

FACEBOOK

– verkon ratsumies tulevaisuutensa kynnyksellä

Googlen puheenjohtaja Eric Schmidt listasi toukokuussa 2011 teknologia-alan ”neljä ratsumiestä”, kovaa peluria: Google, Apple, Amazon ja Facebook (Schonfeld 2011). Tämä innovatiivinen ja kasvava nelikko kilpailee kukin omilla vahvuuksillaan: Google on hakukone, Apple valmistaa laitteita, Amazonissa käydään kauppaa ja Facebookissa sosiaalisuus, ihmisten kanssa oleminen, vetää käyttäjät sivustolle säännöllisesti. Vuonna 2004 perustettu Facebook on yhteisöllinen verkkosovellus, joka oman määritelmänsä mukaan ”tuo yhteen työpaikalta, koulusta ja vapaa-ajalta tutut kaverit” (Facebook.fi). Se on yksi maailman vaikutusvaltaisimmista verkkosivustoista. Facebookia johdetaan Kaliforniassa sijaitsevasta pääkonttorista, ja aluetoimistoja on lähes 20 ympäri maailmaa. Facebookia voi käyttää yli 70 eri kielellä.

Tässä katsauksessa tarkastelen Facebookissa ja sen käytössä tapahtuneita muutoksia. Vuonna 2009 määrittelin Facebookin lukuisia ominaisuuksia aina kommunikaation kulusta välittömyyden asteeseen ja vuorovaikutuksen tapaan. Käsittelin myös kysymystä siitä, miksi Facebook on niin silmiinpistävästi juuri tälle ajalle ominainen väline ja viestimisen muoto. Koko ilmiö kaikkine teknisine ominaisuuksineen kilpistyi kuitenkin lopulta yhteen iänikuiseen totuuteen – ihmisen ikävään toisen luo. Tämä ei ole kolmessa vuodessa muuttunut. Facebookin lumo, taika ja tärkein ominaisuus on edelleen muut käyttäjät. (Matilainen 2010.)

Arabikevään ja Suomen presidentinvaalien aikana vuosina 2011–2012 Facebook profiloitui entistäkin vahvemmin politiikan uudeksi työväentaloksi. Sosiaalista mediaa, Facebook mukaan lukien, käytetään tänä päivänä myös apuvälineenä niin

rauhantyössä kuin katastrofitilanteissakin. On kuljettu pitkä matka siitä, kun murattiseinäisen Harvardin yliopiston kasvatti kehittäjä sivuston, jolla opiskelijat pystyivät tutustumaan toisiinsa ja löytämään tietoa illan kiinnostavimmista bileistä.

Facebookilla on nyt, vuoden 2012 alkupuolella, 845 miljoonaa käyttäjää (Facebookin lehdistöhuone, helmikuu 2012). Jos Facebook olisi maa, se olisi maailman kolmanneksi suurin Kiinan ja Intian jälkeen. Käyttäjämäärä on saanut jotkut epäilemään, pitääkö vanha ajatus siitä, että kaikki maailman ihmiset tuntevat toisensa enintään kuuden ihmisen kautta, enää paikkaansa. Ja toden totta, luku näyttää sosiaalisen median myötä kutistuneen enintään viideksi. Facebook julkaisi marraskuussa 2011 tutkimuksen, jonka mukaan kuka tahansa Facebookin käyttäjä on noin viiden ihmisen (tarkemmin ottaen 4,74) päässä kenestä tahansa toisesta käyttäjästä. Tutkimuksessa analysoitiin Facebookin silloisten 721 miljoonan käyttäjän kaverisuhteita Milanon yliopiston kehittämän laskentamallin avulla. Koska tutkimus tehtiin pelkästään Facebookin käyttäjistä, sen tuloksia ei tosin voi suoraan soveltaa koko maailmaan. (Backström 2011.)

Näiden 845 miljoonan käyttäjän yksityisyydensuojaan, Facebookin kuumaan perunaan, on tehty ja tehdään jatkuvasti huomattavia muutoksia. Koska sivuston käyttö on käyttäjilleen ilmaista, yrityksen on taottava liikevoittonsa sieltä mistä se irtoaa – tässä tapauksessa mainostuloista. Mainostulot perustuvat Facebookin yrityksille myymään tietoon käyttäjistään, ja tämä on huolestuttanut vuoroin käyttäjiä, vuoroin asiantuntijoita. Irlannin tietosuojaviranomainen teki loppuvuodesta 2011 Face-

bookin yksityisyydensuojasta perusteellisen selvityksen ja löysi siitä useita puutteita. Verkko-lehti TechCrunchin mukaan yhtiö on luvannut tehdä yksityisyydensuojaan kaikkiaan 45 parannusta seuraavan puolen vuoden aikana. Muutoksiin kuuluu muun muassa käyttäjäehtojen yksinkertaistaminen ja täydentäminen yksityisyyden suojaa selittäville kohdilla sekä käyttäjistä sovellusten kautta kerättävän tiedon vähentäminen ja tietojen poistaminen aikataulun mukaisesti. Käyttäjille pyritään myös entistä selvemmin kertomaan heidän tietojensa jakamisesta kolmansille osapuolille. Facebook lupaa myös, että käyttäjät pääsevät jatkossa nykyistä helpommin tarkistamaan ja poistamaan Facebookin heistä tallentamaa tietoa, kuten esimerkiksi torjuttuja ystäväkutsuja, tykkäyksiä ja viestejä. (Constine 2011.) Facebookin Irlannin toimisto vastaa yhtiön toiminnasta Pohjois-Amerikan ulkopuolella, joten uudistus vaikuttaa suoraan kaikkiin Facebookin käyttäjiin Pohjois-Amerikan ulkopuolella.

Helmikuussa 2012 Facebook päätti pitkään jatkuneen spekuloinnin ja ilmoitti listautumisestaan pörssiin. Yhtiö tavoittelee listautumisannilla vähintään viittä miljardia dollaria, joka olisi yksi kaikkien aikojen suurimmista nettiyhtiöiden osakeanneista. Pörssi-yhtiönä yhtiö joutuu jatkossa antamaan enemmän tietoa julki kuin aiemmin. Jo listautumishakemuksessa oli asioita, jotka tähän mennessä ovat pysyneet salassa: Mark Zuckerberg omistaa yhtiöstä 28,4 prosenttia, koko ylin johto on alle 44-vuotiaita, ja yhtiön liikevaihto on viisinkertaistunut viimeisen kahden vuoden aikana. Viimeinen tieto tarkoittaa, että Facebookin ansaintalogiikka on löytänyt muutonsa ja yhtiö on keksinyt, kuinka parhaiten tehdä rahaa käyttäjien tiedoilla. Markkinointivoimat voivat suunnata mainoksensa Facebookissa käyttäjien iän, asuinpaikan, sukupuolen, koulutuksen, työhistorian, kiinnostuksenkohteiden ja verkotykäysten perusteella (Raice 2012). Facebookin etusivun hyvää henkeä hehkuva julkilausuma "It's free and always will be" ei siis tarkoita, että käyttäjät voisivat huokaista helpotuksesta – pikemminkin päinvastoin.

Aikajana uudisti tarinankerrontaa

Merkittävä muutos Facebookin käyttöjärjestelmässä oli aikajanan käyttöönotto. Syyskuussa 2011 esitellyn aikajanan, *timelinen*, käyttöönotto viivästyi, sillä Facebookia lätkäistiin välittömästi lehdistötilaisuuden jälkeen oikeushaasteella asiasta (Hachman 2011). Historiallisia tapahtumia verkkoon tallentava yritys Timelines haastoi Facebookin oikeuteen sanan "timeline" käytöstä. Nyt aikajana on kuitenkin todellisuutta. Aikajana esittelee käyttäjän historiaa aina syntymästä nykyhetkeen, ja sitä on verrattu esimerkiksi leikekirjaan. Aikajanalla näkyvät käyttäjän kaikki sivustolle koskaan lataamat valokuvat, statuspäivitykset ja sovellukset. Aikajanalla on mahdollisuus valita vuosi, jonka tapahtumia tarkastelee. Käytännössä muutos on lähinnä esteettinen, sillä vanhojen päivitysten ja kirjoitusten selaaminen on vain tehty helpommaksi. Tiedon määrä ja sisältö on pysynyt täysin samana. Monesta käyttäjästä muutos oli kuitenkin laajempi, ja syntyi ilmiö, joka iltapäivälehdistössä nimettiin nopeasti "timelinegateksi".

Aikajanan tullessa monet käyttäjät raportoivat vanhojen yksityisviestien näkyvän julkisena aikajanallaan. Lehdistö tarttui nopeasti aiheeseen, josta keskusteltiin vilkkaasti suuntaan ja toiseen kunnes Facebook selvitti asiaa, ja lopulta väitteet vuotaneista yksityisviesteistä osoittautuivat perättömiksi (Pullinen 2011). Epäilyissä vuodoissa oli yhtiön mukaan ollut kyse vanhoista seinäkeskusteluista eli käyttäjien omilla profiilisivuilla käydyistä julkisista mielipiteiden vaihdoista. Erikoista "timelinegatessa" oli se, että ilmoituksia tuli pelkästään Suomesta, ja juttu sai myös hieman kansainvälistä huomiota.

Kyseessä oli lopulta vain osoitus verkkoon laitetun tiedon säilymisestä ja ihmismuistin lyhytydestä. Moni käyttäjä oli yksinkertaisesti unohtanut, mitä viestejä joskus muinoin oli seinälleen kirjoittanut ja saanut – täysin julkisesti. Kyse on myös käyttöliittymämuutoksista: Facebookin vanhemmissa versioissa seinällä käytyjä keskusteluja oli vaikeampi löytää, ja seinäkeskusteluja käytiin paljon enemmän (Pullinen 2011). Myös käyttäjien toimintatavat ja -taidot ovat kehittyneet ja muuttuneet ajan saatossa. Aikajanan tuodes-

sa vanhat viestit silmien eteen moni käyttäjä pelästyi vanhoja kirjoituksia.

Ilmiö ei ole Facebookin historiassa uusi. Sama koettiin sivuston alkuaikoina uutisvirtaa lanseerattaessa. Uutisvirta aiheutti aikanaan vastalauseiden ryöpyn (boyd 2006), kun käyttäjät pelästyivät toimiansa julkista listaamista jokaisen pääsivulle. Yksityisyyteen liittyy vahvasti kontrollin tunne. Samat tiedot olivat olleet julkisia ennenkin, kyse oli tiedon saatavuuden helpottamisesta – yhtäkkiä yksittäinen käyttäjä näki kaiken, mitä muut Facebookissa tekivät ja toisinpäin. Sosiaalisen median tutkijan danah boydin (2006) mukaan uutisvirran myötä käyttäjät tunsivat itsensä haavoittuvaisiksi, ja illuusio yksityisyydestä hävisi. Boyd vertaa tilannetta keskusteluun meluisassa paikassa: ihmiset huutavat asioitaan toisille, eivätkä häiriinny vaikka joku sattuisikin kuulemaan lauseen sieltä, toisen täältä, mutta melun lakatessa on äärimmäisen kiusallista huomata kaikkien kuulleen, mitä juuri sanoi.

Ei niin paljon muutoksia ettei jotain samaakin

Moni asia on toki myös ennallaan. Facebookia käytetään edelleen ensisijaisesti reaalia maailman sosiaalisten suhteiden ylläpitoon ja vahvistamiseen (Lampe, Ellison & Steinfield 2008). Kahden Facebook-kaverin yhteyden takaa löytyy tyypillisesti yhteinen reaalielämän nimittäjä, kuten koulu tai työpaikka. Lisäksi Facebookissa käytetään enemmän aikaa tuttujen etsimiseen kuin tuntemattomien profiilien selailuun (Lampe et al. 2006). Facebookia siis käytetään nimenomaan verkon ulkopuolisen elämän lisänä ja täydennyksenä, ei sen korvikkeena. Myös Facebook-yhteisön hiljaisena tietona jaetut normit ovat säilyneet samoina – palvelu ei siis ole luonteeltaan muuttunut juurikaan. Määrittelin vuonna 2009 Facebookin viisi keskeistä normia seuraavasti: luottamus, vastavuoroisuus, jakaminen, aktiivisuus/läsnäolo ja keveys. Nämä normit ovat myös Facebookin ominaispiirteitä yhteisönä. (Matilainen 2010.)

Yhteisön jäsenten välinen luottamus on kenties tärkein yhteisöllisyyden ylläpitäjä. Facebookin käyttäjät ovat alusta alkaen lait-

taneet profiileihinsa muihin verkostosivuihin nähden paitsi määrällisesti paljon myös laadullisesti verrattain yksityiskohtaista ja totuudenmukaista tietoa (Acquisti & Gross 2006). Vastavuoroisuus puolestaan perustuu oletukselle, että annettu apu tai toisen huomioiminen palautuu tulevaisuudessa itse saadun avun tai huomion muodossa. Yhteisöllisyyden kannalta kiintoisaksi vastavuoroisuuden tekee Facebookin luonne käyttäjilleen läpinäkyvänä yhteisönä, jossa kahden käyttäjän vastavuoroinen toiminta näkyy heidän yhteisille kavereilleen lisäten näin yhteisön jäsenen kokemaa yhteisöllisyyttä (Wellman & Gulia 1999). Kolmantena Facebook-normina pidän jakamista. Passiivinen käyttäjä ei jaa, eikä osallistu, ja jos koko käyttäjäkunta olisi passiivinen, ei Facebook olisi läheskään niin suosittu kuin se tänä päivänä on. Aktiivisuus on toki myös ylläpidon toive, ja siihen kannustetaan esimerkiksi kehotuksilla kirjoittaa uusien tai passiivisten kaverien seinille. Aktiivisuuteen rohkaisu liittyy Facebookin ansaintamalliin: käyttäjät tuottavat sisältöjen lisäksi eteenpäin myytävää dataa.

Yhteisön jäsenten itse tuottama sisältö on tärkeässä osassa myös yhteisöllisyyden synnyssä, ja eri käyttäjien tuottamat sisällöt (videot, linkit, statukset, valokuva-albumit) ovat tiiviissä vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien tuottaman sisällön kanssa (Eloranta et al. 2006). Tämä käy helposti, sillä uutisvirta jakaa sisältöjä ja tarinoita käyttäjän puolesta. Jakamiseen liittyy läheisesti neljäs erottamani normi eli aktiivisuus. Noin 483 miljoonaa käyttäjää kirjautuu sivustolle päivittäin, ja esimerkiksi valokuvia ja videoita ladataan huima määrä niin ikään päivittäin (Facebookin lehdistöhuone, helmikuu 2012). Aktiivisuudesta kertoo myös linkkien ja muiden lisäämän sisällön jakaminen. Facebook on perustavanlaatuisesti aktiivinen yhteisö, ja aktiivisuutta odotetaan myös jokaiselta käyttäjältä yhteisön jäsenenä.

Viimeinen, mutta yhtä lailla Facebookia keskeisesti määrittävä normi on kepeys ja siihen liittyvä korostuneen valoisa asenne. Suru, negatiivisuus ja esimerkiksi rasismi eivät tavallisen käyttäjän näkökulmasta kuulu Facebookin luonteeseen. Tästä osuvana esimerkkinä toimii köyliöläisen kunnanvaltuutetun erottaminen perussuomalaisista

maaliskuussa 2012. Kunnanvaltuutettua esitettiin erotettavaksi puolueesta sen jälkeen, kun hän kommentoi myönteisesti Oulussa sattunutta ulkomaalaisen pizzeriatyöntekijän surmaa Facebookissa (Yleisradio 2012). Geert Lovinkin (2009) käsite positiivisuuden tyrannia tavoittaa ajatuksen hyvin: monet verkon palvelut rakentuvat positiivisen energian varaan. Facebook koostuu kavereista ja tykkäyksistä – voittopuolisesti innostavista kokemuksista. Tässä suhteessa Facebook poikkeaa sekä perinteisestä verkon ulkopuolella toimivasta yhteisöstä että aikaisempien vuosikymmenten verkkoyhteisöistä, joissa molemmissa jäsen voi olettaa saavansa tukeaa missä tahansa tilanteessa. Verkon keskustelupalstoilla ja erilaisissa foorumeissa on jo kauan purettu tuntoja ja saatu vertaistukea.

Uskaltaisinkin väittää, että Facebookin perustehtävä on sekin pitkälti sama kuin ennen. Facebook on informaatioajan *social groomingia*, virtuaalista silittelyä, joka vastaa kädellisten siistiytymisrituaaleja. Sen sijaan että nyppisimme täitä toistemme hiuksista, kyselemme toisiltamme kuulumisia ja rupattemme mukavia. Näiden vähäpätöisiltä vaikuttavien toimien kautta yksilö luo ja vahvistaa suhteita sekä ilmentää luontaista sosiaalisuuttaan ja itseään suhteessa toisiin. Facebookin suosio pohjautuu osaltaan siihen rauhoittavaan tosiasiaan, että meidät huomioidaan. Klassikkososiologi Erving Goffman (1971) viittasi aikanaan samantyyppiseen ilmiöön seurallisuuden käsitteellä, joka sopii myös digitaalisten yhteisöjen tutkimukseen.

Myös Facebookin perusominaisuudet ovat pysyneet muuttumattomina. Facebook ei edelleenkään mahdu yhden siistin mediummääritelmän alle. Kuten internet itse, myös Facebook yhdistää yhteen välineeseen useita aikaisempien viestintäteknologioiden piirteitä – se on kokoelma eri medioita; valokuvaa, liikkuvaa kuvaa, tekstiä, informaatiota ja viihdettä. Se voi lennättimen ja puhelimen tapaan toimia kahdenkeskisen kommunikoinnin välineenä, mutta yhtä lailla radion ja television kaltaisesti joukkoviestinnän tarkoituksiin. Facebookin alustalla toimii useita eri multimedialaisia viestintätapoja aina sähköpostin kaltaisesta viestijärjestelmästä julkiseen ilmoitteluun, blogialustaan, pika- ja yksityisviesteihin sekä videoihin. Viestintä on niin verbaalista kuin ei-verbaalistakin

(tökkääminen, piirustukset, lahjat, valokuvat), niin synkronista kuin asynkronistakin. Sivustolla yhdistyvät ja kietoutuvat yhteen julkinen ja yksityinen, informaatio ja viihde, yhteisöllisyys ja yksilöllisyys. Facebook voidaan määritellä ehkä vain yhdellä sanalla: hybridi. Facebookin kaltaiset hypermediumit ovat aina peittelemättömästi remedioivia; ne tuovat aikaisempia medioita digitaaliseen tilaan omiin tarkoituksiinsa uudelleen muokattaviksi. Facebookin remedioitu ja monikerroksinen rakenne tekee sen hahmottamisen ja analysoinnin mediana on erittäin haastavaksi.

Käyttäjien aktiivisuus on säilynyt

Muutosten ja samana pysymisen dynamiikassa Facebook on säilyttänyt viehätysvoimansa. Joka vuosi sadat miljoonat ihmiset kirjoittavat Facebookiin heille tärkeistä asioista, jakavat tietoa ja tunteita ja keskustelvat niin jonninjoutavista kuin tärkeistäkin asioista. Yhdysvaltalaisen Pew Research Centerin loppuvuodesta 2011 tekemän tutkimuksen mukaan Facebookin pitkäaikaiset käyttäjät eivät osoita kyllästymisen merkkejä esimerkiksi kuvien lisäämiseen tai statusensa päivittämiseen. Päinvastoin, tulosten mukaan mitä pidempään vastaajat olivat palvelua käyttäneet, sitä useammin he painoivat tykkää-nappia, kommentoivat muiden tietoja, tekivät statuspäivityksiä ja merkitsivät ystäviään kuviin. Tulosten perusteella kävi myös ilmi, että mitä enemmän ystäviä käyttäjillä oli Facebookissa, sitä aktiivisemmin he käyttivät palvelua. Aktiivinen käyttö ilmeni esimerkiksi tykkäämisten ja yksityisviestien määrästä sekä kuulumisten vaihdon tiheydestä. (Simpson 2012.) Tämän tutkimuksenvalossa Facebookin käyttö ja palvelussa esiintyvä aktiivisuus näyttäisivät olevan lisääntymään päin.

Pew Research Centerin tutkimustulokset tukevat kolme vuotta sitten esittämäni oletusta siitä, että vaivattomuudessaan Facebook parantaa ja tehostaa nimenomaan heikkojen siteiden muodostusta, vuorovaikutusta ja ylläpitoa. Heikkoja siteitä ilmenee sellaisten ihmisten välillä, jotka tuntevat toisensa vain rajallisesti ja tietyn kontekstin sisällä (vrt. pitkät ystävyys- tai

sukulaisuussuhteet). Heikkojen siteiden ihmisuhteet ovat sangen hyviä uuden tiedon lähteitä, koska ne sitovat yhteen erilaisissa ja erillisissä piireissä liikkuvia ihmisiä. Tällöin henkilö, jolla on erilaisia heikkoja siteitä, pääsee käsiksi useampiin mahdollisuuksiin kuin henkilö, jonka verkosto koostuu ainoastaan vahvoista siteistä. Näin sosiaalisen verkoston kasvattaminen teknologian välityksellä johtaa saatavilla olevan tiedon ja uusien mahdollisuuksien lisääntymiseen. Tämä heikkojen siteiden luoma sosiaalinen pääoma luo voimakasta sitoutumista yhteisöön, mikä osaltaan selittää Facebookissa vahvaksi koetun yhteisöllisyyden tunteen, joka puolestaan pitää käyttäjät yhtä omistautuneina palvelulle kuin ennenkin. Mark Granovetterin (1983) jo 30 vuotta sitten julkaiseman artikkelin otsikko "The strength of weak ties" pitää siis yhä kutinsa – heikoissa ihmisuhteissa piilee yllättävä voimavara.

845 miljoonan käyttäjän verkostossa uutiset maailman tapahtumista leviävät nopeasti. Yhteisöpalvelun mukaan vuoden 2011 maailmanlaajuisesti puhutuimpia aiheita olivat muun muassa Osama bin Ladenin, Steve Jobsin ja Amy Winehousen kuolemat, Libyan sota ja *Call of Duty* -pelisarjan uusin osa. Facebook julkisti suosituimmat aiheet myös joistakin yksittäisistä maista. Venäjällä puhuttivat Japanin maanjäristys, vaalit ja Putin-Medvedev -kaksikko. Työttömyyden riivaamassa Espanjassa puolestaan keskusteltiin nuorten indignados-liikehinnästä, Saksassa EHEC-epidemiasta ja Ranskassa Dominique Strauss-Kahn -skandaalista. (Facebook Memology 2011.)

Itselleni viime vuodesta jäi parhaiten mieleen eräs *Helsingin Sanomissa* arabikevättä koskevan artikkelin yhteydessä julkaistu valokuva. Kuvassa oli mielenosoitukseen osallistuva nainen, joka piti kädessään kylttiä. Kylttiin ei ollut kirjoitettu vallankumouksen iskulauseita. Siinä luki yksi sana: Facebook. Tämä pysähdytti ajattelemaan ja antoi todistusvoimaa niille argumenteille, joita olen käyttänyt Facebookin merkityksestä ruohonjuuritason yhteiskunnalliselle toiminnalle. Olen edelleen taipuvainen ajattelemaan, että mikä tahansa paikka tai alusta, joka saa ihmiset keskustelemaan, on lähtökohtaisesti enemmän hyödyllinen kuin hyödytön.

Arabikeväästä presidentinvaaleihin – Facebook ja politiikka

Facebookin roolista ja merkityksestä arabikeväässä on myös eriäviä mielipiteitä. "Sosiaalisen median yhteydestä arabikevääseen on lännessä jaksettu elämöidä, vaikka käytössä oli Facebookin ja Twitterin sijaan kotikutoinen iRevolt", irvailee Yhdysvalloissa asuva egyptiläistoimittaja Emad Mekay (2012) muistuttaen, että Arabikevät "ei suinkaan ollut Facebook-sovellus". Mekayn mukaan läntinen maailma ei anna arvoa arabimaiden omille sosiaalisen muutoksen mekanismeille, kuten tavalliselle paperille, puhelimille, televisiolle, viidakkorummulle ja kokoontumisille. Voi spekuloida, johtuuko tämä siitä yksinkertaisesta syystä, että näiden viestintien aiheuttamat aallot eivät epäseksikkyydellään ylitä uutiskynnystä. Näin ollen Facebookin asema mielenkiintoisena tapahtuma-alustana määritellään pitkälti perinteisen median sisällä. Mekay pitää sosiaalisen median osuutta Arabikevään vallankumouksissa lopulta pienenä. Hänen mukaansa Facebookin hehkutus on ristiriidassa sen kanssa, että Arabiemiraateissa ei ole tietoaakaan poliittisesta aktivismista, vaikka 45 prosentilla asukkaista on Facebook-tili ja Egyptissä kumouksen aattona Facebook-tili oli vain viidellä prosentilla. Syyriassa ja Jemenissä internet on harvinaisuus, mutta niissä on protestoitu täyttä häkää.

Myös Facebookin perustaja Mark Zuckerberg suhtautuu skeptisesti sivuston rooliin arabikevään tapahtumissa. Toukokuisessa Pariisin e-G8-foorumissa Zuckerberg totesi, että kunnian ottaminen vallankumouksista olisi äärimmäisen röyhkeää (Bradshaw 2011). Tämä jättää Facebookille tiedon välittäjän roolin. Läntisillä tiedustelupalveluilla, ajatushautomoilla, diplomaateilla, uutiskommentaattoreilla ja toimittajilla ei ollut kanavaa länsimaihin, ja tämän tehtävän täytti sosiaalinen media.

Mutta entä raportit Facebookin käytöstä mielenosoitusten järjestämisessä? Entä valokuva mielenosoittajanaisesta? Facebookin todellinen merkitys arabikeväälle jää tällä haavaa arvoitukseksi. Tämä ei kuitenkaan muuta sitä yhteiskunnallista voimaa, mikä Facebookilla nähtiin olevan esimerkiksi

Barack Obaman vaalivoitossa vuonna 2009. Myös Facebookin ylläpidon sisällä on poliittista valvutuneisuutta. Facebook on esimerkiksi rahoittanut Yhdysvalloissa presidentinvaalien väittelytilaisuuksia ja kannustanut käyttäjiään vaaliurnille.

Tuoreimmat esimerkit Facebookin valjastamisesta politiikkaan ovat Suomen ja Venäjän presidentinvaalit, joissa sosiaalinen media oli olennainen, ellei aivan keskeisin, osa kampanjointia. Venäjällä aktivistit käyttivät Facebookia ja Twitteria vaaleja edeltävien mielenosoitusten järjestämiseen (Elder 2011). Suomessa Pekka Haaviston kampanjarahaa käytettiin sosiaaliseen mediaan ensimmäisellä kierroksella 25 000 euroa. Eikä ihme – verkko on kohtausta, jossa yli puolet äänestysikäisistä, miljoona suomalaista, käy päivittäin. Haavisto sai toiselle kierrokselle selvittyään heti seuraavana yönä pienlahjoituksina lähes 100 000 euroa kampanjarahaa.

Vaalit herättivät myös uudenlaista pohdintaa perinteisen median edustajien keskuudessa siitä, voiko julkista ammattia harjoitava toimittaja ilmaista poliittisen kantansa Facebookissa. Tykkäämisaikakautena peukuja on helppo nostaa ja laskea. Yleisradio laittoi Etelä-Karjalan aluetoimituksen päällikön vaalien ajaksi sivuun vaaliuutisoinnista, koska tämä oli ilmoittautunut Sauli Niinistön (kok.) tukijalistalle. Myös Yleisradion kuuluttaja Maria Jungner vedettiin ruudusta vaalien ajaksi hänen ilmoitettuaan tukensa Haavistolle. Perinteisen ja sosiaalisen median välisiä rajanvetoja käydään siis jatkuvasti, vaikka ilmiö ei enää sinänsä ole uusi. Täytyy kuitenkin huomata, että Facebook on verrattain uusi toimija mediatapahtumissa, joita tapahtuu harvoin – tästä hyvänä esimerkkinä juuri presidentinvaalit. Kuin kala vedessä Facebookissa uivan toimittajan saattaa olla vaikea käyttäytyä palvelun normien vastaisesti tilanteessa, jossa työnantaja yhtäkkiä odottaakin täyttä puolueettomuutta.

Facebook ei kuitenkaan ole mikään aloittelija poliittisella arenalla. Vaalien ja kansannousujen kaltaisten hetkellisten kuohahdusten lisäksi sivustolla on laajan mediahuomion ja korkean käyttäjämäärän ansiosta jatkuvasti noin 900 miljoonaa asialleen näkyvyyttä keräävää ryhmää,

sivua, tapahtumaa ja yhteisöä (Facebookin lehdistöhuone 2012). Kansalaisjärjestöt ja vaikuttaja-aktiivit ovat ottaneet Facebookin haltuunsa ja tehneet siitä välineen omia tarkoituksiaan varten – sivustolla kulkee tietoa niin YK:n humanitaarisen avun yksikön ve-toomuksista, Ravintolapäivästä, Slutwalkista kuin Porkkanamafiasta.

Facebookin yhtymäkohdat Clemencia Rodriguezin (2001) alun perin lanseeraamaan kansalaisten mediaan ovatkin huomattavat. Rodriguezin mukaan vaihtoehtomedia tulisi määritellä niiden muutosvoimien ja mahdollisuuksien kautta, joita se luo osallistujilleen ja yhteisöilleen. Ajatusmalli, jonka mukaan mediamaastossa on ainoastaan kahdenlaisia toimijoita – ne, joilla on valtaa ja ne, joilla sitä ei ole – estää meitä näkemästä kaikki ne sosiaaliset muutokset, joita kansalaisten media saa aikaan käytännössä. Rodriguezin mukaan parhaimmillaan kansalaisten media on arkipäivän politiikkaa, oman ympäristönsä (tässä tapauksessa mediaympäristönsä) muuttamista. Yhteisömediaksikin kutsuttu kansalaisten media on areena, jolla mediaosallistujista tulee aktiivisia kansalaisia. Se on käsite, joka pitää sisällään monenlaisia voimistumisen, tiedostamisen ja vallan prosesseja, joissa erilaiset ryhmät ottavat haltuun ja/tai luovat omanlaisensa mediamuodon, jota käyttämällä he voivat ajaa omaa asiaansa omilla ehdoillaan. (Rodriguez 2001.)

Zuckerbergin tavoitteena ei ehkä ollut Facebookia perustettaessa rakentaa siitä aktivistien työkalua, mutta sellaiseksi se kuitenkin on muodostunut. Palveluun mahtuu yhtä paljon hyödyttöä kuin hyödyllistä, ja samaisessa Pariisiin foorumissa Zuckerberg totesi myös, että Facebookin kaltaisella sivustolla on vaikea erottaa jokapäiväiset triviaalit asiat asioista, joilla on todella voimaa muuttaa maailmaa (Bradshaw 2011).

Länsimainen keksintö, länsimainen hyödyke?

Politiikasta ja maailman muuttamisesta puhuttaessa on hyvä huomata, että digitaalinen kuilu jakaa maailman väestön yhä

rajusti. Kansainvälisen telekommunikaatioliiton mukaan vain noin 26 prosentilla kehitysmaiden väestöstä on pääsy nettiin. Sosiaalisen median käyttö on kuitenkin kasvussa esimerkiksi Saharan eteläpuolisessa Afrikassa, ja onkin hyvä huomata vastaavan luvun olleen vuonna 2001 vain 2,8 prosenttia. (Heiskanen 2011.)

Sosiaalisen median vaikutuksista kehitysmaissa on olemassa kahdenlaista todistusaineistoa. Yhtäältä sillä voidaan lietsoa väkivaltaisuuksia. Näin tapahtui esimerkiksi Keniassa, jossa sosiaalista mediaa käytettiin yllyttämään etniseen väkivaltaan vuonna 2007. Toisaalta sosiaalinen media voi olla myös rauhan edistäjä, ja kiinnostus sosiaalista mediaa kohtaan kasvaa etenkin rauhan- ja konfliktitutkimuksessa. Esimerkiksi Keniassa toimii verkkosivusto, jolle voi raportoida väkivaltaisuuksista. Myös Etelä-Afrikassa sosiaalista mediaa on käytetty rauhan edistämiseen: Facebook-sivujen avulla on pyritty puuttumaan maahanmuuttajiin kohdistuneeseen väkivaltaan. (Heiskanen 2011.)

Facebookin käyttöä konfliktialueilla on jo ehditty tutkia. Sosiaalisen median vaikutusta rauhaan Kenian 2007 presidentinvaalien jälkeisenä aikana tutkineen Saira Lindroosin (2011) mukaan perimmäinen kysymys on, tarvitseeko sosiaalinen media kontrollia vai onko sananvapaus ehdoton itseisarvo. Lindroosin haastattelemat kenialaiset kaipasivat jonkinasteista valvontaa. Vaikka sosiaalinen media laajentaa demokraattista keskustelualueutta ja voi sitä kautta tukea yhteiskuntarauhaa, hyödyt toteutuvat vain, jos ihmisten ei tarvitse pelätä. Toinen tutkimuksessa esiin noussut havainto liittyy yhteen niistä piirteistä, jotka itsekin listasin työssäni Facebookille ominaisiksi: Facebook on matalan kynnyksen medium, helppo ja neutraali kommunikaatiomuoto – sen kautta on helpompi lähestyä kuin kasvotusten. Väkivallan järkyttämässä yhteiskunnassa monet kokivat etniset rajat ylittävän vuorovaikutuksen helpommaksi Facebookin kautta, Lindroos toteaa (2011.)

Länsimaiset toimijat ovat käyttäneet sosiaalista mediaa kehittyvien maiden kriisi-alueiden analysointiin, sillä epävirallisista

tietolähteistä saatava tieto on usein tehokkaampaa ja nopeampaa kuin viranomaisten raporteista tai virallisista uutisista peräisin oleva. Tästä esimerkkinä voisi mainita yhdysvaltalaisen lastensairaalan kehittämän terveystietä-verkkopalvelun HealthMapin, jonka avulla tutkijat seurasivat uutislinkitysten, blogien ja keskusteluryhmien mainintoja Haitin koleraepidemian leviämisestä vuonna 2010. Näiden sosiaalisen median osumien perusteella kuva taudin leviämisestä voitiin piirtää virtuaaliselle kartalle. (Tiedeykkönen 2012.)

Kehitysmaiden valtava kasvupotentiaali ei ole jäänyt Facebookilta huomaamatta. 800 miljoonaa käyttäjää tai ei, 70 prosenttia maailman väestöstä elää vielä verkon ulkopuolella. Verkon käyttö matkapuhelimilla on kasvussa etenkin kehitysmaissa, joissa kännykkä on ensisijainen verkkolaite. Facebook iski kehitysmaiden mobiilipotentialiin vuonna 2010 avatulla Facebook Zero -palvelulla, joka mahdollistaa Facebookin käytön kännykällä ilman datamaksua. Facebook Zero on riisuttu tekstikäyttöliittymä, ja se toimii siten myös hitaalla verkkoyhteydellä. Palvelua käytetään tekstiviestin välityksellä: käyttäjä vastaanottaa kännykkäänsä tekstiviestejä aina, kun hänen Facebook-profiilissaan julkaistaan uusi teksti. Kuviin ja muuhun raskaampaan sisältöön pääsee ylimääräisen klikkauksen kautta, ja niiden lataaminen maksaa normaalin datamaksun. Peruskäyttö ”kevytversiolla” on kuitenkin mahdollista ilmaiseksi. (Moilanen 2011.)

Olen aiemmin väittänyt Facebookin olevan nimenomaan ajalleen tyypillinen ilmiö. Haluamatta väheksyä maailmojemme erilaisuutta näin globalisaation ja massamedian aikakaudella on hyvä muistaa, että Facebook on myös syntyjään *länsimainen* ilmiö. Se on ilmiö, joka heijastaa 2000-luvun ”välittömyyden kulttuuria” (Tomlinson 2007, 72), joka puolestaan juontaa juurensa länsimaiden 1900-luvun teollistumisen konekulttuurista. Välittömyyden kulttuuriin kuuluvat esimerkiksi internetin nopeasti saatavilla olevat tietomäärät, työn ja vapaa-ajan välisen rajan hämärtyminen, elämän tahdin kiihtyminen, palveluiden ympärivuorokautinen saatavuus, tietotyöhön ja

tietoyhteiskuntaan liittyvät muutokset sekä erilaiset matkaviestinlaitteet ja niiden myötä muuttuva sosiaalinen kulttuuri.

Facebook heijastaa länsimaiden yhteiseksi sloganiksi muodostunutta oman elämän haltuunottoa ja sen elämistä omalla lailla. Tälle eetokselle luonnollisena jatkumona myös omaa itseä kulutetaan mediatuoteena. Facebook antaa jokaiselle mahdollisuuden elää elämäänsä teatteriesityksenä, jossa jokainen käyttäjä on toisten käyttäjien viihdetä, toisten käyttäjien sisäisen Narkissoksen silittelijä. Aika näyttää tarkemmin, miten länsimaisen täsmä- ja ubiikkielämän keskellä syntynyt ja kasvanut Facebook istuu kehityviiniin maihin, joissa uusyhteisöllisyyden sijaan eletään ehkä vielä yhteisöllisyyden aikaa, tehokkuuden sävyttämä ubiikkimedia ei vielä ruoki ubiikki-ihmissuhteiden filosofiaa ja kokeminen ei välttämättä ole yhtä medioitunutta kuin länsimaissa. Jään mielenkiinnolla seuraamaan niitä Facebookin paikallisia ja kontekstisidonnaisia sovelluksia, käyttötapoja ja merkityksiä, joita se kehittyvissä maissa saa.

Suuntana ennalta-arvaamattomuus

Muutoksia, listautuminen pörssiin, uusia markkinoita, yhteiskunnallisia vaikutuksia. Mitä tämä kaikki sitten tarkoittaa? Vuosien päästä joku tutkija saattaa päätellä näiden(kin) käännteiden vääjäämättä johtaneen siihen tilanteeseen, jossa Facebook silloin on. Näin me ihmiset jäsenämme ajan kulua mielissämme; nykyhetki on aina menneisyyden välttämätön ja looginen tulos – kaikki mennyt johti meidät juuri tähän, eikä muunlaista loppua olisi voinut olla. Näiden seikkojen ei kuitenkaan *tarvitse* tarkoittaa yhtään mitään, eivätkä ne välttämättä edes liity yhteen. Nämä ovat yksinkertaisesti niitä asioita, joista Facebookissa ja Facebookiin liittyen nyt puhutaan. Se, missä nyt mennään.

Amazonin, yhden neljästä ratsumiehestä, toimitusjohtaja Jeff Bezos vastasi Googlen Schmidtille *Wired*-lehden haastattelussa marraskuussa: ”Keitä samalla neljän listalla olisi ollut vuonna 1980? IBM, kyllä. Ehkä Intel. Mahdollisesti Commodore ja Atari” (Levy 2011). 1980-luvun lapsi muistaa jäl-

kimmäiset nimet enää hämärästi – ehkäpä mediatutkijan taustakin auttaa. Mihin kulkee palvelu, joka on syntymästään saakka ollut jatkuvassa kehitys- ja muutosprosessissa niin ulkoasunsa, sisältönsä kuin konseptinsa suhteen?

Olen aiemmin listannut Facebookin tulevaisuuden haasteiksi muun muassa sen, miten tyydyttää niin yksityisyyttään varjelevien kuin uutisvirtaa ahmivienkin tarpeet, miten pitää käyttäjät aktiivisina ja tarjota heille uutta sisältöä sekä sen, miten takoa taloudellista voittoa ilmaisella palvelulla (Mykkänen 2009). Hattua nostaen huomaan nyt, että yhtiö on ilmeisemmin onnistunut ratkaisemaan näistä kaikki. Yksityisyysasetuksia tarkastetaan parhailaan, aikajana toi käyttäjille uutta sisältöä (tai ainakin uuden kiinnostavan kääreen vanhalle sisällölle), käyttäjien aktiivisuus ei näytä hiipumisen merkkejä, ja kuin pisteenä i:n päälle yhtiö on myös saanut käännettyä kassavirtansa reilusti voitolliseksi. Yrityksen viime vuoden liikevoitto kasvoi 65 prosenttia edellisvuodesta (Raice 2012).

Vuonna 2009 kirjoitin myös, että nähtävissä on Twitterin nousu Facebookin rinnalle ja mahdollisesti sen ohi. Nyt on kuitenkin selvää, että Twitter ja Facebook eivät ole suoria kilpailijoita, sillä Twitter on palveluna erilainen. Se palvelee viestinnän ammattilaisia ja julkisuuden henkilöitä ja nousee lähes poikkeuksetta perinteisessä mediassa esiin vaalien aikaan. Twitterin todellinen nousu ”tavisten sydämiin” näyttää kuitenkin pysähtyneen tällä erää kesken kaiken. Google lanseerasi kesäkuussa 2011 oman yhteisöpalvelunsa, Google+’n, joka saavutti muutamassa kuukaudessa saman määrän käyttäjiä, joka Facebookilta ja Twitteriltä oli vienyt vuosia. Palvelussa on runsaat 40 miljoonaa käyttäjää, mikä on kuitenkin vielä kaukana Facebookin 800 miljoonasta. Moni varmasti kokee digitaalisen identiteetin luomisen ja etenkin ylläpidon liian vaivalloiseksi useammalla eri sivustolla. Tulevaisuudessa saattaa olla, että suosituimman yhteisöpalvelun titteli määräytyy sen mukaan, kumpi voittaa: ihmisten laiskuus vai uteliaisuus.

Nykykulttuuri on informaatioteknologian välittämää, medioitunutta. Sosiaalisina

olentoina ihmiset hakeutuvat yhä enemmän ja enemmän erilaisten viestintävälineiden avulla ylläpidettyihin yhteisöihin, kokevat ihmissuhteet niiden välityksellä ja jopa määrittelevät itsensä medioiden kautta. Suhteemme mediaan on muuttunut. Ennen media toi meille maailman, nyt me käytämme sitä viemään itseämme maailmalle. Facebookin voittokulku näyttää tämän valossa jatkuvan esteettä.

Facebook itse listasi mahdollisia tulevaisuuden uhkia listautumisantinsa yhteydessä. Yksi niistä liittyi aktiivisuuteen: yhtiö oli huolissaan sivustolle ladattujen valokuvien vähäisistä katselukerroista, mikä saattaa johtaa kuvien lataamisen vähenemiseen. Toinen uhka on nuorten käyttäjien joukkopako vanhempien käyttäjien lisääntyessä. Toisaalta myös nuoret käyttäjät muodostavat uhan, sillä yritystä huolettaa myös mainostajien kaikkoaminen. Facebookia huolettavat myös käyttäjät, jotka ovat liittyneet sivustolle vain yhtä ainoaa tarkoitusta varten, sillä tämän tarpeen hävitessä käyttäjät saattavat lopettaa muunkin käytön. Suurin huolenaihe oli kuitenkin ihmisten kasvokkain kohtauksien yleistyminen, jolloin verkkopalvelu menettäisi merkitystään yhteydenpidon mahdollistajana. (Johnson 2012.)

Todennäköisimmin Facebookin toisi tässä vaiheessa alas joko laajamittainen tietovuoto tai törkeä käyttäjien tietojen väärinkäyttö. Omat haasteensa yhtiölle tuo Yhdysvaltojen edustajainhuoneessa lokakuussa 2011 tehty SOPA-lakiehdotus (*Stop Online Piracy Act*). Toteutuessaan laki laajentaisi viranomaisten ja tekijänoikeuksien haltijoiden mahdollisuuksia estää tekijänoikeudella suojatun laittoman aineiston levittämistä verkossa. Tuomioistuimen päätöksellä voitaisiin myös katkaista yhteydet sivustoille, joilla laitonta aineistoa on julkaistu. Tuhannet verkkomedian jätit protestoivat lakiesitystä Wikipedian johdolla sulkemalla sivustonsa yhdeksi vuorokaudeksi 18.1.2012. Protestiin osallistuneiden mukaan pääsyn estäminen ei poistaisi laitonta sisältöä, vaan vain vaikeuttaisi käyttäjien elämää. Lisäksi se heidän mukaansa sotii verkon toimintalogiikkaa vastaan: avoimuus on internetin sisäänrakennettu ominaisuus, ja verkon toiminta

häiriintyy, jos verkossa liikkuvaa aineistoa koetetaan sensuroida. (Mielonen 2012.)

Tutkimusten ja katsausten aiheena Facebook on epäkiitollinen. Mitä ikinä siitä kirjoittaakin, se saattaa huomenna olla vanhentunutta, ja sitä käsittelevää tekstiä on vaikea malttaa lopettaa. Verkossa jokainen päivä voi muuttaa kaiken.

Kirjallisuus

Acquisti, Alessandro & Gross, Ralph (2006) Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. Teoksessa *Proceedings of the 6th Workshop on Privacy Enhancing Technologies*. Cambridge: Robinson College, 36–58.

Backtröm, Lars (2012) Anatomy of Facebook. Facebook Data Team's notes, <http://www.facebook.com/notes/facebook-data-team/anatomy-of-facebook/10150388519243859> (linkki tarkistettu 8.1.2012).

boyd, danah (2006) Facebook's "privacy trainwreck": exposure, invasion, and drama. Apophenia Blog, September 8, <http://www.danah.org/papers/FacebookAndPrivacy.html> (linkki tarkistettu 8.1.2012).

Bradshaw, Tim (2011) Facebook's Arab spring role 'overplayed', says Zuckerberg. *Financial Times Tech Hub*, 26.5.2011, <http://blogs.ft.com/fittechhub/2011/05/facebook-eg8/#axzz1is6xqfdL> (linkki tarkistettu 8.1.2012).

Constine, Josh (2011) 45 Privacy Changes Facebook Will Make To Comply With Data Protection Law. *TechCrunch*, 21.12.2011, http://techcrunch.com/2011/12/21/privacy-changes-audit/?utm_source=pulsenews&utm_medium=referral&utm_campaign=Feed%3A+TechCrunch+%28TechCrunch%29 (linkki tarkistettu 8.1.2012).

Elder, Miriam (2011) Russians fight Twitter and Facebook battles over Putin election. *The Guardian*, 9.12.2011, <http://www.guardian.co.uk/world/2011/dec/09/russia-putin-twitter-facebook-battles> (linkki tarkistettu 4.3.2012).

Eloranta, Lauri; Hurri, Suvi; Salmela, Ilkka & Vesa, Juho (2006) *Yhteisyys ja identiteetti virtuaaliyhteisöissä: Case MySpace*. Helsingin yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta, http://www.valt.helsinki.fi/blogs/ajarjesselmat/yhteisyys_ja_identiteetti.pdf (linkki tarkistettu 5.2.2012).

Facebookin lehdistöhuone. Tilastot, <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (linkki tarkistettu 4.2.2012).

- Facebook Memology (2011) http://www.facebook.com/facebook?sk=app_271705986210152 (linkki tarkistettu 8.1.2012).
- Goffman, Erving (1971) *Arkielämän Roolit*. Käännös Erkki Puranen. Porvoo: WSOY.
- Granovetter, Mark (1983) The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*, vol. 1, 201–233., http://www.si.umich.edu/~rfrost/courses/SI110/readings/In_Out_and_Beyond/Granovetter.pdf (linkki tarkistettu 4.3.2012).
- Hachman, Mark (2011) Facebook timelines launch delayed by court case. *PC Magazine*, 3.10.2011, <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2394040,00.asp> (linkki tarkistettu 4.3.2012).
- Heiskanen, Laura (2011) Sosiaalinen media kehityksmaissa – uhka vai mahdollisuus? Global Finland -verkkosivusto, 29.11.2011, <http://global.finland.fi/public/default.aspx?contentid=235146&nodeid=15782&contentlan=1&culture=fi-FI> (linkki tarkistettu 8.1.2012).
- Johnson, Paul (2012) Facebook IPO reveals potential threats to world domination strategy. *The Huffington Post*, 9.2.2012, http://www.huffingtonpost.com/paul-johnson/facebook-ipo-reveals-pote_b_1265976.html (linkki tarkistettu 4.3.2012).
- Lampe, C.; Ellison, N. & Steinfield, C. (2006) A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. *Proceedings of CSCW-2006*. New York: ACM Press.
- Lampe, C.; Ellison, N. & Steinfield, C (2008) Changes in use and perception of Facebook. CSCW'08, November 8–12, 2008. San Diego, CA: ACM.
- Levy, Steven (2011) Jeff Bezos owns the web in more ways than you think. *Wired*, 13.11.2011, http://www.wired.com/magazine/2011/11/ff_bezos/2/ (linkki tarkistettu 7.1.2012).
- Lindroos, Saira (2011) *Facebook and Peace in Nairobi: A reception study of social media in post-conflict Kenya*. Pro gradu -tutkielma, University of Amsterdam, Graduate School for Social Science, Conflict Resolution and Governance.
- Lovink, Geert (2009) The Digital Given–10 Web 2.0 Theses by Ippolita, Geert Lovink & Ned Rossiter. Amsterdam Media Research Center, Institute of Network Cultures, 15.6.2009., <http://networkcultures.org/wpmu/geert/2009/06/15/the-digital-given-10-web-20-theses-by-ippolita-geert-lovink-ned-rossiter/> (linkki tarkistettu 4.3.2012).
- Matilainen, Salla (2010) *Olemassaolon viestejä – Fa-cebook välineenä ja 2000-luvun ajankuvana*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto, mediatutkimus.
- Mekay, Emad (2012) Arabikevät ei ollut Facebook-sovellus. Ulkoasiainministeriön Global Finland -sivusto, 4.1.2012, <http://global.finland.fi/public/default.aspx?contentid=237932&contentlan=1&culture=fi-FI> (linkki tarkistettu 8.1.2012).
- Mielonen, Timo (2012) SOPA-protesti sulki Wikipedian. *Maaailma.net*, 20.1.2012 http://maaailma.net/blogit/sopaprotesti_sulki_wikipedian (linkki tarkistettu 5.2.2012).
- Moilanen, Olli (2011) Facebook ja Google raivaavat markkinoita kehitysmaissa. Ulkoasiainministeriön Global Finland -sivusto, 1.11.2011, <http://global.finland.fi/public/default.aspx?contentid=233228> (linkki tarkistettu 8.1.2012).
- Mykkänen, Juhani (2009) Facebookia käyttää tätä me-noa puoli miljardia ihmistä 2010. *Helsingin Sanomat*, 17.9.2009, B4.
- Pullinen, Jussi (2011) Facebook: viestit olivat jo ennestään julkisia. HS.fi, 19.12.2011, <http://www.hs.fi/kotimaa/Facebook+Viestit+olivat+jo+ennest%C3%A4%C3%A4n+julkisia/a1305551737896> (linkki tarkistettu 4.3.2012).
- Raice, Shayndi (2012) Facebook sets historic IPO. *The Wall Street Journal*, 2.2.2012, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052970204879004577110780078310366.html> (linkki tarkistettu 4.3.2012).
- Rodriguez, Clemencia (2001) *Fissures in the Mediascape*. Hampton Press: New Jersey.
- Schonfeld, Erick (2011) Eric Schmidt's Gang of Four: Google, Apple, Amazon, and Facebook. *TechCrunch*, 31.5.2011, <http://techcrunch.com/2011/05/31/schmidt-gang-four-google-apple-amazon-facebook/> (linkki tarkistettu 7.1.2012).
- Simpson, Ian (2012) No 'Facebook fatigue' for long-time users. *ABS-CBN News*, 3.2.2012, <http://www.abs-cbnnews.com/lifestyle/02/03/12/no-facebook-fatigue-longtime-users-survey> (linkki tarkistettu 4.2.2012).
- Taylor, Chris (2011) Your New Facebook Status: 63,206 Characters or Less. *Mashable*, 1.12.2011, <http://mashable.com/2011/11/30/facebook-status-63206-characters/> (linkki tarkistettu 8.1.2012).
- Tiedeykkönen (2012) Sosiaalinen media apuun tautiepidemioiden estämisessä. *Yle.fi*, 11.1.2012, http://yle.fi/radio1/tiede/tiedeykkonen/uutta_tieteesta/sosiaalinen_media_apuun_tautiepidemioiden_estamisessa_33897.html (linkki tarkistettu 5.2.2012).

Tomlinson, John (2007) *The Culture of Speed: the Coming of Immediacy*. Los Angeles: Sage.

Barry Wellman & Milena Gulia (1999) Virtual communities as communities: Net Surfers Don't Ride Alone. Teoksessa Marc A. Smith & Peter Kollock (toim.) *Communities in Cyberspace*. London: Routledge, <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf> (linkki tarkistettu 5.2.2012).

Yleisradio (2012) Perussuomalaiset erotti kunnanvaltuutetun. Yle.fi, 3.3.2012, http://www.yle.fi/uutiset/talous_ja_politiikka/2012/03/perussuomalaiset_erotti_kunnanvaltuutetun_3304196.html (linkki tarkistettu 4.3.2012).