freelancer-verkkotoimittajana Darwin Medialla tällä hetkellä yli yhdeksän kuukautta. Pohdiskelen edelleen päivittäin juttujen tekoon liittyviä asioita - millä otsikolla saisin mahdollisimman paljon klikkauksia, mitä keskustelulinkkejä laittaisin artikkeleideni perään, kommentoisinko artikkeleitani itse?

Jokainen päivä on uusi ja erilainen verkkotoimituksessa ja verkkotoimittajalla. Vaikka juttujen kirjoittaminen onkin sinänsä jo rutiinia, koskaan ei voi ennalta aavistaa, millaisen vastaanoton mikäkin juttu saa. Siksi kyselytutkimuksen tekeminen ja etenkin tulosten avaaminen tässä opinnäytetyössä oli itselleni mitä parhainta oppia siitä, mitä lukija minulta (verkkotoimittajana) toivoo.

Tutkielman tekeminen on ollut todella opettavainen prosessi. Olen oppinut muun muassa muotoilemaan toimivan kyselypohjan, keräämään tuloksia, analysoimaan niitä, ja soveltamaan tietoani käytäntöön. Lisäksi vastaajien kokemukset sivustoista ovat antaneet minulle lisävahvuuksia verkkotoimittajan työhön.

Hämmästyttävintä kyselyiden tuloksissa oli mielestäni se, että artikkeleita ja uutisia ei kommentoida eikä niitä juurikaan edes arvostella. Silti muutoksia kaivataan. Kyselyistä voisi päätellä, että lukijat tyytyvät siihen, mitä heille annetaan, ja siksi arvostelut ja kommentointi ovat jääneet vähäisiksi. Lukeminen on muuttunut selailevammaksi ja nopeammaksi, koska internetiä ei voi levittää eteensä pöydälle ja syventyä lukemaan kahvia nautiskellen.

Klikkausmäärien seuraaminen kertoo oikeastaan vain sen, montako kertaa jutun otsikkoa on klikattu netissä. Se ei kerro mitään siitä, luettiinko juttuja loppuun saakka. Ehkäpä arvostelun ja kommentoinnin puute kertoo juuri siitä, että jutut luetaan alkupäästä ja pintapuolisesti, ja jutun perässä olevat asiat (arvostelu, kommentointi ja linkit muualle) jäävät huomaamatta. Kiire leimaa lukijankin elämää. Artikkelit kaipaisivat jonkinlaisia koukkuja myös loppupäähän, että lukija ei karkaisi jutun parista ennen aikojaan. Tohtorissa ja Helistimessä artikkeleiden ja uutisten arvostelu- ja kommentointimahdollisuus on vasta sivun alalaidassa mainosten jälkeen. Luultavasti kommentoinnin ja arvostelujen puutteiden syynä onkin se, että lukija ei yksinkertaisesti jaksakaan vierittää sivua tarpeeksi alas artikkelit luettuaan. Kun artikkeli on pääpiirteissään luettu, onkin jo kiire seuraavan klikin perään. Sivustojen ulkoasujen yksinkertaistaminen voisi olla ratkaisu tähän ongelmaan.

Sosiaalinen media ja kyselyiden vastaukset siitä herättivät myös ristiriitaisia tunteita opinnäytetyötä kirjoittaessani. Sosiaalinen media on käyttäjiä varten: siellä voi esitellä itseään, jakaa kiinnostavia linkkejä, sekä oppia lisää muista käyttäjistä. Silti käyttäjät pyrkivät salailemaan joitakin asioita itsestään. Se vaikuttaa siihen, mitä sosiaaliseen mediaan laitetaan. Tästä kertoo käyttäjäkyselyiden vastaukset siitä, ettei haluta muiden tietävän omia liikkeitämme internetissä. Jotakin yksityisyydestä on siis jäljellä, vaikka

sosiaalisen median myötä koko maailma on mahdollista avata muille käyttäjille. Terveysaiheet ovat luultavasti vaikeita aiheita Facebookissa, koska siellä käyttäjä näkyy kaikille omana itsenään. Terveys - ja etenkin sairaus - on tabu, omista sairauksista ei muille juurikaan huudella, ei edes internetissä.

Tämä opinnäytetyö ja sen tulokset helpottavat omaa työtäni verkkotoimittajana. Nyt kun tiedän kyselyiden vastausten perusteella, millaisia asioita Terve Median lukijat arvostavat, minun on helpompi etsiä kiinnostavia ja ajankohtaisia juttuaiheita jatkossa. Tiedän myös, mitä lukijat artikkeleissa arvostavat - kiinnostava aihe on tärkein, sen jälkeen kiinnostava otsikko. Kyselyiden tulosten myötä myös Darwin Media voi kehittää uusia ratkaisuja esimerkiksi sivustojen välillä liikkumiseen, eli kuinka käyttäjä voisi tutustua myös muihin Terve Median sivustoihin.

Kyselyiden tulokset ovat luotettavia siinä mielessä, että vastaajina toimivat sivustojen lukijat. Valitettavasti kyselyn otos jäi pienemmäksi kuin sivustojen levikki on, joten siitä näkökulmasta tutkimukseni on suppea. Kuitenkin, yli parisataa vastausta antaa tietoa siitä, mitä käyttäjät ajattelevat. Uskon, että kyselyiden tuloksia voi soveltaa myös laajemmin sivustojen kehittämiseen.

Toivon, että tämä opinnäytetyö herättää myös ajatuksia Darwin Median verkkotoimituksessa. Jatkossa, kun lukijoiden toiveet tai vaikkapa sosiaalisen median käyttö herättää toimituksessa kysymyksiä, opinnäytetyöstäni voi hakea vastauksia käyttäjien mieltymyksiin ainakin ensi hätään.

8 LÄHTEET

Aalto, Tuija & Uusisaari, Marylka Yoe 2009. Nettielämää – Sosiaalisen median maailmat. Jyväskylä: BJT Kustannus Oy.

Digium. Etusivu. Hakupäivä 3.10.2011.

<http://www.digium.fi/etusivu>

Facebook. 2011. Tietojenkäyttökäytäntö. Rääätälöidyt mainokset. Sisäinen lähde.

Hakupäivä 10.11.2011.

<https://www.facebook.com/about/privacy/advertising#personalizedads>

Facebook. 2011. About Pages. Sisäinen lähde. Hakupäivä 10.11.2011

<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info-on-fb#aboutpages>

Haasio, Ari 2008. Kaikki irti internetistä. Helsinki: BJT Kustannus Oy.

Haasio, Ari 2009. Facebook-opas. Helsinki: BJT Kustannus Oy.

Helistin.fi. Keskustelu. Hakupäivä 13.9.2011.

<http://www.helistin.fi/keskustelu/>

Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 1997. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Ronkainen, Suvi & Karjalainen, Anne 2008. Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.

Suomen virtuaaliammattikorkeakoulu. Uutiset. 2009. Hakupäivä 14.11.2011

<http://www.amk.fi/uutiset/2009/5ingfNysx.html>

Tapscott, Don 2010. Syntynyt digiaikaan – Sosiaalisen median kasvatit. Porvoo: WS Bookwell.

Terve.fi. Esittely 2011. Hakupäivä 13.9.2011

<http://www.terve.fi/esittely>

Tietosuojavaltuutetun toimisto. 2005. Mikä on internetin keskustelupalsta? Hakupäivä 14.11.2011

<http://www.tietosuoja.fi/33494.htm>

Tohtori.fi. Keskustelu. Hakupäivä 13.9.2011.

<http://www.tohtori.fi/?page=2129747>

OAMK Kirjasto Leevi-tietokanta 2011. Hakusana Coronaria Media. Hakupäivä 12.9.2011.

https://leevi.amkit.fi/vwebv/search?searchArg=coronaria+media&searchCode=GKEY%5E*&limitTo=none&recCount=25&searchType=1&page.search.search.button=Hae

OAMK Kirjasto Leevi-tietokanta 2011. Hakusana sosiaalinen media. Hakupäivä 12.9.2011.

https://leevi.amkit.fi/vwebv/search?searchArg=sosiaalinen+media&searchCode=GKEY%5E*&limitTo=none&recCount=25&searchType=1&page.search.search.button=Hae

Haastattelututkimukset

Käyttäjäkyselyt Tohtori.fi - ja Helistin.fi -sivustojen lukijoille. 2011. Tekijän ja tilaajan hallussa.

LIITTEET

LIITE 1 (1/10)

Osallistu käyttäjäkyselyyn ja voita!

Mielipiteesi on tärkeä!

Darwin Media Oy kerää käyttäjäkyselyn avulla sivustolla kävijöiden mielipiteitä sivustosta, artikkeleista, keskustelupalstasta sekä sosiaalisen median käytöstä. Tutkimustuloksia käytetään sivuston kehittämiseen.

Kyselyn täyttäminen vie noin 10-15 minuuttia. Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan 5 kappaletta Peugeotin pippurimyllyjä. Arvonnan voittajalle ilmoitetaan voitosta henkilökohtaisesti, sekä voittajan nimi julkaistaan sivustolla arvannon päätyttyä. Mikäli haluat osallistua arvontaan, jätä meille yhteystietosi kyselyn lopussa olevaan yhteystiedot-kohtaan.

Yhteystietoja ei käytetä suoramarkkinointitarkoituksiin.

Kiitos ajastasi!

TOHTORIN LUKIJAT

1. Vastaajan tiedot

Oletko

mies nainen

Ikäsi?

- 15 tai nuorempi
 16-25
 26-35
 36-45
 46-55
 56-65
 66 tai vanhempi

Koulutustausta

- peruskoulu
 ammatillinen koulutus
 lukio
 korkeakoulutus (ammattikorkeakoulu tai yliopisto)

2. Kuinka usein luet Tohtori.fi -sivustoa? (valitse yksi vaihtoehto)

- monta kertaa päivässä
 kerran päivässä
 useamman kerran viikossa

- kerran viikossa
- kerran kuukaudessa
- harvemmin

3. Miten päädyit Tohtori.fi –sivustolle? (valitse yksi vaihtoehto)

- Tiesin sivuston jo ennestään
- Facebookin / muun sosiaalisen median kautta
- Googlen tai muun hakukoneen kautta, etsin aihepiiriin liittyviä juttuja
- Ampparit.com / muun uutislistaussivuston kautta
- Terve.fi –sivuston kautta
- Keskustelupalstan kautta, tiesin keskustelupalstan ennestään
- Iltasanomien nettisivujen kautta
- Linkit muualta
- Jokin muu reitti, mikä?

4. Onko Tohtori.fi –sivusto sinulle ensisijaisesti

- Tiedonhakupaikka (luen uutisia ja artikkeleita)
- Keskustelupalsta terveyteen liittyvistä asioista
- Etsin Tohtorista eri tuotteiden mainoksia tai tietoa tuotteista

5. Mikä sai sinut lukemaan viimeksi lukemasi artikkelin? (valitse parhaiten sopiva vaihtoehto)

- Kiinnostava aihe
- Kiinnostava otsikko
- Suositukset Amppareissa tai muilla uutislistaussivustoilla
- Suositukset Facebookissa tai muualla sosiaalisessa mediassa
- Klikkasin muualla ollutta linkkiä artikkeliin
- Kavereiden/tuttavien suositukset
- Kirjoittaja
- Artikkelin pituus

6. Miksi päätit jättää jonkin artikkelin lukematta? (valitse parhaiten sopiva vaihtoehto)

- Aihe ei kiinnostanut
- Avasin linkin, mutta sivusto ei auennut
- Kirjoittaja vaikutti päätökseeni
- Artikkelin oli liian pitkä
- Artikkelin lähdesivusto ei ollut mieleeni

7. Kommentoitko viimeksi lukemaasi artikkelia?

a) Kyllä, miksi? En (siirry kohtaan b)

- Annoin positiivista palautetta
- Annoin negatiivista palautetta
- Artikkelissa oli mielestäni asiavirheitä, joista halusin huomauttaa
- Muutkin olivat kommentoineet
- Halusin osallistua keskusteluun
- Kommentoin ensisijaisesti artikkelin kirjoittaneelle toimittajalle
- Kommentoin ensisijaisesti muille lukijoille

- Artikkelia oli luettu paljon
- Muu syy, mikä?

b) En, miksi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- En halunnut kommentoida
- En ehtinyt kommentoida
- Mielestäni kommentointi on turhaa
- En löytänyt kommentointimahdollisuutta
- Kommentointi oli liian vaikeaa
- En halunnut antaa nimimerkkiäni tai muita tunnistetietoja
- Muutkaan eivät olleet kommentoineet
- Minulla ei ollut artikkelista sanottavaa

8. Annoitko tähtiä viimeksi lukemallesi artikkelille?

a) Kyllä, miksi? En (siirry kohtaan b)

- Haluan antaa palautteen artikkelista
- Halusin ilmoittaa että olen lukenut artikkelin
- Arvostelen yleensä lukemani artikkelit, jos se on mahdollista
- Haluan että toimitus reagoi palautteeseen
- Muutkin olivat antaneet tähtiä

b) En, miksi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- En pitänyt artikkelista
- En ehtinyt antaa tähtiä
- Arvosteleminen ei kiinnostanut
- Arvosteleminen oli vaikeaa
- Muut eivät olleet antaneet tähtiä
- En huomannut arvostelumahdollisuutta
- Arvostelumahdollisuutta ei ollut

9. Klikkaatko yleensä artikkelin lopussa olevia linkkejä muihin sivuston artikkeleihin tai sivuston keskustelupalstalle?

- Kyllä
- En

10. Kävitkö Tohtori.fi -sivuston keskustelupalstalla?

a) Kyllä, miksi? En (siirry kohtaan b)

- Halusin osallistua aiheeseen liittyviin keskusteluihin
- Halusin lukea muiden mielipiteitä
- Halusin nähdä, millaisia keskusteluja keskustelupalstalla on
- Klikkasin artikkelin lopussa olevia linkkejä
- Etsin vertaistukea tai tietoja aiheesta omaan käyttööni
- Käyn Helistimessä keskustelupalstan vuoksi

b) En, miksi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Keskustelupalsta ei kiinnostanut
- Minulla ei ollut sanottavaa artikkelista tai artikkelin aiheesta
- Keskustelupalsta ei latautunut tai latautui liian hitaasti

- Artikkelin perässä olevat keskustelulinkit eivät kiinnostaneet
- Keskustelupalstalla on liian vähän käyttäjiä, ei innosta osallistumaan
- En halunnut tunnustautua

11. Mitkä asiat viimeksi lukemassasi artikkelissa vaikuttavat sinuun eniten? (valitse 3 parhaiten sopivaa vaihtoehtoa)

- Artikkelin aihe
- Artikkelin pituus
- Kirjoittaja
- Toimittajan kuva
- Kirjoitustapa
- Artikkelin muotoilu
- Artikkelin alkuperäinen lähde
- Artikkelin kuvitus

12. Suositteletko yleensä artikkeleita Facebookissa? (Jos et käytä Facebookia tai sosiaalista mediaa, vastaa viimeinen vaihtoehto ja siirry kohtaan 13)

a) Kyllä, miksi? En (siirry kohtaan b) En käytä sosiaalista mediaa

- Halusin jakaa mielestäni mielenkiintoisen uutisen
- Halusin herättää keskustelua
- Halusin kertoa julkisesti mitä luen netistä
- Halusin kommentoida aihetta omalla nimelläni
- Halusin piristää omaani ja muiden päivää
- Aihe oli mielestäni tärkeä
- Aihe oli mielestäni hauska

b) En, miksi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- En jaa uutisia sosiaalisessa mediassa
- En halua jakaa terveyteen tai lapsiin liittyviä uutisia sosiaalisessa mediassa
- En halua, että muut tietävät millä sivustoilla liikun
- Artikkelit vaikuttavat siihen mitä jaan, ja tätä artikkeleita en nyt halunnut jakaa
- Facebook ei toiminut kunnolla
- Muu syy

13. Klikkasitko artikkelin auki www.ampparit.com -sivustolla? (Jos et lue kyseistä sivustoa, vastaa en)

a) Kyllä, miksi En

- Otsikko herätti kiinnostukseni
- Artikkelit oli saanut paljon klikkauksia
- Artikkelit oli saanut paljon suosituksia
- Artikkelin lähdesivusto vaikutti

14. Anna arvosanasi seuraaviin osa-alueisiin koskien viimeksi lukemaasi artikkeleita (asteikko 1-5):

- Artikkelin sisältö
- Artikkelin otsikko
- Kommenttimahdollisuus

Arvostelumahdollisuus (tähdet)

15. Mikä Tohtori.fi –sivuston osa-alue kaipaisi mielestäsi uudistamista?

- Etusivu
- Uutiset ja artikkelit
- Uutisten jaottelukategoria
- Keskustelupalsta
- Artikkeleiden kommentointimahdollisuus
- Artikkeleiden arvostelumahdollisuus (tähdittäminen)
- Jokin muu, mikä?

2. SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ

1. Valitse netin käyttötarkoituksen tärkeys asteikolla 1-5 (1 – ei lainkaan tärkeä, 5 – äärimmäisen tärkeä). Vastaa jokaiseen kohtaan.

- Seuraan netissä uutisia ja maailman tapahtumia
- Luen sähköpostia
- Käytän nettiä opiskelun välineenä
- Käytän nettiä työni vuoksi
- Hoidan arkielämän asioita netissä
- Sosiaalinen media ja verkostoituminen
- Viihdekäyttö (esim. pelit, elokuvien lataaminen, musiikinkuuntelu jne.)

2. Oletko rekisteröitynyt esimerkiksi Facebookiin, Twitteriin tai muuhun sosiaaliseen mediaan?

- Kyllä
- En (siirry kyselyssä verkkokeskustelut-osioon)

3. Miksi käytät sosiaalista mediaa (Facebook, Twitter yms.)? Valitse parhaiten sopivat vaihtoehdot.

- Työni vuoksi
- Opiskelun vuoksi
- Pidän yhteyttä muihin ihmisiin
- Verkostoituminen, osallistuminen tapahtumiin
- Ajanviete
- Uutisten ja artikkeleiden lukeminen
- Haluan olla ajan hermolla ja tietää mitä maailmalla tapahtuu
- Yhteenkuuluvuuden tunne, on tärkeää olla osa sosiaalista mediaa
- Haluan tietää, mitä ystäväilleni/sukulaisilleni/muille tuttavilleni ja sidosryhmilleni kuuluu
- Markkinoin itseäni sosiaalisessa mediassa esim. tulevia työpaikkoja ajatellen
- Dokumentoin omaa elämäni sosiaalisen median avulla

4. Osallistutko ryhmäkeskusteluihin Facebookissa?

- Kyllä
- En

5. Miten ensisijaisesti käytät sosiaalista mediaa? Valitse mielestäsi parhaiten sopiva

vaihtoehto.

- Linkitän usein asioita sosiaaliseen mediaan
- Jaan sosiaalisessa mediassa vain minua kiinnostavia asioita
- Haluan osallistua keskusteluihin tai herättää niitä
- Olen mielestäni enemmän läsnä maailmassa sosiaalisen median myötä
- Luen nettiuutisia ja keskustelupalstoja sosiaalista mediaa varten (sillä silmällä, että linkitän esim. keskusteluja sosiaaliseen mediaan)
- Luon itsestäni kuvaa sosiaalisessa mediassa sinne laittamieni linkkien ja tilapäivitysten avulla
- Pysin erottumaan joukosta
- Muulla tavoin

6. Klikkaatko Facebookiin linkitettyjä linkkejä?

a) **Kyllä, miksi?** b) **En**

- Haluan nähdä muiden linkittämiä uutisia Facebookissa
- Muiden kiinnostuksenkohteet kiinnostavat minuakin
- Facebookista on helppo jatkaa muualle linkkien kautta
- Linkin sisältö kiinnostaa minua
- Jos linkki on mainos, menen katsomaan mainostettavaa asiaa
- Linkin saamat klikkaajamäärät vaikuttavat minunkin klikkaamiseen

7. Kenen lähettämiä linkkejä klikkaat auki Facebookissa?

- Kavereiden lähettämiä linkkejä
- Tuttavien lähettämiä linkkejä
- Fanisivustojen lähettämiä linkkejä
- Virallisten tahojen (oppilaitosten, uutistoimitusten, verkkolehtien, keskustelupalstojen) lähettämiä linkkejä
- Mainoslinkkejä

8. Linkitätkö itse uutisia, keskusteluja tai muita viitteitä sosiaaliseen mediaan?

- Kyllä
- En (siirry kyselyssä kohtaan 10)

9. Millaisia linkkejä linkität sosiaaliseen mediaan? (Valitse tarvittaessa useampi vaihtoehto)

- Minua kiinnostavia uutisia tai artikkeleita
- Videoita
- Keskusteluja
- Kuvia
- Linkkejä omiin tekemiini muualla netissä (esim. kirjoittamaani blogiin tms.). Haluan kertoa linkityksilläni itsestäni.

10. Mitä mieltä olet uutisoinnin leviämisestä sosiaaliseen mediaan? (valitse parhaiten sopivat vaihtoehdot)

- Sosiaalinen media on hyvä uutisten lähde
- Sosiaalinen media on huono uutisten lähde
- Sosiaalisen median avulla tavoittaa hyvin ihmisiä
- Sosiaalisen median avulla tavoittaa huonosti ihmisiä
- Luen uutisia sosiaalisen median kautta

En lue uutisia sosiaalisen median kautta

11. Onko sosiaalinen media hyvä uutiskanava?

Kyllä

Ei

12. Tykkäätkö (klikkaatko peukalon kuvaa) asioista Facebookissa?

Kyllä

En

13. Onko sosiaalinen media hyvä keskustelukanava?

Kyllä

Ei

14. Voiko asioihin vaikuttaa sosiaalisen median kautta?

Kyllä

Ei

15. Voisitko luopua sosiaalisen median käytöstä?

Kyllä

En

16. Voisiko uutisoinnin lopettaa sosiaalisessa mediassa?

Kyllä

Ei

17. Mitä sisältöä sosiaalinen media antaa elämääsi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

Ihmissuhteita

Lisää tietoa

Ajanvietettä

Yhteenkuuluvuutta

Mahdollisuuden vaikuttaa

Näkyvyyttä

Mainetta

Muuta

18. Mihin aikaan vuorokaudesta käytät Facebookia eniten?

Aamulla (klo 06-09)

Aamupäivällä (klo 9-12)

Keskipäivällä (klo 12-15)

Iltapäivällä (klo 15-18)

Illalla (klo 18-21)

Myöhäisillalla (klo 21-00)

Yöllä (klo 00-03)

Aamuyöllä (klo 03-06)

19. Tykkäätkö Tohtorista Facebookissa?

- Tykkään
- En

20. Luetko Tohtorin Facebook-sivun lähettämiä tilapäivityksiä?

- Luen niitä omasta uutisvirrastani
- Luen niitä vieraillessani Tohtorin Facebook-sivulla
- Ne näkyvät uutisvirrassani, mutta en lue niitä
- Olen piilottanut helistimen tilapäivitykset uutisvirrastani, enkä lue niitä ollenkaan
- Olen piilottanut helistimen tilapäivitykset uutisvirrastani, mutta luen niitä vieraillessani Tohtorin Facebook-sivulla

21. Jos olet piilottanut helistimen tilapäivitykset tai jos et muusta syystä lue niitä, miksi?

- Niitä tulee liian usein
- Niitä tulee minulle epäsuotuisaan aikaan
- Niiden aiheet eivät kiinnosta minua
- Muu syy, mikä?

22. Mitä mieltä olet Tohtorin tapahtumista ja kilpailuista Facebookissa?

- En ole huomannut niitä ollenkaan
- Olen osallistunut niihin mielelläni
- Olen huomannut ne, mutta en ole osallistunut, miksi?

23. Miten Tohtorin toimintaa Facebookissa voisi kehittää tilapäivityksiä ajatellen?

Vapaa sana

24. Miten Tohtorin toimintaa Facebookissa voisi kehittää tapahtumia ja kilpailuja ajatellen?

Vapaa sana

25. Jos Tohtori loisi Facebookiin ryhmiä, millaisiin ryhmiin sinä liittyisit?

- Avoimiin ryhmiin
- Suljettuihin ryhmiin

3. VERKKOKESKUSTELUT

1. Oletko kirjoittanut Tohtori.fi -sivuston keskustelupalstalle?

- Kyllä
- En

2. Miten päädyit Tohtori.fi –sivuston keskustelupalstalle?

- Googlen tai muun hakukoneen kautta
- Tohtori.fi –sivuston artikkeleiden kautta
- Tiesin Tohtori.fi –sivuston keskustelupalstasta jo ennestään

- Minulle suositeltiin Tohtori.fi –sivuston keskustelupalstaa
- Muiden Terve.fi –sivustojen linkkien kautta
- Löysin keskustelupalstalle linkkien kautta muualta netistä

3. Käytätkö nettikeskusteluissa

- omaa nimeäsi
- rekisteröityä nimimerkkiä
- Olen anonyymi tai käytän keksittyä nimimerkkiä
- En keskustele keskustelupalstoilla

4. Vaikuttaako rekisteröityminen/nimimerkki kirjoituksiisi mitenkään?

a) **Kyllä, miten? (voit valita useamman vaihtoehdon)** b) **Ei**

- Kirjoitan nimimerkillä pidempiä tekstejä, kuin muuten kirjoittaisin
- Kirjoitan nimimerkillä lyhyempiä tekstejä, kuin muuten kirjoittaisin
- Kirjoitan todenmukaisia asioita nettiin
- Kirjoitan muokattua tietoa nettiin
- Kirjoitan provosoivammin
- Kirjoitan asiallisemmin
- Viestieni määrä vaikuttaa kirjoittamiseeni

5. Millaiset keskustelut sinua kiinnostavat? (3 kiinnostavinta)

- Lukemaani artikkeliin liittyvät keskustelut
- Minua kiinnostaviin aiheisiin liittyvät keskustelut
- Paljon osallistujia sisältävät keskustelut
- Provosoivat keskustelut
- Hiljaiset keskustelut (vähän osallistujia)
- Tuoreet keskustelut
- Vanhat keskustelut
- Keskustelut tuntemattomista aiheista
- Sosiaaliseen mediaan linkitetyt keskustelut

6. Minulle tärkeintä keskustelupalstalla on (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Lisätieto lukemastani aiheesta
- Omien kokemuksieni kertominen
- Muiden keskustelijoiden kokemukset
- Vertaistuki
- Yleinen keskustelu aiheesta
- Yleinen keskustelu mistä tahansa asiasta

7. Vaikuttaako muiden keskustelijoiden määrä osallistumiseesi?

- Kyllä
- Ei

8. Vaikuttaako ylläpito/moderointi kirjoittamiseesi?

- Kyllä
- Ei

9. Onko hyvä, että palstoja valvotaan?

- Kyllä
 Ei

10. Onko hyvä, jos lukijat ovat itse moderaattoreina?

- Kyllä
 Ei

11. Pitäisikö netinkäyttöä tiukentaa/valvoa enemmän?

- Kyllä
 Ei

12. Huomioitko nettiin kirjoittaessasi aiheeseen liittyvät lait ja säännöt?

- Kyllä
 En

13. Onko nettiin kirjoittaminen helppoa vai vaikeaa?

- Helppoa
 Vaikeaa

14. Pitäisikö kirjautumisen/rekisteröitymisen olla helpompaa tai vaikeampaa?

- Helpompaa
 Vaikeampaa

15. Pitäisikö nettikirjoittelun pysyä anonyymina, vai olisiko parempi jos kirjoittaja olisi aina tunnistettavissa?

- Anonyymius on parempi
 Kirjoittajan olisi parempi olla aina tunnistettavissa

16. Pitäisikö verkkotoimituksen osallistua keskusteluihin näkyvästi?

- Kyllä
 Ei

17. Pitäisikö toimituksen olla enemmän vuorovaikutuksessa lukijoiden kanssa?

- Kyllä
 Ei

18. Pitäisikö jutun kirjoittaneen toimittajan kommentoida artikkelia, palautetta tai keskustelua keskustelupalstalla/palautelaatikossa?

- Kyllä
 Ei

19. Yleisarvosanasi Tohtori.fi -sivuston keskustelupalstan seuraavista osa-alueista (1-5)

- Aiheiden määrä
 Aiheiden rajaus
 Keskusteluosioiden määrä
 Rekisteröityminen

- Keskustelijoiden määrä
- Ylläpito/moderointi
- Keskustelupalstan käytettävyys

20. Oletko tutustunut muihin Terve.fi –sivuston keskustelupalstoihin?

a) **Kyllä, seuraaviin** **En (siirry kohtaan b)**

- Helistin.fi –keskustelupalsta
- Kimallus.fi –keskustelupalsta
- Huoltamo.com –keskustelupalsta
- Verkkoklinikka.fi –keskustelupalsta

b) **En, miksi?**

- En ole käynyt muilla sivustoilla
- En ole löytänyt muiden sivustojen keskustelupalstoja
- Muut keskustelupalstat eivät kiinnosta
- Muut keskustelupalstat eivät ole toimineet
- Muiden keskustelupalstojen aiheet eivät sovellu minulle
- Muilla keskustelupalstoilla on liian vähän käyttäjiä

21. Suosikkini Terve.fi –keskustelupalstoista (laita arvojärjestys 1-3)

- Helistin.fi
- Tohtori.fi
- Kimallus.fi
- Huoltamo.com
- Verkkoklinikka.fi

Yhteystietoni arvontaa varten

Nimi:

Osoite:

Puhelinnumero:

Sähköpostiosoite:

Kiitos vastauksistasi!

Osallistu käyttäjäkyselyyn ja voita!

Mielipiteesi on tärkeä!

Darwin Media Oy kerää käyttäjäkyselyn avulla sivustolla kävijöiden mielipiteitä sivustosta, artikkeleista, keskustelupalstasta sekä sosiaalisen median käytöstä. Tutkimustuloksia käytetään sivuston kehittämiseen.

Kyselyn täyttäminen vie noin 15 minuuttia. Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan 5 kappaletta Peugeotin pippurimyllyjä. Arvonnan voittajalle ilmoitetaan voitosta henkilökohtaisesti, sekä voittajan nimi julkaistaan sivustolla arvannon päätyttyä. Mikäli haluat osallistua arvontaan, jätä meille yhteystietosi kyselyn lopussa olevaan yhteystiedot-kohtaan.

Yhteystietoja ei käytetä suoramarkkinointitarkoituksiin.

Kiitos ajastasi!

HELISTIMEN LUKIJAT

1. Vastaajan tiedot

Oletko

mies nainen

Ikäsi?

15 tai nuorempi

16-25

26-35

36-45

46-55

56-65

66 tai vanhempi

Koulutustausta

peruskoulu

ammatillinen koulutus

lukio

korkeakoulutus (ammattikorkeakoulu tai yliopisto)

2. Kuinka usein luet Helistin.fi -sivustoa? (valitse yksi vaihtoehto)

monta kertaa päivässä

kerran päivässä

useamman kerran viikossa

kerran viikossa

kerran kuukaudessa

harvemmin

3. Miten päädyit Helistin.fi -sivustolle? (valitse yksi vaihtoehto)

- Tiesin sivuston jo ennestään
- Facebookin / muun sosiaalisen median kautta
- Googlen tai muun hakukoneen kautta, etsin aihepiiriin liittyviä juttuja
- Ampparit.com / muun uutislistaussivuston kautta
- Terve.fi –sivuston kautta
- Keskustelupalstan kautta, tiesin keskustelupalstan ennestään
- Iltasanomien nettisivujen kautta
- Linkit muualta
- Jokin muu reitti, mikä?

4. Onko Helistin.fi –sivusto sinulle ensisijaisesti

- Tiedonhakupaikka (luen uutisia ja artikkeleita)
- Keskustelupalsta raskauteen ja vanhemmuuteen liittyvistä asioista
- Etsin Helistimestä eri tuotteiden mainoksia tai tietoa tuotteista

5. Mikä sai sinut lukemaan viimeksi lukemasi artikkelin? (valitse parhaiten sopiva vaihtoehto)

- Kiinnostava aihe
- Kiinnostava otsikko
- Suositukset Amppareissa tai muilla uutislistaussivustoilla
- Suositukset Facebookissa tai muualla sosiaalisessa mediassa
- Klikkasin muualla ollutta linkkiä artikkeliin
- Kavereiden/tuttavien suositukset
- Kirjoittaja
- Artikkelin pituus

6. Miksi päätit jättää jonkin artikkelin lukematta? (valitse parhaiten sopiva vaihtoehto)

- Aihe ei kiinnostanut
- Avasin linkin, mutta sivusto ei auennut
- Kirjoittaja vaikutti päätökseeni
- Artikkelin oli liian pitkä
- Artikkelin lähdesivusto ei ollut mieleeni

7. Kommentoitko viimeksi lukemaasi artikkelia?

a) Kyllä, miksi? En (siirry kohtaan b)

- Annoin positiivista palautetta
- Annoin negatiivista palautetta
- Artikkelissa oli mielestäni asiavirheitä, joista halusin huomauttaa
- Muutkin olivat kommentoineet
- Halusin osallistua keskusteluun
- Kommentoin ensisijaisesti artikkelin kirjoittaneelle toimittajalle
- Kommentoin ensisijaisesti muille lukijoille
- Artikkelia oli luettu paljon
- Muu syy, mikä?

b) En, miksi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- En halunnut kommentoida
- En ehtinyt kommentoida
- Mielestäni kommentointi on turhaa
- En löytänyt kommentointimahdollisuutta
- Kommentointi oli liian vaikeaa
- En halunnut antaa nimimerkkiäni tai muita tunnistetietoja
- Muutkaan eivät olleet kommentoineet
- Minulla ei ollut artikkelista sanottavaa

8. Annoitko tähtiä viimeksi lukemallesi artikkelille?

a) **Kyllä, miksi?** **En (siirry kohtaan b)**

- Haluan antaa palautteen artikkelista
- Halusin ilmoittaa että olen lukenut artikkelin
- Arvostelen yleensä lukemani artikkelit, jos se on mahdollista
- Haluan että toimitus reagoi palautteeseen
- Muutkin olivat antaneet tähtiä

b) **En, miksi? (voit valita useamman vaihtoehdon)**

- En pitänyt artikkelista
- En ehtinyt antaa tähtiä
- Arvosteleminen ei kiinnostanut
- Arvosteleminen oli vaikeaa
- Muut eivät olleet antaneet tähtiä
- En huomannut arvostelumahdollisuutta
- Arvostelumahdollisuutta ei ollut

9. Klikkaatko yleensä artikkelin lopussa olevia linkkejä muihin sivuston artikkeleihin tai sivuston keskustelupalstalle?

- Kyllä
- En

10. Kävitkö Helistin.fi -sivuston keskustelupalstalla?

a) **Kyllä, miksi?** **En (siirry kohtaan b)**

- Halusin osallistua aiheeseen liittyviin keskusteluihin
- Halusin lukea muiden mielipiteitä
- Halusin nähdä, millaisia keskusteluja keskustelupalstalla on
- Klikkasin artikkelin lopussa olevia linkkejä
- Etsin vertaistukea tai tietoja aiheesta omaan käyttööni
- Käyn Helistimessä keskustelupalstan vuoksi

b) **En, miksi? (voit valita useamman vaihtoehdon)**

- Keskustelupalsta ei kiinnostanut
- Minulla ei ollut sanottavaa artikkelista tai artikkelin aiheesta
- Keskustelupalsta ei latautunut tai latautui liian hitaasti
- Artikkelin perässä olevat keskustelulinkit eivät kiinnostaneet
- Keskustelupalstalla on liian vähän käyttäjiä, ei innosta osallistumaan
- En halunnut tunnustautua

11. Mitkä asiat viimeksi lukemassasi artikkelissa vaikuttavat sinuun eniten? (valitse 3 parhaiten sopivaa vaihtoehtoa)

- Artikkelin aihe
- Artikkelin pituus
- Kirjoittaja
- Toimittajan kuva
- Kirjoitustapa
- Artikkelin muotoilu
- Artikkelin alkuperäinen lähde
- Artikkelin kuvitus

12. Suositteletko yleensä artikkeleita Facebookissa? (Jos et käytä Facebookia tai sosiaalista mediaa, vastaa viimeinen vaihtoehto ja siirry kohtaan 13)

a) **Kyllä, miksi?** **En (siirry kohtaan b)** **En käytä sosiaalista mediaa**

- Halusin jakaa mielestäni mielenkiintoisen uutisen
- Halusin herättää keskustelua
- Halusin kertoa julkisesti mitä luen netistä
- Halusin kommentoida aihetta omalla nimelläni
- Halusin piristää omaani ja muiden päivää
- Aihe oli mielestäni tärkeä
- Aihe oli mielestäni hauska

b) En, miksi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- En jaa uutisia sosiaalisessa mediassa
- En halua jakaa terveyteen tai lapsiin liittyviä uutisia sosiaalisessa mediassa
- En halua, että muut tietävät millä sivustoilla liikun
- Artikkelit vaikuttaa siihen mitä jaan, ja tätä artikkeleita en nyt halunnut jakaa
- Facebook ei toiminut kunnolla
- Muu syy

13. Klikkasitko artikkelin auki www.ampparit.com -sivustolla? (Jos et lue kyseistä sivustoa, vastaa en)

a) Kyllä, miksi En

- Otsikko herätti kiinnostukseni
- Artikkelit oli saanut paljon klikkauksia
- Artikkelit oli saanut paljon suosituksia
- Artikkelin lähdesivusto vaikutti

14. Anna arvosanasi seuraaviin osa-alueisiin koskien viimeksi lukemaasi artikkelia (asteikko 1-5):

- Artikkelin sisältö
- Artikkelin otsikko
- Kommenttimahdollisuus
- Arvostelumahdollisuus (tähdet)

15. Mikä Helistin.fi –sivuston osa-alue kaipaisi mielestäsi uudistamista?

- Etusivu
- Uutiset ja artikkelit
- Uutisten jaottelukategoria
- Keskustelupalsta
- Artikkeleiden kommentointimahdollisuus
- Artikkeleiden arvostelumahdollisuus (tähdittäminen)
- Jokin muu, mikä?

2. SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ

1. Valitse netin käyttötarkoituksen tärkeys asteikolla 1-5 (1 – ei lainkaan tärkeä, 5 – äärimmäisen tärkeä). Vastaa jokaiseen kohtaan.

- Seuraan netissä uutisia ja maailman tapahtumia
- Luen sähköpostia
- Käytän nettiä opiskelun välineenä
- Käytän nettiä työni vuoksi
- Hoidan arkielämän asioita netissä
- Sosiaalinen media ja verkostoituminen
- Viihdekäyttö (esim. pelit, elokuvien lataaminen, musiikinkuuntelu jne.)

2. Oletko rekisteröitynyt esimerkiksi Facebookiin, Twitteriin tai muuhun

sosiaaliseen mediaan?

- Kyllä
- En (siirry kyselyssä verkkokeskustelut-osioon)

3. Miksi käytät sosiaalista mediaa (Facebook, Twitter yms.)? Valitse parhaiten sopivat vaihtoehdot.

- Työni vuoksi
- Opiskelun vuoksi
- Pidän yhteyttä muihin ihmisiin
- Verkostoituminen, osallistuminen tapahtumiin
- Ajanviete
- Uutisten ja artikkeleiden lukeminen
- Haluan olla ajan hermolla ja tietää mitä maailmalla tapahtuu
- Yhteenkuuluvuuden tunne, on tärkeää olla osa sosiaalista mediaa
- Haluan tietää, mitä ystävilleni/sukulaisilleni/muille tuttavilleni ja sidosryhmilleni kuuluu
- Markkinoin itseäni sosiaalisessa mediassa esim. tulevia työpaikkoja ajatellen
- Dokumentoin omaa elämäni sosiaalisen median avulla

4. Osallistutko ryhmäkeskusteluihin Facebookissa?

- Kyllä
- En

5. Miten ensisijaisesti käytät sosiaalista mediaa? Valitse mielestäsi parhaiten sopiva vaihtoehto.

- Linkitän usein asioita sosiaaliseen mediaan
- Jaan sosiaalisessa mediassa vain minua kiinnostavia asioita
- Haluan osallistua keskusteluihin tai herättää niitä
- Olen mielestäni enemmän läsnä maailmassa sosiaalisen median myötä
- Luen nettiuutisia ja keskustelupalstoja sosiaalista mediaa varten (sillä silmällä, että linkitän esim. keskusteluja sosiaaliseen mediaan)
- Luon itsestäni kuvaa sosiaalisessa mediassa sinne laittamieni linkkien ja tilapäivitysten avulla
- Pysin erottumaan joukosta
- Muulla tavoin

6. Klikkaatko Facebookiin linkitettyjä linkkejä?

a) Kyllä, miksi? b) En

- Haluan nähdä muiden linkittämiä uutisia Facebookissa
- Muiden kiinnostuksenkohteet kiinnostavat minuakin
- Facebookista on helppo jatkaa muualle linkkien kautta
- Linkin sisältö kiinnostaa minua
- Jos linkki on mainos, menen katsomaan mainostettavaa asiaa
- Linkin saamat klikkaajamäärät vaikuttavat minunkin klikkaamiseen

7. Kenen lähettämiä linkkejä klikkaat auki Facebookissa?

- Kavereiden lähettämiä linkkejä
- Tuttavien lähettämiä linkkejä
- Fanisivustojen lähettämiä linkkejä
- Virallisten tahojen (oppilaitosten, uutistoimitusten, verkkolehtien, keskustelupalstojen) lähettämiä linkkejä
- Mainoslinkkejä

8. Linkitätkö itse uutisia, keskusteluja tai muita viitteitä sosiaaliseen mediaan?

- Kyllä
- En (siirry kyselyssä kohtaan 10)

9. Millaisia linkkejä linkität sosiaaliseen mediaan? (Valitse tarvittaessa useampi vaihtoehto)

- Minua kiinnostavia uutisia tai artikkeleita
- Videoita
- Keskusteluja
- Kuvia
- Linkkejä omiin tekemiini muualla netissä (esim. kirjoittamaani blogiin tms.). Haluan kertoa linkityksilläni itsestäni.

10. Mitä mieltä olet uutisoinnin leviämisestä sosiaaliseen mediaan? (valitse parhaiten sopivat vaihtoehdot)

- Sosiaalinen media on hyvä uutisten lähde
- Sosiaalinen media on huono uutisten lähde
- Sosiaalisen median avulla tavoittaa hyvin ihmisiä
- Sosiaalisen median avulla tavoittaa huonosti ihmisiä
- Luen uutisia sosiaalisen median kautta
- En lue uutisia sosiaalisen median kautta

11. Onko sosiaalinen media hyvä uutiskanava?

- Kyllä
- Ei

12. Tykkäätkö (klikkaatko peukalon kuvaa) asioista Facebookissa?

- Kyllä
- En

13. Onko sosiaalinen media hyvä keskustelukanava?

- Kyllä
- Ei

14. Voiko asioihin vaikuttaa sosiaalisen median kautta?

- Kyllä
- Ei

15. Voisitko luopua sosiaalisen median käytöstä?

- Kyllä
- En

16. Voisiko uutisoinnin lopettaa sosiaalisessa mediassa?

- Kyllä
- Ei

17. Mitä sisältöä sosiaalinen media antaa elämääsi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Ihmissuhteita
- Lisää tietoa
- Ajanvietettä
- Yhteenkuuluvuutta
- Mahdollisuuden vaikuttaa
- Näkyvyyttä
- Mainetta
- Muuta

18. Mihin aikaan vuorokaudesta käytät Facebookia eniten?

- aamulla (klo 06-09)
- aamupäivällä (klo 9-12)
- keskipäivällä (klo 12-15)
- iltapäivällä (klo 15-18)
- illalla (klo 18-21)
- myöhäisillalla (klo 21-00)
- yöllä (klo 00-03)
- aamuyöllä (klo 03-06)

19. Tykkäätkö Helistimestä Facebookissa?

- Tykkään
- En

20. Luetko Helistimen Facebook-sivun lähettämiä tilapäivityksiä?

- Luen niitä omasta uutisvirrastani
- Luen niitä vieraillessani Helistimen Facebook-sivulla
- Ne näkyvät uutisvirrassani, mutta en lue niitä
- Olen piilottanut helistimen tilapäivitykset uutisvirrastani, enkä lue niitä ollenkaan
- Olen piilottanut helistimen tilapäivitykset uutisvirrastani, mutta luen niitä vieraillessani Helistimen Facebook-sivulla

21. Jos olet piilottanut helistimen tilapäivitykset tai jos et muusta syystä lue niitä, miksi?

- Niitä tulee liian usein
- Niitä tulee minulle epäsuotuisaan aikaan
- Niiden aiheet eivät kiinnosta minua
- Muu syy, mikä?

22. Mitä mieltä olet Helistimen tapahtumista ja kilpailuista Facebookissa?

- En ole huomannut niitä
- Olen osallistunut niihin mielelläni
- Olen huomannut ne, mutta en ole osallistunut, miksi?

23. Miten Helistimen toimintaa Facebookissa voisi kehittää tilapäivityksiä ajatellen?

Vapaa sana

24. Miten Helistimen toimintaa Facebookissa voisi kehittää tapahtumia ja kilpailuja ajatellen?

Vapaa sana

25. Jos Helistin loisi Facebookiin ryhmiä, millaisiin ryhmiin sinä liittyisit?

- Avoimiin ryhmiin
- Suljettuihin ryhmiin

3. VERKKOKESKUSTELUT

1. Oletko kirjoittanut Helistin.fi -sivuston keskustelupalstalle?

- Kyllä
- En

2. Miten päädyit Helistin.fi –sivuston keskustelupalstalle?

- Googlen tai muun hakukoneen kautta
- Helistin.fi –sivuston artikkeleiden kautta
- Tiesin Helistin.fi –sivuston keskustelupalstasta jo ennestään
- Minulle suositeltiin Helistin.fi –sivuston keskustelupalstaa
- Muiden Terve.fi –sivustojen linkkien kautta
- Löysin keskustelupalstalle linkkien kautta muualta netistä

3. Käytätkö nettikeskusteluissa

- omaa nimeäsi
- rekisteröityä nimimerkkiä
- Olen anonyymi tai käytän keksittyä nimimerkkiä

4. Vaikuttaako rekisteröityminen/nimimerkki kirjoituksiisi mitenkään?

a) **Kyllä, miten? (voit valita useamman vaihtoehdon)** b) **Ei**

- Kirjoitan nimimerkillä pidempiä tekstejä, kuin muuten kirjoittaisin
- Kirjoitan nimimerkillä lyhyempiä tekstejä, kuin muuten kirjoittaisin
- Kirjoitan todenmukaisia asioita nettiin
- Kirjoitan muokattua tietoa nettiin
- Kirjoitan provosoivammin
- Kirjoitan asiallisemmin
- Viestieni määrä vaikuttaa kirjoittamiseeni

5. Millaiset keskustelut sinua kiinnostavat? (3 kiinnostavinta)

- Lukemaani artikkeliin liittyvät keskustelut
- Minua kiinnostaviin aiheisiin liittyvät keskustelut
- Paljon osallistujia sisältävät keskustelut
- Provosoivat keskustelut
- Hiljaiset keskustelut (vähän osallistujia)
- Tuoreet keskustelut
- Vanhat keskustelut
- Keskustelut tuntemattomista aiheista
- Sosiaaliseen mediaan linkitetyt keskustelut

6. Minulle tärkeintä keskustelupalstalla on (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Lisätieto lukemastani aiheesta
- Omien kokemuksieni kertominen
- Muiden keskustelijoiden kokemukset
- Vertaistuki
- Yleinen keskustelu aiheesta
- Yleinen keskustelu mistä tahansa asiasta

7. Vaikuttaako muiden keskustelijoiden määrä osallistumiseesi?

- Kyllä
- Ei

8. Vaikuttaako ylläpito/moderointi kirjoittamiseesi?

- Kyllä
- Ei

9. Onko hyvä, että palstoja valvotaan?

- Kyllä
- Ei

10. Onko hyvä, jos lukijat ovat itse moderaattoreina?

Kyllä
 Ei

11. Pitäisikö netinkäyttöä tiukentaa/valvoa enemmän?

Kyllä
 Ei

12. Huomioitko nettiin kirjoittaessasi aiheeseen liittyvät lait ja säännöt?

Kyllä
 En

13. Onko nettiin kirjoittaminen helppoa vai vaikeaa?

Helppoa
 Vaikeaa

14. Pitäisikö kirjautumisen/rekisteröitymisen olla helpompaa tai vaikeampaa?

Helpompaa
 Vaikeampaa

15. Pitäisikö nettikirjoittelun pysyä anonyymina, vai olisiko parempi jos kirjoittaja olisi aina tunnistettavissa?

Anonyymius on parempi
 Kirjoittajan olisi parempi olla aina tunnistettavissa

16. Pitäisikö verkkotoimituksen osallistua keskusteluihin näkyvästi?

Kyllä
 Ei

17. Pitäisikö toimituksen olla enemmän vuorovaikutuksessa lukijoiden kanssa?

Kyllä
 Ei

18. Pitäisikö jutun kirjoittaneen toimittajan kommentoida artikkelia, palautetta tai keskustelua keskustelupalstalla/palautelaatikossa?

Kyllä
 Ei

19. Yleisarvosanasi Helistin.fi -sivuston keskustelupalstan seuraavista osa-alueista (1-5)

Aiheiden määrä
 Aiheiden rajaus
 Keskusteluosoiden määrä
 Rekisteröityminen
 Keskustelijoiden määrä
 Ylläpito/moderointi
 Keskustelupalstan käytettävyys

20. Oletko tutustunut muihin Terve.fi -sivuston keskustelupalstoihin?

a) Kyllä, seuraaviin En (siirry kohtaan b)

Tohtori.fi –keskustelupalsta
 Kimallus.fi –keskustelupalsta
 Huoltamo.com –keskustelupalsta
 Verkkoklinikka.fi –keskustelupalsta

b) En, miksi?

- En ole käynyt muilla sivustoilla
- En ole löytänyt muiden sivustojen keskustelupalstoja
- Muut keskustelupalstat eivät kiinnosta
- Muut keskustelupalstat eivät ole toimineet
- Muiden keskustelupalstojen aiheet eivät sovellu minulle
- Muilla keskustelupalstoilla on liian vähän käyttäjiä

21. Suosikkini Terve.fi –keskustelupalstoista (laita arvojärjestys 1-3)

- Helistin.fi
- Tohtori.fi
- Kimallus.fi
- Huoltamo.com
- Verkkoklinikka.fi

Yhteystietoni arvontaa varten

Nimi:

Osoite:

Puhelinnumero:

Sähköpostiosoite:

Kiitos vastauksistasi!