

Facebookista nettihiteiksi

Sosiaalisen median vaikutus verkkouutisten tuotantoon

Yagmur Özberkan

Kaupan ja kulttuurin alan opinnäytetyö
Viestinnän koulutusohjelma
Medianomi (AMK)

TORNIO 2014

TIIVISTELMÄ

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU, Kaupan ja kulttuurin alan

Koulutusohjelma:	Viestinnän koulutusohjelma
Opinnäytetyön tekijä(t):	Yagmur Özberkan
Opinnäytetyön nimi:	Facebookista nettihiteiksi. Sosiaalisen median vaikutus verkkouutisten tuotantoon
Sivuja (joista liitesivuja):	46 (14)
Päiväys:	1.4.2014
Opinnäytetyön ohjaaja(t):	Anne Jaakola & Jetta Huttunen
<p>Tutkin opinnäytetyössäni sosiaalisen median vaikutusta verkkouutisten tuotannossa. Tavoitteena on selvittää, miten sosiaalinen media vaikuttaa verkkouutisten tuotantoon ja miten se otetaan huomioon verkkouutisia tehdessä.</p> <p>Tutkimuskysymykseni ovat: miten sosiaalinen media vaikuttaa verkkouutisten tuotantoon, miten sosiaalinen media otetaan huomioon verkkouutisia tehdessä, miten sosiaalisesta mediasta poimitaan uutisia ja miten sosiaalisesta mediasta saadaan nettihittejä.</p> <p>Tutkin aihetta käsittelemällä kolmea Facebookista lähtöisin olevaa tapausta, jotka kaikki ovat nousseet verkkohiteiksi. Yksi verkkohiteistä, joita käsittelen opinnäytetyössäni, on oma verkkojuttuni, jonka tein työharjoittelun aikana Yle Turun toimituksessa.</p> <p>Aineistoksi opinnäytetyössäni haastattelin muun muassa Yle Turun toimituksen uutispäällikköä, joka kertoo Yle Turun toimituksen käytännöt verkkouutisia tehdessä ja joka hyödyntää työssään sosiaalista mediaa.</p> <p>Keskeisen tuloksen perusteella voin sanoa, että sosiaalisen median vaikutus verkkouutisten tuotannossa on suuri ja sosiaalisen median tulevaisuus verkkouutisten saralla valoisia.</p>	
Asiasanat: sosiaalinen media, Facebook, nettihitti, netti-ilmiö	

ABSTRACT

LAPLAND UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business and Culture

Degree programme:	Degree programme in Media Communication
Author(s):	Yagmur Özberkan
Thesis title:	From Facebook to a web hit. The impact of social media on network news content
Pages (of which appendixes):	46 (14)
Date:	1 April, 2014
Thesis instructor(s):	Anne Jaakola & Jetta Huttunen
<p>I study in this thesis research the impact of social media on network news content. The objective is to find out how social media influences the production of news content and how this influence is taken into consideration when making the network news.</p> <p>The research questions addressed in this thesis are as follows: How does social media influence on news content? How is social media taken into consideration when making the news network? How are news picked up from social media? and How can social media provide web hits?</p> <p>The topics of this thesis research are studied by dealing with three cases originating from Facebook. All of these three cases have emerged to become web hits. One of the web hit cases dealt with in this research has my own handprint on it and I completed it during my internship at Yle Turku.</p> <p>For collecting data for this thesis research, I interviewed e.g. the news director of Yle Turku. The news director of Yle Turku explained the practices in the delivery of the network while making the news, taking advantage of social media in their work.</p> <p>On the basis of the research results, it can be stated that the impact of social media on online news content is notable. In addition, the future outlook for social media network news is bright.</p>	
Asiasanat: social Media, Facebook, web hit, web phenomenon	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ.....	2
ABSTRACT	3
SISÄLLYS	4
1 JOHDANTO.....	5
2 MEDIAMAAILMA MURROKSESSA.....	7
2.1 Sosiaalisen median käyttö	8
2.2 Kenestä tahansa voi tulla ”toimittaja”	9
3 YLE TURUN TOIMITUKSEN KÄYTÄNNÖT VERKKOUUTISIA TEHDESSÄ .	11
3.1 Uutisaiheiden poiminen verkosta.....	11
3.2 Hyvän journalismin vaatimus	12
4 FACEBOOKISTA NETTIHITEIKSI.....	15
4.1 Vr:n vessa-tapaus	16
4.2 Hullut päivät ilmapallo-tapaus.....	21
4.3 Maahanmuttajat-tapaus.....	24
5 POHDINTA.....	30
LÄHTEET	9
LIITTEET.....	32

1 JOHDANTO

Tutkin opinnäytetyössäni sosiaalisen median vaikutusta verkkouutisten tuotantoon. Internet ja teknologia kehittyvät jatkuvasti, ja media on poikkeuksellisen vahvassa muutostilassa. Suomeen on hiljalleen rantautumassa some-seuranta, joka on ollut esimerkiksi Yhdysvalloissa jo kauan käytössä. Toimituksissa toimittajat etsivät uutisaiheita sosiaalisesta mediasta tai tarttuvat aiheisiin sosiaalisen median kautta.

Olin neljä kuukautta Yle Turun toimituksessa harjoittelussa, ja tein muun muassa jutun, joka oli lähtöisin Facebook-tilapäivityksestä. Se sai yksinomaan Yle Turun sivuilla yli 50 000 lukijaa. Avaan opinnäytetyössäni muitakin sosiaalisesta mediasta lähtöisin olevia aiheita, joista on tullut verkkohittejä eli aiheet ovat saaneet paljon lukijoita ja jakoja verkossa. Tutkimuksessa käyttämäni sanat nettihitti, netti-ilmiö sekä some-hitti viittaavat kaikki termiin verkkohitti.

Nykyisessä sosiaalisiin verkostoihin perustuvassa yhteiskunnassa kenestä tahansa kansalaisesta voi tulla vaikutusvaltainen ”toimittaja”. Ihmiset käyttävät yhä aktiivisemmin sosiaalista mediaa. Hyvät blogit ja puheenaiheet leviävät kovaa vauhtia sosiaalisessa mediassa. Ihmiset hakeutuvat alkuperäisen lähteen äärelle. Tavallisen koulutytön blogi voi saada 20 000 jakoa viikonlopun aikana. Mihin perinteistä mediaa siis enää tarvitaan?

Päätutkimuskysymykseni on, miten sosiaalinen media vaikuttaa verkkouutisten tuotantoon. Selvitin, miten Yle Turun toimitus hyödyntää sosiaalista mediaa toimituksessa, ja kuinka hyödyllisenä se siellä koetaan. Haastattelin muun muassa Yle Turun toimituksen uutispäällikköä Satu Aaltosta, joka on käyttänyt työssään sosiaalista mediaa jo 3 - 4 vuoden ajan. Keskityn erityisen paljon opinnäytetyössäni tapauksiin, joissa sosiaalisesta mediasta poimitut aiheet ovat rikkoneet nettilukemat.

Käsittelen kolmea tapausta, jotka kaikki ovat lähtöisin Facebookista, ja joihin toimittajat ovat tarttuneet ajattelematta tuleeko niistä nettihittejä vai ei. Kaikki tapaukset ovat kuitenkin heränneet paljon keskustelua, saaneet paljon jakoja ja kaikkia voidaan kutsua nettihiteiksi.

Rajasin aiheeni verkkouutisiin, koska uskon, että sosiaalinen media vaikuttaa niihin muita uutisia nopeammin ja ne kehittyvät rinnakkain kohti tulevaisuutta. Valitsin aiheeni, koska sosiaalinen media tekee mielestäni ihmeitä uutisiin, ja etenkin verkkouutisiin.

”Viestinnän ja informaation kulta-ajan ikävä puoli on, ettei ole keinoa tietää mitä oikein on tapahtumassa.” (El Roto 2010)

2 MEDIAMAAILMA MURROKSESSA

Sosiaalinen media on vallannut internetin ja sen kautta myös uutismaailman. Sosiaalisella mediallyä tarkoitan Facebookia, Twitteriä sekä blogeja. Joukkoviestintä ei ole enää entisellään. Espanjalais-ranskalainen toimittaja Ignacio Ramonet toteaa, että kyseessä on paradigman muutos. Sanomalehdet, radio ja televisiouutiset, jotka ovat tähän asti hallinnoineet, korjanneet ja muotoilleet informaatiota, ovat joutuneet sivuosaan. (Ramonet 2012, 9, 10.)

Internet on haastanut sanomalehdistön ja muut perinteiset uutismediat monella tapaa niin taloudellisesti, journalismin sisältöjen kuin yleisösuhteenkin kannalta. (Väliverronen 2009; Aitamurto 2010; Uskali 2011.) Tilanne on sanomalehtien ja muiden perinteisten uutismedioiden kannalta paradoksaalinen (ristiriitainen).

Median käyttäjät ovat jakautuneet nykyisin kahteen sukupolveen, on uusi sekä vanha sukupolvi. Vanha sukupolvi on sanomalehtien ja television sukupolvi, uusi sen sijaan internetin ja sosiaalisen median sukupolvi. Jos Yhdysvaltoja pidetään suunnan näyttäjänä, niin kuin yleensä, siellä nuorten kohdalla internet on jo ohittanut lehdet ja nyt myös television ensimmäisen kerran pääuutislähteenä (Pew 2011). Koko väestölle kuitenkin televisio on edelleen tärkein uutislähde, internet toiseksi tärkein ja sanomalehdet tulevat kolmantena. (Matikainen 2011, 9, 24.)

Nuorempi sukupolvi eroaa hyvin usein vanhemmasta sukupolvesta, ja usein ajatellaan, että nuoremman sukupolven toimintatapa on tulevaisuutta, jota kohti kaikki menevät. Näin voidaan ajatella erityisesti sosiaalisen median käytöstä, koska nuoriso käyttää sosiaalista mediaa hyvin tehokkaasti. (Matikainen 2011, 9.)

Median historiassa on aiemminkin ollut suuria murroksia; television läpimurto murroksista ehkä suurin. Silti vanhat mediamuodot eivät täysin katoa. Bolter & Grusin (1999) käyttävät käsitettä **remediaatio** kuvamaan tätä ilmiötä. Uusi media ei syrjäytä vanhaa, vaan uusi media omaksuu, muokkaa ja soveltaa vanhaa mediaa uudella tavalla. Tämä tulee elävästi esille verkossa.

Wikipedian (2013) mukaan remediaatio tarkoittaa tietyn median esittämistä toisessa mediassa. Mediatutkimuksessa remediaatio merkitsee sitä, että uusi media aina parantaa vanhaa mediaa. World wide web (www) ja varsinkin sen graafinen käyttöliittymä merkitsi aiempien medioiden mukauttamista uuteen kommunikaatioympäristöön. Esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehdet alkoivat julkaista paperisen lehden rinnalla verkkoversioita.

Verkkosisältöjä luetaan, kuunnellaan ja katsellaan, koska verkon käyttö on nopeaa ja rajatonta.

2.1 Sosiaalisen median käyttö

Kuka olisi voinut uskoa, kun Twitter perustettiin vuonna 2006, mitä kaikkea sen 140 merkkiä aiheuttaisivat. The New York Timesia Twitterissä seuranneiden määrä oli kolminkertainen verrattuna lehden painosmäärään.

Facebook täytti tänä vuonna kymmenen vuotta. Facebookin perustaja Mark Zuckerberg suunnitteli sivuston alun perin ainoastaan yliopiston sisäiseen käyttöön. Facebook ylitti ensimmäisen kerran miljardin kuukausittaisen käyttäjän rajan vuonna 2012. (Wikipedia) Facebookista on myös tullut erittäin vahva uutislähde, yhtä lailla myös Twitteristä sekä erilaisista blogeista. Hyvät blogit saavat jatkuvasti paljon jakoja sekä lukijoita.

Uutistoimituksissa hyödynnetään nykypäivänä sosiaalista mediaa uutisaiheita etsiessä tai uutisia tehdessä.

Verkon ja sosiaalisen median vaikutus yhteiskuntaan voi olla erittäin suuri. Sosiaalinen media mahdollistaa yksilölle merkityksellisen asian julkistamisen, mistä voi vaikutusvaltaisimmillaan syntyä jopa valtakunnallista keskustelua. (Liite 3.) Sosiaalisen median synnyttämällä keskustelulla voi olla myös kääntöpuolensa. Turkin presidentti Abdullah Gul vahvisti tiukan internetin valvontalain, jonka seurauksena menetti 80 000 Twitter-seuraajaa.

Janne Matikaisen mukaan sosiaalisen median käytön tärkeimpiä syitä ovat sosiaaliset motiivit. Me käytämme sosiaalista mediaa, koska haluamme olla vuorovaikutuksessa toisten ihmisten kanssa. Haluamme jakaa ja keskustella eri aiheista. Se on helppoa, siitä

tulee hyvä mieli, sitä mahdollisesti ajattelee kuuluvansa johonkin ja se on ehdottomasti muotia.

Heikoin motiivi taas Janne Matikaisen mukaan on sosiaalisen median täsmällisyys, sosiaalista mediaa ei käytetä täsmällisen tiedon vuoksi.

Perinteistä mediaa taas käytetään sen luotettavuuden, nopeuden ja tuttavuuden takia. Sosiaalista mediaa taas nimensä mukaisesti, sosiaalisten syiden vuoksi. Sosiaalisia syitä ovat jakaminen, toisten tapaaminen, muiden käyttäjien kirjoitusten lukeminen sekä tietysti vapaus julkaista omia tuotoksia. Ihmisten tarve olla yhdessä, jakaa asioita ja halu tietää uusista asioista on todennäköisesti universaali piirre. (Matikainen 2011, 8.)

2.2 Kenestä tahansa voi tulla ”toimittaja”

Yhteiskuntamme keskittyy nykyään hyvin paljon verkkoon sekä sosiaaliseen mediaan. Vuonna 2010 tehdyn tutkimuksen mukaan suomalainen käyttää erilaisia medioita keskimäärin runsaat kahdeksan tuntia vuorokaudessa. (TNS Atlas 2010.) Nykypäivänä ihmiset käyttävät paljon älypuhelimia. Olemme jatkuvasti verkossa tai jonkun sosiaalisen median ihmeellisessä maailmassa. Nuoremmalle sukupolvelle internetin käyttö on väistämättä ensimmäisellä sijalla, sillä nuori hyödyntää verkkoa sekä sosiaalista mediaa arjessaan jatkuvasti. Nykyään aikuiset ovat yhtä lailla internet-riippuvaisia kuin nuoretkin. Verkon ja sosiaalisen median käyttöä on kytkenyt sukupolviin kanadalainen Don Tapscott (2010), jonka mukaan nettisukupolvi on syntynyt vuosina 1977-1997. Nettisukupolven muodostamiselle olennaista on se, että nettisukupolvi on kasvanut digitaalisten laitteiden ympäröimänä. Laajemmin ajateltuna verkon käyttäjät eivät ole enää nykypäivänä pelkkiä vastaanottajia, lukijoita, kuulijoita tai katsojia. He kirjoittavat, puhuvat, valokuvaavat, videokuvaavat, kommentoivat ja analysoivat. Tästä syystä nykyisessä sosiaaliin verkostoihin perustuvassa yhteiskunnassa kenestä tahansa kansalaisesta voi tulla vaikutusvaltainen ”toimittaja”.

Matikaisen mukaan median, verkon ja sosiaalisen median käyttötavat voidaan jakaa kolmeen: Aktiiviset tuottajat, jakajat ja passiiviset seuraajat eli perinteinen mediayleisö.

Yleisradion uutistoiminnan vastaava päätoimittaja Atte Jääskeläinen sanoo yleisön olevan sekä passiivinen että aktiivinen. Jääskeläisen mukaan passiivinen kuluttaa perinteistä mediaa ja aktiivinen uusi sukupolvi taas haluaa itse vaikuttaa sisältöön, jopa tuottaa sitä itse. (Matikainen 2011, 40.) Tätä esiintyy tutkimuksessa käsitellyissä tapauksissa.

Jääskeläisen mukaan suhde uutiseen alkaa perustietoisuudesta. Kun aihe kiinnostaa riittävästi, ihminen alkaa seuramaan sitä passiivisesti. Tarjolle tulevista lähteistä: luetaan ja katsellaan aiheesta se, mikä silmiin osuu. Riittävän kiinnostavasta aiheesta aloitetaan aktiivinen selvittely, jonka jälkeen muodostetaan mielipide. Osa aiheista kiinnostaa, koska niillä saattaa olla suora vaikutus elämään. Osaan aiheista syntyy aktiivinen suhde, koska ne voivat olla yleisesti kiinnostavia tai sosiaalista pääomaa, puheenaiheita. Jääskeläinen painottaa sosiaalisen median käytön yksinkertaisuutta, kun sitä voi päivittää sohvalla maaten tabletilla tai kännykällä. (Matikainen 2011, 41, 42, 43.)

Perinteiset joukkoviestimet – radio, televisio ja sanomalehdet ovat siirtyneet osaksi internetiä ja kilpailevat erilaisten sosiaalisten medioiden ja ilmaisen sisällöntuotannon kanssa. Nykyään periaatteessa kuka tahansa, jolla on käytössä tietokone ja internet, voi harjoittaa joukkoviestintää. Tämä onnistuu vaikkapa lataamalla itse kuvattu video YouTubeen. Sosiologi Manuel Castells on kutsunut ilmiötä henkilökohtaiseksi joukkoviestinnäksi. (Seppänen & Väliverronen 2012, 16.)

Janne Seppäsen sekä Esa Väliverroksen mukaan henkilökohtainen joukkoviestintä on sekoitus perinteistä joukkoviestintää sekä uusia mediavälitteisiä keskinäis- ja ryhmäviestinnän muotoja. He tarttuvat myös Castellsin antamaan esimerkkiin kuten YouTubeen ladattuihin videoihin, monien verkkosivustojen kautta levitettäviin blogeihin ja ketjutettuihin sähköposteihin. Ne ovat Seppäsen ja Väliverroksen mukaan joukkoviestintää siinä mielessä, että niiden kautta voidaan tavoittaa laajoja myös globaaleja yleisöjä. (Seppänen & Väliverronen 2012, 194.)

3 YLE TURUN TOIMITUKSEN KÄYTÄNNÖT VERKKOUUTISIA TEHDESSÄ

Suoritin neljän kuukauden työharjoittelun Yle Turun aluetoimituksessa, jolloin keksin oppinnäytetyöni aiheen. Aluetoimituksessa tuotetaan uutisia eri medioiden kautta. Käytössä ovat tv-uutiset, radiouutiset, verkkouutiset sekä sosiaalinen media. Aikataulusta riippumatta uutisjuttu tehdään yleensä kaikkiin toimituksessa käytössä oleviin kolmeen tiedotusvälineeseen. Uutiskeikalta tultua, riippuen aiheen kiireellisyydestä, editoitiin juttu seuraaviin radiouutisiin. Samalla kirjoitettiin verkkosivuille aiheesta ja tv-juttu tuli ulos illan tv-lähetyksessä. Monimediajournalismia toden teolla. Kaikkia aiheita ei tosin aina ollut mahdollista toteuttaa kaikissa kolmessa välineessä, vaikka siihen aina pyrittiin. Haastateltavat eivät halunneet esimerkiksi esiintyä televisiossa, vaikka kyseessä ei edes olisi ollut arka aihe. Tai aihe ei itse kantautunut tv-jutuksi. Ajoittain saatettiin myös miettiä aiheita ainoastaan verkkouutisiin, koska verkon kautta on hyvin nopeaa ja helppoa viestittää aiheista lukijoille. Yle Turun toimituksen tärkein uutisointiväline on edelleen radio, koska keskimäärin arkipäivänä Turun Radiolla on 130 000 kuuntelijaa. Toimitus saa radion puolelta eniten seuraajia. siitä huolimatta sosiaalisen median vaikutus on otettu huomioon verkkouutisia tehdessä.

Yle Turun uutispäällikön Satu Aaltosen mukaan Yle Turun aluetoimituksessa some-seuranta on tiettyjen ihmisten harteilla ja eikä kaikkia velvoiteta siihen. Aaltonen itse on käyttänyt Twitteriä 3-4 vuoden ajan, ja hänen mielestään se on hyvin vakavasti otettava uutisväline, koska sieltä näkee, jos jossain palaa tai on laiva karilla. Twitteristä pystyy myös bongaamaan puheenaiheita sekä ilmiöitä. Twitter on yhtä hyödyllinen kuin, että juttelee ihmisten kanssa kasvokkain, löytää aiheita lukemalla lehtiä, kuuntelee torikeskusteluja tai sivukorvalla muita bussissa. Minkä takia suljettaisiin korvia maailmalta, kun se on niin helppo ja suora kanava. Aaltonen poimisikin joka päivä uutisiin vähintään yhden aiheen sosiaalisesta mediasta. (Aaltonen 27.1.2014, haastattelu.)

3.1 Uutisaiheiden poimiminen netistä

Yle Turun toimituksen suurin yleisö on radiossa. Silti toimitus yrittää keskittyä kolmeen eri välineeseen yhtä paljon. Verkkouutisia tehdessä iskee vain hyvin helposti vauh-

tisokeus, koska toimitus saa heti reaaliaikaiset luvut siitä kuinka moni on klikannut mitään otsikoita. Aamupalaverissa pystyy siten välittömästi analysoimaan missä on onnistuttu ja mitä olisi voinut tehdä toisin. Radiosta ja televisiosta taas ei ole mahdollista saada samanlaista reaaliaikaista palautetta heti, koska kuuntelija- sekä katsojakäyrät tulevat paljon myöhemmin eivätkä ole niin yksityiskohtaisia kuten verkossa. (Aaltonen 27.1.2014, haastattelu.)

Yle Turun toimituksen uutispäällikkö Satu Aaltonen nostaisi yhden aiheen joka päivä sosiaalisesta mediasta, koska hänen mielestään esimerkiksi Twitter on erittäin vakavasti otettava uutisväline. Tärkeää on kuitenkin muistaa lähdekritiikki. Yhden twiitin perään ei lähdetä, vaan tarkistetaan toisesta lähteestä pitääkö väittämä paikkansa ja sitä mukaa tehdään uutisia ja kehitellään niistä mahdollisia jatkojuttuja.

Tietyt aiheet ja tapahtumat saavat yleensä sosiaalisessa mediassa paljon jakoja sekä herättävät paljon keskustelua. (Aaltonen 27.1.2014, haastattelu.) Kyseisillä aiheilla on uutisten piirteitä, koska ne ovat herättäneet suuren ihmisjoukon huomion. Aiheisiin tartutaankin useasti siten, että on huomattu jonkun aiheen herättäneen paljon keskustelua tai saaneen paljon jakoja. Herääkin kysymys, millä perusteella aiheisiin Yle Turun toimituksessa tartutaan ja miten niistä tehdään oikeita uutisia?

Yle Turun toimituksen uutispäällikön mielestä tietyn sosiaalisen median avaus voisi jo olla uutinen, riippuen siitä kuka sen sanoo ja minkälaisessa asemassa viestin lähettäjä on. Aaltonen antaa esimerkkinä ministerin blogin. Ministerin blogi on sosiaalista mediaa, ja siitä voi saada suoran uutisen. (Aaltonen 27.1.2014, haastattelu.)

3.2 Hyvän journalismin vaatimus

Hyvät blogit ja puheenaiheet leviävät verkossa todella nopeasti ja ihmiset hakeutuvat alkuperäisen lähteen äärelle. Tavallisen koulutyön blogi voi saada 20 000 jakoa viikonlopun aikana, joten mihin perinteisteistä mediaa enää siinä välissä tarvitaan. Meidän tulee jalostaa niitä näkökulmia omiksi jutuiksi sekä hankkia lisää monipuolisia uskottavia lähteitä, jotta voimme tarjota lisää arvoa juttuihin. (Aaltonen 27.1.2014, haastattelu.)

Verkon ja sosiaalisen median kautta on hyvin helppoa olla kontaktissa kuulijoihin ja lukijoihin. Niin kuin kaikella myös tällä on hyvät ja huonot puolensa. Aaltosen mukaan paras puoli siinä, että sosiaalista mediaa käytetään verkkouutisissa, on ehdottomasti suora kontakti yleisöön. Voi heittää Twitteriin tai Facebookiin kysymyksen, tai etsiä niiden kautta asiantuntijan haastateltavaksi juttua varten. Kyseisiä asioita ei pysty radiossa kuuluttamaan, ja ihmisillä saattaa olla joskus iso kynnyks ottaa yhteyttä toimitukseen. Henkilökohtaisten verkostojen tulee yltää hyvin laajalle sosiaalisessa mediassa, jotta lähteiden sekä haastateltavien saanti helpottuu.

Huonot puolet taas ovat siinä, että kun sosiaalista mediaa käytetään verkkouutisia tehdessä, saatetaan menettää suhteellisuudentaju. Kun jostain aiheesta tulee niin sanotusti some-hitti, se lähtee vyörymään. Kansa raivoaa, tai ainakin oletetusti kansa raivoaa. Siinä kohtaa unohdetaan laittaa asia oikeisiin mittasuhteisiin. Tapahtumien vyöry on sitä, että lähdetään nettikansan imussa luomaan jotain ilmiöitä, ja sitten unohdetaan miettiä, kuinka montaa ihmistä tämä asia koskettaa. (Aaltonen 27.1.2014, haastattelu.)

Toinen huono puoli on se, että kaikki eivät elää nettiäikää. Aaltonen antaaakin esimerkkinä sen, että Radio Suomen maakuntaradion, Yle Turun, kuuntelijakunta koostuu suurimmaksi osaksi yli 70-vuotiaista, jotka eivät elä samaa nettiäikää kuin itseään nuoremmat eivätkä halua siitä kuulla. (Aaltonen 27.1.2014, haastattelu.)

Aaltonen pohtii sitä, että jutut tulisi tehdä hyvien journalismiohjeiden mukaan eikä miettiä klikkauksia. Aaltonen miettii jokaisen nettijutun kohdalla, minkä takia lähteenä oli juuri tämä. Pitäisikö lähteitä olla useampia, ja pitäisikö niiden olla monipuolisempia? Nettijuttuihin tulisi suhtautua ihan yhtä vakavasti kuin sanomalehtien juttuihin. Ennen ajateltiin, että nettijutut tulevat ja menevät, mutta asia on juuri päinvastoin, koska nettijutut eivät katoa koskaan, kun taas printtijutut ovat seuraavana päivänä ”kääritynä ka-laan.” Samat virheet kertautuvat ja tulevat aina uusissa hauissa ja linkitysten kautta uudelleen esiin. Ne ovat ikuisia virheitä, mitä nettiin kirjoitetaan. (Aaltonen 27.1.2014, haastattelu.)

Toimitus keskittyy kaikkiin välineisiinsä yhtä paljon, ja kaikki kolme välinettä ovat yhtä tärkeitä, mutta uutispäällikkö myöntää, että tv-juttujen teko vaatii eniten tekijöitä, koska niiden teko on työlästä. Toimittaja Aaltonen haluaisi keskittyä radio-ohjelmien tekemiseen, koska siellä on yleisö, ja verkkouutisten tekemiseen hän toivoisi lisää resursseja.

Sosiaalisen median läsnäolo on Aaltosen mukaan Yle Turun toimituksessa vielä vähän liian satunnaista. Sosiaalista mediaa hyödynnetään sen mukaan, kuka on vuorossa, kuka muistaa tarkkailla ja kuka ehtii. Toimittaja Aaltonen haluaisi Yle Turun toimitukseen oman ”some-deskin”. (Aaltonen 27.2.2014, haastattelu.)

4. FACEBOOKISTA NETTIHITEIKSI

Aiemmissä alaluvuissa käsiteltiin sitä miten sosiaalinen media on vallannut internetin ja sen kautta verkkouutiset. Sosiaalisen median suosio kasvaa koko ajan. Ihmiset haluavat jakaa, kirjoittaa ja olla läsnä yhä enemmän, ja se on hyvin helppoa sosiaalisen median avulla. Ei ole varmasti kenellekään sosiaaliseen mediaan tutustuneelle jäänyt epäselväksi se, että ihmiset voivat kirjoittaa sinne mitä vain ja mistä vain.

Tulevissa alaluvuissa käydään läpi kolmea tapausta, jotka kaikki ovat lähtöisin Facebookista ja jotka kaikki nousivat nettihiteiksi. Nettihitit tarkoittavat nettijuttuja, jotka ovat saaneet todella paljon lukijoita, sillä aiheet ovat nousseet netin hiteiksi. Eri verkkosivut pursuavat kyseisiä nettijuttuja. Suuren suosion saavuttaneita asioita kutsutaan verkossa netti-ilmiöiksi. Ne voivat usein syntyä tahattomasti tai puolivahingossa, mutta leviävät äärettömän nopeasti. (Wikipedia, internet-ilmiö.)

Facebookista nettihiteiksi -ajatus tarkoittaa sitä, kun joku tavallinen ihminen jakaa Facebookissaan jonkin mielenkiintoisen tilapäivityksen tai linkin, johon muut Facebook-käyttäjät ovat tarttuneet jakamalla sen omalle seinälleen. Satunnainen uutistoimitus huomaa, kuinka suuren suosion kyseinen tilapäivitys tai linkki on saavuttanut ja päättää lähteä rakentamaan siitä oikeaa uutista. Muut mediat huomaavat myös suurta mielenkiintoa herättäneen jutun ja päättävät vielä laatia oman uutisensa aiheesta. Näin yksittäisestä tilapäivityksestä on tullut nettihitti, joka on vallannut verkon sekä sosiaalisen median.

Kaikki kolme nettihiteiksi noussutta Facebook-päivitystä ovat herättäneet paljon keskustelua sosiaalisessa mediassa ja kaikkia on jaettu paljon eri medioissa. Jokaisen tapauksen takana on tavallinen ihminen, jolle on vain sattunut jotain tai hän on vahvasti ollut jotain mieltä. Kyseisellä henkilöllä on ollut oma motiivinsa jakaa asia myös muiden tietoisuuteen, jonka jälkeen muut Facebook-käyttäjät ovat puolestaan jakaneet sen sosiaalisessa mediassa. Tämän seurauksena tapaus on alkanut vyöryä verkossa.

Kaikkiin kolmeen tapaukseen toimittajat ovat tarttuneet ajattelematta tuleeko uutisesta nettihitti. Toimittajat ovat sattumalta saaneet tehtävänannon kyseisiin tapauksiin. Kai-

kissa kolmessa tapauksessa toimittajat ovat hämmentyneet siitä, miten suureksi jutut ovat paisuneet verkossa ja miten suuriksi nettihiteiksi jutut ovat nousseet. Kaikki kolme toimittajaa ovat jollain tapaa yllättyneet sosiaalisen median vaikutuksesta verkkouutisten tuotantoon.

4.1 V:n vessa-tapaus

Suorittaessani työharjoittelua Yle Turun toimituksessa tein uutisen, josta muodostui nettihitti. Harjoitteluni aikana minulla oli vapaus keksiä juttuaiheita myös itse, mutta yleensä sain tehtävänannot päivätuottajalta tai uutispäälliköltä. Meillä oli ”Hei haloo”-ohjelmanumero, jossa Turun Radion keskipäivässä haettiin vastauksia oikeastaan mihin vain. Aiheet piti keksiä itse, esimerkiksi: ”Miksi helmikuussa on vain 28 päivää”, ”miksi juomme jaffaa, kun olemme vatsataudissa” tai tässä tapauksessa, ”onko väärin käydä junan vessassa ennen kuin leimauttaa lippuaan”. Kuuntelijat saavat myös lähettää heitä askarruttavia kysymyksiä, ja toimituksessa tartutaan niihin.

Yle Turun toimituksen päivätuottaja on hyvin aktiivinen sosiaalisessa mediassa, ja hän hyödyntää sosiaalista mediaa hyvin paljon työssään. Erään työpäivän aikana tuottaja tuli luokseni ja kertoi löytäneensä mahtavan aiheen, mistä tehtäisiin Hei haloo. Hän kertoi nähneensä Facebookissa tuttavansa seinällään jakaman tilapäivityksen siitä, miten mies oli saanut 80 euron sakot Helsingin seudun liikennetarkastajalta käytyään junan vessassa ennen kuin oli leimauttanut lippunsa junan konduktöörille.

Alkuun mietin: Oikeasti? Tehdäänkö me vessa-juttu? Tuottajallemme juttu oli selvä, minun piti selvittää, onko väärin käydä junan vessassa ennen kuin leimauttaa lippunsa. Juttu oli hänen mielestään täydellinen Hei haloo -aihe. Kun mietin aihetta enemmän, päädyin siihen, että aihe oli hyvä. Pitäisihän ihmisen saada vessassa käydä ja leimauttaa lippu vasta sen jälkeen. Ensimmäiseksi ryhdyin selvittämään sakkoja saaneen miehen yhteystietoja, soitin hänelle ja pyysin häntä kertomaan tapahtuneesta.

Matkustaja oli työmatkalla, tulossa kotiin päin, ja hänellä oli palaverista kiire junaan. Hän ei ollut ehtinyt hoitamaan vessatarpeitaan, eikä ollut ajatellut, että ne pitäisi hoitaa ennen junaan nousua. Istuttuaan hetken aikaa paikallaan matkustaja totesi, että nyt täytyy käydä vessassa. Matkustaja palasi vessasta paikalleen ja odotti konduktööriä lippu

kädessä. Hetken kuluttua kaukojunaan tehtiin yllätystarkastus, ja tarkastaja huomasi matkustajan lipun leimaamattomaksi. Seuraus oli 80 euron sakko Helsingin seudun liikennetarkastajalta. Matkustajaa hämmensi se, että viereisillä penkeillä, toisella puolella käytävää, istuvat matkustajat olivat puolustaneet häntä ja sanoneet tarkastajalle matkustajan käyneen vessassa konduktöörin leimauttaessa lippuja. Tarkastaja ei suostunut uskomaan matkustajaa, eivätkä selitykset häntä kiinnostaneet. Tarkastaja halusi vain henkilöllisyystodistuksen ja sanoi, että voi tehdä oikaisuvaatimuksen sakkolapun kääntöpuolelle ohjeiden mukaan. Konduktöörit tulivat myös paikalle, ja ihmettelivät hölmistyneinä sitä, miten näin oli päässyt käymään. Konduktöörit ja HSL:n tarkastajat ovat kuitenkin eri tahon puolella työskenteleviä, joten konduktööreillä ei matkustajan mukaan ollut tapahtumaan mitään sanottavaa. Matkustajaa itseään hämmensi se, että hän yritti selittää tarkastajalle saavansa junalippuja työnsä puolesta niin paljon kuin tarvitsee, joten hänellä ei ole mitään motivaatiota olla leimauttamatta sitä. Kommentiksi matkustaja oli saanut: ”tahallisuus ei ole edellytyksenä”. Matkustaja teki oikaisuvaatimuksen, johon sai kielteisen vastauksen. Tästä hän suuttui ja päätti jakaa tapahtuman Facebookissa.

Yle Turun toimitus tarttui aiheeseen, kun mies oli jakanut tapauksen Facebookissa.

Sakotetun matkustajan kanssa käydyn ensimmäisen puhelinkeskustelun jälkeen minulla oli hyvin tietoa tapahtuneesta ja ainekset soittaa VR:lle sekä HSL:ään tiedustellakseni, oliko tilanteessa toimittu väärin. Onko oikeasti väärin käydä vessassa ennen kuin on leimauttanut lippunsa? Minä tein radiohaastattelut, ja päivävuorossa ollut nettitoimittaja teki nettijutut. Nettihitiksi nousi Helsingin seudun liikenteen tarkastusyksikön päällikön haastattelusta tehty verkkojuttu. (Liite 1. Vr:n vessa-tapaus.)

Verkkouutisessa jutun otsikkona on: ”Käynti junan vessassa maksoi 80 euroa”. Jokainen verkkouutisia tekevä toimittaja tietää otsikon tärkeyden verkkouutisia tehdessä. Lyhyt ja koukuttava otsikko herättää mielenkiinnon. Tutkimuksen perusteella on varsin selvää, että juttu on kerännyt heti alussa lukijoita otsikon vuoksi. Ingressissä kerrotaan lyhyesti siitä, mistä jutussa on kyse, ja samalla houkuttelee lukijaa jatkamaan jutun lukemista. (Viittaus liitteeseen 1.)

Ingressi:

Kaukojunan matkustaja oli vessassa, kun konduktööri leimasi liput. Miehellä oli työnantajan maksama matkalippu, mutta se ei leimaamattomana kelvannut junaan saapu-

neelle tarkastajalle. Vieressä matkustaneiden todistus vessareissusta ei kelvannut tarkastajalle.

Ingressi herättää heti otsikon jälkeen kiinnostuksen aiheeseen, ja se kouruttaa lukijaa jatkamaan lukemista. Ingressissä kerrotaan matkustajan olleen vessassa kun konduktööri leimasi liput. Tekstissä kerrotaan heti alussa matkustajalla olleen työntäjän maksama matkalippu, joka ei kelvannut tarkastajalle. Alussa tulee myös ilmi se, että tarkastaja ei uskonut matkustajan selitykseen vessareissusta. Lukijalle herää jo ingressissä kysymys, miksi tarkastaja ei uskonut, ja mistä matkustajaa oikein sakotettiin?

Lukija saa vastaukset kysymyksiin verkkojutun ensimmäisestä kappaleesta. Siinä kerrotaan, mistä matkustajaa sakotettiin, miksi ja kuinka paljon. (Viitataan liitteeseen 1 ja ensimmäiseen kappaleeseen.)

VR:n matkustaja sai 80 euron sakon, koska ei ollut leimauttanut lippuaan. Tarkastaja ei uskonut matkustajan olleen vessassa sillä välin, kun konduktööri kiersi lippuja leimaamassa, vaan hän kirjoitti sakkolapun protesteista huolimatta.

Lukija tietää jo aiheesta enemmän, ja hänelle herää lisää kysymyksiä tapauksesta. Monella on varmasti jo käynyt mielessä, mitä jos itse kävisi vessassa ennen kuin leimauttaa lippuaan konduktöörille. Herää siis kysymys: Onko väärin käydä vessassa ennen junalipun leimaamista? Se on kysymys johon yli 50 000 jutun lukenutta haluaa vastauksen.

Verkkojutussa Helsingin seudun liikenteen tarkastusyksikön päällikkö sanoo heti alkuun pitävänsä tapausta harvinaisena. Se ei vielä varmasti lukijoita kosketa. Tarkastaja kertoo, että yleensä konduktöörin tulisi koputtaa varattujen vessojen oviin ja varmistaa, että siellä olevan matkustajan lippu leimataan. Tästä kommentista selviää jo, että matkustajaa kohtaan on toimittu väärin, koska hänen oveensa ei koputettu.

Viitaten liitteeseen 1, Helsingin seudun liikenteen tarkastusyksikön päälliköltä kysytään, onko sitten väärin käydä vessassa ennen junalipun leimaamista? Johon päällikkö vastasi:

”- On toivottavaa, että vessa-asiat hoidetaan ennen junamatkaa. Mutta eihän sille mitään voi, jos hätä tulee ja vessaanhan on silloin mentävä, Heinilä toteaa. ”

Kyseinen kommentti esiintyy verkkouutisissa nostona eli se on nostettu erikseen, jotta se herättäisi lukijan mielenkiinnon. Tutkimuksen perusteella on selvää, että kyseinen kommentti ja sen nosto herättävät lukijan mielenkiinnon.

Muistan, kuinka olimme toimituksessa hämmentyneitä päällikön kommentista. Tiesin silloin, että tästä tulee iso juttu verkossa.

Verkkouutinen jatkuu päällikön haastattelulla. Päällikkö ei halua ottaa juurikaan kantaa juttuun, koska ei tunne yksittäistapausta. Hän kuitenkin kehottaa matkustajaa tekemään oikaisuvaatimuksen ja kertoo käsittelyajan olevan keskimäärin pari kuukautta.

Verkkojutun lopussa kerrotaan faktatietoa siitä, kuinka monelta matkustajalta tarkistettiin lippu vuonna 2012 sekä tilastoja siitä, kuinka moni matkusti ilman lippua.

Viitaten liitteeseen 1:

Vuonna 2012 tarkastettiin yhteensä 3,4 miljoonan matkustajan matkaliput. Ilman asianmukaista matkalippua matkusti HSL:n mukaan keskimäärin 3,2 prosenttia matkustajista. Eniten liputtomia tavataan lähijunissa ja ratikoissa. HSL on ilmoittanut menettävänsä liputta matkustamisen vuoksi lipputuloja vuosittain arviolta 10 miljoonaa euroa.

Puhuin sakotetun matkustajan kanssa uudestaan, ja hän kertoi tehneensä toisen oikaisuvaatimuksen, ja odottavansa tulosta. Minunkaan ei auttanut kuin odottaa, mitä seuraavaksi tapahtuisi. Julkaisimme kuitenkin HSL:n päällikön kanssa tehdyn haastattelun 27.11.2013, joka sai 51 982 klikkausta Yle Turun nettisivuilla. Nettijuttu sai myös melkein 1000 jakoa Facebookissa. Siinä se oli, minun ensimmäinen nettihittini. Aiheena oli vessa. Muistan kuinka tuottajamme riensi luokseni päivän aikana, ja kertoi, kuinka paljon klikkauksia juttu sai sivulla ampparit.com. Puhuimme taas monista tuhansista. Olin hämilläni.

Reilun viikon kuluttua selvisi, että matkustaja saisi rahat takaisin. Oikaisuvaatimus otettiin uudelleen käsittelyyn, ja HSL oli myöntänyt tehneensä sen virheen, että ei ollut ottanut yhteyttä todistajiin, jotka olivat yhteystietonsa jättäneet. Uudelleen käsittelyyn, ja vähän tarkemman tutkinnan perusteella, oikaisuvaatimus hyväksyttiin. Haastattelin matkustajaa uudelleen radioon, ja sinä päivänä vuorossa ollut nettitoimittaja kirjoitti nettijutun.

Verkkojutussa pyrittiin taas koukuttavaan otsikkoon, toisessa verkkojutussa otsikko oli: ”Vessakäynnistä sakon saanut matkustaja: Olen ylpeänä Suomen kuuluisin pummi”. Viitaten liitteeseen 2, ingressissä kerrotaan lukijalle lyhyesti, mistä oli kyse, ja hyvin nopeasti kerrotaan myös ratkaisu koko juttuun.

Ingressi:

”80 euron sakon vessakäynnin takia leimaamatta jääneestä lipusta saanut matkustaja ei joudu maksamaan sakkoa. Syynä on se, ettei HSL ollut aiemmin kuullut todistajia.”

Toisessa verkkojutussa puhuu sakotettu matkustaja. Matkustaja kertoo, mistä häntä sakotettiin, ja mitä tuntemuksia se hänessä herätti. Matkustaja tuo monesti jutussa esiin sen, kuinka hämmentynyt hän oli tapahtumasta. Kyseinen nettijuttu sai vähemmän kiinnostusta kuin ensimmäinen, mutta lukijoita löytyi. Ylen nettisivuilla lukijoita oli 26 930 ja 145 oli jakanut nettijutun Facebookissa.

Kaikki oli siis lähtöisin yhdestä Facebook-tilapäivityksestä. Matkustaja tuli myös tietoisiksi toimituksemme kautta siitä, että konduktöörin tulisi koputtaa oveen, joten hän päätti tehdä toisen oikaisuvaatimuksen, koska oveen ei koputettu. Toisen oikaisuvaatimuksen jälkeen hän sai rahansa takaisin.

Mietin itse hyvin paljon sitä, miten tapauksen ensimmäinen nettijuttu nousi niin suureksi. Miten se sai niin paljon klikkauksia ja jakoja sosiaalisessa mediassa, ja miten muut mediat tarttuivat siihen. Twitterissä oli jakoja aiheesta, Aamulehti julkaisi saman jutun reilun tunnin kuluttua. Iltalehti oli tehnyt oman juttunsa aiheesta seuraavana päivän, ja Googlestä löytyy 52 600 tulosta haulla: Käynti junan vessassa maksoi 80 euroa. Aihe kiinnosti varmasti sen takia niin paljon, koska moni pystyi samaistumaan tilanteeseen ja selvästi vessajutut vetävät puoleensa.

4.2 Hullut Päivät ilmapallo -tapaus

Aikaisemmissa kappaleissa puhun siitä miten kenestä tahansa voi tulla ”toimittaja”. Verkkoa ja sosiaalista mediaa käytetään paljon, mikä tarkoittaa myös sitä, että käyttäjät eivät enää tyydy vain vastaanottamaan, lukemaan, kuulemaan tai katsomaan. Sen sijaan he kirjoittavat, puhuvat, valokuvaavat, videokuvaavat, kommentoivat ja analysoivat,

koska heillä on siihen mahdollisuus, ja kukaan ei kiellä sitä heiltä. Tuskin he ajattelevat olevansa toimittajia, mutta heidän mielestään on selvästi hyvin helppoa jakaa asioita ja olla läsnä verkossa sosiaalisen median kautta. Nykyään saa myös hyvin helposti äänensä kuulumaan sosiaalisen median avulla. Näin teki myös pienen pojan isä, joka suuttui Stockmann-tavaratalon vartijan käytöksestä miehen poikaa kohtaan.

Mennään vähän ajassa taaksepäin, viime syksyyn. Muistellaan pientä 2-vuotiasta poikaa, joka oli isänsä kanssa Hulluilla Päivillä. Pojan isä pyysi tavaratalon myyjältä ilmapalloa pojalleen, jottei tämä eksyisi Hullujen Päivien tungoksessa. 2-vuotias poika sai Hullujen Päivien rekvisiittaan kuuluvan ilmapallon Stockmannin myyjältä. Myöhemmin isä ja poika menivät tavaratalon infotiskiltä kysymään muuta asiaa, kun info-työntekijä ilmoitti, ettei palloa saisi ottaa. Nainen pyysi miestä paljastamaan pallon antaneen myyjän. Tähän isä ei kuitenkaan suostunut. Isän ja pojan poistuttua tavaratalosta vartija tavoitti perheen Stockmannin ulkopuolelta, ja otti pallon pienen pojan ranteesta isän kielloista huolimatta. Normaalisti Hullujen Päivien ilmapallot jaetaan kaikille halukkaille kampanjan lopussa, sunnuntai-iltana. Isä tallensi tapahtuman videolle, jonka hän jakoi illalla Facebookissa. Myöhemmin haastattelussa mies kertoi ladanneensa videon Facebookiin juuri sen vuoksi, että saisi tavaratalon henkilökunnan miettimään tekoaan uudemman kerran.

Jutun julkaisi ensimmäisenä MTV nettisivuillaan perjantaina 11.10.2013 kello 12.41 ja Iltalehti heti perään kello 12.43. Kyseiset mediat olivat saaneet juttuvinkit samoihin aikoihin, MTV oli vain saanut jutun kasaan kaksi minuuttia nopeammin. Ampparit julkaisi jutun heti MTV:n ja Iltalehden jälkeen. Video julkaistiin myös Youtubessa samana päivänä, ja sitä on katsottu tähän päivään mennessä 5 487 kertaa.

Iltalehden toimittaja Paula Koski sai perjantaina 11.10.2013 työvuoron aikana tehtäväkseen tarttua some-utiseen. Koskisella oli kotimaanpäivystäjävuoro, jolloin tehtävänä on tehdä niin paljon kotimaan uutisia siinä tahdissa kuin niitä tulee vastaan. Koskea voisi kutsua some-toimittajaksi, koska hän tarttuu sosiaalisen median uutisiin heti. Aina kun Facebookissa lähtee leviämään joku video, kuva tai päivitys nopealla tahdilla, voi olla varma, että aihe kiinnostaa myös Iltalehden verkossa.

”Itse en aihetta mitenkään etsinyt tai kaivanut, vaan vuorossa ollut toimitussihteeri välitti juttuvinkit minulle ja pyysi, että otan homman haltuun.” (Koski 18.2.2014, haastattelu.)

Koski lähti ensimmäisenä selvittämään Sulo-pojan isän yhteystietoja.

”Haastattelin häntä puhelimitse, kysyin luvat videon käyttöön nettisivuillamme, ja pyysin pojan isää kertomaan vielä omin sanoin mitä oli tapahtunut. Mies lähetti sähköpostiini Facebookissa esiintyneen videon, ja välitin sen eteenpäin editoitavaksi videotoimittajalle. Tämän jälkeen soitin Stockmannin tavaratalojohtajan kommentit tapaukseen, ja aloin kirjoittamaan juttua. Juttu oli valmis noin tunnin sisällä siitä, kun vinkin olin saanut. Verkossa pitää pystyä tosi nopeaan työskentelyyn, joten kun teksti oli valmis, otin screenshotin videosta vielä kuvitukseksi, ja julkaisin jutun. Kun juttu oli julki, rupesi se odotetusti keräämään klikkejä nopeaan tahtiin.” (Koski 18.2.2014, haastattelu)

Iltalehden verkon esimiehen Timo Melarin mukaan nettijuttu sai julkaisusta alkaen kahdessa viikossa 251 835 lukukertaa. (Melari 27.2.2014, sähköpostikysely.)

Koski muistelee jutun olleen päivän some-uutinen.

”Työpäivästä riippuen saatan kirjoittaa kymmeniäkin juttuja työvuoroni aikana, joten minulla ei ole aikaa seurata jokaisen jutun leviämistä ja sitä, millainen hitti siitä kehittyy. Varmaan toimituksessa naureskeltiin, että kylläpä taas tämäkin juttu kiinnostaa, ja päivän klikkiseurantaa katsomalla oli helppo sanoa, että kyseessä tulisi olemaan päivän luetuin juttu. Mutta pelkästään yli 3000 Facebook-jakoa uutisjutulle on melko paljon, mutta tavallaan se ei tullut yllätyksenä, sillä kuten aiemmin sanoin, useat sosiaalisen median ilmiöt ovat takuuvarmaa klikkimateriaalia verkkolehdlle. Juttua varmaan jaettiin Facebookin lisäksi Twitterissä ja keskustelufoorumeilla, mutta niitä en tosiaan ole ehtinyt seurata - eikä aina jaksakaan.” (Koski 18.2.2014, haastattelu)

Paula Kosken päivän some-hitissä oli pelattu varman päälle otsikon kanssa. Otsikko on hyvin koukuttava. (Viittaus liitteeseen 3.)

Paula Kosken some-hitin otsikko on ”Vartija vei ilmapallon 2-vuotiaan kädestä”. Koskella on jutussaan video, joka kertoo kaiken tarpeellisen lukijalle. Tutkimuksen perusteella on varsin selvää, että juttu saa paljon seuraajia pelkän videon avulla. Lukijat katsovat nettivideoita aiheista kuin aiheista, ja nettivideot keräävät hyvin helposti katsojia. Elävä kuva kiinnostaa aina.

Pikkupojan isä kuvasi videolle hetki hetkeltä sen, kun vartija ottaa ilmapallon pienen pojan kädestä pois. Pikkupoika ei tapahtumaan kovin kummoisesti reagoi. ja vartija

näyttää tekevän vain työnsä. Vartija on ehkä jollain tavalla varuillaan, kun ottaa ilmapallon lapsen kädestä, ja hän sanookin lopussa pojalle, että tämä saa sunnuntaina tulla hakemaan pallon. Tämän jälkeen vartija poistuu paikalta. Vartijan lähdettyä pojan isä zoomaa poikansa lähikuvaan ja sanoo pojalleen: ”Eikö ole aika niuhoa, kun ne ensin antaa sinulle ilmapallon, ja sitten ne ottavat sen pois.” Pikkupoika hymähtää isälleen takaisin.

Videon kesto on 30 sekuntia. 30 sekunnin pituinen video on saanut aikaan kohua verkossa, kun yli 250 000 ihmistä on katsonut, ja yli 3000 jakanut, sen sosiaalisessa mediassa. Kyseistä tapausta voidaan siis kutsua verkkohitiksi.

Verkkojutussaan toimittaja Paula Koski kirjoittaa tapahtuneesta, jonka pienen pojan isä haastattelussa hänelle kertoi. (Viittaus liitteeseen 3.) Koski haastatteli myös verkkojutussaan Stockmannin tavaratalojohtajaa, joka pahoittelee tilannetta, ja kertoo korjanneensa asian pienen pojan isän kanssa. Pojan isä toi haastattelussa esiin sen, että hän oli ladannut videon Facebookiin, jotta Stockmannin työntekijät miettivät tekoaan toisen kerran.

Paula Kosken verkkojuttu:

”Pojan isä kertoo Iltalehdelle, että asia on nyt sovittu perheen ja Stockmannin välillä. Hän kertoo ladanneensa videon Facebookiin juuri sen vuoksi, että saisi tavaratalon henkilökunnan miettimään tekoaan uudemman kerran.”

Pojan isä siis todistaa juuri sen, miten helposti ihminen nykyään pystyy vaikuttamaan asioihin verkon kautta. Pikkupoika tuskin mietti ilmapalloa enää illalla, mutta isä sai varmasti teostaan hyvän mielen.

Koski näkee sosiaalisen median tulevaisuuden verkkouutisia tehdessä hyvin valoisana, ja hän hyödyntääkin sosiaalista mediaa paljon työssään. Sosiaalinen media näkyy erittäin vahvasti toimittajan työssä, ja sen rooli siinä korostuu yhä enemmän.

”Ei varmasti mene päivääkään, etten käyttäisi Twitteriä, Facebookia, Instagramia tai jotain muuta vastaavaa jutunteon apuvälineenä. Seuraan myös usein sitä, paljonko jutujani jaetaan Facebookissa - aina tähän ei kuitenkaan ole aikaa. Osaan kuitenkin jo haistaa potentiaaliset jakoiheet, joten niitä osaa seuratakin vähän tarkemmalla silmällä. Twitterin rooli toimittajalle alkaa olla nykypäivänä todella merkittävä - jos esimerkiksi tarvitsee joltain haastateltavalta lyhyen nopean kommentin, saattaa sen saada,

tietenkin tyypin some-aktiivisuudesta riippuen kaikista nopeimmin twiittaamalla kuin, että selvittäisi numeron ja soittaisi ja haastattelisi puhelimitse. Itse voisin toki olla aktiivisempi Twitterin käyttäjä, en juuri vapaa-ajalla sitä käytä, mutta tarvittaessa sen käyttö onnistuu toki. Yksi hyvä esimerkki sosiaalisesta mediasta ja sen vaikutuksesta on myös Mutti-tomaattipastakastike resepti -juttu, ei ole minun juttuni, mutta silti. Kokki Henri Alén jakoi Twitterissä reseptin ja suositteli Mutti-murskaa, ja seuraavana päivän K-marketin hyllyt olivat tyhjänä koko tomaattimurskasta. Kirjoitimme myös aiheesta jutun, joka taas nousi päivän luetuimmaksi. Twitterin pohjalta olen kirjoittanut myös esimerkiksi politiikkajuttuja esimerkiksi Lasse Männistön ja Mikael Jungnerin pienoisesta piikittelystä toisilleen. Sosiaalinen media on kyllä ihmeellinen keksintö. Sen merkitys tulee korostumaan tulevaisuudessa yhä enemmän.” (Koski 18.2.2014, haastattelu.)

4.3 Maahanmuuttajat-tapaus

Yle Turun toimituksen toimittaja Vesa-Matti Ruuska teki nettihitin, joka sai yli 100 000 lukijaa ainoastaan Yle Turun nettisivuilla. Nettihitin aihe oli muhinut hänen mielessään jo pitkään. Toimittaja oli törmännyt moneen otteeseen Facebookissa sivuston adressi.com linkkiin, jossa vaaditaan, että maahanmuuttajien tuet on saatava samalle tasolle kuin suomalaisten. Toimittaja Ruuska tiesi, että asetelma ei ollut oikein, koska maahanmuuttajat eivät saa enemmän rahaa kuin kantaväestö Suomessa. Hän päättikin tarttua aiheeseen, kun huomasi kuinka paljon siitä sosiaalisessa mediassa keskusteltiin. Kyseinen adressi on jätetty 06.05.2008 adressi.com –sivustolle, ja aihe on herättänyt paljon keskustelua vuosien aikana. Adressi on saanut 51 707 allekirjoitusta tähän päivään mennessä.

Adressi:

Maahanmuuttajien tuet

Vaaditaan uutta lakiehdotusta! Maahanmuuttajien tuet samaksi kun suomalaisilla!

Maahanmuuttajien tuet ovat käsittämättömän suuret Suomessa. Miksi veronmaksajien täytyy maksaa heille tyhjää? Mikä oikeus maahanmuuttajilla on saada enemmän tukea kuin esim. suomalaisella opiskelijalla? Jos maahanmuuttaja muuttaa Suomeen, eikö silloin häneen päde samat tuet/lait kun suomalaisen?

Tällä adressilla haetaan veronmaksajien puolesta muutosta maahanmuuttajien tukiin. Miksi me maksaisimme kaiken maahanmuuttajille, jotka eivät tee töitä, eivät opiskele vaan nauttivat Suomen ja veronmaksajien tuista!?

Ymmärrämme niitä, jotka ovat maahanmuuttajina Suomessa ja tekevät rehellistä työtä ja maksavat verot Suomeen!

Tämä adressi luovutetaan eduskuntaan, mikäli nimiä tulee tarpeeksi. (yli 50000)

Aiheesta on melkein sadan sivun verran mielipiteitä ja väittämiä tällä hetkellä. Tässä muutama esimerkki:

[#2](#) Kohta niitä tulee todella paljon

07.05.2008 13:51

Kohta kun ilmastopakolaisia alkaa lapata tänne tuhatmäärin, niin kohta joudumme asuntommein jakamaan heidän kanssaan.

[#3](#) .

07.12.2008 23:33

Jos kerta tulivat pakoon sotia sun muita, niin eikös osa niistä sodista ole jo loppunut jotenka osa pakolaisista vois muuttaa takaisin kotimaahansa?

[#5](#) Ei ne nyt niin paljon saa...

21.08.2009 09:29

Maahanmuuttajan toimeentulotuki on 10-15% vähemmän kun meillä suomalaisilla, vaikkei se meilläkään niin iso ole. Tähän adressiin kannattaisi laittaa infoksi jotakin oikeaa faktatietoa, että tässä olisi jotakin järkeä. Muutenkaan tällä ei pysty vaikuttamaan varmasti yhtään mihinkään, sillä jos maahanmuuttajien tuet lakkautetaan kokonaan, millä he silloin elävät? Kielen oppimiseen menee kuitenkin aikaa, eikä ennen sitä pääse kiinni työelämään. Suomi kuuluu eu:hun ja siellähän nämä lait säädetään. Enemmän pitäisi keskittyä ehkä miettimään niitä suomalaisia työikäisiä joilla olisi täydet edellytykset tehdä työtä mutta jotka makaavat kotisohvillaan. Heidän takia suomeen joudutaan ottamaan monelle alalle ulkomaalaisia työntekijöitä, varsinkin nyt kun suuret ikäluokat ovat jäämässä eläkkeelle.

Mielipiteitä tulee molemmin puolin, niin vastaan kun puolesta, aihe on hyvin herkkä, ja se herättää automaattisesti paljon keskustelua. Aiheesta on uutisoitu aiemmin muissakin medioissa, mikä on varmasti vaikuttanut siihen, että keskustelua on jatkettu.

Aamulehti: Suomi EU:n anteliain turvapaikanhakijoiden tuissa

21.11.2009 7:18

STT

Suomi maksaa turvapaikanhakijoille enemmän tukia kuin muut EU-maat, kertoo Aamulehti. Suomen anteliaisuus käy lehden mukaan ilmi sisäministeriön teettämästä selvityksestä.

Viisihenkinen perhe saa Suomessa ilmaisen majoituksen lisäksi toimeentulotukea 1 277 euroa kuussa. Ruotsissa sama perhe saisi kuukausittain 531 euroa. Saksassa, Italiassa ja Iso-Britanniassa heille ei annettaisi käteistä rahaa lainkaan, mutta he saisivat valtiolta majoituksen lisäksi ilmaista ruokaa.

Suomessa vastaanottokeskus maksaa myös turvapaikanhakijoiden välttämättömän terveydenhuollon, josta voi koitua isot kulut.

Kansa kapinoi, ja keskustelu jatkuu adressi.com sivuilla:

[#44](#) ei enää vapaamatkustajia suomeen

09.10.2010 19:32

EI ENÄÄ NYÖKÄTÄ KAIKENNÄKÖISILLE MAAHANMUUTTAJILLE!!!!!!NYT ON VUOROSSA AUTTAMAAN OMAA VÄKEÄ!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! LIIKAA KÖYHIÄ SUOMESSA.TAJUATKO TOSIASIOIHIN??????????????

[#97](#) Re: Levittäkää adressia!

20.02.2011 14:08

Täysin perättömiä väitteitä ja siksi perusteeton adressi.

Suomessa maahanmuuttaja ei saa sen enempää tukea kuin kantaväestön edustajakaan. Suomessa viisi henkinen maahanmuuttaja perhe jos on 2 työtöntä aikuista ja 3 kolme lasta (1 v., 3 v. ja 5 v.) saa samat tuet kuin vastaava suomalainen perhe, kun he asuvat samassa kaupungissa ja samanlaisessa asunnossa.

[#114](#)

11.02.2012 09:51

Vain rikollisuus on kasvanut maahanmuuttajien myötä. Omille "mummoille" ei riitä rahaa ,mutta "mutakuonoille" kylläkin

[#1091](#)

08.08.2013 07:56

Maahan muuttajille on tehtävä selväksi että Suomalaisten selvä enemmistö on sitä mieltä että heillä , siis maahan muuttajilla kuuluu olla myös velvollisuuksia eikä vain oikeuksia.

[#1196](#)

23.08.2013 18:27

Adressi on loistava tapa tässä Facebookissa ilmoittaa mielipiteitä .

Keskustelu samasta aiheesta jatkuu sivustolla tänäkin päivänä. Vuosilta 2012 sekä 2013 mielipiteitä ja erilaisia väitteitä on adressi.com -sivustolla hyvin paljon, ja keskustelu kävi tuolloin kiivaimmillaan. Toimittaja Vesa-Matti Ruuska tarttui aiheeseen syksyllä 2013, ja verkkojuttu julkaistiin Yle Turun nettisivuilla 25.9.2013. Väittäjä oli Ruuskalle päivänselvä, maahanmuuttajat eivät saa enempää tukea kuin kantaväestö.

Ruuska aloitti jutun teon taustatoimittamisella. Hän selvitti taustat ja etsi, josko aiheesta olisi aikaisemmin tehty juttua. Ruuska löysi Maailman Kuvalehdestä samanlaisen jutun. Juttu oli ilmestynyt muutama vuosi sitten. Siinä kerrottiin, mistä harhakäsitys siitä, että maahanmuuttajat saisivat enemmän tukea, voisi olla lähtöisin. Toimittajalle syntyi heti ajatus, että aiheesta pitää tehdä samanlainen juttu. (Ruuska 6.2.2014, haastattelu.)

Ruuska soitti ensialkuun tutulle sosiaalityöntekijälle Poriin ja selvitteli faktoja. Sosiaalityöntekijä myös ohjeisti Ruuskaa, mistä kannattaa aloittaa. Ruuska seurasi internetin keskustelupalstoja, ja jutun ainekset olivat pikkuhiljaa kasassa. Ruuska haastatteli jutus-

saan myös Turun yliopiston sosiaalipolitiikan professoria sekä Turun ulkomaalaistoinmiston johtavaa sosiaalityöntekijää.

Ruuska tarttui aiheeseen, koska se oli paisunut mediassakin niin suureksi. Hän kertoo-kin olevansa ihmeissään, miten media tarttuu tämäntyyppisiin harhakäsityksiin kohuna. Ruuskan mukaan tulisi miettiä, onko tässä kyseisessä tapauksessa kohun aineksia. Hänen mukaansa siinä ei ollut. Tässä kohtaa hän näki oikeaksi tehdä tavanomainen juttu aiheesta ja kertoa ihmisten olevan väärässä, jos olettavat, että maahanmuuttajat saisivat enemmän rahaa kuin suomalainen vastaavassa tilanteessa. Kyseinen aihe oli verkkouutisissa, ja Ruuska kävi kertomassa siitä myös Yle Turun radiossa, kun huomattiin kuinka paljon klikkauksia juttu sai. (Ruuska 6.2.2014, haastattelu.)

Ruuska yllättyi siitä, miten paljon juttu sai lukijoita ja herätti keskusteluja, koska hän oli itse kohdistanut jutun henkilöille, jotka ovat varmoja siitä, että maahanmuuttajat kiertelivät rahassa. Ruuskan käsityksen mukaan kyseisen ajatusmaailman omaavia henkilöitä on vähän, ja hän olettikin, että juttu kiinnostaisi heitä. Hän osasi odottaa, että jutusta tulisi vähän keskimääräistä parempi ja uskoi jutun saavan parituhatta lukijaa. Ruuska yllättyi kuitenkin vielä enemmän siitä, miten juttu levisi sosiaalisessa mediassa, koska Ylen sivuilla 100 000 ei ole lukijamääränä harvinainen näky. Ruuskan nettijuttu sai Facebookissa jakoja liki 15 000. Hän oli nähnyt muita Ylen sivuilta yli 100 000 klikkausta saaneita nettijuttuja, joita oli jaettu Facebookissa vain parisataa kertaa. Ruuska kertoo pohtineensa kollegansa kanssa jakaneiden olevan niitä, jotka ovat hänen kanssaan samaa mieltä asiasta. Ruuskan mukaan ihminen jakaa asioita omalla Facebook-sivullaan kertoakseen muille Facebook-kävijöille, että hän on tästä asiasta tietoinen ja ajan tasalla. Ruuska ei usko, että juttua olisi jakanut henkilö, joka olisi edelleen sitä mieltä, että maahanmuuttaja saa enemmän tukia. (Ruuska 6.2.2014, haastattelu.)

Nettijuttu julkaistiin Yle Turun nettisivuilla 25.9.2013 klo 13.57, ja juttu oli linkitetty adressi.com -sivustolle samana päivänä ensimmäisen kerran klo 16.59. Nettijuttu jaettiin saman päivän aikana neljä kertaa sivustolla, ja vielä reilun viikon kuluttua nettijuttua linkitettiin yhä uudelleen.

Vesa-Matti Ruuskan netti-ilmio sai paljon jakoja myös Twitterissä. Muun muassa Suomen Pakolaisapu jakoi jutun eteenpäin ja laittoi omille verkkosivuilleen siitä linkin.

Yle Turun toimituksen toimittaja Vesa-Matti Ruuska ei ole some-toimittaja. Hän ei etsi aiheita sosiaalisesta mediasta, eikä tartu niihin kovin helpolla. Ruuskan mielestä sosiaa-

lisesta mediasta lähtöisin olevat aiheet ovat yleensä vanhoja uutisia. Ruuskan mukaan ne herättävät vain kahvipöytäkeskusteluja. Ruuska ei usko sosiaalisen median kautta löytyvän mitään tärkeitä skuppeja.

”Esimerkiksi jos Tepsin pelaaja saa kenkää, ja siitä kerrotaan ensin Twitterissä, en sen perusteella sanoisi Twitterin olevan mahtava väline joka ikiseen paikkaan. Todelliset uutiset ovat edelleen niitä, joita jonkun pitää paljastaa, ja kukaan ei tule niitä paljastamaan sosiaalisessa mediassa.” (Ruuska 6.2.2014, haastattelu)

5. POHDINTA

Halusin opinnäytetyössäni tutkia sosiaalisen median vaikutusta verkkouutisten tuotantoon, koska mielestäni sosiaalinen media tekee ihmeitä verkkouutisille. Uskon, että tulevaisuudessa sosiaalinen media tulee ruokkimaan yhä enemmän verkkouutisia, minkä seurauksena verkkouutisten suosio kasvaa tiedotusvälineiden keskuudessa.

Verkko ja sosiaalinen media kehittyvät jatkuvasti ja ihmisten läsnäolo verkossa lisääntyy. Pohdin, mikä sai niin monet ihmiset seuraamaan kaikkia kolmea tapausta, joita käsittelemme opinnäytetyössäni? Vastaus siihen ei ole edes kovin ihmeellinen. Verkkouutisia tehdessä on hyvin tärkeää huomioida otsikointi. Jokainen verkkotoimittaja tietää keräävänsä klikkauksia otsikoiden avulla, ja kaikki kolme tapausta olivat mielestäni hyvin ihmisläheisiä. Ihmisläheiset asiat koskettavat monia.

Kaikilla on jokin kokemus VR:stä, ja kuka vaan olisi voinut samaistua siihen, mitä Sampsa Saarelalle kävi. Pieni Sulo-poika sulatti varmasti monen katsojan ja lukijan sydämen, ja useat miettivät, kuinka se vartija voi tehdä tuolla tavalla pienelle pojalle. Se mitä tulee maahanmuuttaja-tapaukseen, oli mielestäni tapauksista helpoin. On itsestään selvää, että maahanmuuttaja-aiheet puhuttelevat aina.

Tiesin jo opinnäytetyötäni aloittaessani sosiaalisen median vaikutuksen verkkouutisten tuotantoon olevan hyvin merkittävä. Uskon itse myös siihen, että perinteinen media on menettänyt suosiotaan verkon ja sosiaalisen median takia. Mielestäni se ei ole katastrofi, vaan se on asia, mihin kaikkien meidän toimittajien tulisi totuttautua ja samaistua.

Toimittajan työ on kertoa ja tiedottaa ihmisille tärkeistä, uusista asioista. Nyky-yhteiskunnassa sosiaalisella medialla on yhä enemmän valtaa. Näin ollen toimittajan työhön kuuluu mielestäni myös sosiaalisen median hyödyntäminen tarttumalla aiheisiin, jotka puhuttelevat paljon ja keräävät suuren joukon huomion. Toimittajan tulee olla kansan ääni.

LÄHTEET

Satu Aaltonen, uutispäällikkö, Yle Turku. Haastattelu 27.1.2014

Antti Korhonen, päällikkö, Yle Turku. Sähköpostikysely 3.2.2014

Vesa-Matti Ruuska, toimittaja, Yle Turku. Haastattelu 6.2.2014

Paula Koski, toimittaja, Iltalehti. Sähköpostihaastattelu 18.2.2014

Timo Melari, verkon esimies. Iltalehti. Sähköpostikysely 27.2.2014

Ignacio Ramonet 2012. Mediaräjähdyks-Journalismi hajonneen viestinnän aikakaudella. Helsinki: Into

Janne Matikainen 2011. Muuttuvat mediat-haasteelliset sukupolvet. Helsinki: TAT

Janne Seppänen & Esa Väliverronen 2012. Mediayhteiskunta. Tampere: Vastapaino

Adressit.com hakupäivä 19.3.2014

<<http://www.adressit.com/keskustelu/5753>>

Wikipedia hakusana: Internet-ilmiö hakupäivä 12.3.2014

<<http://fi.wikipedia.org/wiki/Internet-ilmi%C3%B6>>

Wikipedia hakusana: remediaatio hakupäivä 10.3.2014

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Jay_David_Bolter>

Yle.fi hakupäivä 2.3.2014 hakusana: Käynti junan vessassa maksoi 80 euroa

<http://yle.fi/uutiset/kaynti_junan_vessassa_maksoi_80_euroa/6953761>

Yle.fi hakupäivä 4.3.2014: Vessakäynnistä sakon saanut matkustaja: Olen ylpeänä Suomen kuuluisin pummi

<http://yle.fi/uutiset/vessakaynnista_sakon_saanut_matkustaja_olen_ylpeana_suomen_kuuluisin_pummi/6958157>

Yle.fi hakupäivä 6.3.2014 hakusana: Maahanmuuttaja saa yhtä paljon rahaa kuin muutkin

<http://yle.fi/uutiset/maahanmuuttaja_saa_yhta_paljon_rahaa_kuin_muutkin/6848867>

Iltalehti.fi hakupäivä 8.3.2014 hakusana: Vartija vei ilmapallon 2-vuotiaan kädestä

<http://www.iltalehti.fi/uutiset/2013101117594832_uu.shtml>

Youtube.com hakupäivä 8.3.2014 hakusana: Vartija vei ilmapallon 2-vuotiaan kädestä

<www.youtube.com/results?search_query=vartija+vei+ilmapallon+kaksi+vuotiaan+kädestä>

LIITTEET

Liite 1 VR:n vessa – tapaus verkkojuttu

Liite 2 VR:n vessa – tapaus toinen verkkojuttu

Liite 3 Hullut päivät ilmapallo - tapaus verkkojuttu

Liite 4 Maahanmuuttajat – tapaus verkkojuttu

Liite 5 Kysymykset Satu Aaltoselle

Liite 6 Kysymykset Vesa-Matti Ruuskaalle

Liite 7 Kysymykset Paula Koskelle

LIITE 1

[Turku](#) 26.11.2013 klo 12:11 | päivitetty 27.11.2013 klo 5:07

Käynti junan vessassa maksoi 80 euroa

Kaukojunan matkustaja oli vessassa, kun konduktööri leimasi liput. Miehellä oli työnantajan maksama matkalippu, mutta se ei leimaamattomana kelvannut junaan saapuneelle tarkastajalle. Vieressä matkustaneiden todistus vessareissusta ei kelvannut tarkastajalle.



Junassa liputta matkustavalta peritään kahdeksankymmentä euroa ja kertalipun hinta.

Kuva: Patricia Gabriel-Robez / Lehtikuva

VR:n matkustaja sai 80 euron sakon, koska ei ollut leimauttanut lippuaan. Tarkastaja ei uskonut matkustajan olleen vessassa sillä välin, kun konduktööri kiersi lippuja leimaamassa, vaan hän kirjoitti sakkolapun protesteista huolimatta.

Junien yllätystarkastuksista vastaavan HSL:n tarkastusyksikön päällikkö Jaakko Heinilä pitää tapausta harvinaisena. Yleensä VR:n konduktöörit koputtelevat varattujen vessojen oviin ja varmistavat, että siellä olevan matkustajan lippu leimataan.

Onko sitten väärin käydä vessassa ennen junalipun leimaamista?

- On toivottavaa, että vessa-asiat hoidetaan ennen junamatkaa. Mutta eihän sille mitään voi, jos hätä tulee ja vessaanhan on silloin mentävä, Heinilä toteaa.

On toivottavaa, että vessa-asiat hoidetaan ennen junamatkaa.

- HSL:n tarkastusyksikön päällikkö Jaakko Heinilä

Tarkastusyksikkö saa valituksia silloin tällöin. Heinilän mukaan vastaavanlaiset vessatapaukset ovat kuitenkin yllättävän harvinaisia.

Miksi tarkastaja ei uskonut matkustajaa, vaikka tämä oli etukäteen maksettu lippu mukanaan ja hän selitti tilanteen asiallisesti? Lisäksi kanssamatkustajat todistivat vessakäynnin.

- En tiedä yksittäistapausta. Tähän on nyt tältä istumalta vaikea sanoa juuta tai jaata, Heinilä sanoo.

Oikaisuvaatimus ratkaisee

Liputta matkustavalta peritään 80 euroa ja kertalipun hinta, jos hänellä ei ole matkaan oikeuttavaa lippua. Busseissa, junissa, raitoivaunuissa, metrossa ja Suomenlinnan lauttalla HSL:n tarkastajat huolehtivat matkalippujen tarkastuksesta. Tarkastusmaksu voidaan peruuttaa harkinnan mukaan.

Vuonna 2012 tarkastettiin yhteensä 3,4 miljoonan matkustajan matkaliput. Ilman asianmukaista matkalippua matkusti HSL:n mukaan keskimäärin 3,2 prosenttia matkustajista. Eniten liputtomia tavataan lähijunissa ja ratikoissa. HSL on ilmoittanut menettävänsä liputta matkustamisen vuoksi lipputuloja vuosittain arviolta 10 miljoonaa euroa.

- Aina voi tehdä oikaisuvaatimuksen. Siihen pitää kirjata, mitä on tapahtunut. Tarkastaja puolestaan esittää oman muistionsa tapauksesta, tarkastusyksikön päällikkö Jaakko Heinilä muistuttaa.

Onko tarkastaja toiminut väärin?

- Kaikki on aina mahdollista, mutta nyt pitää tutkia tapaus, ja vasta sitten voidaan ottaa kantaa, Heinilä muistuttaa.

Junan vessassa käynnin lopullinen hinta ratkeaa noin seitsemän viikon kuluttua. HSL kertoo saavansa noin 2 000 oikaisuvaatimusta vuodessa ja että käsittelyaika on keskimäärin pari kuukautta.

Pirjo Peltoniemi Yle Turku

Yagmur Özberkan Yle Turku

LIITE 2

[Kotimaa](#) 3.12.2013 klo 12:40 | päivitetty 3.12.2013 klo 12:40

Vessakäynnistä sakon saanut matkustaja: Olen ylpeänä Suomen kuuluisin pummi 80 euron sakon vessakäynnin takia leimaamatta jääneestä lipusta saanut matkustaja ei joudu maksamaan sakkoa. Syynä on se, ettei HSL ollut aiemmin kuullut todistajia.



Kuva: Yle

Junamatkustaja sattui lipuntarkastuksen aikana olemaan vessassa. Kaukojunaan tehtiin yllätystarkastus ja tarkastaja huomasi matkustajan lipun leimaamattomaksi. Seuraus oli 80 euron sakko HSL:n tarkastajalta.

Sakon saanut Samppa Saarela teki sakosta oikaisuvaatimuksen, jota ei aiemmin hyväksytty. Nyt sakko on kuitenkin HSL:n toimesta päätetty perua.

Miten vessakäynti alun perin päättyi sakotukseen?

Saarelan tietojen mukaan konduktöörin tulee koputtaa vessan oveen, mutta näin ei ollut toimittu. Saarelan mukaan hän ei ollut ainoa, jota sakottaminen kummastutti.

- Kyllähän se aika absurdilta kuulosti ja tuntui sillä hetkellä. Tuli olo, että ollaanko tässä nyt tosissaan. Kaksi sivusta seuraajaakin olivat ihmeissään, ja tilanne aiheutti tuohtumusta heissäkin. Toiselta heistä sain puhelinnumeron siltä varalta, että tarvitaan todistaa tilanteelle tai liitettäväksi oikaisuvaatimukseen.

Kyllähän se aika absurdilta kuulosti ja tuntui sillä hetkellä.

- Samppa Saarela

Silminnäkijät kertoivat tarkastajalle nähneensä vessakäynnin, mutta Saarelan mukaan tarkastajaa nämä lausunnot eivät kiinnostaneet.

- Minulta pyydettiin asiallisesti henkilötodistusta ja todettiin, että voin tehdä oikaisuvaatimuksen. Kun yritin perustella tilannetta, vastaus oli ei kiinnosta ja todettiin vain, että näitä on nähty. Jäi fiilis, etteivät perustelut kiinnostaneet, koska kaikki on kuultu jo vastaavissa tilanteissa.

- Tarkastaja kertoi myös tilanteessa esimerkkejä tapauksista, joissa saa juosta pummien perässä pitkin junan käytäviä ja kuinka konduktööriä mennään vessaan piiloon. Saihan siitä sen kuvan, että vessaan piiloutuvat pummit ovat melko yleisiä ja tässä oli yksi tapaus lisää, Saarela kertoo tuntemuksistaan.

Yrityssarjalippu vie motiivin matkustaa pummilla

Saarelan mukaan hänen puolestaan puhuu se, että hän matkustaa junalla työasioissa ja näin ollen käyttää työnantajan kustantamia yrityssarjalippuja. Mitään motiivia pummilla matkustamiseen ei ole. Hänen mielestään sakon kirjoittamiselta olisi vältytty helposti.

- Tapauksessa väärin tehtiin siinä, että konduktööri on jättänyt koputtamatta vessan oveen. Jos hän olisi koputtanut, olisin voinut vastata ”varattu” ja hän puolestaan tiedustella lippuani, jonka jälkeen lippu olisi leimattu.

Saarelalla on sakon saannin jälkeen ollut käytössä uusi käytäntö, mikä tosin ei aina onnistu.

- Kahdesti olen tämän tapauksen seurauksena pyytänyt konduktööriä leimaamaan lipun jo laiturilla. Toisella kerralla tämä sopi kun kahdesti pyysin, mutta toisella kerralla taas en leimaa saanut useista pyynnöistä huolimatta.

Sakotuksen saama julkinen huomio Saarelaa huvittaa.

- Aikamoisen koomiset piirteet juttu on saanut nyt mediassa. Nämä lausunnot, mitä on tullut tapaukseen liittyen, ovat aika huvittavia kyllä. Mutta mikäs siinä, olen ylpeänä Suomen kuuluisin pummi, Saarela toteaa ironisesti.

Lue myös

[Käynti junan vessassa maksoi 80 euroa](#)

26.11.2013

Johanna Kasvinen Yle Turku

Yagmur Özberkan Yle Turku

LIITE 3

Vartija vei ilmapallon 2-vuotiaan kädestä

Perjantai 11.10.2013 klo 12.43

2-vuotiaan Sulo-pojan isä latasi Facebookiin videon, jolla Helsingin Stockmannin vartija vie ilmapallon suoraan pojan kädestä.



Vartija otti pallon pojalta takaisin tavaratalon ulkopuolella. (KUVAKAAPPAUS/FACEBOOK)

KATSO VIDEO



Vartija vei ilmapallon pikkulapselta

Pojan isä kertoo Facebook-viestissään asioineensa torstaina Helsingin keskustassa sijaitsevalla Stockmannilla. Mies oli pyytänyt tavaratalon myyjältä ilmapalloa pojalleen, jottei tämä eksyisi Hullujen Päivien tungoksessa.

Myöhemmin tavaratalon infopisteellä työskennellyt nainen oli pojan isän mukaan vaatinut palloa palautettavaksi. Nainen oli myös pyytänyt miestä "vasikoimaan" pallon antaneen myyjän. Tähän mies ei kuitenkaan suostunut.

Pian tavaratalon vartija tavoitti perheen Stockmannin ulkopuolella, ja otti kylmähermoisesti pieneltä pojalta pallon suoraan kädestä isän kielloista huolimatta.

Stockmannin tavaratalojohtaja **Tuija Wänttinen** on tietoinen tapauksesta.

- Tässä ei missään tapauksessa toimittu oikein, vaan henkilökunnalta on karannut mopo täysin käsistä. Aiomme käydä tapauksen asianosaisten henkilöiden kanssa läpi, ja olen tavoittanut lapsen isän asian tiimoilta. Kyseessä on erehdys aivan alusta loppuun, ja jos joku on pallon myyjältä saanut, ei sitä tulisi myöskään pois ottaa, Wänttinen sanoo.

Pojan isä kertoo Iltalehdelle, että asia on nyt sovittu perheen ja Stockmannin välillä. Hän kertoo ladanneensa videon Facebookiin juuri sen vuoksi, että saisi tavaratalon henkilökunnan miettimään tekoaan uudemman kerran.

Normaalisti Hullujen Päivien ilmapallot jaetaan kaikille halukkaille kampanjan lopussa, sunnuntai- iltana.

PAULA KOSKI

LIITE 4

[Kotimaa](#) 25.9.2013 klo 13:57 | päivitetty 21.3.2014 klo 14:06

Maahanmuuttaja saa yhtä paljon rahaa kuin muutkin

Sosiaalipolitiikan professori ja johtava sosiaalityöntekijä eivät keksineet yhtään tilannetta, jossa maahanmuuttaja saisi enemmän sosiaalitukea kuin vastaavassa tilanteessa oleva suomalainen – ainakaan ilman väärinkäytöksiä.



Kuva: Yle

Hyvin yleisen käsityksen mukaan maahanmuuttajalle maksetaan korkeampi elintaso kuin vastaavassa tilanteessa olevalle suomalaiselle. Esimerkiksi maahanmuuttajien tukia suomalaisten tasolle vaativa nettiadressi on saanut yli 40 000 allekirjoitusta.

Maahanmuuttajan sosiaaliturva ei kuitenkaan ole niin avokätistä kuin yleensä luullaan, sanoo Turun yliopiston sosiaalipolitiikan professori Heikki Ervasti.

- Se stereotypia ei vastaa todellisuutta, hän sanoo.

- Minulla on sellainen yleiskuva, että ei näillä sosiaalietuuksilla kukaan, ei maahanmuuttaja eikä suomalainen, ylläpidä ihan huoletonta elintaso.

Vihoviimeinen linja olisi se, että me emme huolehtisi niistä ihmisistä jotka tulevat tähän maahan.

- Heikki Ervasti

Samaa mieltä on Turun ulkomaalaistoimiston johtava sosiaalityöntekijä Jyri Mikkola. Hän miettii pitkään tilannetta, jossa maahanmuuttaja voisi saada suomalaista enemmän sosiaaliturvaa.

- Lähinnä tulee mieleen pimeä työ, mutta kyllä suomalaisetkin pimeitä töitä tekee, Mikkola sanoo viitaten tilanteeseen, jossa tuen hakija valehtelee tulonsa.

Oleskeluluvan saanut maahanmuuttaja kuuluu Suomen sosiaaliturvan piiriin. Sosiaaliturva ei erottele maahanmuuttajaa ja suomalaista, mutta esimerkiksi alle kolme vuotta Suomessa olleen työmarkkinatuki ja toimeentulotuki maksetaan kotoutumistuen nimellä.

Huhut suurista tuista johtuvat usein väärinkäsityksistä

Maahanmuuttajille maksettavista tuista on liikkeellä paljon huhuja. Johtava sosiaalityöntekijä Jyri Mikkola veikkaa yhdeksi huhujen lähteeksi niin sanottua alkuavustusta, joka voidaan myöntää kiintiöpakolaiselle tai vastaanottokeskuksesta omaan asuntoon muuttavalle.

- Se on hyvin niukka. Ei sillä sohvakalustoa tai telkkaria osteta. Se on tarkoitettu alkuun pääsyyn, kuten sängyn ja astioiden ostamiseen.

Alkuavustus on harkinnanvarainen, suuruudeltaan kunnasta riippuen joitain satoja euroja, ja se voidaan myöntää myös esimerkiksi kotinsa tulipalossa menettäneelle suomalaiselle.

Huhuja aiheuttaa myös se, että Suomen tukijärjestelmässä lapsiperheet korostuvat: mitä enemmän lapsia, sitä enemmän lapsilisää.

- Maahanmuuttajien perheet ovat usein isompia kuin suomalaisten, Mikkola toteaa.

Väärinkäytökset ovat pieni ongelma

Sosiaalietuuksien väärinkäytöksiä tapahtuu ajoittain. Heikki Ervastin mukaan maahanmuuttajien tekemiä väärinkäytöksiä ei tarvitse peitellä.

- Peittely on yhtä typerää kuin sinisilmäisyys. Ymmärrän hyvin, että sellainen herättää kritiikkiä. Viranomaiset saattavat olla hyvinkin tarkkoja, mutta joskus käy niin, että joku on riittävän näppärä ja pääsee nyhtämään vähän reilummin.

Hän muistuttaa, että väärinkäytökset ovat pieni ongelma ja vedätyksiä voi tehdä yhtä lailla suomalainen tuen hakija. Enemmän tapahtuu etuuksien alikäyttöä, eli ihmiset eivät saa niitä tukia, joihin heillä on oikeus.

- Siitä väärinkäytöstä on vaan niin helppo nostattaa moraalista paniikkia. Sitähän muistaakseni Hannu Karpo joskus teki, että kierrätti henkilöä eri kuntien sosiaalitoimistoissa ja saikin niistä muutaman satasen ihan ilman perusteita, Ervasti sanoo.

- Vihoviimeinen linja olisi se, että me emme huolehtisi niistä ihmisistä jotka tulevat tähän maahan. Jos esimerkiksi mentäisiin sille linjalle, että heidän toimeentulonsa olisi merkittävästi huonompi kuin suomalaisten vastaavassa tilanteessa olevien, niin se varmasti poikisi sellaisia ongelmia joita me emme halua yhteiskuntaamme.

Lue myös

[Raportti: Yritteliäät maahanmuuttajat tuovat valtiolle enemmän kuin saavat](#)

18.6.2013

[Turvapaikan saaneiden määrä kasvanut rajusti](#)

25.9.2013

[Onko suomalainen maahanmuuttajaa kovempi työntekijä? – Ei ole, sanovat professori ja toimitusjohtaja](#)

21.3.

Vesa-Matti Ruuska Yle Turku

LIITE 5

Kysymykset Satu Aaltoselle

27.1.2014

Yle Turun toimituksen uutispäällikkö Satu Aaltonen, tutkin opinnäytetyössäni sosiaalisen median vaikutusta verkkouutisten sisältöön. Yhdysvalloissa käytetään hyvin paljon sosiaalista mediaa uutisia tehdessä, Suomeen se rantautuu pikkuhiljaa.

- Miten Yle Turun toimitus keskittyy sosiaaliseen mediaan verkkouutisia tehdessä?
- Miksi Yle Turun toimitus keskittyy sosiaaliseen mediaan verkkouutisia tehdessä?
- Kuinka suuri osa sosiaalinen media on verkkouutisia tehdessä?
- Millä perusteella Yle Turun toimitus tarttuu sosiaaliseen mediaan?
- Kuinka paljon Yle Turun toimitus keskittyy sosiaaliseen mediaan?
- Aiheet ovat jo ”uutisia” kun ne leviävät sosiaalisessa mediassa, mikä tuo niihin lisää uutisarvoa?
- Yhdysvalloissa on jo pitkään tartuttu sosiaalisen media toimintaan ja poimittu uutisia, rantautuuko tänne?
- Miten näet verkkouutisten tulevaisuuden sosiaalisen median näkökulmasta?
- Näetkö sosiaalisen median vaikutusta hyvänä verkkouutisten sisällössä, miksi?
- Näetkö sosiaalisen median vaikutusta huonona verkkouutisten sisällössä, miksi?

Vr vessa case lähti sosiaalisesta mediasta, johon Yle Turun toimitus tarttui. Aiheesta julkaistiin 2 nettijuttua 26.11.2013 ja 3.12.2013. Nettijuttu sai huikeat lukijamäärät.

- Miten näitä tapauksia ajatellen, uskot että radion tai television käy?
- Miten vaikuttuu työskentelyyn?

LIITE 6

Kysymykset Vesa-Matti Ruuskalle

6.2.2014

Miksi tartuit juttuun?

Kuinka paljon siitä oli sosiaalisessa mediassa?

Miten juttu eteni?

Kuinka paljon se sai lukijoita?

Tarttuivatko muut mediat siihen?

Kuinka paljon hyödynnät sosiaalista mediaa työssäsi?

Millaisena näet sosiaalisen median tulevaisuuden verkkouutisten saralla?

LIITE 7

Kysymykset Paula Koskelle

27.2.2014

Milloin sait juttuvinkin?

Miksi siihen tartuit?

Mitä teit ensimmäisenä?

Miten juttu eteni?

Kuinka paljon sen sai lukijoita?

Missä kaikkialla se levisi?

Yllätytkö miten paljon juttu oli saanut lukijoita?

Kuinka vahvasti sosiaalinen media näkyy toimittajan työssäsi?

Kuinka paljon sitä hyödynnät?

Millaisena näet sosiaalisen median tulevaisuuden verkkouutisten saralla?