

Opinnäytetyö (AMK)

Medianomi

Journalismin koulutusohjelma

2015

Juhana Säilynoja

KATSON KANSSASI

– Opas Yle Elävälle arkistolle televisioitavan
tapahtuman live-twiittaamiseen : Case
#linnanjuhlat 2014



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Juhana Säilynoja

KATSO KANSSANI – OPAS YLE ELÄVÄLLE ARKISTOLLE TELEVISIOITAVAN TAPAHTUMAN LIVE- TWIITTAAMISEEN : CASE #LINNANJUHLAT 2014

Opinnäytetyö analysoi sitä, millaista on hyvä tv-tapahtuman live-twiittaaminen Yle Elävän arkiston Twitter-tililtä. Tutkimustapauksena opinnäytetyössä on Ylen Elävän arkiston live-twiitit vuoden 2014 itsenäisyyspäivän Linnan juhlien tv-lähetyksen aikana.

Suomalaiset Twitter-käyttäjät aktivoituvat erilaisten tapahtumien aikana. Vaalien, viihdespektaakkeliin, katastrofien, suosittujen tv-sarjojen ja muiden ihmisiä yhteen keräävien lähetysten reaaliaikaisesta kommentoimisesta twiittaamalla on tullut varsin suosittua. Twitterissä onkin siis usein käynnissä varjolähetys, jossa kuka tahansa saa äänensä kuuluviin selostaa tapahtumia. Tässä opinnäytetyössä vastaan kysymykseen, mitä on hyvä televisioitavan tapahtuman live-twiittaaminen Ylen Elävän arkiston näkökulmasta. Tutkin opinnäytetyössä vuoden 2014 itsenäisyyspäivän Presidentinlinnan juhlat –tv-lähetyksen aikana Yle Elävän arkiston tililtä lähetettyjä twiittejä.

Sain ajatuksen tämän opinnäytetyön aiheeseen työstäni Yle Elävän arkiston toimittajana ja erityisesti työhöni kuuluneista live-twiittaamisista. Opinnäytetyötäni varten olen luonut pikaoppaan live-twiittaamiseen, sillä tämän opinnäytetyön tarkoituksena on antaa neuvoja ja opastaa televisioitavaa tapahtumaa verkkobrändinä live-twiittaamaan aikovaa. Sen teoriaosassa perehdytään Twitteriin sekä live-twiittaamiseen. Tutkittavaa tapausta esittelevässä osassa käyn esimerkkien avulla läpi sitä, millaista live-twiittaaminen voi olla ja miksi. Johtopäätökset-luvussa analysoin, millaista on hyvä live-twiittaaminen ja pohdin live-twiittaamisen ja Twitterin tulevaisuutta journalistisena työkaluna Ylen verkkobrändeille. Yle Elävän arkiston livetwiittaaminen itsenäisyyspäivän Linnan juhlien –tv-lähetyksen aikana onnistui, koska se oli oivaltavaa, Yle Elävän arkiston Twitter-tyylille ominaista ja twiitit onnistuivat herättämään huomiota ja keskustelua.

ASIASANAT:

Twitter, sosiaalinen media, Yle

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Journalism

2015 | 27

Samuel Raunio

Juhana Säilynoja

I WATCH WITH YOU – A GUIDE FOR YLE ELÄVÄ ARKISTO ON LIVE-TWEETING A TV EVENT : CASE #LINNANJUHLAT 2014

This thesis analyses live-tweeting as a part of a television event. Especially on what kind of tweeting is considered to be successful for Yle Elävä arkisto. This thesis analyses the tweets sent from Yle Elävä arkisto's Twitter account during the tv broadcast of the President's Independence Day Reception 2014.

Finnish Twitter users activate during big tv events, such as election nights or popular tv-shows. In Twitter, those who are interested in a certain event gather around a certain hashtag. Those Twitter users create an audience. I am looking at how Yle Elävä arkisto should communicate with and in that audience. I do so by looking at relevant theory, analyzing the tweets and by analyzing how successful the live-tweeting was.

I had the idea for this thesis working as a journalist at Yle Elävä arkisto, sometimes known as the Living Archives of the Finnish Broadcasting Company Yle. In this thesis I define live-tweeting and explore how Yle Elävä arkisto uses Twitter as an interactional tool. In chapter 5.2 there is a quick guide to live-tweeting a television event for online brands included in this thesis.

The live-tweeting of the President's Independence Day Reception 2014 was a success for Yle Elävä arkisto because it was witty, informative and it managed to create communication with other tweeters.

KEYWORDS:

Twitter, Social Media, Finnish Broadcasting Company

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 LIVETWIITTAAMINEN	6
2.1 Sosiaalisen median palvelu Twitter	6
2.2 Tapahtuman live-twiittaaminen	8
2.3 Live-twiittaajat ja –twiittien eri kategoriat	9
2.4 Yle Elävä arkisto Twitterissä	10
3 #LINNANJUHLAT	12
4 ONNISTUMISEN MITTAAMINEN	18
4.1 #linnanjuhlat-twiitit tilastoina	18
4.2 Yleisöpalaute ja toimituksellinen onnistuminen	19
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	23
5.1 Videoviestintä uhkaa Twitteriä	25
5.2 Pikaopas live-twiittaamiseen	26
LÄHTEET	28

Kuvat

Kuva 1. Aloituskuva, jolla kerroin kuka @elavaarkisto-tilin takaa twiittaa	13
Kuva 2. Twiitti, joka avasi illan myös tv-lähetyksen osalta	13
Kuva 3. Esimerkki nopeasta reagoinnista siihen, kun henkilö on kättelemässä presidenttiparia ja nimi mainitaan selostuksessa	14
Kuva 4. Toinen esimerkki nopeasta reagoinnista. Yksi illan seuratuimmista eli Elastinen oli suosikki myös Twitterissä	15
Kuva 5. Twiitteissään @elavaarkisto tarjosi myös lisätietoja	16
Kuva 6. Yhteen @elavaarkisto-tilin twiittiin vastauksena tullut palaute	20

1 JOHDANTO

Sain ajatuksen tähän opinnäytetyöhön työstäni Yle Elävän arkiston toimittajana. Yle Elävä arkisto on käyttänyt Twitteriä vuodesta 2009 alkaen, ja se on työkaluna osa toimituksen työtä joka päivä. Suomalaiset Twitter-käyttäjät aktivoituvat erilaisten tapahtumien aikana (MTV Oy 2015). Vaalien, viihdespektaakkeliin, katastrofien, suosittujen tv-sarjojen ja muiden ihmisiä yhteen keräävien lähetysten reaaliaikaisesta kommentoimisesta twiittaamalla on tullut varsin suosittua (emt.) On siis olemassa itsestään yhteenliittynyt, tietystä aiheesta tietyn aikaa kiinnostunut yleisöryhmä. Tässä opinnäytetyössä tutkin, mitä on hyvä televisioitavan tapahtuman live-twiittaaminen Ylen Elävän arkiston näkökulmasta. Sitä tutkin vuoden 2014 itsenäisyyspäivän vastaanotto –tv-lähetysten aikana Yle Elävän arkiston Twitter-tililtä suorittamani live-twiittauksen kautta.

Tutkimusaineistona olen käyttänyt aiheeseen liittyvää kirjallisuutta, Yle Elävän arkiston tililtä julkaistuja twiittejä, niihin liittyviä tilastoja ja Twitter-analytiikkaa. Olen myös haastatellut Yle Elävän arkiston vastaavaa tuottajaa Elina Yli-Ojanperää. Journalistisen verkkobrändin live-twiittaamista ei ole juurikaan tutkittu Suomessa, joten tämä opinnäytetyö tarjoaa uutta tietoa alalla toimijoille. Opinnäytetyön tarkoitus on toimia apuna live-twiittaamista harkitseville. Tämän opinnäytetyön luvussa 5.2 on pikaopas live-twiittaamiseen. Sen tarkoitus on muistilistan tavoin auttaa live-twiittaamisen alkuun. Opinnäytetyön alussa esittelen Yle Elävän arkiston toimintaa ja Twitteriä, sekä avaan live-twiittaamisen konseptin. Myöhemmin opinnäytetyössä kerron tarkemmin tutkittavasta tapauksesta eli Twitterissä itsenäisyyspäivän aikaan tunnisteella #linnanjuhlat käydystä keskustelusta. Kerron esimerkein, mitä itsenäisyyspäivänä 2014 Yle Elävän arkiston Twitter-tilillä tapahtui. Lopuksi vedän yhteen tutkimuskohteen onnistumisen, jota analysoin tilastojen, yleisöpalautteen ja toimituksellisen onnistumisen tarkastelun kautta. Luvussa 6 pohdin myös Twitterin tulevaisuutta ja live-twiittaamisen hyödyllisyyttä.

2 LIVETWITTAAMINEN

Tässä opinnäytetyössä live-twiittaamisella tarkoitetaan jonkin tapahtuman aikana lähetettyjä ja tapahtumaa kommentoivien Twitter-viestien lähettämistä. Tämä määritelmä sisältää niin yleiset julkiset Twitter-viestit, uudelleentwiittaukset kuin myös vastaukset toisten twiitteihin. Live-twiittaaminen ei kuitenkaan viittaa tarkasteltavalta Twitter-tililtä julkaistuja viestejä, jotka eivät liity tarkasteltavaan tapahtumaan. Sillä ei myöskään tarkoiteta niin sanottuja yksityisviestejä, jotka eivät ole julkisia. Sitä, onko twiitti ajastettu vai ei, ei ole eroteltu tässä opinnäytetyössä.

2.1 Sosiaalisen median palvelu Twitter

Twitter on vuonna 2006 avattu sosiaalisen median palvelu, jossa julkaistaan lyhyitä, pisimmillään 140 merkkiä pitkiä viestejä. Twitteriä on kutsuttu mikroblogipalveluksi. (Haavisto 2009, 6; Suominen ym. 2013, 100-101.) Twitterissä julkaistuja viestejä kutsutaan twiiteiksi, ja ne voivat olla kuvin, videoin tai linkein rikastettuja. Twitterissä on mahdollista myös lähettää suoria yksityisviestejä käyttäjille, uudelleentwiitata jonkun toisen twiitti, tykätä toisten twiiteistä sekä siteerata toisen twiittiä. Alkuperäistä twiittiä, joka ei ole uudelleentwiittaus, kutsutaan originaaliksi (Lindholm 2014). Twitter-syöte eli feedi on Twitter-käyttäjän seuraamien tilien twiiteistä muodostunut kokoelma, joka päivittyy jatkuvasti. Tilin syöte taas muodostuu yksittäisen tilin twiittaamista viesteistä.

Sosiaalinen media on sateenvarjokäsite, jonka alla sille annetaan erilaisia merkityksiä (Pönkä 2014, 34). Tämä tarkoittaa sitä, että sosiaalista mediaa voi olla käytännössä mikä vain palvelu tai sellaisen osio, jossa ihmiset pääsevät kanssakäymiseen keskenään. Näitä voivat olla niin Facebookin ja Instagramin tyyliiset jakamiseen tarkoitettut sovellukset kuin myös blogit, keskustelufoorumit, videopalvelut ja pikaviestimet, kuten Whatsapp. Twitter eroaa muista palveluista paitsi viestin pituudella, myös avoimuudellaan. Vain harva Twitterin käyttäjä on

piilottanut viestinsä ja kuka tahansa voi seurata ketä tahansa julkista käyttäjää. (Pönkä 2014, 34; 97.)

Vuonna 2013 Twitteriä käytti yli 300 000 suomalaista (Suominen ym. 2013, 11). Tammikuussa 2015 julkaistussa Taloustutkimus Oy:n kyselyssä kymmenen prosenttia vastanneista suomalaisista käytti Twitteriä aktiivisesti (Yle uutiset 2015). Twitter nousi suuren maailman tietoisuuteen vuoden 2008 Yhdysvaltain presidentinvaalikampanjoinnin aikaan. Presidenttiehdokas Barack Obama käytti Twitteriä kampanjassaan taidokkaasti hyödykseen ja twiittaaminen muodostui muoti-ilmiöksi ja tärkeäksi poliittiseksi tiedotuskanavaksi (Suominen ym. 2013, 166). Obama hyödynsi Twitteriä jälleen vuoden 2012 vaaleissa. Pikkuhiljaa, kun Twitter on vakiinnuttanut paikkaansa sosiaalisen median kentällä Suomessa, on siitä tullut myös täällä poliitikkojen suosima viestintäkeino. Vuonna 2013 yhdellä seuratuimmista suomalaisista, poliitikko Alexander Stubbilla, oli reilusti yli sata-tuhatta seuraajaa (Pönkä 2014, 98). Toisin kuin Harto Pönkä teoksessaan Sosiaalisen median käsikirja (2014, 218), minä en näe nykymuotoiselle Twitterille ruusuista tulevaisuutta. Pönkä perusteli vuonna 2014 (emt.) Twitterin säilyttävän paikkansa sosiaalisen median kartalla, koska se täyttää tietyn käyttäjäryhmän tarpeen eikä sille ole selkeää haastajaa. Selkeää haastajaa en minäkään Twitterille löydä, mutta sitä uhkaa käyttäjien tarpeiden muutos. Kaikki viestintä muuttuu kovalla vauhdilla visuaalisemmaksi. Tätä aihetta analysoidaan enemmän luvussa 5.1.

Monilla tapahtumilla on Twitterissä käytössään tunniste eli hashtag, jonka käyttäminen twiiteissä on tärkeää. Tunniste muodostetaan laittamalla #-merkki halutun tunnistesanan eteen. Tunnisteiden avulla Twitter-viesti linkittyy tiettyyn keskusteluun (O'Reilly & Milstein 2011, 43), ja sen avulla merkitään myös millä hakanalla twiitin halutaan löytyvän myöhemmin (Pönkä 2014, 185). Esimerkiksi vuoden 2015 eduskuntavaaleihin liittyvässä twiitissä kannattaa käyttää tunnistetta #vaalit2015 ja Euroviisuista puhuttaessa tunnistetta #euroviisut. Itsenäisyyspäivän Presidentinlinnan juhlien yhteydessä käytetään tunnistetta #linnanjuhlut.

Ilman tunnistetta twiitti ei linkity haluttuun keskusteluun, eikä moni aiheesta kiinnostunut näe twiittiä. Usein Twitter-käyttäjät seuraavat keskustelua juuri tietyn tunnistehakutuloksen kautta (O'Reilly & Milstein 2011, 43), eivät niinkään uutisyötteensä tai tiettyjen käyttäjien kautta. Oikean tunnisteen käyttäminen on siis tärkeää, jotta juuri oikea yleisö löytää heille tarkoitetun sisällön ja viestin. Toinen käyttötarkoitus tunnistelle on kertoa niiden avulla twittaajan tunteista, ja voipa niiden avulla jopa vitsailla (O'Reilly & Milstein 2011, 43).

2.2 Tapahtuman live-twiittaaminen

Yleisimmin live-twiittaamiseen törmää konferenssissa tai seminaarissa, joissa sen tarkoitus on kerätä kysymyksiä, kehuja tai mielipiteitä yleisöltä (O'reilly & Milstein 2011, 163). Myös muiden tapahtumien, kuten konserttien ja tv-sarjojen, live-twiittaamisesta on tullut suosittua. Kuitenkin varsinkin jälkimmäistä kritisoidaan, koska tv:n kuluttamisen muutoksen myötä harvoin suuret massat katsovat tv-ohjelmaa samaan aikaan. Tästä syystä juonipaljastusten vaara on suuri. (Haavisto 2009, 23.) Twitter julkisti vuonna 2014 tutkimuksen käyttäjiensä mielenkiinnosta seurata esimerkiksi tv-sarjan tekijöiden samanaikaisesti ohjelman aikana lähettämiä twiittejä. Tutkimuksessa selvisi, että tv-sarjan tähtien live-twiittaaminen nosti twitterissä käydyn keskustelun määrää eniten. Myös bränditilin, eli esimerkiksi tv-ohjelman tai kanavan tilin, live-twiittaaminen sai aikaan enemmän keskustelua, eli tunnistekohtaisia twiittejä, kuin ilman live-twiittaamista lähetetty jakso. (Midha 2014.) Tämä Twitterin itsensä julkistama tutkimus on kohdennettu Twitterin yritysasiakkaille ja sen tarkoituksena on tuottaa lisää asiakkaita Twitterille, joten tutkimukseen on syytä suhtautua kriittisesti. Tv-ohjelmien live-twiittaaminen bränditileillä luo keskustelun lisäksi myös uusia faneja (Twitter 2015c) ja ainakin Yhdysvalloissa sen on todistettu kasvattavan live-twiitattavan ohjelman katsojalukuja (Bercovici 2014). Yhdysvaltalaiset tv-yhtiöt eivät kuitenkaan ole varmoja, onko live-twiittaamisen vaikutus jatkuva (Perlberg 2014).

Live-twiitatessa on tärkeää olla nopea, tarkka, nokkela ja mielenkiintoinen. Mikäli twiittaa vain twiitatakseensa, Twitter-tilin syöte muuttuu vain taustameluksi. Live-twiitatessa kannattaa myös jättää twiitit lyhyiksi, jotta uudelleentwiittajien omille kommenteille jää tilaa, ja silloin pitää myös rikkoa yhtä Twitterin peruskäyttäytymissääntöä ja twiitata todella paljon ja usein. (Ulanoff 2014).

2.3 Live-twiittaajat ja –twiittien eri kategoriat

Tv-ohjelman live-twiittaamisesta väitellyt Kai Huotari löysi väitöskirjassaan neljä live-twiittaajatyyppeä. Nuo neljä tyyppiä ovat satunnainen, systemaattinen ja fanaattinen live-twiittaaja sekä aktiivinen Twitterin käyttäjä (Huotari 2014, 78). Väitöskirjassaan Huotari tutki Glee-sarjan ja NHL-jääkiekkopelien live-twiittaajia. Fanaattisten live-twiittajien twiitit käsittelivät lähes ainoastaan tiettyä aihetta, ja he twiittasivat paljon ja usein. Systemaattiset live-twiittaajat twiittaavat aina, kun heidän lempiohjelmansa tulee televisiosta. He twiittaavat yhtä säännöllisesti kuin fanaattiset, mutta lähettävät vähemmän twiittejä. Satunnaiset twiittaajat olivat suurin ryhmä Huotarin tutkimuksessa. Heidän twiittailunsa määrä ja aikaväli vaihtelee. Satunnaiset live-twiittaajat twiittaavat myös muistakin aiheista kuin live-twiittailunsa kohteesta. Aktiiviset Twitterin käyttäjät twiittaavat kaikesta mitä tekevät koko päivän aikana, joten he myös mainitsevat, mitä katsovat tv:stä. He eivät varsinaisesti siis live-twiittaa ohjelmaa, eivätkä osoita intohimoa tv-ohjelmaa kohtaan. (Huotari 2014, 87).

Huotari (2014, 92) erittelee viisi eri live-twiitin kategoriaa ja näille jokaiselle useita alakategorioita. Pääkategorioita ovat kohteliaisuustwiitit, outlet-twiitit, valintatwiitit, analyysitwiitit sekä muut twiitit. Kohteliaisuustwiiteillä kiitetään keskustelusta ja tervehditään muita livetwiittaajia. Outlet-twiiteillä ilmaistaan tunteita, joita live-twiitattava ohjelma saa aikaan twiittaajassa. Valintatwiitillä voidaan alleviivata jotain yksittäistä asiaa tv-ohjelmassa ja sunnata keskustelua haluttuun suuntaan. Analyysitwiitin tarkoitus on keskustella syvällisemmin aiheesta ja kommentoida ohjelman tapahtumia. Analyysitwiittaajat osallistuvat tapahtuman merkityksellistämiseen. Muita twiittejä ovat kaikki ne twiitit, jotka eivät mahdu edellä

mainittuihin kategorioihin. Näitä ovat esimerkiksi mainostamiseen tarkoitetut twiitit sekä twiitit, joilla osallistutaan kilpailuihin. (Huotari 2014, 92.)

2.4 Yle Elävä arkisto Twitterissä

Yle Elävä arkisto on Yleisradion arkistomateriaalia julkaiseva verkkopalvelu. Se julkaisee video- ja audiomateriaalia ja tuottaa niiden yhteyteen taustoittavia artikkeleita. Yle Elävä arkisto avattiin syyskuussa 2006. Sen ruotsinkielisen vastineen nimi on Yle Arkivet. (Fogelholm 2013.) Yle Elävällä arkistolla on ollut tili Twitterissä maaliskuusta 2009 asti. Twiittejä julkaisevat Yle Elävän arkiston ja ruotsinkielisen Yle Arkivetin toimitukset. (Yle Elävä arkisto 2009.) Yle Elävän arkiston toimitus koostuu kahdesta tuottajasta, noin viidestä toimittajasta (Yle Elävä arkisto 2015) sekä mahdollisista korkeakouluharjoittelijoista. Yle Arkivetia toimittaa yksi toimittaja (Yle Arkivet 2015).

Yle Elävä arkisto twiittaa lähinnä linkkejä Elävän arkiston ja Arkivetin sivustoille. Tilin käyttäjät myös valikoivat muuta verkkosisältöä, jonka ajattelevat kiinnostavan Yle Elävän arkiston seuraajia, uudelleentwiittaavat kiinnostavia twiittejä ja vastaavat tilille osoitettuihin twiitteihin sekä yksityisviesteihin. Yle Elävä arkisto on Twitterissä saavuttaakseen uutta yleisöä ja saattaakseen sisältöään ihmisten tietoon (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.10.2015). Vastaava tuottaja Elina Yli-ojanperän mukaan Twitter-toiminta oli lähtenyt yhtiön pohdinnasta, että mitä Ylen sisältöä voisi olla Twitterissä ja kuka siellä voisi toimia. Alkuun Twitter-viestit toimivat sivuston RSS-syötteen avulla ja myöhemmin Twitter-viestien julkaiseminen oli yhdistetty Facebook-julkaisemiseen. (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.10.2015.)

Tämän työn tekijä on aiemmin tehnyt analyysin Yle Elävän arkiston sosiaalisen median tilien tyyleistä (Säilynoja 2014). Analyysin mukaan Yle Elävä arkisto pyrkii Twitterissä olemaan tyyliiltään positiivinen ja innostava. Se poimii parhaita sisältöä ja reagoi ajankohtaisiin tapahtumiin. Se pyrkii keskustelemaan ja innostamaan keskusteluun. (emt.)

Ajatus live-twiittaamisesta Yle Elävän arkiston tilillä tuli vastaavalta tuottajalta Elina Yli-Ojanperältä syksyllä 2014. Yli-Ojanperän mukaan live-twiittaaminen on oiva tapa vahvistaa yleisön käsitystä siitä, että Elävän arkiston tilin takana on ihmisiä.

Live-twiittaaminen oli helppo tapa näyttää se, että mikään robotti ei valikoi sisältöä Elävän arkiston Twitteriin. Kun twiittaaminen tapahtuu suorana, on niillä viesteillä jotain väliäkin. Ne ovat reagointia eivätlä postaamista. (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.10. 2015.)

Live-twiittaamisella Yli-Ojanperä on toivonut saavutettavan nimenomaan keskustelevaisuutta ja reagoimista, jonka kautta yleisö oikeasti katsoisi tai kuuntelisi jonkin vanhan sisällön Elävän arkiston sivuilta ja sitä kautta näkisi historiallisia linjoja. Myös Ylen Elävän arkiston näkyvyydelle oli hyvä olla mukana juuri Linnan juhlien tapaisessa mediatapahtumassa, koska se on Yli-Ojanperän mielestään hyvin yleläinen tapahtuma. (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.10.2015).

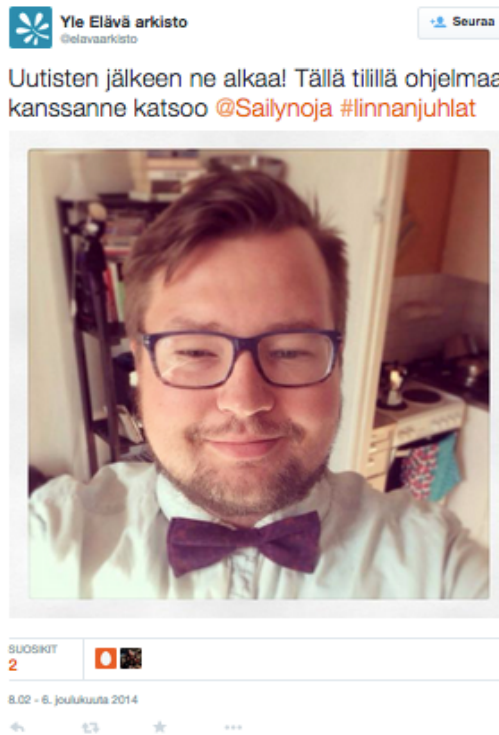
Olin mukana kokeilemassa live-twiittaamista Yle Elävän arkiston tilillä ensimmäisen kerran Ajankohtaisen kakkosen A2-yrittäjältä-ohjelman aikaan joulukuussa 2014. Kokeilukerrassa vahvistui Yle Elävän arkiston Twitter-tilin (@elavaarkisto) käyttämä tyyli, joka koettiin toimituksessa hyväksi (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.10.2015). Twiittien tulisi olla mukavia ja leppoisia. Hauskuuteen voi pyrkiä ja ennen kaikkea reagoitava siihen, mitä televisiossa ja Twitterissä tapahtuu. Seuraavassa luvussa käyn läpi kokemuksiani vuoden 2014 itsenäisyyspäivän Linnan juhlien live-twiittaamisesta. Nostan esiin käyttämiäni työtapoja ja live-twiittaamisesta syntyneitä huomioita.

3 #LINNANJUHLAT

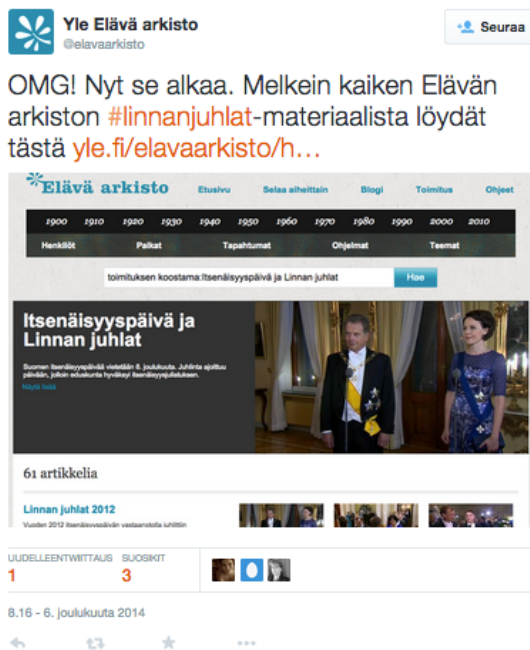
Itsenäisyypäivän Linnan juhlat oli kiinnostava live-twiittamiskohde muun muassa sen Twitterissä herättämän keskustelun vuoksi (MTV Oy 2015). Vuoden 2014 Linnan juhlat oli kaikkien aikojen neljänneksi twiitatuin tv-tapahtuma Suomessa (MTV Oy 2015).

Ajankohtaisen kakkosen A2-yrittäjäillan kokemuksia rikkaampana osasin valmistautua paremmin itsenäisyyspäivän koitokseen. Ennen iltaa keräsin kuvia, tein kuvakollaaseja ja otin kuvakaappauksia varastoon. Tutkin aiheeseen liittyvää materiaalia ja keräsin Yle Elävän arkiston aiheeseen liittyviä linkkejä yhteen. Ilmoittelin Ylen sisällä, mitä Yle Elävän arkiston tilillä tulee tapahtumaan. Tutkin, mitkä muut tilit Twitterissä tekevät jotain aiheeseen liittyvää ja keitä olisi ehdottomasti seurattava. Tässä luvussa käsittelen yksityiskohtaisesti, mitä itsenäisyyspäivänä Yle Elävän arkiston Twitter-tilillä tapahtui.

Lähetys itsenäisyyspäivän vastaanotolta alkoi kello 18.15, mutta ensimmäiset twiitit lähetin jo muutamaa tuntia aiemmin. Niiden tarkoitus oli pohjustaa iltaa ja kertoa, että Yle Elävä arkisto on mukana Twitter-keskustelussa omalla omalaa-tuisella näkökulmallaan. Alkuun myös kerroin kuka Yle Elävän arkiston tilin (@elavaarkisto) takaa tällä kertaa löytyi (kts. kuva 1). Tämä twiitti edustaa live-twiittien kohteliaisuuskategoriata (Huotari 2014, 94). Sen tarkoituksena on tervehtiä muita #linnanjuhlat-tunnisteesta kiinnostuneita twiittaajia sekä ilmoittaa, että Yle Elävän arkiston tililtä twiitataan ohjelman aikana. Twiittasin tämän myös, jotta ihmiset tietäisivät keskustelewansa ihmisen kanssa. Ihmiset suhtautuvat toiseen ihmiseen eri tavalla kuin brändiin. Yhdysvalloissa tätä ajattelutapaa on viety vielä pidemmälle, kun julkkikset ”kaappaavat” bränditilejä itselleen live-twiitatakseen sillä (Twitter 2015b).



Kuva 1. Aloituskuva, jolla kerroin kuka @elavaarkisto-tilin takaa twiittaa (Yle Elävä arkisto 2014a).



Kuva 2. Twiitti, joka avasi illan myös tv-lähetyksen osalta (Yle Elävä arkisto 2014b).

Kun lähetyksen itsenäisyyspäivän vastaanotolta alkoi, tuli twiittaamisesta paljon intensiivisempää ja reagoivampaa, koska ohjelman alku oli todella nopeampainen. Lähetyksen alkuun twiittasin suoran linkin itsenäisyyspäivään liittyvään Elävän arkiston sisältöön (kts. kuva 2). Tämä twiitti on Huotarin jaottelun mukaan muu twiitti (Huotari 2014, 106), sillä se on mainos. Se mainostaa Yle Elävän arkiston sisältöä. Lähetyksen alkuosan kättelyosion aikana nimiä ja kasvoja vilahteli todella paljon lähetyksessä. Valikoin massasta ne, joista selostajat kertoivat enemmän, tai ne, joista tiesin Yle Elävästä arkistosta löytyvän mielenkiintoista materiaalia. Twiitin koostin käytännössä niin, että syötin nimen, josta halusin twiitata, yle.fi/elavaarkisto –sivun hakutoimintoon, vilkaisin nopeasti materiaalin ja artikkelin läpi sekä otin ehkä kuvakaappauksen. Sitten kirjoitin twiittiin jonkin faktan materiaalista, etsin onko twiitin aiheena olleella henkilöllä tai yhteisöllä Twitter-tiliä, jonka voisin liittää twiittiin ja twiittasin (kts. kuva 3). Esimerkitwiitti (kuva 3) edustaa valintakategoriaa (Huotari 2014, 100), jolla suunnataan keskustelua kohti jotain aihetta. Twiitti valitsee yhden presidenttiparia kättelemään tulleen henkilön ja suuntaa keskustelua häntä kohti tarjoten samalla lisätietoa aiheesta.



Kuva 3. Esimerkki nopeasta reagoinnista siihen, kun henkilö on kättelemässä presidenttiparia ja nimi mainitaan selostuksessa (Yle Elävä arkisto 2014c).

Kokenut live-twiittaaja Lance Ulanoff on todennut, että live-twiitatessa on oltava nopea, tarkka, nokkela ja twiiteissä on oltava sisältöä (Ulanoff 2014). Tv-lähetysten lisäksi täytyy seurata myös Twitteriä. Räppäri Kimmo Laihoon eli Elastiseen liittynyt #Elastinen-tunniste muodostui illan aikana todella suosituksi (Lindholm 2014). Aina kun hän vilahti ruudussa, täytti #elastinen-tunnisteella merkityt twiitit Twitter-syötteen. Eli #linnanjuhlat-tunnisteen lisäksi keskustelua käytiin myös muilla tunnisteilla, jotka kuitenkin liittyivät ohjelman sisältöön. Räppäri Elastisen synnyttämään keskusteluun reagoiminen ja lisätiedon tarjoaminen hänestä toi mukavasti näkyvyyttä Yle Elävän arkiston tilille (kts. kuva 4). Tämäkin twiitti edustaa valintatwiittikategoriaa (Huotari 2014, 100), sillä sen tarkoitus oli johdattaa keskustelua tiettyyn suuntaan.



Kuva 4. Toinen esimerkki nopeasta reagoinnista. Yksi illan seuratuimmista eli Elastinen oli suosikki myös Twitterissä (Yle Elävä arkisto 2014d).

Twitteissä tarjosin lisätietoa itse tapahtumasta ja Presidentinlinnasta. Kun lähe-
tyksen selostajat puhuivat kunniamerkeistä, twiittasin lisää tietoa aiheesta anta-
van linkin (kts. kuva 5).



Kuva 5. Twiitteissään @elavaarkisto tarjosi myös lisätietoja (Yle Elävä arkisto 2014d).

Lisätiedon tarjoaminen teki tilin syötteestä monipuolisemman, sillä suurin osa twiiteistä käsitteli presidenttiparia kätteleviä tai haastateltavia ihmisiä. Monipuolisuutta toi myös Yle Arkivetin ruotsinkielistä materiaalia sisältävät twiitit. Ne syntyivät lähinnä siitä, että jonkun henkilön kohdalla arvelin hyvää materiaalia löytyvän Yle Arkivetista ja kävin nopeasti etsimässä, tai muistin jonkin Yle Arki-
vetin sisällön aiheeseen tai henkilöön liittyen. Illan edetessä twiittasin myös sii-

tä, mitä tuleman pitää. Kerroin muun muassa, että vaikka lähetys Presidentinlinnasta loppui, jatkaa Yle Elävän arkiston tili twiittausta myös seuraavaksi alkavan Jatkot-ohjelman aikana. Seuraavassa luvussa kokoan yhteen tilastoja Linnan juhlat –live-twiittaamisesta sekä analysoin sen onnistumista.

4 ONNISTUMISEN MITTAAMINEN

Live-twiittaamisen kaltaisen työprosessin onnistumista voi mitata usealla eri tavalla. Tässä opinnäytetyössä tarkastelen live-twiittaamisen onnistumista oman analyysin, yleisöpalautteen sekä Yle Elävän arkiston vastaavan tuottajan näkemysten kautta. Lisäksi käytän Martti Lindholmin kokoamaa tilastoa kaikista joulukuun alkupuolella 2014 #linnanjuhlat-tunnisteella merkityistä Twitter-viesteistä. Vertailu Yle Elävän arkiston muihin twiitteihin ja niiden tilastoihin ei mielestäni ole järkevää, sillä Linnan juhlien kaltaisten tapahtumien aikaan Twitteriä käyttää huomattavasti enemmän suomalaisia kuin keskivertopäivänä (MTV Oy 2015).

4.1 #linnanjuhlat-twiitit tilastoina

MTV Oy:n sosiaalisen tv:n tuottaja Martti Lindholm kokosi #linnanjuhlat-tunnisteella merkityjä twiittejä käsittelevät tilastot yhteen ja julkaisi tiedot blogissaan (Lindholm 2014). Tilastoissaan hän huomioi twiitit, joissa on tunniste #linnanjuhlat ja jotka oli lähetetty 1.12. 2014 kello 00.00 – 7.12. 2014 kello 23.59 välisenä aikana. Tilastoista ilmeni, että tunnisteella merkityjä twiittejä oli tuona aikana lähetetty yhteensä 29 853 kappaletta, joista uudelleentwiittauksia oli 43,71 prosenttia. Yle Elävä arkisto oli tarkasteluaikana lähettänyt #linnanjuhlat-aiheisia twiittejä 196 kappaletta, joista niin sanottuja originaaleja twiittejä oli 144. Originaalilla twiitillä tarkoitetaan twiittiä, jonka tili on itse luonut, eikä vain uudelleentwiittannut toisen käyttäjän twiittiä. Tilaston mukaan Yle Elävän arkiston tili oli illan kolmanneksi originaalein twiittaaja, mutta blogijulkaisussaan Lindholm paljasti kahden originaalimman olleen robotteja, jotka alkoivat twiitata, kun tunniste #linnanjuhlat oli kerännyt tarpeeksi aktiivisia twiittaajia mukaan. Robottitilit aktivoituivat noin klo 19.22 ja jatkoivat twiittaamista niin kauan kuin #linnanjuhlat-tunniste oli aktiivinen. Twiittien sisältö ei liittynyt itse tapahtumaan. (Lindholm 2014). Ei-robottikäyttäjistä Yle Elävän arkiston tili oli ollut originaalein. Bobottitili

eli Twitter-botti twiittaa automaattisesti twiittejä, eikä käy keskustelua toisten tilien kanssa.

Yle Elävän arkiston tili oli neljäntenä tilastossa (Lindholm 2014), joka tutki twiittien vaikutusta. Vaikutusta mitataan kertomalla twiittien tai uudelleentwiittausten määrä tilin seuraajamäärällä. Yle Elävän arkiston tilin vaikutus oli noin 2,95 miljoonaa ja tilastossa oli edellä yksi robottitili (emt). Kun Elävän arkiston taakse tässä tilastossa jäi moni paljon seuratumpi tili, voidaan ajatella, että Yle Elävän arkiston tili oli näkyvästi läsnä #linnanjuhlat-aiheen ympärillä käytävässä Twitter-keskustelussa.

4.2 Yleisöpalautte ja toimituksellinen onnistuminen

Yleisöltä tuli palautetta pitkin iltaa vastauksina twiitteihin ja suorina twiitteinä Yle Elävän arkiston tilille. Palaute oli pelkästään positiivista. (Twitter 2015). Tämä kertoo paitsi onnistumisesta myös siitä, että huonoksi tai häiritseväksi twiitit koeneet eivät ehkä vain halunneet reagoida twiitteihin. Palautetta tuli paitsi yksittäisistä twiiteistä, myös koko tilisyötteen onnistumisesta (Lahtinen 2014). Twitter-tili @Tuulevia eli Tuulevi Aschan kertoi, että Yle Elävän arkiston Twitter-tilin @elavaarkiston live-twiittaaminen oli tehnyt itsenäisyyspäivän Linnan juhlista jotain enemmän kuin, mitä se oli aiemmin ollut (Aschan 2014. Kts. Kuva 6). Tämänkaltaisia kiitosviestejä tuli useampia, kuten myös niitä, joissa kerrottiin muille Twitterin käyttäjille, että Yle Elävän arkiston tili on "liekeissä" eli twiittaa kiinnostavasti (Twitter 2015a).



Kuva 6. Yhteen @elavaarkisto-tilin twiittiin vastauksena tullut palaute (Aschan 2014).

Yle Elävän arkiston vastaava tuottaja Elina Yli-Ojanperä oli toivonut ennen lähestystä Linnan juhlien –live-twiittaamisen muun muassa lisäävän keskustelevaisuutta ja reagointia tapahtumiin Yle Elävän arkiston tilillä, Yle Elävän arkiston näkyvyyttä sekä sitä, että yleisö kokisi Yle Elävän arkiston olevan toimitettua sisältöä, jonka takana ovat oikeat ihmiset. (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.10.2015) Yli-Ojanperän mukaan tavoitteet ylittyivät.

Yle Elävä arkisto ei ollut vain pari satunnaista twiittiä vaan osallistuva twiittaja, jonka läsnäolo illassa huomattiin ja muistettiin seuraavanakin päivänä. Linnan juhlien twiittailusta puhuttaessa Elävän arkisto tuli esiin sekä Ylen sisällä keskusteluissa että yleisön maininnoissa, Elävällä arkistolla oli tunnistettava sympaattinen ja nokkelakin ääni. Elävä arkisto vahvisti rooliaan ajankulun siltaajana, teki menneestä ajankohtaista ja ajankohtaisesta osan historian jatkumoa. (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.11.2015).

Yli-Ojanperän mukaan Yle Elävää arkistoa on Linnan juhlien 2014 jälkeen pyydetty mukaan useisiin muihin Ylen televisioitaviin tapahtumiin nimenomaan Twitter-läsnäolon muodossa. Twiitatuihin Yle Elävän arkiston linkkeihin oli Yli-Ojanperän mukaan myös syntynyt liikennettä, jota sinne ei muuten olisi tullut. (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.11.2015).

Twiittien ansiosta Elävän arkiston tallentamaa mediahistoriaa linnan juhlista ja itsenäisyyspäivän vietosta katsottiin enemmän (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.11.2015).

Aiemmassa nauhoittamassani haastattelussa Yli-Ojanperä kertoi, että Ylen sisällä livetwiittaamista oli kuvailtu ”eepiseksi” (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.10.2015).

Linnan juhlat oli Yle Elävälle arkistolle onnistunut monilla eri mittareilla mitattuna (Lindholm 2014; Twitter 2015a; Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.10.2015; 6.11.2015). Tilastojen mukaan (Lindholm 2014) Yle Elävän arkiston tili oli illan tuottavin aiheen ympärillä. Tämä kertoo siitä, että tili toi aktiivisesti itse omaperäisiä ja itsensä näköisiä näkökulmia ja lisätietoja tv-ohjelmaan. Twitter-käyttäjien palautteen mukaan (Twitter 2015a) Yle Elävän arkiston sisältö sopi ohjelman luonteeseen ja rikastutti katsojakokemusta. Ylen Elävä arkisto onnistui tuomaan esiin sisältöään omalla tyyllillään ja ilmeisesti se onnistui myös hauskuuttamaan yleisöään, mutta siitä ei ole saatavilla tutkimustietoa. Elina Yli-Ojanperä viittasi sähköpostihaastattelussaan (6.11.2015), että Yle Elävän arkiston Twitter-tilin #linnanjuhlat-twiitit eivät olleet vain muutama hassu twiitti, vaan onnistunut kokonaisuus. Itsenäisyyspäivän Presidentinlinnan juhlien kaltaisessa tapahtumassa twiittejä voi olla paljonkin (Ulanoff 2014). Kättelyosion hektinen luonne jopa jollain tapaa vaatii sitä, kun täysin eri asioista tunnettuja henkilöitä näkyy ruudussa peräkkäin nopealla tempolla. Yhden tilin lähettämä suuri twiittivolyymi sopi käsiteltävään tapaukseen myös, koska muidenkin twiittien määrä oli niin suuri tuona ajankohtana. Mikäli tunnisteella ei juurikaan olisi muuta keskustelua, olisi suuri määrä keskustelun hukuttamista omiin viesteihin. Mikäli keskustelua ei tunnisteella olisi, voisi myös miettiä, mitä järkeä sen ympärillä olisi live-twiitata.

Onnistumisen suurin avain oli Yle Elävän arkiston oma tyyli Twitterissä. Se mahdollistaa katsottavan ohjelman kommentoimisen hiukan etäältä. Yle Elävä arkisto on arkistonäkökulmansa vuoksi tarpeeksi ulkopuolinen tili niin, että sen kommentteja ei ajatella ohjelmaan kuuluviksi tai jollain tapaa virallisiksi. Tilin äänen humoristinen omaperäisyys auttaa tässä tunnelmassa. Sen ulkopuoli-

suutta korostaa myös pitkien linjojen näyttäminen. Mikäli jokin asia tai ilmiö muistuttaa jotain jo aiemmin ollutta, on Yle Elävän arkiston mahdollista myös todistaa tämä omalla sisällöllään. Sinänsä sen sisältö soveltuu Twitter-viestien rikasteeksi hyvin, koska niillä voi tukea jotain napakkaa väittämää. Live-twiitatessa on siis hyvä nojata tilin vahvuuksiin, sillä sitä seuraajat tahtovat. Yle Elävän arkiston ei kannata alkaa väittelemään politiikasta tai kertoa jostain, johon sillä ei löydy sisältöä – vaikkakin yleisö ainakin Linnan juhlien yhteydessä tuntui pitävän hyvinkin löyhistä aasinsilloista sisällön ja keskusteluaiheen välillä.

Toinen teknisempi syy onnistumiseen oli oman sisällön ja työkalun tunteminen, sekä Yle Elävän arkiston julkaisulogiikan ymmärtäminen. Koska tiesin, millaista sisältöä Yle Elävästä arkistosta mahdollisesti voisi löytyä, oli nopea etsintä ja reagointi mahdollista.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Itsenäisyyspäivän Linnan juhlien lähetyksen live-twiittaaminen Yle Elävän arkiston Twitter-tililtä oli, kuten aiemmin kerrottu, tilastollisesti (Lindholm 2014), toimittuksellisesti (Yli-Ojanperä, henkilökohtainen tiedonanto 6.11.2015) ja palautteen (Aschan 2014, Lahtinen 2014) mukaan onnistunut. Yle Elävän arkiston tililtä twiitattiin mielenkiintoisesti ja tilin tyyllille ominaisesti sekä näkyvästi omia mediahistoriallisia näkökulmia ja sisältöjä. Yle Elävän arkiston Twitter-syötteestä olisi voinut tulla vain taustamelua, joka katoaa huomaamatta Twitterin syövereihin, mutta yleisöpalautteesta voi tulkita, että twiittaja osasi kohdata kaikki neljä Kai Huotarin löytämää live-twiittajatyyppeä (2014). Tili käytti tyyliään vahvuutenaan ollessaan läsnä suuressa mediatapahtumassa. Yle Elävä arkisto kertoi olevansa ihminen ja inhimillinen, eikä robottitwiittaja tai vain ajastetusti twiittejä laukova laskelmointiyritys.

Yhdysvalloissa on tutkittu tv-ohjelmien tekijöiden ja bränditilien live-twiittaamisen nostavan myös tv-ohjelman katsojalukuja (Bercovici 2014; Perlberg 2014). Yle Elävä arkisto on Ylen bränditili ja Linnan juhlien tv-lähetys näkyi Ylen tv-kanavilla. Live-twiittaamisella on siis hyvinkin voinut olla positiivinen vaikutus myös ohjelman katsojalukuihin. Twitterin feedissä on oltava nopea (Ulanoff 2014), varsinkin nopeatempoisen ohjelman live-twiittauksessa, joten on hyvä tietää jo ennakolta, miten on mahdollista reagoida. Sisällön lisäksi on tunnettava tapahtuman luonne sekä Twitter työkaluna. Kokenut live-twiittaja Lance Ulanoff on kehottanut (2014) lähettämään lyhyitä live-twiittejä, jotta uudelleentwiittaajien omat kommentit mahtuvat mukaan twiittiin. Yle Elävä arkisto ei näin toiminut, ja se on voinut vähentää mahdollista vuorovaikutusta Twitterissä. Vuoden 2015 jälkeen uudelleentwiittaajien kommenttien takia ei välttämättä tarvitse miettiä twiittien pituutta, sillä twiitin lainaaminen on teknisesti muuttunut erilaiseksi. Twitterin jatkuvasti muuttuessa, saattavat tämänkin opinnäytetyön väittämät vanhentua.

Hyvän televisioitavan tapahtuman live-twiittaamisen Yle Elävän arkiston näkökulmasta on oltava tyyllille ominaista ja yleisöä kiinnostavaa. Twiittien on toimit-

tava osana keskustelevaa joukkoa, eikä olla irrallista huutelua. Sen on myös kyettävä tuomaan jotain uutta keskusteluun, sillä Twitterin logiikka ei kaipaa vain keskustelua kuratoivaa tiliä. Tunniste toimii jo keskustelun kokoavana hakutuloksena ja Linnan juhlien ympärillä käydyn kaltaisessa massakeskustelussa hyvät twiitit uudelleentwiitataan niin monesti jo muutenkin, että ne leviävät aiheita seuraavien silmiin.

Linnan juhlien live-twiittamisen jälkeen seuraava iso live-twiittaus, jonka tein, oli Yle Areenan Twitter-tilin kautta. Yle Areenan vuoden 2015 Eurovision laulukilpailun ensimmäisen välierän ja loppukilpailun live-twiittaaminen perustui ajatukselle, että Areena katsoo kanssasi. Tällöin Areena ei ollut vain palvelu, jonka kautta ohjelmaa pystyi kuluttamaan, vaan se rikastutti katsomiskokemusta ihmisläheisellä ja mukavalla keskustelulla sekä lisätiedolla ohjelmasta. Jotta toiminta Twitterissä on järkevää, on brändien uskallettava miettiä olemustaan. On mietittävä, mitä kaikkea käyttäjät kaipaisivat tai mitä he eivät edes osaa kaivata. Yle Elävän arkiston tapauksessa tämä tarkoittaa muun muassa sitä, mihin kaikkien keskusteluun Yle Elävä arkisto voi liittyä. Ei siis vain tuottaa sisältöä ja julkaista sitä, vaan aktiivisesti tarjota historiallisia näkökulmia ajankohtaisiin keskusteluihin – olivat ne sitten suuria uutisia tai pieniä muutaman Twitter-tilin välisiä keskusteluja. Ei pidä odottaa, että joku muu liittyy mukaan, vaan on aktiivisesti etsittävä liittymiä itse. Tästä hyvä esimerkki on Linnan juhlien aikainen räppäri Elastiseen liittyvä twiitti (Yle Elävä arkisto 2014d). Yle Elävän arkiston tili oli mukana synnyttämässä Elastisesta illan ilmiötä ja osallistui hänestä käytyyn keskusteluun. Koko tutkimani twiittisyöte (Twitter 2015a) itsenäisyyspäivänä on itse asiassa hyvä esimerkki siitä ajattelumallista, jossa live-twiittaaja katsoo toisten ihmisten kanssa ohjelmaa, ja reagoi näkemäänsä keskustelemalla kaappaamallaan bränditilillä (Twitter 2015b).

Jokaisella Ylen verkkobrändillä ja sosiaalisen median tilillä on omat keskustelunsa ja aiheensa, joihin ne voivat aktiivisesti liittää itseään ja tarjota uusia näkökulmia, lisätietoja tai hauskuuttaa yleisöä. Tämän opinnäytetyön nimi viittaa juuri aiemmin mainittuun ajatukseen ihmisten kanssa katsomisesta. On suuri ero siinä, kutsummeko ihmisiä katsomaan brändin kanssa jotain vai liitymmekö

brändinä heidän mukaansa. Luommeko yleisön vai liittymmekö jo olemassa olevaan yleisöön, jota lietsomme keskustelemaan ja kasvamaan. Yhdysvalloissa live-twiittaaminen kasvattaa tv-ohjelmien katsojalukuja (Bercovici 2014; Perlberg 2014). Vaikka Yhdysvaltojen ja Suomen mediakenttä on täysin erilainen, ei ole mitään syytä olettaa, etteikö live-twiittamisella olisi positiivista vaikutusta katsojalukuihin myös Suomessa. Linnanjuhlat-live-twiittaaminen antoi Yle Elävälle arkistolle ennen kaikkea positiivista näkyvyyttä. Se onnistui hauskuuttamaan ja kertomaan tarinaa jatkumosta, jonka osa vuoden 2014 itsenäisyyspäivän juhlinta oli. Suomalaisilla on varsin positiivinen mielikuva Elävästä arkistosta (Taloustutkimus 2013), ja tätä onnistuttiin vahvistamaan illan aikana (Twitter 2015a).

5.1 Videoviestintä uhkaa Twitteriä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena ei ollut miettiä Twitterin tulevaisuutta, mutta analyysia tehdessäni, en voinut olla ajattelematta sitä. Kuten luvussa 2.1 kerroin, koen, että Twitterin asema on uhattuna. Sosiaalisen median asiantuntija Harto Pönkä (2014, 218) ajattelee päinvastoin. Hänen mielestään Twitter täyttää käyttäjiensä tarpeet, eikä sillä ole varteenotettavaa haastajaa. Olen samaa mieltä siinä, että mikään uusi palvelu ei sinänsä ole ottamassa Twitterin paikka, mutta tulevaisuudessa Twitterin kaltaiselle viestinnälle ei ole enää kysyntää. Uudenlaiset työkalut, kuten Snapchat, ja vanhojen uudenlainen käyttäminen (esimerkiksi Whatsappin audio- ja videoviestit) ovat tehneet videoviestinnästä arkea yhä suuremmille massoille, ja tämä muokkaa tulevaisuudessa sitä, millä keinoin ihmiset haluavat viestiä toisilleen. Twitter perustuu tekstiin, vaikka twiittejä on mahdollista rikastuttaa muullakin sisällöllä. On aiheellista kysyä, miksi viestisimme sovelluksella, jonka perimmäinen käyttötarkoitus ei vastaa uusia mediankulutustapojamme? Kuitenkin niin kauan kuin Twitter on elinvoimainen ja mielenkiintoinen, voivat Ylen verkkobrändit saavuttaa siellä suuria massoja. Ylen kaltaisen mediatalon, joka tuottaa sisältöä usealle eri välineelle, on mahdollista paketoida sisältöään ja tulla lähemmäs yleisöään juuri tapahtumien

kautta Twitterissä. Tästä syystä Yle voisi enemmän sitoa sisältöään pieniin ja suuriin tapahtumiin, eli niin sanotusti tapahtumallistaa sisältöään.

Twitterin jälkeenkin on samankaltaista työtä mahdollista tehdä monin tavoin. Millainen olisikaan Linnan juhlat –lähetys, jos sitä rikastettaisiin Presidentinlinnan sisältä Snapchatiin ladatuilla videoilla ja kuvilla. Tämä on jo nyt teknisesti mahdollista niin sanottujen geoaitojen avulla. Geoaita tarkoittaa sitä, että Snapchatissä lähetettyjä kuvia ja videoita voidaan rajata lähetyalueen mukaan. Näin saadaan nopeasti koottua materiaalia jostain tapahtumasta. Muita tapoja ja sovelluksia tulee jatkuvasti.

5.2 Pikaopas live-twiittaamiseen

Tässä luvussa esitän opinnäytetyöni tutkimustuloksien pohjalta luodun pikaoppaan live-twiittaamiseen. Opas on tarkoitettu avuksi sellaiselle, joka on ensimmäistä kertaa televisioitavaa tapahtumaa live-twiittaamassa jonkin verkkobrändin Twitter-tililtä.

- Tunne brändisi. Mikäli brändi, jonka tililtä twiittaaat, ei ole sinulle tuttu, tutustu sen sisältöön ja seuraajiin. Millainen ääni tilillä on? Millaista on sen kanssakäyminen muiden twiittaajien kanssa? Kun tunnet brändisi ja tilisi, tiedät myös, onko juuri kyseessä olevan tilin järkevä livetwiitata juuri kyseessä olevasta tapahtumasta.
- Tunne työkalusi. Mieti soveltuuko juuri Twitter parhaiten tyylillesi ja tavoitteillesi.
- Mieti mitä live-twiittaamisella haluat. Aseta itsellesi tavoitteita, joiden onnistumista voit mitata. Sellaisia voivat olla vaikka seuraajamäärän kasvu, runsas keskustelu, tykkäykset ja uudelleentwiittaukset.
- Tunne sisältösi. Mikäli aikomuksenas on jakaa Twitterissä linkkejä tai rikastettua sisältöä, etsi ja tuota mahdollista sisältöä jo etukäteen.

- Katso ympärillesi. Seuraa keskustelua tunnisteiden ympärillä, bongaa mielenkiintoisia twiittäjiä ja vastaile heidän twiitteihinsä tai uudelleentwiittaa niitä. Brändistä riippuen on kuitenkin hyvä varmistaa, että käyttäjä ja hänen twiittinsä sopivat brändillesi. Tämän teet helpoiten käymällä käyttäjän profiilissa.
- Ole aktiivinen ja kiinnostava. Älä jämahdä latteuksiin ja reagoi, kun sinulle puhutaan. Jos twiittisi eivät ole kiinnostavia tai relevantteja, niistä tulee vain taustamelua.
- Jälkihoita live-twiittaaminen. Tutustu Twitterin tilastoanalytiikkaan osoitteessa analytics.twitter.com tai käyttämällä jotain muuta käytössäsi olevaa sosiaalisen median analytiikkatyökalua. Pohdi, mikä sai ihmiset käyttäytymään niin kuin he käyttäytyivät, ja mieti, missä onnistuit. Tilastojen kautta näet helposti, onko tilisi tyyliä parannettavaa.
- Jatka keskustelua aiheesta, varsinkin mikäli sitä itsestään syntyy Twitterissä.
- Mitä seuraavaksi? Miten voisit viedä live-twiittaamisen seuraavalle tasolle? Voisiko sen yhdistää joihinkin toisiin sosiaalisen median palveluihin? Toimisiko seuraavalla kerralla useamman live-twiittaajan yhteinen toiminta paremmin, vai sotkeeko useampi kokki soppaa?

LÄHTEET

- Aschan, T. 2014 (@Tuulevia): Twitter-viesti. 6.12.2014 klo 22.29. Viitattu 31.10.2015. <https://twitter.com/Tuulevia/status/541328486494142465>
- Bercovici, J. 2014. Twitter Quantifies Impact of Live-Tweeting on Tv Engagement. Forbes. Viitattu 18.11.2015 <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/09/18/twitter-quantifies-impact-of-live-tweeting-on-tv-engagement/>.
- Fogelholm, S. 2013. Elävä arkisto – kansakunnan muistot klikkauksen päässä. Opinnäytetyö. Journalismin koulutusohjelma. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.
- Haavisto, M. 2009. Näin käytät Twitteriä. Helsinki: Finn Lectura.
- Huotari, K. 2014. Experientalizing – How C2C Communication Becomes Part of the Service Experience. The Case of Live-Tweeting and Tv-Viewing. Väitöskirja. Ekonomi och samhälle. Helsinki: Hanken. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/135736/280_978-952-232-252-4.pdf?sequence=1 (viitattu 18.11.2015)
- Lahtinen, K. 2014 (@KatiTLahtinen): Twitter-viesti. 6.12.2014 klo 22.27. Viitattu 31.10.2015 <https://twitter.com/KatiTLahtinen/status/541328187561885698>
- Lindholm, M. 2014. Hannes valloitti #linnanjuhlat. Robotit lauloivat kuorossa. <http://blog.themartti.com/2014/12/08/linnanjuhlat-sai-ihmiset-visertamaan-hannes-hynosesta-robotit-lauloivat-kuorossa/> Viitattu 3.10.2015
- Midha, A. 2014. Study: Live-Tweeting lifts tweet volume, builds a social audience for your show. Viitattu 8.11.2015. <https://blog.twitter.com/2014/study-live-tweeting-lifts-tweet-volume-builds-a-social-audience-for-your-show>
- MTV Oy 2015. SomeTV-mittari <http://www.mtv.fi/spotti/tutkittua/sometv-mittari> Viitattu 24.10.2015
- O'Reilly, T. & Milstein, S. 2012. The Twitter Book. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Pönkä, H. 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo.
- Perlberg, S. 2014. Warner Bros. CMO on Live-Tweeting shows, Measurement Woes, And Tv Consolidation. Wall Street Journal. Viitattu 18.11.2015 <http://blogs.wsj.com/cmo/2014/07/09/cmo-warner-bros-lisa-gregorian/>.
- Suominen, J.; Östman, S.; Saarikoski, P. & Turtiainen, R. 2013. Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus.
- Säilynoja, J. 2014: Prezi-esitys. Elävä arkisto on hip ja cool ja käyttää sosiaalista mediaa. Viitattu 24.10.2015. <https://prezi.com/hfqmx4ddfj4/elava-arkisto-on-hip-ja-cool-ja-kayttaa-sosiaalista-mediaa/>
- Taloustutkimus 2013. Tutut nimet arvostetuimpien verkkobrändien joukossa. Viitattu 24.10.2015. <http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje/uutiskirje-8-2013/tutut-nimet-arvostetuimpien-verk/>
- Twitter 2015a: hakutulos. Hakutulos @elavaarkisto-tilille 5.12.2016–11.12.2014 osoitetuista twiiteistä. Viitattu 31.10.2015. <https://twitter.com/search?q=to%3Aelavaarkisto%20since%3A2014-12-05%20until%3A2014-12-11&src=typd>

- Twitter 2015b. Live-Tweet a Tv-Show. <https://media.twitter.com/best-practice/live-tweet-the-premiere-of-an-episode-or-show> Luettu 18.11.2015.
- Twitter 2015c. ABC's Scandal Recruits Fans on Twitter. <https://media.twitter.com/success/abc-scandal-recruits-fans-on-twitter>. Luettu 18.11.2015.
- Ulanoff, L. 2014. How I Gained 68 000 Followers by Live-Tweeting. http://mashable.com/2014/07/16/how-to-live-tweet/#P6DJ.b_JtkqC Viitattu 18.11.2015
- Yle Arkivet. 2015. Yle Arkivetin etusivu. Viitattu 24.10.2015. <http://svenska.yle.fi/arkivet>
- Yle Elävä arkisto 2009. Twitter. Viitattu 23.9.2015 <https://twitter.com/elavaarkisto>
- Yle Elävä arkisto 2014a (@elavaarkisto): Twitter-viesti. 6.12.2014 klo 18.02. Luettu 24.10.2015. <https://twitter.com/elavaarkisto/status/541261491866198016>
- Yle Elävä arkisto 2014b (@elavaarkisto): Twitter-viesti. 6.12.2014 klo 18.16. Luettu 24.10.2015. <https://twitter.com/elavaarkisto/status/541264955983802368>
- Yle Elävä arkisto 2014c (@elavaarkisto): Twitter-viesti. 6.12.2014 klo 18.39. Luettu 24.10.2015. <https://twitter.com/elavaarkisto/status/541270631934070784>
- Yle Elävä arkisto 2014d (@elavaarkisto): Twitter-viesti. 6.12.2014 klo 18.48. Luettu 24.10.2015. <https://twitter.com/elavaarkisto/status/541272876687851520>
- Yle Elävä arkisto 2014e (@elavaarkisto): Twitter-viesti. 6.12.2014 klo 20.50. Luettu 24.10.2015. <https://twitter.com/elavaarkisto/status/541303808672800769>
- Yle uutiset. 2015. Ylen Taloustutkimuksella teettämän somekyselyn taustamateriaali. Viitattu 24.10.2015. http://www.yle.fi/tvuutiset/uutiset/upics/liitetiedostot/yle_somekysely.pdf
- Yli-Ojanperä, E. 2015a. Haastattelu 6.10.2015.
- Yli-Ojanperä, E. 2015b. Sähköpostihaastattelu 6.11.2015.