



Voiko TikTokin algoritmia hyödyntää ilman maksullista mainontaa?

Elias Puukari

OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2023

Tietojenkäsittely
Ohjelmistotuotanto

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittely
Ohjelmistotuotanto

PUUKARI, ELIAS

Voiko TikTokin algoritmia hyödyntää ilman maksullista mainontaa?

Opinnäytetyö 70 sivua, joista liitteitä 31 sivua
Joulukuu 2023

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää voiko yksittäisellä TikTok-tilillä julkaistujen videoiden näyttökertojen ja käyttäjäreaktioiden suhdetta hyödyntää laajemman näkyvyyden saavuttamiseksi. Selvityksessä tutkittiin 427 puolentoista vuoden aikana julkaistua videota, joista harkinnanvaraiseen näytteeseen valittiin 87 kappaletta. Tutkimuksissa saavutettiin lupaavia tuloksia, joita hyödynnettiin uusien videojulkaisujen sisällön optimoinnissa.

TikTok on nykymaailmassa merkittävä sosiaalisen median kanava, jonka kautta sensuroimattomat julkaisut ja lähetykset leviävät nopeasti. Myös vaarallista sisältöä jaetaan huolestuttavan paljon. Tässä opinnäytetyössä keskityttiin yhden musiikkiaiheisen TikTok-kanavan sisältöön ja tehtiin havainnot harkinnanvaraiseen näytteeseen valittujen videoiden erilaisista ominaisuuksista ja niiden keskinäisistä suhteista.

Dataa analysoitiin tilastollisilla menetelmillä. Sen jälkeen optimoitiin tutkitun datan avulla yksilöllisiä videoprofiileja, jotka lisäisivät kattavuutta, jotta saavutettaisiin sekä algoritmin että käyttäjien reaktioita. Uudet videot julkaistiin samalla TikTok-kanavalla ja niiden statistiikan keskiarvoja verrattiin perusjoukkoon sekä aiemmin valittuun näytteeseen.

Tulosten perusteella algoritmin toimintaan oli helpompi vaikuttaa kuin käyttäjiin; teknisillä toteutuksilla saatiin kasvua videon näyttökertoihin, mutta videoiden sisältöominaisuuksista ei löydetty ratkaisevia tekijöitä, jotka olisivat selkeästi kasvattaneet käyttäjien reaktioiden määrää.

Asiasanat: tiktok, sosiaalinen media, algoritmi, maksettu mainonta, viraali, sisällöntuottaja, musiikki

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Information Systems
Option of Software Development

PUUKARI, ELIAS

Can TikTok Algorithm be Utilized Without Paid Advertising?

Bachelor's thesis 70 pages, appendices 31 pages
December 2023

The objective of this thesis was to find out if a content creator can use the TikTok algorithm to increase the reach of their posts. The study was approached by collecting data from a singular music related TikTok channel and analysing the statistics of each video.

The study included 427 videos which were released during an 18-month period and number was reduced to a sampling of 87 videos. This sampling was then observed more closely regarding their content features.

The data were analysed using the Pearson correlation coefficient to find out which technical attributes and content properties were the most efficient to maximize the reach of the videos. Optimised reference videos were then released according to the findings.

The results show that the video views given by the algorithm were easier to increase by optimising the technical aspects of the videos. Regardless, there was no distinct growth in the user reactions when the averages of the sampling data were compared to the statistics of the newly released videos.

Key words: tiktok, social media, algorithm, paid promotion, viral, content creator, music

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TAUSTAA	8
	2.1 TikTok yleisesti.....	8
	2.2 Selvityksen rakenne ja perusideat.....	8
	2.3 Perusjoukko ja harkinnanvarainen näyte	9
3	HARKINNANVARAISEN NÄYTTEEN KÄSITTELY	11
	3.1 Kuvakaappausten tallentaminen	12
	3.2 ALUS-numeron määrittäminen.....	13
	3.3 Parhaiten suoriutuneet videot	13
	3.3.1 ALUS-suhde	14
	3.3.2 Näytetyimmät videot.....	14
	3.3.3 Tykättyimmät videot.....	14
	3.3.4 Kommentoituimmat videot	15
	3.3.5 Jaetuimmat videot	15
	3.3.6 Tallennetuimmat videot	16
4	ENSIMMÄISEN VAIHEEN TULOKSET	17
	4.1 Musiikkisisältö	17
	4.2 Muu sisältö.....	22
	4.3 Videon kesto	24
	4.4 Kuvaus ja hashtagit.....	27
	4.5 Leikkaus ja editointi.....	30
	4.6 Optimoidut videoprofiilit.....	32
5	KEHITETTYJEN JULKAISUJEN TULOKSET.....	33
	5.1 Suoriutuminen.....	33
	5.2 TikTokin ohjeistuksen ristiriidat tulosten kanssa	34
	5.3 Ehdotuksia tulosten tarkentamiseen	36
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	37
	LÄHTEET	38
	LIITTEET	40
	Liite 1. ALUS-suhde.....	40
	Liite 2. Näytetyimmät videot.....	42
	Liite 3. Tykättyimmät videot	43
	Liite 4. Kommentoituimmat videot.....	46
	Liite 5. Jaetuimmat videot	47
	Liite 6. Tallennetuimmat videot	48

Liite 7. Sisältökirjaukset	50
Liite 8. Kehitetyt videot.....	52
Liite 9. Keskiarvot.....	55
Liite 10. Korrelaatiokaaviot: Kuinka monta päivää kulunut edellisestä julkaisusta	56

1 JOHDANTO

Olen tehnyt pitkään musiikkituotantoa ja käyttänyt erilaisia some-kanavia musiikkini promotoimiseen, viimeisimpänä suuressa suosiossa olevaa TikTokia. TikTok on yksi nopeimmin koko maailmassa kasvavista sosiaalisen median palveluista ja se on muuttanut musiikkibisnestä ainakin siltä osin, että siellä voi kuka tahansa saada maailmanlaajuisen hittibiisin, joiden myötä monet artistit ovat saaneet jopa sopimuksia isoilta levy-yhtiöiltä (Newman 2023, Hopi 2023). TikTokin hektinen luonne aiheuttaa kuitenkin sen, että trendit syntyvät ja katoavat nopeasti ja sisällöntuottajien tulee reagoida nopeasti päästäkseen ratsastamaan uusimpien trendien aallonharjalla (Akselin 2022).

Osaltaan TikTok on lisännyt musiikin kertakäyttöisyyttä, toki hittitehtailu ja kertakäyttöisyys on aina ollut pop-musiikissa ja sitä ympäröivässä liiketoiminnassa läsnä (Vedenpää 2020, Rigatelli 2023). Samaan aikaan kuitenkin monet uudet artistit pääsevät palvelun kautta ensimmäistä kertaa isosti näkyville ja tutkimusten mukaan TikTokista onkin tullut merkittävä kanava uuden musiikin löytämiseksi, etenkin nuoremmille sukupolville (Jokelainen 2020, Riske 2022).

Monet palvelut tarjoavat sisällöntuottajille ja mainostajille helpompaa pääsyä ihmisten ruuduille maksetulla mainostuksella, mutta näiden sovellusten taustalla toimii algoritmeja, jotka käytännössä päättävät mitkä videot nousevat esille ilman maksettua mainostusta (Rönneberg 2022). TikTokin algoritmista on puhuttu paljon ja joitain sen ominaisuuksia on myös vuotanut julkisuuteen (Kemppi 2021).

Tämän opinnäytetyön tavoite on selvittää yksittäisen sisällöntuottajan TikTok-kanavalla julkaistujen videoiden avulla, voiko algoritmin toimintaa hyödyntää tarkastelemalla mitkä niistä ovat saaneet eniten näyttökertoja ja käyttäjien reaktioita ja miten nämä statistikat korreloivat videoiden teknisen toteutuksen ja sisällön kanssa. Selvityksen perusjoukko on tietyllä ajanjaksolla kanavalle julkaistut videot ja tarkempaa havainnointia varten on koostettu harkinnanvarainen näyte. Näytettä on havainnoitu tallentaen teknistä tietoa ja

sisällön toistuvia erityispiirteitä ja näitä tutkimalla on kehitetty videoprofiileja, joiden pitäisi suoriutua hyvin algoritmin kanssa.

Ensimmäisen vaiheen tulosten perusteella kehitettyjen videoprofiilien pohjalta on julkaistu kolme videota, joiden suoriutumisella tarkasteltiin, onko julkaisujen kehittämisellä ollut vaikutusta näyttökertojen tai reaktioiden määrään. Opinnäytetyön tarkoitus on pyrkiä saamaan vastaus siihen, voiko TikTokin algoritmia hyödyntää löytämällä siitä toimintamalleja, jotka auttavat yksittäistä sisällöntuottajaa saavuttamaan suuremman yleisön ilman maksettua mainontaa.

Tuloksia voi ensisijaisesti hyödyntää TikTok-sisällöntuottajien uusien videoiden tuotantoon ja niiden julkaisujen optimointiin. Opinnäytetyön ulkopuolelle rajataan TikTokin tarjoamasta analytiikasta katsojien sijainti- ja ikätiedot, ja keskitytään vain videoiden näyttökertoihin ja reaktiomääriin. Työssä ei myöskään huomioitu sitä, että aiemmin julkaistut videot voivat saada paljon näyttökertoja myöhemminkin.

2 TAUSTAA

2.1 TikTok yleisesti

TikTok on sosiaalisen median palvelu, jossa käyttäjät voivat ladata omia videoita ja kuvia muiden katsottavaksi. Yleensä julkaisuun on myös liitetty joko TikTokin tarjoama tai sisällöntuottajan itse luoma ääniraita. ByteDance-yhtiön perustama TikTok aloitti toimintansa vuonna 2016 ja 2018 se liitettiin yhteen yhtiön edellisenä vuonna ostaman Musical.ly -palvelun kanssa (Lin, Winkler 2017). Yhdessä nämä kaksi sovellusta loivat vahvan pohjan musiikkipohjaiselle viihdesovellukselle ja nykyään TikTokia käyttääkin kuukausittain maailmanlaajuisesti noin miljardi ihmistä (Woodward 2023).

TikTokin merkitys on kasvanut suuremmaksi etenkin nuorilla, jotka ovat alkaneet käyttää sitä jopa hakukoneena Googlen sijasta (Rigatelli 2023). Yhtiö suunnittelee laajentavansa toimintaansa siten, ettei käyttäjän tarvitsisi poistua sovelluksesta lainkaan vaan kyseessä olisi ns. supersovellus, kuten kiinalainen WeChat (Rigatelli 2023, Keso 2023, Stassen 2022). Supersovelluksen kautta hoituisi kaikki yhteydet verkkokauppaostoksiin, arjen yhteydenpitoon, musiikin ja videosisällön suoratoistopalveluihin sekä muihin hyöty- ja viihdepalveluihin (Keso 2023).

TikTokissa musiikki on isossa roolissa, mutta sitä käytetään usein vain lyhyinä leikkeinä; TikTokissa voi ottaa aiemmin julkaistusta videosta pelkän äänen ja käyttää sitä oman videon taustalla. Moni TikTok-trendi onkin syntynyt tällä tavalla esimerkiksi tehden humoristisella otteella oman lip sync -videon jostain sopivasta ääniraidasta (Akselin 2022).

2.2 Selvityksen rakenne ja perusideat

TikTokin ja muiden somepalveluiden algoritmit määrittävät kenelle ja kuinka monelle käyttäjälle videota näytetään, jonka jälkeen käyttäjät reagoivat videoon tykkäämällä, jakamalla, tallentamalla, katsomalla videon uudestaan,

pysäyttämällä videon toiston, jatkamalla katselua myöhemmin jne. Usein kaikki nämä pienetkin reagoinnit opettavat algoritmia siihen, mitä käyttäjälle seuraavaksi kannattaa näyttää ja näiden toimijoiden yhteisvaikutuksesta videot voivat mennä viraaleiksi, kun ne saavat paljon reaktioita, joiden myötä algoritmi jakaa videon yhä useammalle käyttäjälle nähtäväksi.

Maksetuilla mainoksilla, eli julkaisujen promootiolla, saadaan helposti lisää näyttökertoja, mutta tällöinkin tykkäysten ja muiden reaktioiden vaikutus, eli ihmisten reagointi sisältöön on se mikä lopulta määrittää videon menestymisen. Esimerkiksi jos videolla on miljoona näyttökertaa, mutta ei yhtään tykkäystä, voitaneen ajatella, että algoritmi (tai maksettu mainos) on levittänyt pitkälle videota, josta ihmiset eivät ole välittäneet tarpeeksi reagoidakseen siihen.

2.3 Perusjoukko ja harkinnanvarainen näyte

Selvityksessä käytettiin tämän opinnäytetyön tekijän henkilökohtaista TikTok-tiliä, jota hän on käyttänyt oman musiikkinsa promotoimiseen alkuvuodesta 2022 lähtien. Kyseiselle tilille julkaistiin valitulla 18 kuukauden ajanjaksolla (1.4.2022 – 2.10.2023) yhteensä 427 videota. Näistä 6 kpl jätettiin kokonaan pois selvityksestä, koska ne olivat keränneet alle 100 näyttökertaa, eikä niistä täten saatu TikTokin tarjoamia analytiikkatietoja. Jäljelle jääneet 421 videota toimivat tutkimuksen perusjoukkona.

Videot ja niiden analytiikat tallennettiin älypuhelimeen ottaen analytiikoista kuvakaappaukset, jonka jälkeen tiedot kirjattiin manuaalisesti havaintomatriisiin. Kuvakaappauksista kirjattuja tietoja olivat taulukosta 1 löytyvät perustiedot ja syvällisemmät katselutiedot. Lisäksi TikTokin analytiikasta tallennettiin kuvakaappaukset käyttäjien ikä- ja sijaintitiedoista mutta niitä ei käytetty tässä selvityksessä, joten tietoja ei kirjattu havaintomatriisiin.

TAULUKKO 1. Videoista tallennetut tiedot.

ID	Yksilöllinen numero, joka annettiin kirjausjärjestyksessä. ID-numeron mukaan lajitellut videot eivät ole välttämättä kronologisessa järjestyksessä.
Päivämäärä	Videon alkuperäinen julkaisupäivä.
Kesto	Videon pituus minuutteina ja sekunteina. Muutettu SPSS ohjelman analyysia varten sekunneiksi.
Näyttökerrat	Kuinka monta kertaa video on algoritmin toimesta näytetty käyttäjille, tai käyttäjä on katsonut videon uudestaan.
Tykkäykset	Kuinka monta kertaa käyttäjät ovat tykänneet videosta.
Kommentit	Kuinka monta (julkista) kommenttia videoon on jätetty.
Jaot	Kuinka monta kertaa video on jaettu, eli lähetetty suora TikTok-linkki johonkin toiseen some- tai viestipalveluun, tai vaihtoehtoisesti video on ladattu käyttäjän laitteelle (sisällöntuottaja voi halutessaan laittaa videon latausominaisuuden pois käytöstä). TikTokiasta ladattuihin videoihin jää vesileimana kyseisen käyttäjän nimimerkki sekä vesileimaan ja videoiden loppuun lisättävä TikTokin logo.
Tallennukset	Kuinka monta kertaa katsoja on tallentanut videon omaan kokoelmaansa TikTokissa, esim. myöhempää katselua varten.
Toisto aika yhteensä *	Kuinka paljon videota on katsottu yhteensä (tunnit:minuutit:sekunnit).
Keskimääräinen katseluaika *	Kuinka kauan videota on keskimäärin katsottu (sekunteina).
Koko videon katsoneet *	Kuinka monta prosenttia katsojista on katsonut koko videon.
Uudet seuraajat *	Kuinka monta uutta seuraajaa tili on saanut kyseistä videota katsoneista käyttäjistä.
Yksittäiset katsojat *	Kuinka monta yksittäistä katsojaa videolla on ollut (yksi käyttäjä voi katsoa videon useaan kertaan).

* = Selvitysjakson viimeisten 7 kuukauden ajalla julkaistuista videoista oli saatavilla myös nämä tarkemmat tilastotiedot. Nämä tarkemmat tiedot tallennettiin vain niistä videoista, jotka valittiin näytteeseen.

3 HARKINNANVARAISEN NÄYTTEEN KÄSITTELY

Harkinnanvarainen näyte koottiin selvittämällä kuuden eri listan avulla, mitkä videot olivat suoriutuneet muita paremmin esimerkiksi näyttökertojen tai reaktioiden määrissä. Havaintomatriisi koottiin ensin taulukoksi Microsoft Excel -ohjelmalla ja sen jälkeen analysoitiin SPSS-ohjelmalla. Matriisi sisälsi perusjoukon osalta TikTokin analytiikan tarjoamat tiedot sekä SPSS-ohjelmaa varten numerokoodatut sisältöominaisuudet, jotka valituista videosta kerättiin tarkastelun jälkeen.

Näyte koottiin selvittämällä mitkä videot sijoituivat parhaiten, kun listattiin esimerkiksi näyttökertoja, tykkäyksiä tai kommenttien määrää. Näiden eri reaktioiden "algoritmivahvuudet" painottuvat eri tavoin, eikä esimerkiksi tykkäysten ja kommenttien määrää voi suoraan verrata keskenään (Kemppi 2021). Täten video, joka ei välttämättä suoriutunut hyvin "Eniten tykkäyksiä" -listalla, saattoi silti saada pisteitä esimerkiksi kommenttien määrän ollessa riittävän suuri. Tällöin yksittäinen julkaisu on voinut päästä mukaan näytteeseen, vaikka se olisi menestynyt joidenkin reaktioiden osalta heikommin.

Tässä opinnäytetyössä käytetään termiä ALUS (Algoritmi vs. User) joka tarkoittaa yksittäisen videon näyttökertojen ja käyttäjien yhteenlaskettujen reaktioiden suhdetta.

$$\frac{\text{Näyttökerrat}}{\text{Reaktiot}} = \text{ALUS}$$

Kaikista videoista tallennetusta datasta jakoja ja tallennuksia oli numeraalisesti marginaalinen määrä verrattuna tykkäyksiin. Tämän selvityksen puitteissa päätettiin keskittyä ensisijaisesti yhteenlaskettujen reaktioiden määrään määriteltäessä ALUS-suhdetta ja jättää eri reaktiotyyppien erivahvuiset vaikutukset huomioimatta.

Määritellyllä ajanjaksolla yksi video onnistui suoriutumaan selvästi yli muiden, saaden yli 50-kertaisesti näyttökertoja ja reaktioita näytteen toiseksi parhaiten suoriutuneeseen videoon verrattuna. Koko perusjoukkoon verrattuna kyseinen video sai yli 400-kertaisesti näyttökertoja kaikkien videoiden keskiarvoon nähden (taulukko 2).

TAULUKKO 2. Näyttökerrat.

KOHDE	NÄYTTÖKERRAT
Katsotuin video	134 000
Toiseksi katsotuin video	2311
Keskiarvo, harkinnanvarainen näyte ilman suosituinta videota	478
Keskiarvo, perusjoukko ilman suosituinta videota	311

Tämä video päätettiin jättää pois vertailuista, koska se poikkesi melko suuresti muusta materiaalista, eikä varsinaisesti edustanut sitä sisältöä mitä kanavalla on tarkoitus julkaista. Lisäksi se olisi voinut vääristää keskiarvodataa liiaksi edustaen vain 0,2 % videoiden määrästä mutta tuoden silti lähes 50 % reaktioista ja näyttökerroista. Jatkossa kyseiseen videoon viitataan sen ID-numerolla "ID331".

3.1 Kuvakaappausten tallentaminen

Alkuperäinen datan tallennus tehtiin tallentamalla sekä TikTokin tarjoamat analytiikkatiedot, että itse videot suoraan älypuhelimeen, josta ne siirrettiin tietokoneelle kuva-albumiksi, josta tietoja pystyi helposti selaamaan.

Data tallennettiin seuraavan ohjesäännön mukaan, jotta tiedot pysyivät mahdollisimman helposti selattavassa muodossa tallennettaessa kuva-albumiin:

1. Otettiin kuvakaappaus videon aloitusruudusta.
2. Otettiin kuvakaappaus videon kuvauksesta ja mahdollisista hashtageista.
3. Otettiin kuvakaappaus (tai useampi) videon kommentteista.

4. Otettiin kuvakaappaus videossa käytetyn äänen tiedoista (mikäli kyseessä oli TikTokista haettu kaupallinen tai toisen julkaisun ääniraita oman, alkuperäisen ääniraidan sijasta).
5. Avattiin analytiikkasivu ja otettiin kuvakaappaus perustiedoista.
6. Siirryttiin analytiikassa katsojatietoihin ja otettiin kuvakaappaus niistä.
7. Siirryttiin sivun alalaitaan ja otettiin kuvakaappaukset katsojien ikä- ja sijaintitiedoista.
8. Viimeisenä ladattiin itse video puhelimelle, jolloin kyseisen videon tiedot kuvagalleriassa alkavat kuvalla aloitusruudusta ja loppuvat itse videoon.

Kun dataa tallennettiin manuaalisesti kuvakaappauksista Excelliin, lisättiin kuvakirjastossa vielä yksilöllinen ID-numero jokaisen kuvakaappauksen ja videon yhteyteen siten, että sama ID-numero löytyi jokaisesta samaan videoon liittyvästä tiedostosta.

3.2 ALUS-numeron määrittäminen

Kaikille videoille laskettiin ALUS-numero, joka kuvaa näyttökertojen ja reaktioiden suhdetta, eli kuinka monta näyttökertaa yhden reaktion saaminen on vaatinut. Mitä pienempi ALUS-numero oli, sitä paremmin video oli suoriutunut, eli saanut enemmän reaktioita pienemmällä määrällä näyttökertoja.

3.3 Parhaiten suoriutuneet videot

Keskimääräisesti videot saivat perusjoukossa 311 näyttökertaa. Suosituimman videon ID331:n tiedot mukaan laskettuna perusjoukon keskiarvo oli 629 katselua. Koska pyrkimys oli löytää uusien julkaisujen kehittämistä varten sellaiset videot, jotka ovat menestyneet hyvin sekä algoritmin jakelukattavuudessa että käyttäjien reaktioina, luotiin kuusi erilaista taulukkoa.

3.3.1 ALUS-suhde

Kaikkien videoiden ALUS-keskiarvo oli n. 60, eli yhden reaktion saaminen on vaatinut vähintään 60 näyttökertaa. Paras ALUS-suhde löytyi videolta ID193, joka oli kerännyt 17 katselukerralla 6 tykkäystä, eli yhtä tykkäystä varten riitti vain 2,8 katselua. Hyvin pieni näyttökertaluku kertoi kuitenkin siitä, että algoritmi oli päättänyt olla näyttämättä videota esim. tekijänoikeusongelman tai muun automaattisen suojatoiminnon takia. Kyseisen videon kohdalla syy saattaa löytyä joistain sanoista, joita videon musiikissa lauletaan. Tarkkaa tietoa näistä sensuurikäytännöistä ei kuitenkaan ole saatavilla, eikä tämä video muutenkaan tullut valituksi selvityksen perusjoukkoon, koska se oli kerännyt alle 100 näyttökertaa eikä siitä ollut saatavilla TikTokin analytiikkatietoja, joiden avulla videoiden teknisiä suorituksia olisi pystynyt vertailemaan. ALUS-suhde-listaan valittiin harkinnanvaraisesti 102 videota sillä perusteella, että video oli saanut ALUS-suhteeksi vähintään 25 eli yhden tykkäyksen jokaisella 25 näyttökerralla.

Ks. liite 1. ALUS-suhde

3.3.2 Näytetyimmät videot

Näyttökertoja tuli yhteensä 265 008, joista peräti 49 % tuli suosituimmasta videosta ID331. Ilman suosituinta videota näyttökertoja tuli 131 008. Tähän listaan valittiin keskiarvon 311 näyttökertaa ylittäneet videot, joita oli yhteensä 51 kappaletta.

Ks. liite 2. Näytetyimmät videot

3.3.3 Tykätyimmät videot

Tykkäyksiä tuli yhteensä 9290 kappaletta, näistä 58 % tuli videosta ID331. Kun ID331 jätettiin pois laskuista, keskiarvo oli 9 tykkäystä per video. ID331:n kanssa keskiarvo oli 22 tykkäystä per video. Tämän perusteella listalle valittiin videot,

joilla on 10 tykkäystä tai enemmän, eli ne olivat ylittäneet keskiarvon tykkäysten määrässä. Näitä videoita tuli listalle yhteensä 137 kpl.

Ks. liite 3. Tykättyimmät videot

3.3.4 Kommentoiduimmat videot

Kommentteja tuli yhteensä 249 kpl. Tähän listaan otettiin mukaan kaikista videoista ne, jotka olivat keränneet vähintään 3 kommenttia. Listalle saatiin 18 videota, kun vertailusta poistettiin suosituin video ID331. Koko perusjoukon videoista kommenttien keskiarvomäärä oli 0,58 kommenttia per video. Ylivoimaisesti eniten kommentteja oli saanut suosituin video ID331 (67 kommenttia), ilman sitä kaikkien keskiarvo on vain 0,42 kommenttia per video.

Kun keskiarvoon huomioitiin vain ne videot, jotka olivat saaneet vähintään yhden kommentin (85 kpl), keskiarvoksi saatiin 2,92 kommenttia per video. Ilman suosituinta videota ID331, tämä keskiarvo oli 2,14 kommenttia per video. Listaan valittiin harkinnanvaraisesti keskiarvon ylittäneet videot, eli vähintään 3 kommenttia saaneet videot, joita oli yhteensä 18 kpl.

Ks. liite 4. Kommentoiduimmat videot

3.3.5 Jaetuimmat videot

Jakoja tuli yhteensä 1102 kpl, joista suosituin video ID331 oli kerännyt suurimman osan eli 1021 kpl. Kaikkien videoiden keskiarvo oli 2,58 jakoa yhtä videota kohden, ilman suosituinta videota keskiarvo oli 0,19 jakoa yhtä videota kohden. Tähän listaan jätettiin kaikki videot, joilla oli vähintään 1 jako (47 kpl).

Ks. liite 5. Jaetuimmat videot

3.3.6 Tallennetuimmat videot

Tallennuksia tuli yhteensä 464 kpl, joista suosituin video ID331 keräsi 351 kpl. Kaikkien videoiden keskiarvo oli 1,09 tallennusta ja ilman suosituinta videota 0,26 tallennusta. Listaan jätettiin videot, joilla oli vähintään 1 tallennus, joita oli 93 kpl.

Ks. liite 6. Tallennetuimmat videot

4 ENSIMMÄISEN VAIHEEN TULOKSET

Parhaiten suoriutuneiden videoiden kaikilta listoilta jätettiin pois suosituin video ID331, koska sen näyttökerta- ja reaktiomäärillä olisi ollut korostuneen suuri vaikutus keskiarvoihin. Kuudella eri listalla olevista videoista tehtiin koonti ja selvitettiin mitkä videot esiintyivät useammalla listalla. Yhdestä esiintymisestä yhdellä listalla kyseinen video sai yhden pisteen vertailuun. Kaikilta listoilta löytyi yhteensä 213 erillistä videota ja näistä päätettiin valita näytteeseen videot, jotka saivat vähintään kolme pistettä vertailusta, eli löytyivät vähintään kolmelta eri listalta, jolloin näytteen lopulliseksi kooksi saatiin 87 videota. Lopuksi data strukturoitiin ja näytteeseen valituista videoista kirjattiin lisätietoja (taulukko 3).

TAULUKKO 3. Tallennetut lisätiedot.

TALLENNETUT LISÄTIEDOT
Montako sanaa videon kuvateksti sisälsi
Montako hashtagia kuvateksti sisälsi
Montako muuta käyttäjää videoon on merkitty

Seuraavaksi havainnoitiin tarkemmin, millaista sisältöä valituissa videoissa oli käytetty. Tarkemmat sisältökirjaukset tehtiin katsomalla video läpi ja kirjaamalla sisältöön liittyvät ominaisuudet numerokoodattuina siten, että niitä pystyttiin myöhemmin analysoidaan SPSS-ohjelmassa (ks. liite 8. Sisältökirjaukset).

4.1 Musiikkisisältö

Harkinnanvarainen näyte edusti videoita, jotka ovat suoriutuneet keskiarvoa paremmin, joten voitiin olettaa niiden sisällön edustavan jo valmiiksi selvityksen kannalta olennaista tietoa. Videoista kirjattiin sisältöominaisuuksia yhteensä neljään eri kategoriaan (taulukko 4).

TAULUKKO 4. Musiikkisisällön kategoriat.

KATEGORIA	KUVAUS
Ei musiikkia	Videon ääniraita ei sisältänyt musiikkia.
Oma musiikki pääosassa	Sisällöntuottajan luoma ääniraita, joka sisälsi musiikkia pääosassa.
Oma musiikki taustalla	Sisällöntuottajan luoma ääniraita, joka sisälsi esim. kuvaustilassa taustalla soivaa musiikkia, tai puheosuuden taustamusiikkia.
Kaupallinen musiikki	TikTokiin julkaistu kaupallinen musiikki tai toisen käyttäjän TikTok julkaisusta lainattu ääniraita.

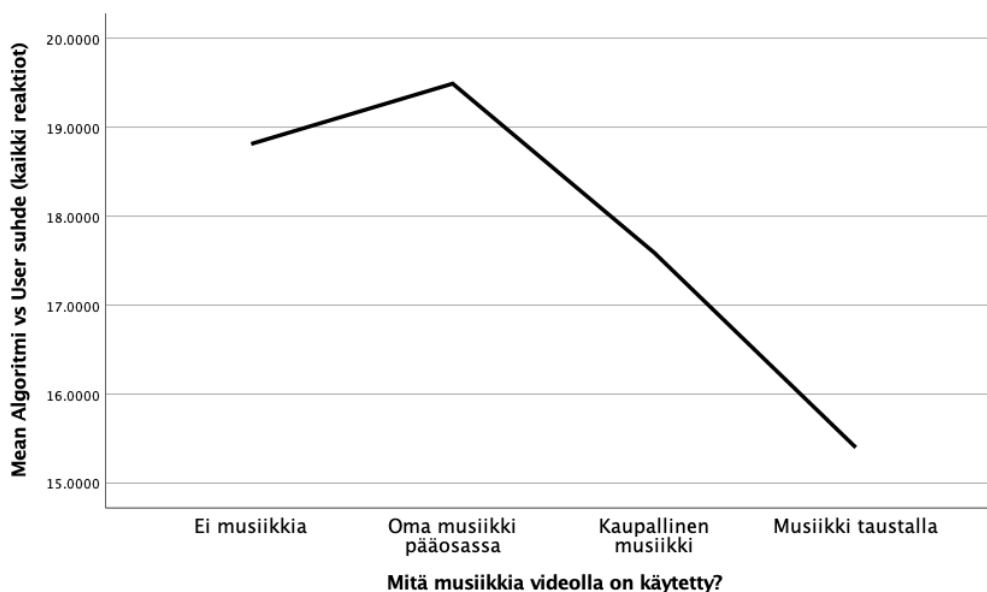
Musiikkisisältöä analysoitiin aluksi havainnoimalla, kuinka suuri osuus videoista sisälsi jonkin näistä sisältöominaisuuksista. TikTokissa voi käyttää kaupallistettuja ääniraitoja, eli sisällöntuottaja voi käyttää myös virallisesti julkaistua musiikkia videoihinsa, jolloin tieto ja oletettavasti myös korvaus musiikin käytöstä kulkeutuu tekijänoikeusjärjestöille ja oikeudenomistajille.

Suurin osa näytteen videoista sisälsi omaa musiikkia pääosassa ja kaikista harvimmin oli käytetty kaupallista musiikkia. Näiden välimaastosta löytyi vaihtoehtot "Ei musiikkia" sekä "Musiikki taustalla" (kuvio 1).



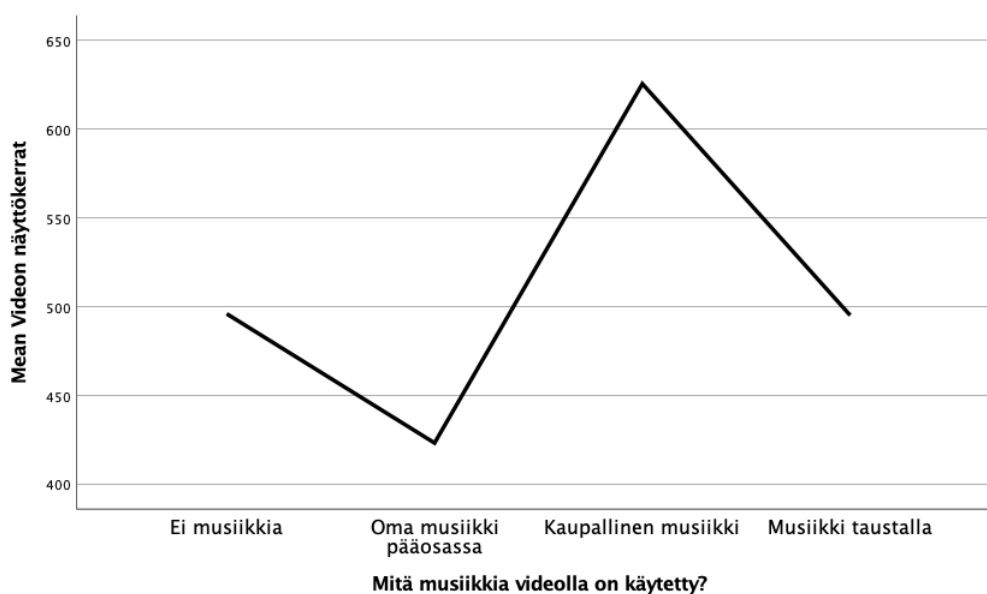
KUVIO 1. Mitä musiikkia videolla on käytetty (harkinnanvarainen näyte).

Kun tarkasteltiin videolla käytetyn musiikin suhdetta videon saamiin reaktioihin, taustalla soiva musiikki sai vaihtoehtoista parhaan keskiarvolukeman (kuvio 2).



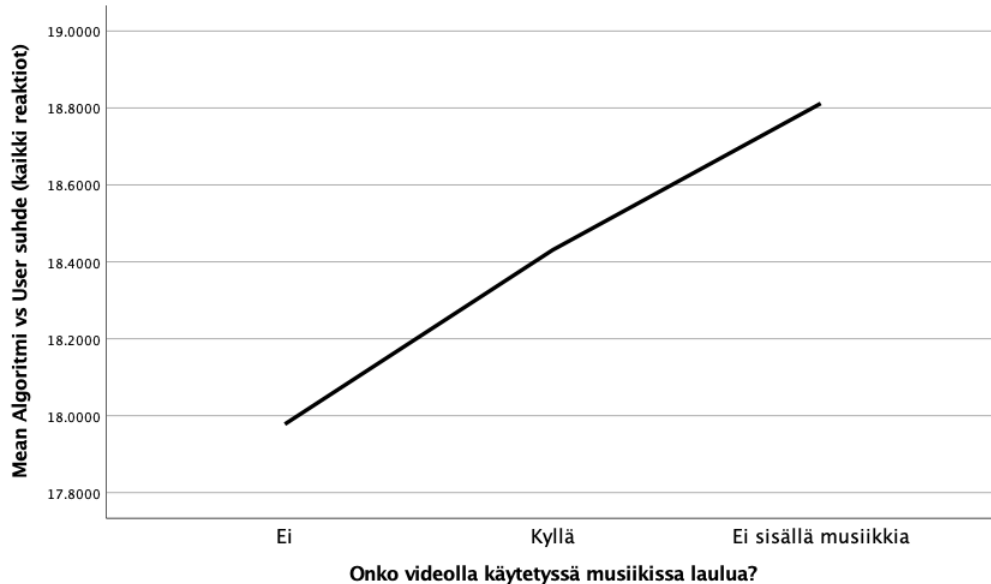
KUVIO 2. Mitä musiikkia videolla käytetty suhteessa ALUS-arvoon (harkinnanvarainen näyte).

Tarkempien tulosten saavuttamiseksi tarkasteltiin myös käytetyn musiikin vaikutusta näyttökertoihin ja tulosten perusteella algoritmi suosi selkeästi eniten videoita, joihin oli käytetty TikTokin itse tarjoamaa kaupallista musiikkia (kuvio 3).



KUVIO 3. Mitä musiikkia videolla on käytetty suhteessa näyttökertoihin (harkinnanvarainen näyte).

Seuraavaksi tarkasteltiin, oliko videoilla käytetyssä musiikissa laulua. Tulosten perusteella instrumentaalimusiikki menestyi paremmin kuin laulettu musiikki tai ei musiikkia lainkaan, kun ominaisuutta verrattiin videon ALUS-arvoon (kuvio 4).



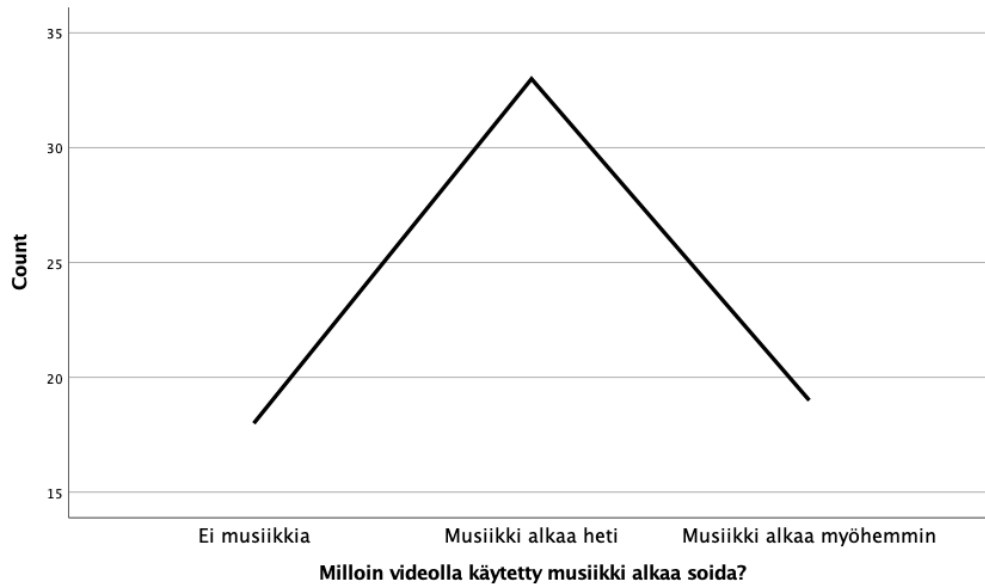
KUVIO 4. Onko videolla käytetyssä musiikissa laulua suhteessa ALUS-arvoon (harkinnanvarainen näyte).

Lopuksi tarkasteltiin, milloin videossa käytetty musiikki alkoi soida. Nämä kategoriat löytyvät taulukosta 5.

TAULUKKO 5. Kategoriat: Milloin videossa käytetty musiikki alkoi soida.

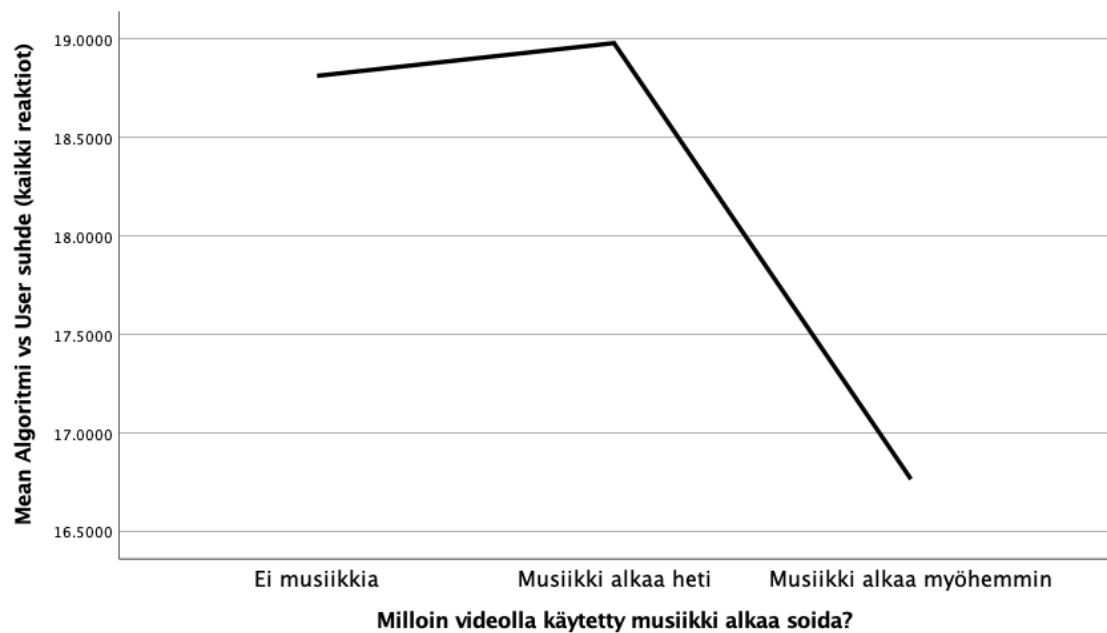
KATEGORIA	KUVAUS
Heti	Musiikki alkoi soida heti videon alkaessa.
Myöhemmin	Musiikki ei alkanut soimaan videon alkaessa, mutta soi ennen videon päättymistä.
Ei musiikkia	Video ei sisältänyt musiikkia.

Useimmissa näytteen videoissa musiikki alkoi soida heti (kuvio 5).



KUVIO 5. Milloin videolla käytetty musiikki alkaa soida (harkinnanvarainen näyte).

Kun tarkasteltiin ominaisuuden suhdetta ALUS-arvoon, huomattiin että reaktioita tuli käyttäjiltä enemmän silloin, kun musiikki alkoi vasta myöhemmin (kuvio 6).



KUVIO 6. Milloin videolla käytetty musiikki alkaa soida suhteessa ALUS-arvoon (harkinnanvarainen näyte).

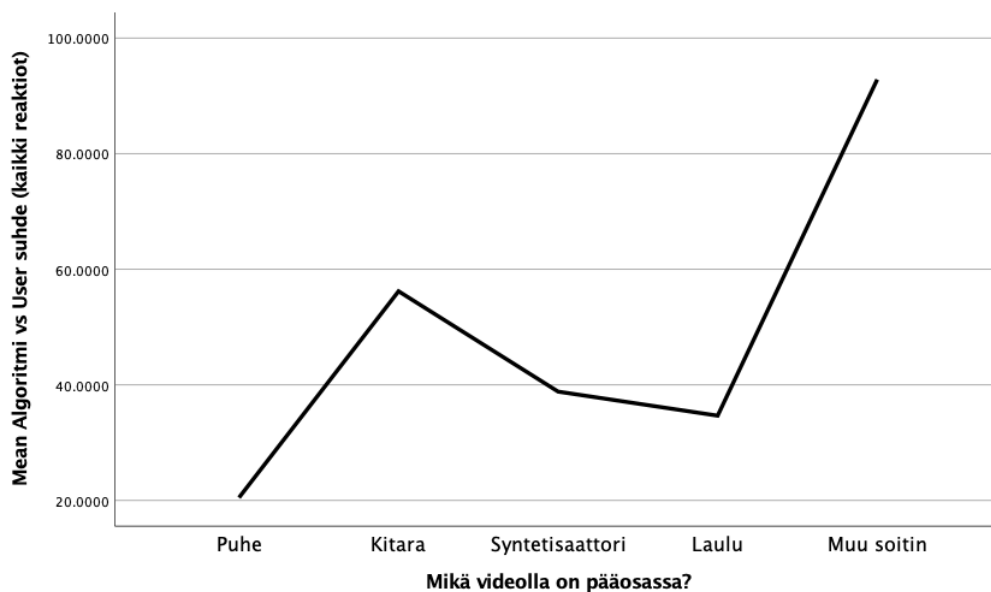
Yhteenvedona todettiin, että video menestyy parhaiten silloin kun siinä on käytetty omaa instrumentaalimusiikkia, joka alkaa myöhemmin, tai ei musiikkia lainkaan. Todettiin myös, että näyttökertoihin verrattuna kaupallinen musiikki sai selkeästi enemmän suosiota, eli algoritmi vaikuttaisi suosivan videoita, joissa on käytetty

TikTokin tarjoamaa kaupallista musiikkia. Tätä voitiin soveltaa optimoinnissa siten, että käytettiin omaa julkaistua musiikkia, joka oli saatavilla TikTokin kautta kaupallisena.

4.2 Muu sisältö

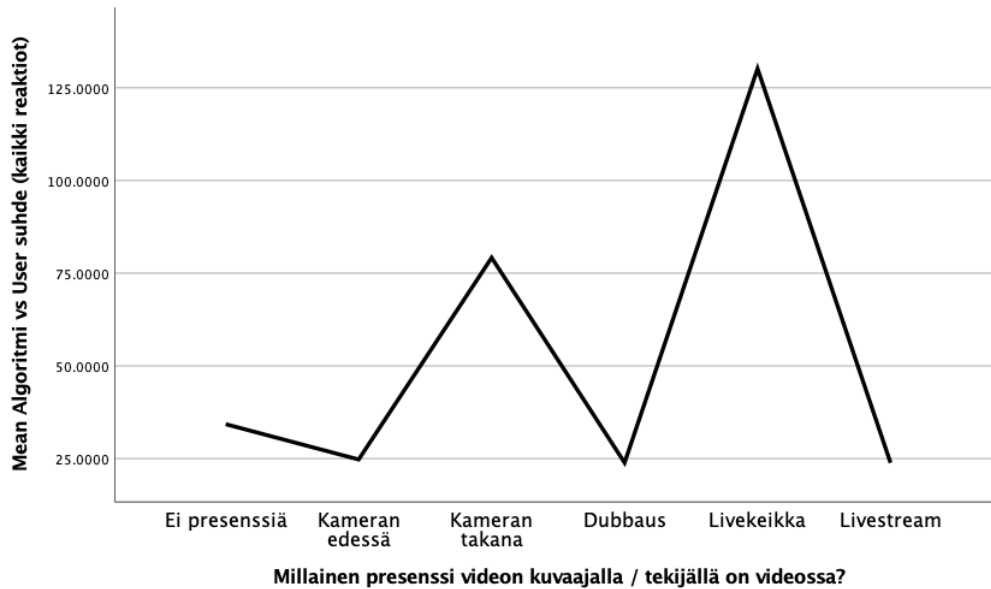
Musiikkisisällön lisäksi tutkittiin, mikä instrumentti videolla oli pääosassa sekä millainen läsnäolo, eli presenssi videon kuvaajalla oli. Vaihtoehdot olivat esiintyjä kameran edessä, kameran takana, livekeikalla, livestreamissa, dubbauksena (puhe äänitetty jälkikäteen) tai esiintyjä ei esiintynyt videolla lainkaan (esim. maisemakuva). Videoista tarkasteltiin myös, liittyikö video omaan musiikkiin, eli oliko kyseessä suora mainos tai promootio omalle musiikille sekä oliko kyseessä TikTok-trendi.

Videot, joissa puhe oli pääosassa, menestyivät selkeästi muita videoita paremmin. Seuraavaksi parhaiten menestyivät videot, joissa pääosassa oli laulu tai syntetisaattori (kuvio 7).



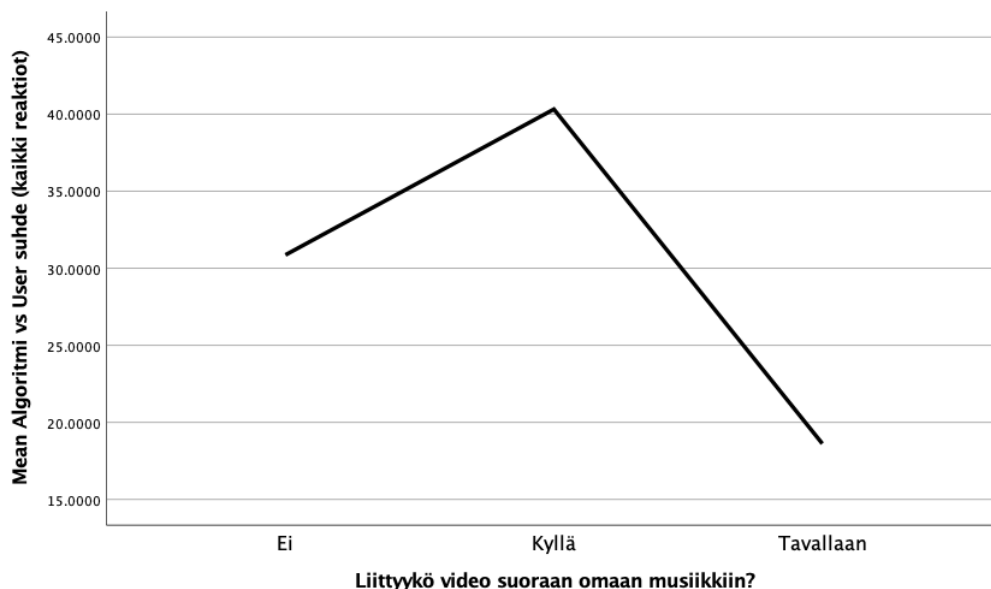
KUVIO 7. Mikä videolla on pääosassa verrattuna ALUS-suhteeseen.

Esiintyjän läsnäolo toimi parhaiten silloin kun esiintyjä oli kameran edessä tai puhe oli dubattu videon päälle jälkikäteen. Paremmin menestyivät myös videot, joissa esiintyjä ei ollut lainkaan läsnä (kuvio 8).



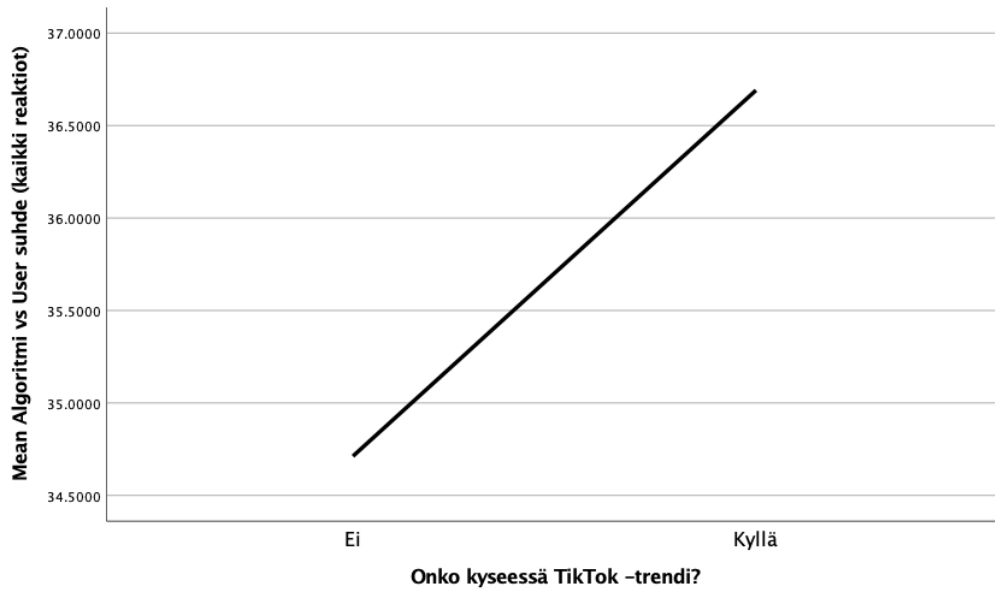
KUVIO 8. Millainen läsnäolo esiintyjällä oli verrattuna ALUS-suhteeseen.

Tulosten perusteella ei ollut täysin yksiselitteistä, kannattaako videon liittyä suoraan omaan musiikkiin, eli onko kyseessä ns. suoraviivainen oman musiikin mainos. Kuvion 9 perusteella video menestyy paremmin silloin, kun se ei suoraan liittynyt omaan musiikkiin.



KUVIO 9. Liittykö video omaan musiikkiin verrattuna ALUS-suhteeseen.

Kuvio 10 taas antaa selkeän kuvan siitä, että TikTok -trendien käyttäminen videolla vähensi käyttäjien reaktioita, joten niitä ei olisi välttämätöntä seurata.

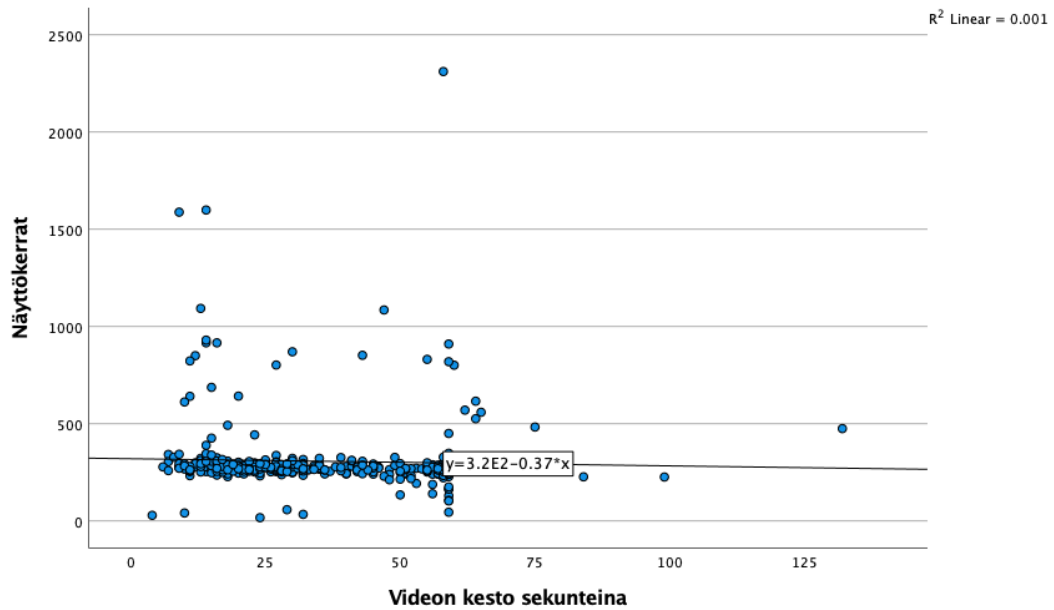


KUVIO 10. Onko kyseessä TikTok -trendi verrattuna ALUS-suhteeseen.

Yhteenvetona esiintyjän kannattaa ensisijaisesti olla kameran edessä tai dubata video jälkepäin ja pääosassa tulisi olla puhetta tai laulua. Mikäli video liittyy suoraan omaan musiikkiin, eli kyseessä on jonkinasteinen promotio- tai mainosvideo, se kannattaa tehdä hienovaraisesti. Videon ei tarvitse olla osana TikTok-trendiä menestyäkseen hyvin.

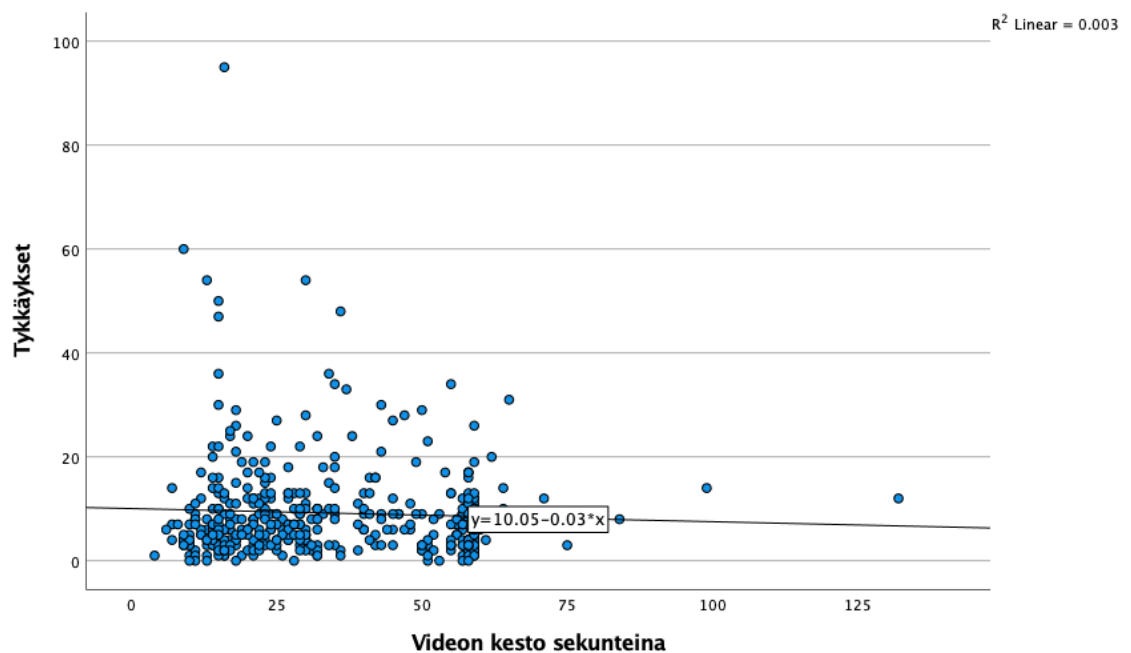
4.3 Videon kesto

Videon optimaalisen keston osalta tarkasteltiin ensin näyttökertojen ja reaktioiden korrelaatiota videon keston sekunteina. Ensimmäinen kuvio vertaa perusjoukon näyttökertoja videoiden keston antaen tulokseksi vain marginaalista negatiivista korrelaatiota, kun laskettiin Pearsonin korrelaatiokerroin -0.038 . Videon kestolla ei siis näyttäisi olevan merkitystä näyttökertojen määrään (kuvio 11).



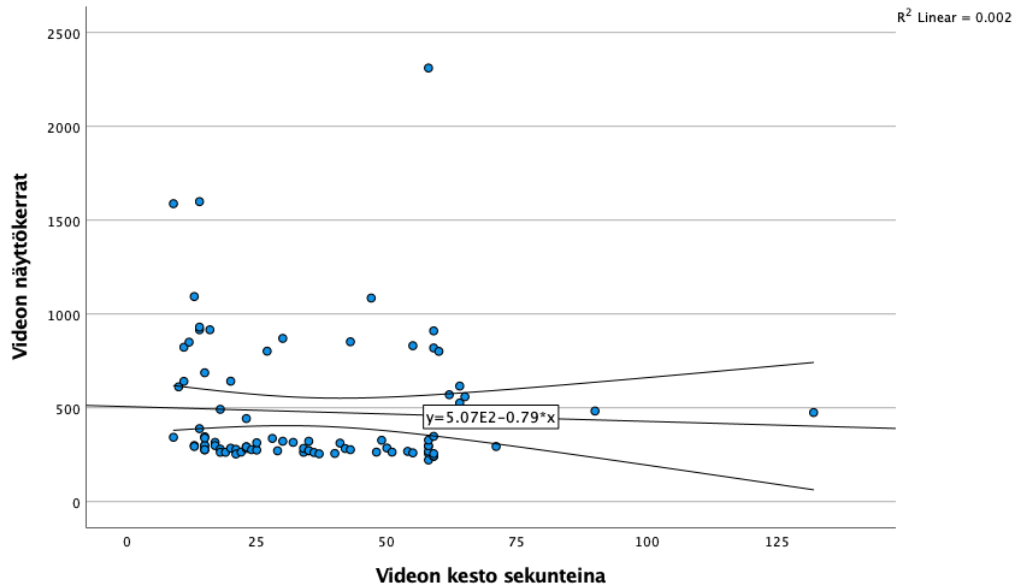
KUVIO 11. Näyttökerrat suhteessa videon keston (perusjoukko).

Kuvio 12 esittelee tykkäysten suhdetta videon keston. Tässä ei ollut myöskään nähtävissä merkittävää vaikutusta laskettaessa Pearsonin korrelaatiokerrointa, joka oli -0.050.



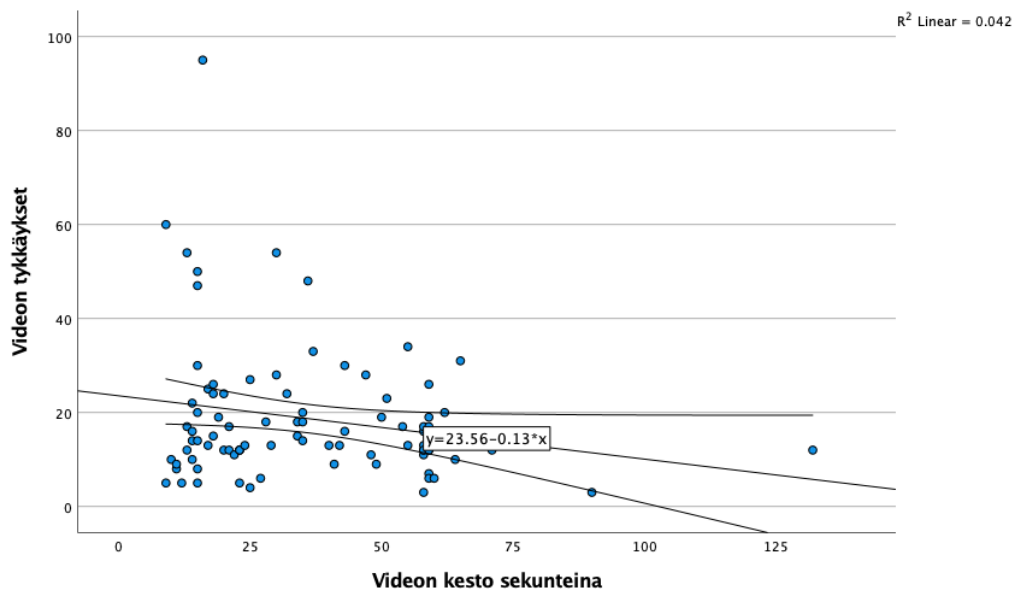
KUVIO 12. Tykkäysten suhde videon keston (perusjoukko).

Kun tarkasteltiin vain näytteeseen valittuja videoita, ei ollut nähtävissä merkittävää korrelaatiota näyttökertojen suhteessa videon keston. Pearsonin korrelaatiokertoimeksi saatiin -0.049 (kuvio 13).



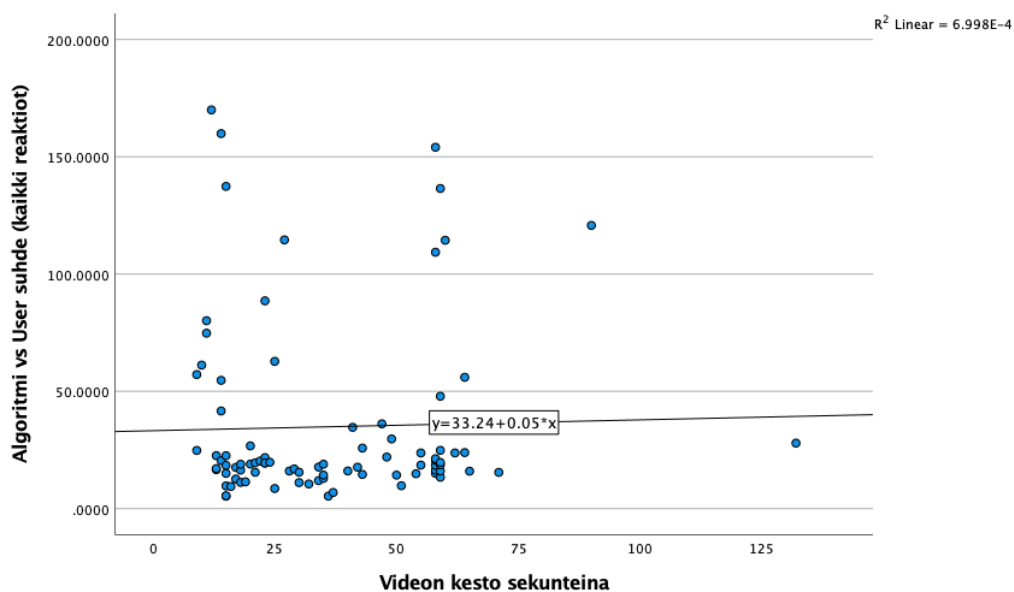
KUVIO 13. Videon näyttökerrat suhteessa videon keston (harkinnanvarainen näyte).

Vasta tarkasteltaessa tykkäysten määrää suhteessa videon keston, saatiin lievää negatiivista korrelaatiota. Tämä antoi tulokseksi -0.205 eli tykkäysten määrä vähenee jonkin verran videon pituuden kasvaessa (kuvio 14).



KUVIO 14. Videon tykkäykset suhteessa videon keston sekunteina (harkinnanvarainen näyte).

Kun havainnoitiin näytteeseen kuuluvista videoista ALUS-arvoa videon keston nähden, saatiin Pearsonin korrelaatiokertoimeksi +0.026 eli videon pituudella ei ollut nähtävissä merkittävää korrelaatiota suhteessa videon ALUS-vahvuuteen (kuvio 15).



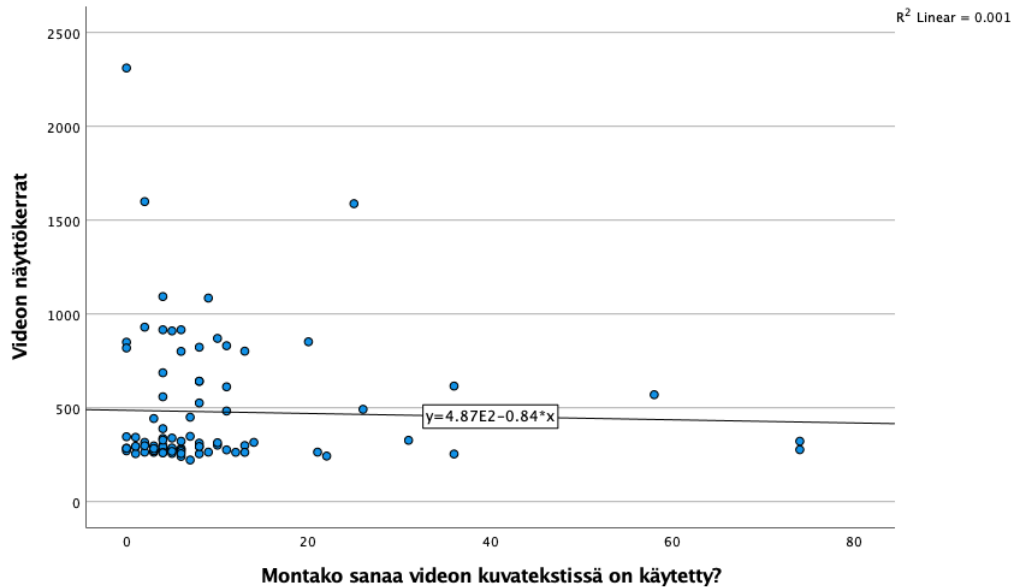
KUVIO 15. Videon kesto sekunteina suhteessa ALUS-arvoon (harkinnanvarainen näyte).

TikTok on viime aikoina kertonut sisällöntuottajilleen aikovansa suosia jatkossa yli 60 sekunnin pituisia videoita ja kehottaa käyttäjiään ottamaan videoiden editoinnissa huomioon hyvät tekstitykset, leikkaukset ja kuvailuotsikot. (Stokel-Walker 2022, Bhatti 2023). Sisällöntuottajille on saatavilla ohjevideoita, miten saada pidettyä pitkät videot kiinnostavina, jolloin TikTok saa myös käyttäjät viettämään entistä enemmän aikaa alustallaan, jos he tekevät editoinnit TikTok-mobiiliapplikaatiolla (TikTok 2023). Tämä antaa lisäarvoa myös sisällöntuottajille, jos he saavat näin algoritmilta lisää näyttökertoja.

Tämän selvityksen materiaalista suurin osa oli alle 60 sekunnin videoita, joten pitkien videoiden toimivuutta ei voitu tarkasti määrittellä. Optimaalisen videon keston osalta voidaan todeta, ettei kestolla ole suurta merkitystä näyttökertoihin tai käyttäjän reagointeihin, joten päädyttiin käyttämään optimoiduissa videoissa TikTokin oletusarvoisia videon pituuksia eli 15, 30 tai 60 sekuntia.

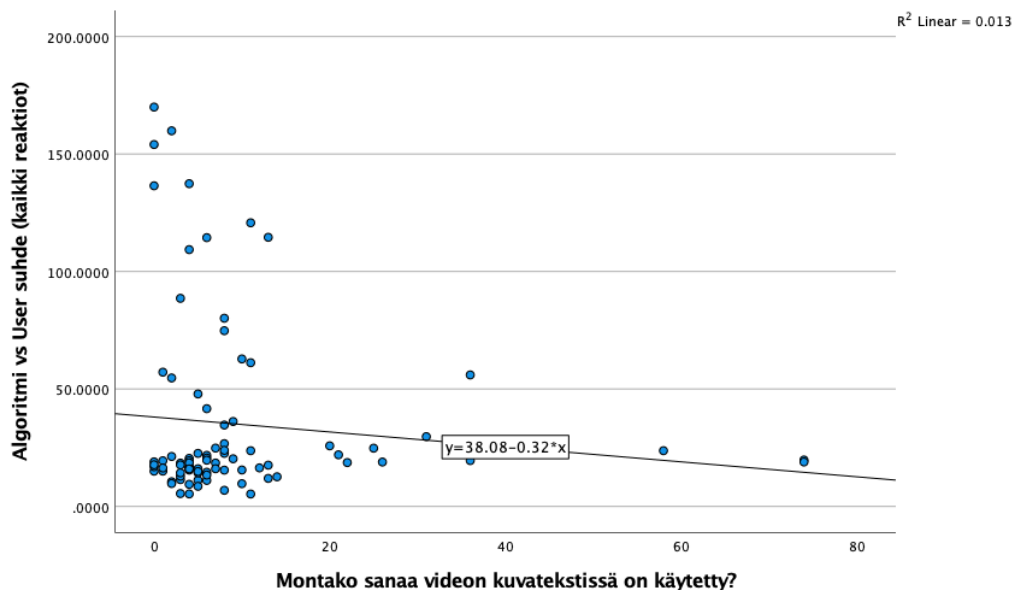
4.4 Kuvaus ja hashtagit

Tarkasteltaessa videon näyttökertojen määrää suhteessa videon kuvatekstissä käytettyjen yksittäisten sanojen määrään Pearsonin korrelaatiokertoimeksi saatiin -0.033 eli ei merkittävää korrelaatiota (kuvio 16).



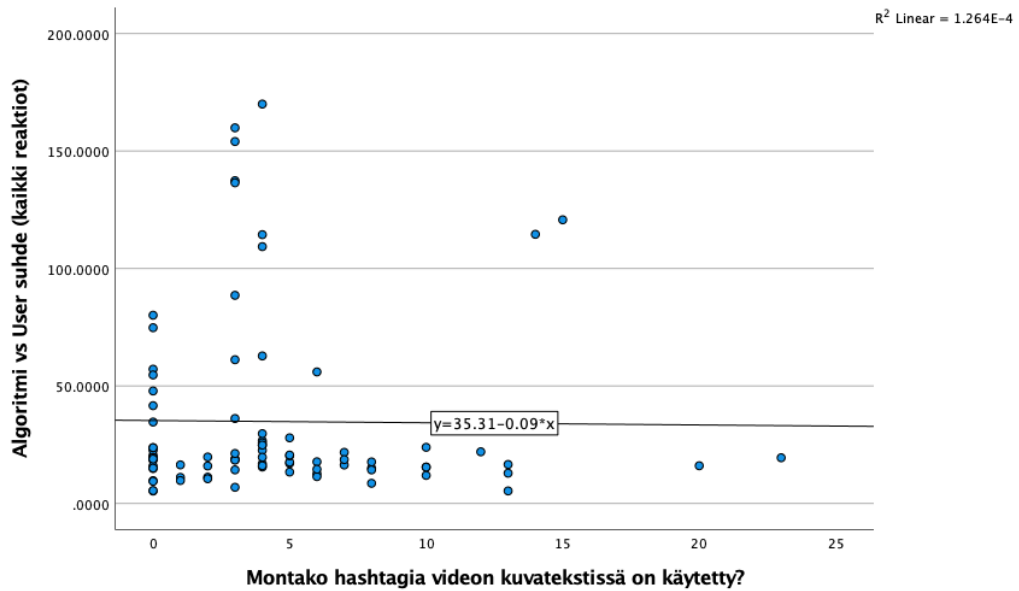
KUVIO 16. Montako sanaa videon kuvauksessa suhteessa näytökertoihin.

Kuvio 17 tarkastelee ALUS-suhdetta videon kuvatekstin pituuteen nähden ja antaa korrelaatiokertoimeksi -0.115 joka tässä tapauksessa tarkoittaisi lievää korrelaatiota pidemmän kuvauksen antamaan parempaan tulokseen.

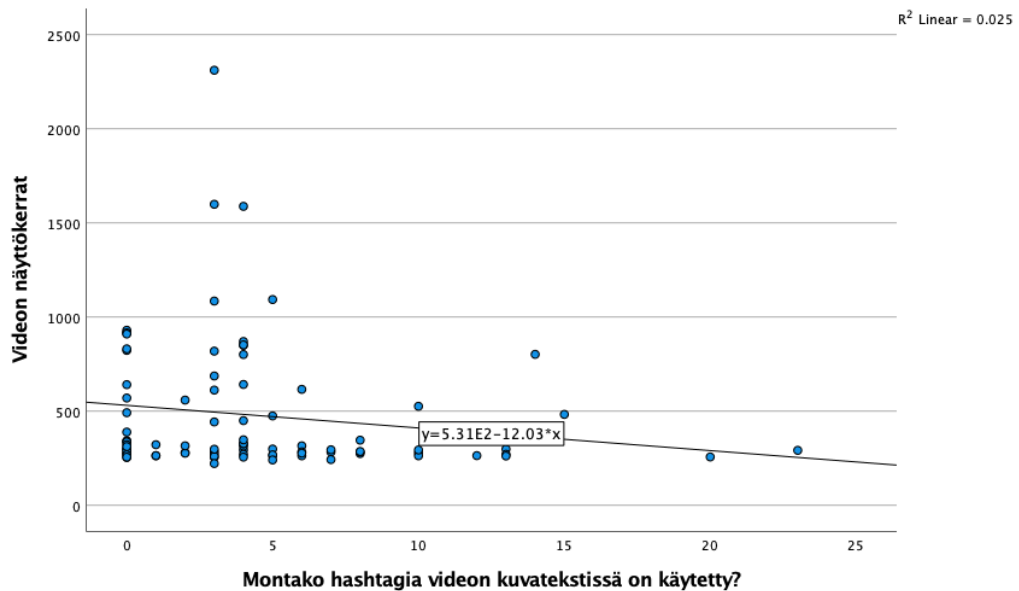


KUVIO 17. Montako sanaa videon kuvauksessa suhteessa ALUS-arvoon.

Hashtagien määrällä ei vaikuttanut olevan lainkaan korrelaatiota ALUS-suhteelle, kun Pearsonin korrelaatioarvoksi saatiin -0.011 (kuvio 18), mutta hashtagien määrällä näytti olevan lievä negatiivinen korrelaatio näytökertoihin, eli enemmän hashtageja tuottaisi vähemmän näytökertoja Pearsonin kertoimella -0.157 (kuvio 19).



KUVIO 18. Montako hashtagia verrattuna ALUS-suhteeseen.

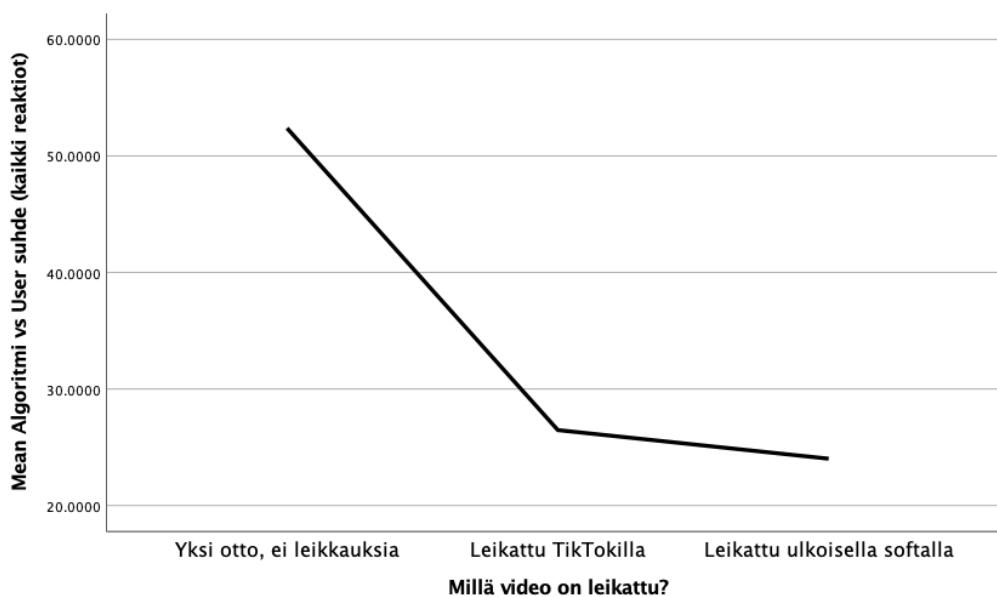


KUVIO 19. Montako hashtagia verrattuna näyttökertoihin.

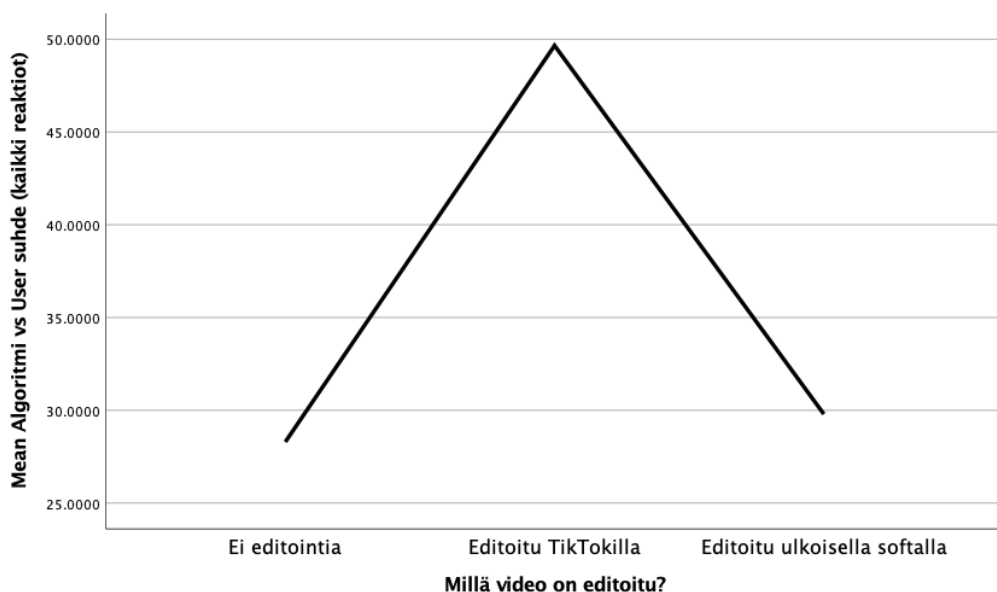
Koska korrelaatiokertoimet eivät antaneet selkeää viitettä hashtagien hyvästä määrästä, päätettiin että sopiva määrä on 3–4 hashtagia, eli harkinnanvaraisen näytteen videoiden keskiarvo. Videon kuvatekstin sanamäärän osalta ainoa korrelaatio löytyi pidemmän kuvauksen antamaan parempaan tulokseen käyttäjän reaktioiden määrässä. Näytteen videoiden keskiarvo oli 10 sanaa, joten päätettiin sopivaksi kuvatekstin mitaksi 10–20 sanaa.

4.5 Leikkaus ja editointi

Julkaistuja videoita oli editoitu sekä ulkoisilla ohjelmilla että TikTokin omalla mobiiliapplikaatiolla. Paras lopputulos saavutettiin tekemällä nämä molemmat vaiheet ulkoisella ohjelmalla (kuviot 20 ja 21). Leikkauksella tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, että videota ei ole kuvattu yhdellä otolla, vaan parsittu yhteen useasta otosta tai leikattu siten, ettei otto ole yhtenevä. Editoinnilla tarkoitetaan värimäärittelyjä, visuaalisia efektejä tai muita vastaavia.

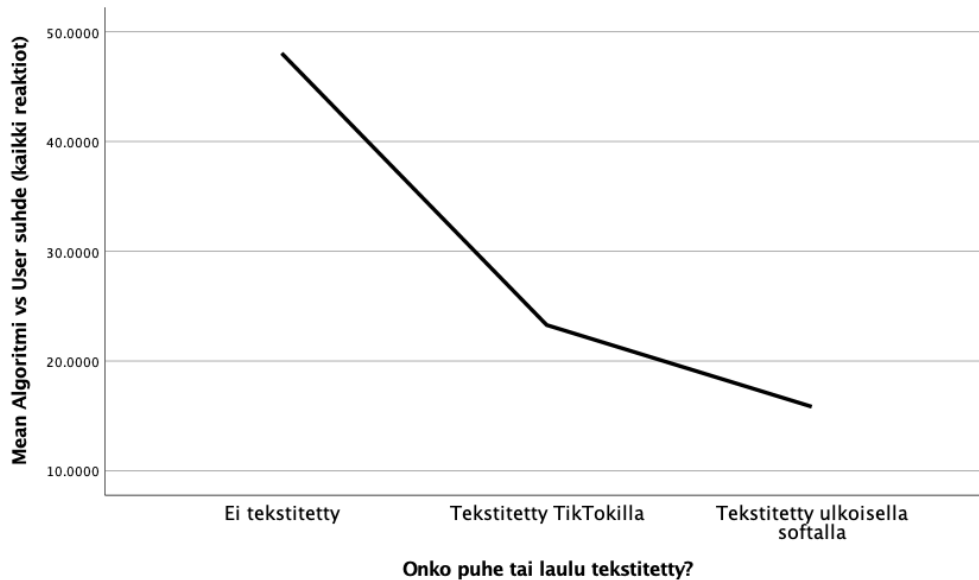


KUVIO 20. Millä video on leikattu (harkinnanvarainen näyte).



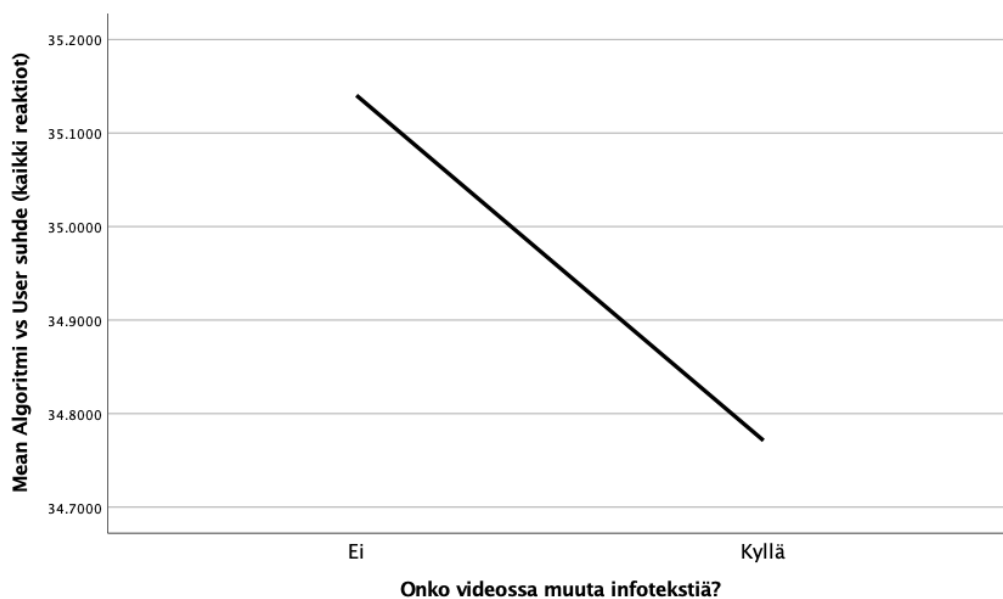
KUVIO 21. Millä video on editoitu (harkinnanvarainen näyte).

Tarkasteltaessa videon tekstitysominaisuuksia, kokonaan tekstittämättömät videot saivat selkeästi huonompia ALUS-tuloksia kuin videot, jotka olivat tekstitetty joko TikTokilla tai ulkoisella softalla (kuvio 22).



KUVIO 22. Onko puhe tai laulu tekstitetty (harkinnanvarainen näyte).

Tulosten perusteella videoon lisätyt infotekstit, kuten kommentit tai huomautukset liittyen videon tapahtumiin, antoivat parempia tuloksia, kuin videot, joissa infotekstejä ei ollut lainkaan (kuvio 23).



KUVIO 23. Onko videossa muuta infotekstiä (harkinnanvarainen näyte).

Tulosten perusteella videot kannattaa leikata ulkoisella softalla tai TikTokilla, sen sijaan että kyseessä olisi vain yksi yhtenevä otto. Editoinnin osalta kannattaa joko jättää efektit pois tai käyttää ulkoista softaa TikTokin mobiiliapplikaation sijasta. Tekstitykset ja infotekstit lisäävät videon suosiota, joten niihin kannattaa panostaa.

4.6 Optimoidut videoprofiilit

Saatujen tulosten perusteella kerättiin yhteenveto videoiden optimointiin ja kehittämiseen käytettävistä suuntaviivoista (taulukko 6).

TAULUKKO 6. Videoprofiilipohja.

VIDEON KESTO	15, 30 tai 60 sekuntia.
KUVAUKSEN PITUUS	10–20 sanaa.
HASHTAGIEN MÄÄRÄ	3–4 hashtagia.
MITÄ MUSIIKKIA KÄYTETTY	Ei musiikkia tai oma musiikki.
ONKO MUSIIKISSA LAULUA	Ei.
MILLOIN MUSIIKKI ALKAA	Myöhemmin kuin videon alussa, tai taustalla koko ajan.
MIKÄ ON PÄÄOSASSA	Ensisijaisesti puhe, toissijaisesti laulu tai syntetisaattori.
ESIINTYJÄN PRESENSSI	Kameran edessä tai dubattuna.
VIDEON LEIKKAUS	Ulkoinen softa tai TikTok.
VIDEON EDITOINTI	Ulkoinen softa tai ei mitään.
TEKSTITYKSET	Kannattaa käyttää.
INFOTEKSTIT	Kannattaa käyttää.
ONKO TIKTOK TRENDI	Ei.

Tulosten perusteella päätettiin toteuttaa viisi uutta videota, joista kolme julkaistiin jatkohavainnointia varten (liite 8. Kehitetyt videot).

5 KEHITETTYJEN JULKAISUJEN TULOKSET

5.1 Suoriutuminen

Julkaisujen kehittäminen perustui harkinnanvaraisen näytteen käsittelyn tuloksiin. Kehitettyjen julkaisujen tuloksia verrattiin sekä harkinnanvaraiseen näytteeseen että perusjoukkoon (taulukko 7). Näyttökerrat nousivat molemmissa; näytteeseen verrattuna 23 % ja perusjoukkoon verrattuna 90 %. Tykkäykset laskivat näytteeseen nähden 20 % mutta perusjoukon osalta tykkäykset kasvoivat 61 %.

Näytteeseen verrattuna ALUS-suhde laski 20 % ja perusjoukossa jopa 48 %. Kommenttien määrä kertaantui näytteessä 80 % ja perusjoukossa jopa 288 %. Kehitettyjen julkaisujen jaot laskivat 100 % eli niitä ei tullut lainkaan optimoiduille videoille.

Kaikki reaktiot kasvoivat perusjoukossa 67 %, mutta laskivat näytteessä 18 %. Kehitettyt videot olivat keskimäärin 30 % lyhyempikestoisia näytteeseen verrattuna. Videoiden pituus siis laski aiemmista keskiarvoista, mutta niitä katsottiin ajallisesti enemmän suhteessa yksittäisen videon keston. Koko videon katsoneiden osuus nousi sekä perusjoukkoon että näytteeseen verrattuna.

TAULUKKO 7. Kehitetyt julkaisut verrattuna tutkimusjoukkoihin.

SUORITUS	HARKINNANVARAINEN NÄYTE	PERUSJOUKKO
Näyttökerrat	+23 %	+90 %
Tykkäykset	-20 %	+61 %
ALUS – suhde	-20 %	-48 %
Kommentit	+80 %	+288 %
Jaot	-100 %	-100 %
Tallennukset	-56 %	+22 %
Reaktiot yhteensä	-18 %	+67 %
Videon kesto	-30 %	-27 %
Katseluaika ka (sek)	-18 %	-1 %
Videosta katsottu *	+17 %	+36 %
Koko videon katsoneet	+56 %	+183 %
Uudet seuraajat	-100 %	-100 %

* = Kuinka suuri osuus videon koko kestosta oli keskimääräisesti katsottu

5.2 TikTokin ohjeistuksen ristiriidat tulosten kanssa

TikTokin oman ohjeistuksen ja yleisen oletuksen mukaan sisällöntuottajien tulisi tuottaa 1–4 julkaisua päivässä, pitääkseen yllä käyttäjien sitoutumista kanavaan (Rönnberg 2022). Tämän tutkimuksen aikana julkaistiin keskimäärin 23 videota kuukaudessa, usein sykleissä, joissa julkaisu tahti oli n. 2–3 videota päivässä. Kuitenkin tehtyjen havaintojen perusteella näyttökertojen määrä kasvoi huomattavasti Pearsonin korrelaatiokertoimella, kun edellisestä julkaisusta oli kulunut useampi päivä (taulukko 8).

Perusjoukon videoista 192 kpl oli julkaistu samana päivänä kuin vähintään yksi toinenkin video. Näiden keskiarvo oli 267 näyttökertaa. Niiden videoiden, joiden kohdalla edellisestä julkaisusta oli kulunut yksi päivä (180 kpl), keskiarvo oli 314 ja niiden, joiden kohdalla useampi kuin yksi päivä (48 kpl), näyttökertojen keskiarvo oli 349.

Taukopäivistä ei puhuta TikTokin ohjeistuksissa tai aiheeseen liittyvissä artikkeleissa, mutta silti vilkasta julkaisutahtia tulisi pitää ohjeiden ja neuvojen mukaan yllä. Pearsonin korrelaatiokertoimien mukaan kehitettyjen videoiden näyttökerrat olivat lähes suoraan verrannollisia siihen, kuinka pitkä aika oli kulunut edellisestä julkaisusta; mitä pidempi aika oli kulunut, sitä enemmän näyttökertoja. Tämä oli nähtävissä, kun verrattiin tietoja sekä perusjoukkoon että harkinnanvaraiseen näytteeseen. Reaktioiden määrä suhteessa edellisestä julkaisusta kuluneeseen aikaan ei antanut merkittävää korrelaatiota.

TAULUKKO 8. Pearsonin korrelaatiot, mitä pidempi aika edellisestä julkaisusta.

TUTKIMUSJOUKKO	NÄYTTÖKERTOJEN MÄÄRÄ	REAKTIOIDEN MÄÄRÄ	ALUS- SUHDE
Perusjoukko	+0.142	+0.132	+0.081
Perusjoukko ilman suosituinta videota	+0.546	+0.165	+0.086
Harkinnanvarainen näyte	+0.478	-0.038	+0.490
Kehitetyt videot	+0.975	+0.111	+0.927

Ks. liite 10. Korrelaatiokaaviot: Kuinka monta päivää kulunut edellisestä julkaisusta.

Tulosten perusteella voi kyseenalaistaa sen, tulisiko käyttäjän pitää vilkasta julkaisutahtia yllä ohjeiden mukaisesti, vai onko tämä ohjeistus voimassa vain siksi että sisällöntuottajat käyttäisivät enemmän aikaa TikTokin parissa kasvattaakseen käytettävissä olevan sisällön määrää ja voimistaakseen täten yhtiön liiketoimintaa.

Toisaalta käyttäjän reaktioiden saaminen on videon menestymisen kannalta näyttökertoja oleellisempaa ja ALUS-suhde heikkeni huomattavasti harkinnanvaraiseen näytteeseen verrattuna, eli mitä kauemmin edellisestä julkaisusta oli, sitä huonommin julkaisu sai reaktioita suhteessa näyttökertoihin.

Pelkät korrelaatiokertoimet eivät suoraan varmista yksiselitteistä syy-seuraussuhdetta eli korrelaatiota, mutta selvityksen perusteella havainnoidut

suuret kertoimet voivat antaa siihen viitteitä. Vaikutusten perusteellinen analysointi vaatisi kokeellisen tutkimusasetelman, jossa tarkkaan valitulla tavalla varioidaan videon eri ominaisuuksia ja analysoidaan niitä monipuolisilla tilastomenetelmillä.

5.3 Ehdotuksia tulosten tarkentamiseen

Tämän selvityksen puitteissa, tuloksia olisi voitu tarkentaa tallentamalla kaikista videoista myös hashtagien ja kuvausten sanojen määrät, jolloin niitäkin olisi voitu hyödyntää vertailuissa. Myös julkaisuintervalleja olisi voitu havainnoida päivien sijasta tuntitasolla; olisi voitu esimerkiksi tutkia julkaisujen kellonajan vaikutusta videon menestymiseen.

Harkinnanvaraisen näytteen kokoamisessa olisi voitu käyttää lisäharkintaa ja keskittyä pelkästään ALUS-arvon mukaan hyvin suoriutuneisiin videoihin. Kuuden eri listan koonti ja kaikkien reaktioiden huomioiminen samanarvoisina ei välttämättä tuonut kaivattua lisäarvoa, koska tiedossa oli, että eri reaktioiden määrät eivät suoraan vertautuneet keskenään.

Havaintoteknisenä seikkana todettiin myös, että ALUS-suhteen olisi voinut ilmaista toisinpäin, eli tykkäyksiä per näyttökerta, jolloin pienemmän numeron sijasta suurempi numero olisi tarkoittanut parempaa tulosta. Tämä olisi selkeyttänyt kaavioiden ja tulosten tulkintaa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Selvityksen perusteella vastaus opinnäytetyön otsikon kysymykseen on kyllä, TikTokin algoritmin hyödyntäminen ilman maksullista mainontaa on mahdollista, mutta kunkin sisällöntuottajan oman harkinnan varaan jää, kuinka suuri kasvu näyttökerroissa tai reaktioissa olisi riittävää verrattuna julkaisutoimintaan käytettyyn työmäärään.

Vertailuista pois jätetty video ID331 toi lähes puolet kaikista näyttökerroista ja yli puolet kaikista reaktioista. Kun käsiteltyjä videoita oli 421 kpl ja tämä yksi video edustaa 0,02 % tästä määrästä, voidaan todeta, että 99,8 % julkaisuista ei tuottanut merkittävää huomiota ja ainoa julkaisu, joka tuotti, ei käsitellyt musiikkia eikä siinä myöskään ollut käytetty musiikkia taustalla, kaupallisena tai alkuperäisenä ääniraitana lainkaan.

Vaikka kehitettyjen julkaisujen tulokset olivat suurelta osin positiivisia näyttökertojen ja reaktioiden määrän kasvaessa, jää lopulta kyseenalaiseksi, onko musiikkisisällön tuottajana TikTokissa toimiminen siihen käytetyn ajan ja vaivan arvoista, kun puolentoista vuoden säännöllisen julkaisutahdin ylläpitäminen tuotti vain yhden selkeän viraalihitin, joka sekään ei liittynyt millään tavalla siihen sisältöön minkä leviämistä kanavalla oli tarkoitus edistää.

LÄHTEET

Akselin, H. 2022. Mitä minuutin pituisilla TikTok -tanssivideoilla voi saavuttaa? – ”Olen elättänyt itseni sosiaalisella medially lukiosta lähtien”, sometähti Netta Oikonen, 20, kertoo. Verkkoartikkeli, Yle. Viitattu 24.11.2023. <https://yle.fi/aihe/a/20-10002213>

Bhatti, U. 2023. Ask Buffer: What is the ideal TikTok length? Verkkoartikkeli, Buffer. Viitattu 24.11.2023. <https://buffer.com/resources/best-tiktok-video-length/>

Hopi, A. 2023. Neeasta tuli TikTok-tähti yhdessä yössä – Hätkähdyttävällä videolla yli 3 miljoonaa katsojaa: ”Tuli vähän puslista”. Verkkoartikkeli, Iltalehti. Viitattu 24.11.2023. <https://www.iltalehti.fi/musiikki/a/c03bcf43-3e46-42b9-b256-2e291ce7ad5b>

Jokelainen, J. 2020. Suomalaisen TikTok-hittikappaleen metsästys on käynnistynyt. Verkkoartikkeli, Teosto ry. Viitattu 30.11.2023. <https://www.teosto.fi/teostory/suomalaisen-tiktok-hittikappaleen-metsastys-on-kaynnistynyt/>

Kemppi, J. 2021. Syy TikTokin koukuttavuuteen selvisi – salainen yhtälö vuoti. Verkkoartikkeli, Iltalehti. Viitattu 24.11.2023. <https://www.iltalehti.fi/digi uutiset/a/c3f43540-1db0-49e2-a82a-5685b3d651fe>

Keso, J. 2023. Tein tutkimusmatkan Kiinan internetiin. Dokumenttivideo, YouTube (aikaleima 6:40-15:00). Viitattu 29.11.2023. https://youtu.be/vhpr_3Lses?si=FbKAmNFFtRZvgpEL&t=400

Lin, L. Winkler, R. 2017. Social-Media App Musical.ly Is Acquired for as Much as 1 \$ Billion. Verkkoartikkeli, The Wall Street Journal. Viitattu 30.11.2023. <https://www.wsj.com/articles/lip-syncing-app-musical-ly-is-acquired-for-as-much-as-1-billion-1510278123>

Newman, N. 2023. Overview and key findings of the 2023 Digital News Report. Verkkoartikkeli, Reuters Institute, University of Oxford. Viitattu 30.11.2023. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/dnr-executive-summary>

Rigatelli, S. 2023. Pelottavan taidokas TikTok. Verkkoartikkeli, Yle. Viitattu 24.11.2023. <https://yle.fi/a/74-20054346>

Riske, N. 2022. Polaris Nordic – Digital Music Services in the Nordics. PDF-tiedosto. Viitattu 30.11.2023. https://www.teosto.fi/wp-content/uploads/2022/06/digital-music-in-the-nordics-2022_report.pdf

Rönberg, M. 2022. 5 tapaa menestyä TikTokissa. Verkkosivu. Viitattu 24.11.2023. <https://www.kubo.fi/blogi/5-tapaa-menestya-tiktokissa>

Stassen, M. 2022. TikTok owns a patent for a music service – and it's hiring for 'TikTok Music' staff. Verkkoartikkeli, Music Business Worldwide. Viitattu 30.11.2023.

<https://www.musicbusinessworldwide.com/tiktok-owns-a-patent-for-a-music-service-and-its-hiring-for-tiktok-music-staff12/>

Stokel-Walker, C. 2022. TikTok wants longer videos – Whether you like it or not. Verkkoartikkeli, Wired. Viitattu 24.11.2023. <https://www.wired.co.uk/article/tiktok-wants-longer-videos-like-not>

TikTok. 2023. Success with 1+ minute content. Verkkosivu. Viitattu 24.11.2023. <https://www.tiktok.com/creators/creator-portal/en-us/tiktok-content-strategy/creating-videos-longer-than-one-minute/>

Vedenpää, V. 2020. Kun Tuure Boelius, 19, aloitti musiikintekijänä, hän sai alalta neuvon, jota ei noudattanut – nyt neuvojat rynnivät hänen perässään hittejä synnyttävään TikTokiin. Verkkoartikkeli, Yle. Viitattu 24.11.2023 <https://yle.fi/a/3-11556952>

Woodward, M. 2023. TikTok user statistics 2023: Everything you need to know. Verkkoartikkeli, Search Logistics. Viitattu 24.11.2023. <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/tiktok-user-statistics/>

LIITTEET

Liite 1. ALUS-suhde

ID	PVM	KESTO	ALUS	NÄYTTÖKERRAT	TYKKÄYKSET	KOMMENTIT	JAOT	TALLENNUKSET	REAKTIOT
136	2023-02-03	0:36	5,4583	262	48	0	0	1	49
52	2022-12-21	0:15	5,5200	276	50	0	0	2	52
171	2023-02-17	0:15	6,3191	297	47	2	4	1	54
164	2023-02-14	0:15	7,4167	267	36	0	0	0	36
211	2023-03-09	0:37	7,7273	255	33	0	1	3	37
169	2023-02-17	0:34	7,7500	279	36	0	0	0	36
111	2023-01-23	0:35	8,1176	276	34	0	0	0	34
50	2022-12-20	0:16	9,6421	916	95	0	0	2	97
236	2023-03-21	0:18	9,7931	284	29	0	0	0	29
197	2023-03-02	0:50	9,8621	286	29	0	0	0	29
47	2022-11-17	0:15	10,0333	301	30	0	0	1	31
341	2023-07-17	0:45	10,1111	273	27	0	0	0	27
103	2023-01-20	0:25	10,1852	275	27	2	1	2	32
150	2023-02-09	0:51	11,4783	264	23	2	0	2	27
215	2023-03-11	0:30	11,5000	322	28	0	0	1	29
41	2022-10-29	0:18	11,5238	242	21	0	0	0	21
212	2023-03-09	0:38	11,5833	278	24	0	0	0	24
182	2023-02-23	0:18	11,6667	280	24	0	0	1	25
316	2023-05-10	0:29	12,3182	271	22	0	0	0	22
133	2023-02-01	0:15	12,4091	273	22	0	0	0	22
315	2023-05-08	0:24	12,6364	278	22	0	0	0	22
402	2023-09-09	0:17	12,6400	316	25	0	0	0	25
76	2023-01-09	0:21	12,7368	242	19	0	0	0	19
223	2023-03-15	0:32	13,1667	316	24	4	2	0	30
134	2023-02-01	0:35	13,5500	271	20	0	0	1	21
176	2023-02-20	0:23	13,7895	262	19	0	0	0	19
167	2023-02-15	0:19	13,8421	263	19	3	0	1	23
195	2023-02-28	0:43	14,0000	294	21	2	0	0	23
268	2023-04-20	0:58	14,1765	241	17	0	0	1	18
69	2023-01-06	0:33	14,6111	263	18	3	1	0	22
283	2023-04-25	0:58	14,8824	253	17	2	0	0	19
255	2023-04-04	0:49	15,0526	286	19	0	0	1	20
220	2023-03-13	0:35	15,1111	272	18	0	0	1	19
269	2023-04-20	0:54	15,7647	268	17	0	0	1	18
228	2023-03-17	0:22	15,7647	268	17	0	0	0	17
276	2023-04-23	0:58	16,0000	256	16	0	1	0	17
1	2022-04-26	0:30	16,1111	870	54	0	2	0	56
259	2023-04-17	1:39	16,1429	226	14	0	0	0	14
322	2023-05-17	0:42	16,3750	262	16	2	0	0	18
247	2023-03-27	0:20	16,4118	279	17	0	0	1	18
119	2023-01-26	0:23	16,8000	252	15	0	0	0	15
127	2023-01-29	0:24	16,9375	271	16	0	0	0	16
242	2023-03-24	0:32	17,0000	34	2	0	0	0	2
226	2023-03-17	0:14	17,3000	346	20	2	0	1	23
352	2023-07-25	0:59	17,3077	450	26	1	0	1	28
254	2023-04-03	0:42	17,3125	277	16	0	0	3	19
256	2023-04-04	0:58	17,3529	295	17	0	0	1	18
258	2023-04-12	0:18	17,5333	263	15	0	1	0	16
124	2023-01-28	0:12	17,5882	299	17	0	0	1	18
234	2023-03-20	0:41	17,6250	282	16	0	0	0	16
204	2023-03-03	1:05	18,0323	559	31	2	1	1	35
186	2023-02-24	0:23	18,3750	294	16	0	0	0	16
96	2023-01-17	0:27	18,5000	259	14	2	0	0	16
54	2022-12-30	0:27	18,7222	337	18	2	0	1	21
154	2023-02-11	0:18	18,9231	492	26	0	0	0	26
229	2023-03-18	0:34	18,9333	284	15	0	0	1	16
125	2023-01-28	0:30	19,4615	253	13	0	0	0	13

66	2023-01-05	0:40	19,7692	257	13	2	0	1	16
122	2023-01-27	0:15	19,7857	277	14	0	0	1	15
79	2023-01-10	0:20	19,8571	278	14	2	0	0	16
97	2023-01-17	0:27	20,0000	260	13	2	0	0	15
339	2023-07-16	0:55	20,0000	260	13	0	0	1	14
302	2023-05-04	0:58	20,1818	222	11	0	0	1	12
345	2023-07-21	0:13	20,2407	1093	54	6	2	2	64
311	2023-05-06	0:59	20,2500	243	12	0	0	1	13
285	2023-04-26	0:59	20,5000	164	8	0	0	0	8
46	2022-11-16	0:15	20,6154	268	13	0	0	0	13
235	2023-03-21	0:24	20,6154	268	13	0	0	0	13
304	2023-05-04	0:55	20,7692	270	13	1	0	0	14
149	2023-02-09	0:29	20,8462	271	13	3	0	0	16
275	2023-04-23	0:58	21,0000	252	12	0	0	0	12
59	2023-01-02	0:21	21,1667	254	12	0	1	0	13
295	2023-05-01	0:59	21,2000	106	5	0	0	0	5
189	2023-02-26	0:23	21,3077	277	13	0	0	1	14
340	2023-07-17	0:59	21,3077	277	13	0	0	0	13
264	2023-04-19	0:59	21,3333	256	12	0	0	1	13
114	2023-01-24	0:28	21,6154	281	13	0	0	0	13
294	2023-05-01	0:59	21,6667	130	6	0	0	0	6
194	2023-02-28	0:41	21,7692	283	13	2	0	1	16
318	2023-05-14	0:21	22,2500	267	12	0	0	0	12
260	2023-04-17	0:57	22,3333	268	12	0	0	1	13
277	2023-04-23	0:59	22,5000	45	2	0	0	0	2
324	2023-05-19	0:58	22,9231	298	13	0	0	1	14
334	2023-07-11	0:35	23,0000	322	14	3	0	0	17
230	2023-03-18	0:16	23,0000	299	13	4	0	0	17
123	2023-01-27	0:27	23,0833	277	12	0	0	0	12
170	2023-02-17	0:27	23,1538	301	13	0	0	0	13
30	2022-08-30	0:23	23,5833	283	12	0	0	1	13
200	2023-03-02	0:20	23,7500	285	12	2	1	0	15
422	2023-09-29	0:11	23,9091	263	11	0	0	0	11
251	2023-03-30	0:22	24,0000	264	11	0	2	0	13
165	2023-02-15	0:24	24,0000	288	12	0	0	0	12
84	2023-01-12	0:48	24,0000	264	11	0	0	1	12
310	2023-05-06	0:59	24,0000	264	11	0	0	0	11
278	2023-04-23	0:58	24,0909	265	11	0	0	0	11
153	2023-02-11	0:14	24,3125	389	16	2	0	1	19
70	2023-01-20	0:22	24,3333	292	12	1	0	2	15
188	2023-02-26	0:23	24,3333	292	12	2	0	1	15
252	2023-04-01	0:45	24,4167	293	12	2	0	0	14
48	2022-11-25	0:55	24,4412	831	34	0	0	1	35
244	2023-03-25	1:11	24,5000	294	12	2	5	0	19
201	2023-03-03	0:12	24,5000	294	12	0	1	0	13

Liite 2. Näytetyimmät videot

ID	PVM	KESTO	ALUS	NÄYTTÖKERRAT	TYKKÄYKSET	KOMMENTIT	JAOT	TALLENNUKSET	REAKTIOT
405	2023-09-11	0:58	192,5833	2311	12	0	1	2	15
3	2022-05-17	0:14	159,9000	1599	10	0	0	0	10
24	2022-08-26	0:09	26,4667	1588	60	3	0	1	64
345	2023-07-21	0:13	20,2407	1093	54	6	2	2	64
330	2023-06-21	0:47	38,7500	1085	28	1	0	1	30
53	2022-12-30	0:14	66,4286	930	14	2	0	1	17
50	2022-12-20	0:16	9,6421	916	95	0	0	2	97
38	2022-10-16	0:14	41,6364	916	22	0	0	0	22
325	2023-06-08	0:59	47,8947	910	19	0	0	0	19
1	2022-04-26	0:30	16,1111	870	54	0	2	0	56
49	2022-12-05	0:43	28,4000	852	30	3	0	0	33
13	2022-08-09	0:12	170,0000	850	5	0	0	0	5
48	2022-11-25	0:55	24,4412	831	34	0	0	1	35
44	2022-11-12	0:11	91,4444	823	9	0	1	1	11
427	2023-09-29	0:59	136,5000	819	6	0	0	0	6
11	2022-06-16	0:27	133,6667	802	6	1	0	0	7
12	2022-07-13	1:00	133,5000	801	6	1	0	0	7
4	2022-05-17	0:15	137,4000	687	5	0	0	0	5
214	2023-03-10	0:20	26,7500	642	24	0	0	0	24
40	2022-10-27	0:11	80,1250	641	8	0	0	0	8
14	2022-08-18	1:04	61,6000	616	10	1	0	0	11
137	2023-02-03	0:10	61,2000	612	10	0	0	0	10
221	2023-03-14	1:02	28,5000	570	20	1	1	2	24
204	2023-03-03	1:05	18,0323	559	31	2	1	1	35
245	2023-03-26	1:04	37,5714	526	14	7	1	0	22
154	2023-02-11	0:18	18,9231	492	26	0	0	0	26
5	2022-05-23	1:30	161,0000	483	3	0	0	1	4
246	2023-03-27	2:12	39,5833	475	12	1	3	1	17
352	2023-07-25	0:59	17,3077	450	26	1	0	1	28
332	2023-07-02	0:23	88,6000	443	5	0	0	0	5
135	2023-02-02	0:15	26,6250	426	16	0	0	0	16
153	2023-02-11	0:14	24,3125	389	16	2	0	1	19
329	2023-06-10	0:59	49,7143	348	7	0	7	0	14
226	2023-03-17	0:14	17,3000	346	20	2	0	1	23
362	2023-08-04	0:09	68,6000	343	5	0	0	1	6
55	2022-12-31	0:07	85,5000	342	4	1	0	0	5
257	2023-04-07	0:15	42,3750	339	8	6	0	1	15
54	2022-12-30	0:27	18,7222	337	18	2	0	1	21
333	2023-07-05	0:08	46,8571	328	7	1	0	0	8
417	2023-09-24	0:58	109,3333	328	3	0	0	0	3
326	2023-06-08	0:49	36,3333	327	9	2	0	0	11
191	2023-02-26	0:39	29,6364	326	11	0	0	0	11
67	2023-01-05	0:16	27,0833	325	12	0	0	0	12
215	2023-03-11	0:30	11,5000	322	28	0	0	1	29
334	2023-07-11	0:35	23,0000	322	14	3	0	0	17
19	2022-08-22	0:13	53,6667	322	6	0	0	0	6
91	2023-01-15	0:14	107,3333	322	3	3	0	0	6
223	2023-03-15	0:32	13,1667	316	24	4	2	0	30
402	2023-09-09	0:17	12,6400	316	25	0	0	0	25
208	2023-03-08	0:25	78,5000	314	4	0	0	1	5
328	2023-06-09	0:41	34,6667	312	9	0	0	0	9

Liite 3. Tykätyimmät videot

ID	PVM	KESTO	ALUS	NÄYTTÖKERRAT	TYKKÄYKSET	KOMMENTIT	JAOT	TALLENNUKSET	REAKTIOT
50	2022-12-20	0:16	9,4433	916	95	0	0	2	97
24	2022-08-26	0:09	24,8125	1588	60	3	0	1	64
345	2023-07-21	0:13	17,0781	1093	54	6	2	2	64
1	2022-04-26	0:30	15,5357	870	54	0	2	0	56
52	2022-12-21	0:15	5,3077	276	50	0	0	2	52
136	2023-02-03	0:36	5,3469	262	48	0	0	1	49
171	2023-02-17	0:15	5,5000	297	47	2	4	1	54
164	2023-02-14	0:15	7,4167	267	36	0	0	0	36
169	2023-02-17	0:34	7,7500	279	36	0	0	0	36
48	2022-11-25	0:55	23,7429	831	34	0	0	1	35
111	2023-01-23	0:35	8,1176	276	34	0	0	0	34
211	2023-03-09	0:37	6,8919	255	33	0	1	3	37
204	2023-03-03	1:05	15,9714	559	31	2	1	1	35
49	2022-12-05	0:43	25,8182	852	30	3	0	0	33
47	2022-11-17	0:15	9,7097	301	30	0	0	1	31
236	2023-03-21	0:18	9,7931	284	29	0	0	0	29
197	2023-03-02	0:50	9,8621	286	29	0	0	0	29
330	2023-06-21	0:47	36,1667	1085	28	1	0	1	30
215	2023-03-11	0:30	11,1034	322	28	0	0	1	29
103	2023-01-20	0:25	8,5938	275	27	2	1	2	32
341	2023-07-17	0:45	10,1111	273	27	0	0	0	27
352	2023-07-25	0:59	16,0714	450	26	1	0	1	28
154	2023-02-11	0:18	18,9231	492	26	0	0	0	26
402	2023-09-09	0:17	12,6400	316	25	0	0	0	25
223	2023-03-15	0:32	10,5333	316	24	4	2	0	30
182	2023-02-23	0:18	11,2000	280	24	0	0	1	25
212	2023-03-09	0:38	11,5833	278	24	0	0	0	24
214	2023-03-10	0:20	26,7500	642	24	0	0	0	24
150	2023-02-09	0:51	9,7778	264	23	2	0	2	27
316	2023-05-10	0:29	12,3182	271	22	0	0	0	22
133	2023-02-01	0:15	12,4091	273	22	0	0	0	22
315	2023-05-08	0:24	12,6364	278	22	0	0	0	22
38	2022-10-16	0:14	41,6364	916	22	0	0	0	22
195	2023-02-28	0:43	12,7826	294	21	2	0	0	23
41	2022-10-29	0:18	11,5238	242	21	0	0	0	21
221	2023-03-14	1:02	23,7500	570	20	1	1	2	24
226	2023-03-17	0:14	15,0435	346	20	2	0	1	23
134	2023-02-01	0:35	12,9048	271	20	0	0	1	21
167	2023-02-15	0:19	11,4348	263	19	3	0	1	23
255	2023-04-04	0:49	14,3000	286	19	0	0	1	20
76	2023-01-09	0:21	12,7368	242	19	0	0	0	19
176	2023-02-20	0:23	13,7895	262	19	0	0	0	19
325	2023-06-08	0:59	47,8947	910	19	0	0	0	19
69	2023-01-06	0:33	11,9545	263	18	3	1	0	22
54	2022-12-30	0:27	16,0476	337	18	2	0	1	21
220	2023-03-13	0:35	14,3158	272	18	0	0	1	19
283	2023-04-25	0:58	13,3158	253	17	2	0	0	19
268	2023-04-20	0:58	13,3889	241	17	0	0	1	18
269	2023-04-20	0:54	14,8889	268	17	0	0	1	18
247	2023-03-27	0:20	15,5000	279	17	0	0	1	18
256	2023-04-04	0:58	16,3889	295	17	0	0	1	18
124	2023-01-28	0:12	16,6111	299	17	0	0	1	18
228	2023-03-17	0:22	15,7647	268	17	0	0	0	17
254	2023-04-03	0:42	14,5789	277	16	0	0	3	19
153	2023-02-11	0:14	20,4737	389	16	2	0	1	19
322	2023-05-17	0:42	14,5556	262	16	2	0	0	18
276	2023-04-23	0:58	15,0588	256	16	0	1	0	17
127	2023-01-29	0:24	16,9375	271	16	0	0	0	16
234	2023-03-20	0:41	17,6250	282	16	0	0	0	16
186	2023-02-24	0:23	18,3750	294	16	0	0	0	16
135	2023-02-02	0:15	26,6250	426	16	0	0	0	16

258	2023-04-12	0:18	16,4375	263	15	0	1	0	16
229	2023-03-18	0:34	17,7500	284	15	0	0	1	16
119	2023-01-26	0:23	16,8000	252	15	0	0	0	15
245	2023-03-26	1:04	23,9091	526	14	7	1	0	22
334	2023-07-11	0:35	18,9412	322	14	3	0	0	17
53	2022-12-30	0:14	54,7059	930	14	2	0	1	17
96	2023-01-17	0:27	16,1875	259	14	2	0	0	16
79	2023-01-10	0:20	17,3750	278	14	2	0	0	16
122	2023-01-27	0:15	18,4667	277	14	0	0	1	15
259	2023-04-17	1:39	16,1429	226	14	0	0	0	14
230	2023-03-18	0:16	17,5882	299	13	4	0	0	17
66	2023-01-05	0:40	16,0625	257	13	2	0	1	16
149	2023-02-09	0:29	16,9375	271	13	3	0	0	16
194	2023-02-28	0:41	17,6875	283	13	2	0	1	16
97	2023-01-17	0:27	17,3333	260	13	2	0	0	15
339	2023-07-16	0:55	18,5714	260	13	0	0	1	14
304	2023-05-04	0:55	19,2857	270	13	1	0	0	14
189	2023-02-26	0:23	19,7857	277	13	0	0	1	14
324	2023-05-19	0:58	21,2857	298	13	0	0	1	14
125	2023-01-28	0:30	19,4615	253	13	0	0	0	13
46	2022-11-16	0:15	20,6154	268	13	0	0	0	13
235	2023-03-21	0:24	20,6154	268	13	0	0	0	13
340	2023-07-17	0:59	21,3077	277	13	0	0	0	13
114	2023-01-24	0:28	21,6154	281	13	0	0	0	13
170	2023-02-17	0:27	23,1538	301	13	0	0	0	13
244	2023-03-25	1:11	15,4737	294	12	2	5	0	19
246	2023-03-27	2:12	27,9412	475	12	1	3	1	17
200	2023-03-02	0:20	19,0000	285	12	2	1	0	15
70	2023-01-20	0:22	19,4667	292	12	1	0	2	15
188	2023-02-26	0:23	19,4667	292	12	2	0	1	15
405	2023-09-11	0:58	154,0667	2311	12	0	1	2	15
252	2023-04-01	0:45	20,9286	293	12	2	0	0	14
311	2023-05-06	0:59	18,6923	243	12	0	0	1	13
59	2023-01-02	0:21	19,5385	254	12	0	1	0	13
264	2023-04-19	0:59	19,6923	256	12	0	0	1	13
260	2023-04-17	0:57	20,6154	268	12	0	0	1	13
30	2022-08-30	0:23	21,7692	283	12	0	0	1	13
201	2023-03-03	0:12	22,6154	294	12	0	1	0	13
275	2023-04-23	0:58	21,0000	252	12	0	0	0	12
318	2023-05-14	0:21	22,2500	267	12	0	0	0	12
123	2023-01-27	0:27	23,0833	277	12	0	0	0	12
165	2023-02-15	0:24	24,0000	288	12	0	0	0	12
67	2023-01-05	0:16	27,0833	325	12	0	0	0	12
241	2023-03-24	0:18	19,2000	288	11	0	2	2	15
240	2023-03-23	0:17	20,0714	281	11	0	2	1	14
251	2023-03-30	0:22	20,3077	264	11	0	2	0	13
302	2023-05-04	0:58	18,5000	222	11	0	0	1	12
84	2023-01-12	0:48	22,0000	264	11	0	0	1	12
373	2023-08-19	0:58	24,5000	294	11	1	0	0	12
422	2023-09-29	0:11	23,9091	263	11	0	0	0	11
310	2023-05-06	0:59	24,0000	264	11	0	0	0	11
278	2023-04-23	0:58	24,0909	265	11	0	0	0	11
120	2023-01-26	0:30	25,1818	277	11	0	0	0	11
147	2023-02-08	0:21	25,2727	278	11	0	0	0	11
191	2023-02-26	0:39	29,6364	326	11	0	0	0	11
198	2023-03-02	0:28	18,1250	290	10	4	1	1	16
224	2023-03-16	0:40	18,6667	280	10	2	0	3	15
227	2023-03-17	0:32	19,7333	296	10	4	0	1	15
152	2023-02-11	0:15	20,5385	267	10	2	0	1	13
421	2023-09-29	0:59	20,8462	271	10	3	0	0	13
231	2023-03-19	0:34	24,8182	273	10	0	0	1	11
253	2023-04-02	0:35	25,9091	285	10	0	0	1	11
14	2022-08-18	1:04	56,0000	616	10	1	0	0	11
87	2023-01-13	0:32	26,1000	261	10	0	0	0	10
317	2023-05-10	0:29	26,7000	267	10	0	0	0	10
142	2023-02-06	0:23	26,8000	268	10	0	0	0	10

293	2023-05-01	0:58	26,8000	268	10	0	0	0	10
348	2023-07-24	0:57	26,9000	269	10	0	0	0	10
175	2023-02-19	0:30	27,7000	277	10	0	0	0	10
350	2023-07-24	0:59	28,0000	280	10	0	0	0	10
380	2023-08-23	0:59	28,6000	286	10	0	0	0	10
238	2023-03-22	0:32	28,7000	287	10	0	0	0	10
374	2023-08-19	0:59	29,1000	291	10	0	0	0	10
222	2023-03-15	0:15	30,7000	307	10	0	0	0	10
137	2023-02-03	0:10	61,2000	612	10	0	0	0	10
3	2022-05-17	0:14	159,9000	1599	10	0	0	0	10

Liite 4. Kommentoiduimmat videot

ID	PVM	KESTO	ALUS	NÄYTTÖKERRAT	TYKKÄYKSET	KOMMENTIT	JAOT	TALLENNUKSET	REAKTIOT
245	2023-03-26	1:04	23,9091	526	14	7	1	0	22
345	2023-07-21	0:13	17,0781	1093	54	6	2	2	64
257	2023-04-07	0:15	22,6000	339	8	6	0	1	15
223	2023-03-15	0:32	10,5333	316	24	4	2	0	30
230	2023-03-18	0:16	17,5882	299	13	4	0	0	17
198	2023-03-02	0:28	18,1250	290	10	4	1	1	16
227	2023-03-17	0:32	19,7333	296	10	4	0	1	15
250	2023-03-29	1:10	23,3846	304	8	4	0	1	13
57	2023-01-01	0:07	23,4615	305	7	4	0	2	13
416	2023-09-23	0:11	23,6364	260	7	4	0	0	11
24	2022-08-26	0:09	24,8125	1588	60	3	0	1	64
49	2022-12-05	0:43	25,8182	852	30	3	0	0	33
167	2023-02-15	0:19	11,4348	263	19	3	0	1	23
69	2023-01-06	0:33	11,9545	263	18	3	1	0	22
334	2023-07-11	0:35	18,9412	322	14	3	0	0	17
149	2023-02-09	0:29	16,9375	271	13	3	0	0	16
421	2023-09-29	0:59	20,8462	271	10	3	0	0	13
91	2023-01-15	0:14	53,6667	322	3	3	0	0	6

Liite 5. Jaetuimmat videot

ID	PVM	KESTO	ALUS	NÄYTTÖKERRAT	TYKKÄYKSET	KOMMENTIT	JAOT	TALLENNUKSET	REAKTIOT
329	2023-06-10	0:59	24,8571	348	7	0	7	0	14
327	2023-06-09	0:41	28,0909	309	4	0	7	0	11
244	2023-03-25	1:11	15,4737	294	12	2	5	0	19
187	2023-02-24	0:20	30,2000	302	5	0	5	0	10
171	2023-02-17	0:15	5,5000	297	47	2	4	1	54
246	2023-03-27	2:12	27,9412	475	12	1	3	1	17
184	2023-02-24	0:14	30,1000	301	4	0	3	3	10
345	2023-07-21	0:13	17,0781	1093	54	6	2	2	64
1	2022-04-26	0:30	15,5357	870	54	0	2	0	56
223	2023-03-15	0:32	10,5333	316	24	4	2	0	30
241	2023-03-24	0:18	19,2000	288	11	0	2	2	15
240	2023-03-23	0:17	20,0714	281	11	0	2	1	14
251	2023-03-30	0:22	20,3077	264	11	0	2	0	13
280	2023-04-24	0:48	26,5556	239	6	0	2	1	9
211	2023-03-09	0:37	6,8919	255	33	0	1	3	37
204	2023-03-03	1:05	15,9714	559	31	2	1	1	35
103	2023-01-20	0:25	8,5938	275	27	2	1	2	32
221	2023-03-14	1:02	23,7500	570	20	1	1	2	24
69	2023-01-06	0:33	11,9545	263	18	3	1	0	22
245	2023-03-26	1:04	23,9091	526	14	7	1	0	22
276	2023-04-23	0:58	15,0588	256	16	0	1	0	17
198	2023-03-02	0:28	18,1250	290	10	4	1	1	16
258	2023-04-12	0:18	16,4375	263	15	0	1	0	16
200	2023-03-02	0:20	19,0000	285	12	2	1	0	15
405	2023-09-11	0:58	154,0667	2311	12	0	1	2	15
59	2023-01-02	0:21	19,5385	254	12	0	1	0	13
201	2023-03-03	0:12	22,6154	294	12	0	1	0	13
347	2023-07-22	0:59	23,6923	308	9	2	1	1	13
44	2022-11-12	0:11	74,8182	823	9	0	1	1	11
110	2023-01-23	0:29	26,2000	262	9	0	1	0	10
239	2023-03-23	0:17	28,2000	282	9	0	1	0	10
243	2023-03-25	0:35	28,4000	284	8	0	1	1	10
101	2023-01-19	0:16	29,3333	264	6	2	1	0	9
202	2023-03-03	0:19	28,4444	256	8	0	1	0	9
90	2023-01-14	0:06	34,7500	278	6	0	1	1	8
140	2023-02-06	0:25	34,8750	279	7	0	1	0	8
156	2023-02-12	0:27	38,0000	304	7	0	1	0	8
177	2023-02-21	0:15	33,2500	266	7	0	1	0	8
303	2023-05-04	0:10	35,3750	283	7	0	1	0	8
401	2023-09-09	0:24	36,8750	295	7	0	1	0	8
88	2023-01-14	0:17	35,7143	250	6	0	1	0	7
106	2023-01-21	0:20	38,5714	270	6	0	1	0	7
174	2023-02-19	0:14	46,5000	279	5	0	1	0	6
379	2023-08-23	0:55	49,8333	299	4	1	1	0	6
190	2023-02-26	0:16	51,0000	255	4	0	1	0	5
355	2023-07-27	0:57	69,2500	277	3	0	1	0	4
83	2023-01-12	0:21	143,5000	287	1	0	1	0	2

Liite 6. Tallennetuimmat videot

ID	PVM	KESTO	ALUS	NÄYTTÖKERRAT	TYKKÄYKSET	KOMMENTIT	JAOT	TALLENNUKSET	REAKTIOT
211	2023-03-09	0:37	6,8919	255	33	0	1	3	37
254	2023-04-03	0:42	14,5789	277	16	0	0	3	19
224	2023-03-16	0:40	18,6667	280	10	2	0	3	15
184	2023-02-24	0:14	30,1000	301	4	0	3	3	10
50	2022-12-20	0:16	9,4433	916	95	0	0	2	97
345	2023-07-21	0:13	17,0781	1093	54	6	2	2	64
52	2022-12-21	0:15	5,3077	276	50	0	0	2	52
103	2023-01-20	0:25	8,5938	275	27	2	1	2	32
150	2023-02-09	0:51	9,7778	264	23	2	0	2	27
221	2023-03-14	1:02	23,7500	570	20	1	1	2	24
70	2023-01-20	0:22	19,4667	292	12	1	0	2	15
405	2023-09-11	0:58	154,0667	2311	12	0	1	2	15
241	2023-03-24	0:18	19,2000	288	11	0	2	2	15
232	2023-03-19	0:53	20,8462	271	9	2	0	2	13
57	2023-01-01	0:07	23,4615	305	7	4	0	2	13
400	2023-09-07	0:51	44,6667	268	4	0	0	2	6
24	2022-08-26	0:09	24,8125	1588	60	3	0	1	64
171	2023-02-17	0:15	5,5000	297	47	2	4	1	54
136	2023-02-03	0:36	5,3469	262	48	0	0	1	49
48	2022-11-25	0:55	23,7429	831	34	0	0	1	35
204	2023-03-03	1:05	15,9714	559	31	2	1	1	35
47	2022-11-17	0:15	9,7097	301	30	0	0	1	31
330	2023-06-21	0:47	36,1667	1085	28	1	0	1	30
215	2023-03-11	0:30	11,1034	322	28	0	0	1	29
352	2023-07-25	0:59	16,0714	450	26	1	0	1	28
182	2023-02-23	0:18	11,2000	280	24	0	0	1	25
226	2023-03-17	0:14	15,0435	346	20	2	0	1	23
167	2023-02-15	0:19	11,4348	263	19	3	0	1	23
134	2023-02-01	0:35	12,9048	271	20	0	0	1	21
54	2022-12-30	0:27	16,0476	337	18	2	0	1	21
255	2023-04-04	0:49	14,3000	286	19	0	0	1	20
220	2023-03-13	0:35	14,3158	272	18	0	0	1	19
153	2023-02-11	0:14	20,4737	389	16	2	0	1	19
268	2023-04-20	0:58	13,3889	241	17	0	0	1	18
269	2023-04-20	0:54	14,8889	268	17	0	0	1	18
247	2023-03-27	0:20	15,5000	279	17	0	0	1	18
256	2023-04-04	0:58	16,3889	295	17	0	0	1	18
124	2023-01-28	0:12	16,6111	299	17	0	0	1	18
53	2022-12-30	0:14	54,7059	930	14	2	0	1	17
246	2023-03-27	2:12	27,9412	475	12	1	3	1	17
229	2023-03-18	0:34	17,7500	284	15	0	0	1	16
66	2023-01-05	0:40	16,0625	257	13	2	0	1	16
194	2023-02-28	0:41	17,6875	283	13	2	0	1	16
198	2023-03-02	0:28	18,1250	290	10	4	1	1	16
122	2023-01-27	0:15	18,4667	277	14	0	0	1	15
188	2023-02-26	0:23	19,4667	292	12	2	0	1	15
227	2023-03-17	0:32	19,7333	296	10	4	0	1	15
257	2023-04-07	0:15	22,6000	339	8	6	0	1	15
339	2023-07-16	0:55	18,5714	260	13	0	0	1	14
189	2023-02-26	0:23	19,7857	277	13	0	0	1	14
324	2023-05-19	0:58	21,2857	298	13	0	0	1	14
240	2023-03-23	0:17	20,0714	281	11	0	2	1	14
311	2023-05-06	0:59	18,6923	243	12	0	0	1	13
264	2023-04-19	0:59	19,6923	256	12	0	0	1	13
260	2023-04-17	0:57	20,6154	268	12	0	0	1	13
30	2022-08-30	0:23	21,7692	283	12	0	0	1	13
152	2023-02-11	0:15	20,5385	267	10	2	0	1	13
347	2023-07-22	0:59	23,6923	308	9	2	1	1	13
250	2023-03-29	1:10	23,3846	304	8	4	0	1	13
302	2023-05-04	0:58	18,5000	222	11	0	0	1	12
84	2023-01-12	0:48	22,0000	264	11	0	0	1	12

231	2023-03-19	0:34	24,8182	273	10	0	0	1	11
253	2023-04-02	0:35	25,9091	285	10	0	0	1	11
44	2022-11-12	0:11	74,8182	823	9	0	1	1	11
2	2022-04-27	0:24	23,2000	232	9	0	0	1	10
282	2023-04-24	0:59	25,7000	257	9	0	0	1	10
161	2023-02-13	0:16	27,1000	271	9	0	0	1	10
262	2023-04-18	0:46	27,2000	272	9	0	0	1	10
179	2023-02-21	0:22	28,0000	280	9	0	0	1	10
287	2023-04-27	0:29	28,0000	280	9	0	0	1	10
183	2023-02-23	0:23	28,6000	286	9	0	0	1	10
243	2023-03-25	0:35	28,4000	284	8	0	1	1	10
387	2023-09-01	0:59	32,8889	296	8	0	0	1	9
280	2023-04-24	0:48	26,5556	239	6	0	2	1	9
319	2023-05-15	0:28	33,2500	266	7	0	0	1	8
425	2023-10-01	0:57	33,6250	269	7	0	0	1	8
94	2023-01-16	0:26	33,3750	267	6	1	0	1	8
90	2023-01-14	0:06	34,7500	278	6	0	1	1	8
403	2023-09-09	0:19	36,2500	290	5	2	0	1	8
115	2023-01-25	0:27	38,1429	267	6	0	0	1	7
382	2023-08-29	0:26	39,4286	276	5	1	0	1	7
378	2023-08-22	0:59	47,0000	282	5	0	0	1	6
362	2023-08-04	0:09	57,1667	343	5	0	0	1	6
394	2023-09-04	0:55	43,6667	262	3	2	0	1	6
141	2023-02-06	0:35	44,3333	266	3	2	0	1	6
80	2023-01-11	0:27	50,8000	254	4	0	0	1	5
392	2023-09-03	0:58	55,8000	279	4	0	0	1	5
208	2023-03-08	0:25	62,8000	314	4	0	0	1	5
196	2023-03-01	0:16	67,5000	270	3	0	0	1	4
207	2023-03-05	0:17	72,5000	290	3	0	0	1	4
365	2023-08-09	0:43	76,7500	307	3	0	0	1	4
5	2022-05-23	1:30	120,7500	483	3	0	0	1	4
372	2023-08-13	0:59	130,5000	261	1	0	0	1	2

Liite 7. Sisältökirjaukset

Videoiden sisällöistä kirjattiin seuraavat tiedot:

MUSIIKKI

- 0 Ei musiikkia, pelkkä audio
- 1 Oma musiikki pääosassa
- 2 Kaupallinen musiikki pääosassa (TikTokista suoraan)
- 3 Musiikki taustalla

ONKO MUSIIKISSA LAULU

- 0 Ei laulua, instrumentaali tai lauluton hetki
- 1 Laulu kuuluu
- 2 Ei musiikkia videolla

TULEEKO MUSIIKKI HETI VIDEON ALUSSA

- 0 Ei musiikkia videolla
- 1 Musiikki alkaa heti videon alussa
- 2 Musiikki alkaa myöhemmin

VIDEON LEIKKAUS

- 0 Ei leikattu (kuvattu yhdellä otolla)
- 1 Leikattu TikTokilla (kuvattu usealla otolla)
- 2 Leikattu ulkoisella softalla (kuvattu usealla otolla)

VIDEON EDITOINTI

- 0 Ei editointia, efektejä tai värimäärityksiä
- 1 Editoitu TikTokilla
- 2 Editoitu ulkoisella softalla

PUHEEN TAI LAULUN TEKSTITYS

- 0 Ei tekstitystä
- 1 Tekstitetty TikTokilla
- 2 Tekstitetty ulkoisella softalla

ONKO VIDEOLLA MUITA TEKSTITYKSIÄ (OTSIKOT, KUVAILUT, "KOMMENTIT")

0 Ei

1 Kyllä

MIKÄ ÄÄNI ON PÄÄOSASSA

0 Puhe

1 Kitara

2 Syntetisaattori

3 Laulu

4 Muu soitin

ESIINTYJÄN LÄSNÄOLO

0 Ei mukana videolla

1 Kameran edessä

2 Kameran takana

3 Puheääni dubattu

4 Keikka

5 Stream

LIITTYYKÖ VIDEO SUORAAN OMAAN MUSIIKKIIN

0 Ei

1 Kyllä

2 Tavallaan

ONKO KYSEESSÄ "TIKTOK-TRENDI"

0 Ei

1 Kyllä

Liite 8. Kehitetyt videot

VIDEO ID 501	9.11.2023
Aihe	Keskustelu yleisön kanssa livekeikalla
Kesto	30 sekuntia
Kuvaus	14 sanaa
Hashtagit	4 kpl
Musiikki	Ei musiikkia
Läsnäolo	Live
Pääosassa	Puhe
Leikkaus	Ulkoisen editori
Editointi	Ulkoisen editori
Tekstitys	TikTok
Infotekstit	TikTok

VIDEO ID 502	16.11.2023
Aihe	Yökerhossa
Kesto	7 sekuntia
Kuvaus	7 sanaa
Hashtagit	0 kpl
Musiikki	Kaupallinen musiikki
Läsnäolo	Kameran edessä
Pääosassa	Tapahtumat
Leikkaus	TikTok
Editointi	TikTok
Tekstitys	Ei puhetta
Infotekstit	TikTok

VIDEO ID 503	25.11.2023
Aihe	Arkinen tapahtuma (tölkkin avaus)
Kesto	15 sekuntia
Kuvaus	14 sanaa
Hashtagit	3 kpl
Musiikki	Oma kaupallinen instrumentaalimusiikki taustalla, alkaa heti
Läsnäolo	Kameran edessä
Pääosassa	Tapahtumat
Leikkaus	TikTok
Editointi	Ei editoida
Tekstitys	Ei puhetta
Infotekstit	TikTok

VIDEO ID 504	26.11.2023
Aihe	Kampa
Kesto	30 sekuntia
Kuvaus	15 sanaa
Hashtagit	3 kpl
Musiikki	Oma musiikki taustalla, alkaa myöhemmin
Läsnäolo	Kameran edessä
Pääosassa	Puhe
Leikkaus	Ulkoinen editori
Editointi	Ei editoida
Tekstitys	TikTok mobiiliapplikaatio
Infotekstit	TikTok mobiiliapplikaatio

VIDEO ID 505	26.11.2023
Aihe	Esittely opinnäytetyöprojektistä
Kesto	30 sekuntia
Kuvaus	15 sanaa
Hashtagit	3 kpl
Musiikki	Oma instrumentaalimusiikki taustalla
Läsnäolo	Kameran edessä, dubbaus
Pääosassa	Puhe
Leikkaus	TikTok mobiiliapplikaatio
Editointi	Ei editoida
Tekstitys	TikTok mobiiliapplikaatio
Infotekstit	TikTok mobiiliapplikaatio

Selvityksen aikana tehtiin kanavalle muutama julkaisu, ennen kuin kaikki näytteen käsittelyn tulokset olivat valmistuneet, ja niissä hyödynnettiin vain osaa optimointimääreistä. Kehitetyistä videoista kolme julkaistiin silloin kun kaikki tulokset olivat käytettävissä. Seuraavassa taulukossa esitellään, miten kehitetyt videot suoriutuivat verrattessa niitä näytteeseen ja perusjoukkoon, kun huomioitiin kaikki kehitetyt videojulkaisut.

Taulukko: Miten optimoidut videot (5 kpl) suoriutuivat verrattuna muuhun dataan

VERRATTUNA	HARKINNANVARAINEN NÄYTE	KOKO DATA SUPISTETTU
Näyttökerrat	+ 41 %	+118 %
Tykkäykset	+ 7 %	+115 %
ALUS – suhde	+14 %	-25 %
Kommentit	+7 %	+133 %
Jaot	-100 %	-100,00 %
Tallennukset	-73 %	-26 %
Reaktiot yhteensä	+2 %	108 %
Videon kesto	-38 %	-35 %
Katseluaika KA (sek)	-19 %	-3 %
Videosta katsottu	+30 %	+50,56 %
Koko videon katsoneet	+54 %	+178,89 %
Uudet seuraajat	-50 %	33,33 %

Liite 9. Keskiarvot

KESKIARVODATAT

OMINAISUUS	PERUSJOUKKO	PERUSJOUKKO ILMAN ID331	NÄYTE	OPTIMOIDUT VIDEOT
Näyttökerrat	621	311	478	678
Tykkäykset	21,76	9,29	18,72	20,00
ALUS – suhde	59,68	60,25	39,24	44,86
Kommentit	0,58	0,43	0,93	1,00
Jaot	2,57	0,19	0,46	0,00
Tallennukset	1,09	0,27	0,75	0,20
Reaktiot yhteensä	26,01	10,18	20,86	21,2
Videon kesto	34,24	34,36	35,9	22,2
Katseluaika keskiarvo (sekuntia)	7,3 **	7,3 ***	8,8 ****	7,1
Videosta katsottu	21,32 %	21,24 %	24,51 %	31,98 %
Koko videon katsoneet	4,90 % **	4,88 % ***	8,84 % ****	13,61 %
Uudet seuraajat	0,30	0,15	0,40	0,20
Yksittäiset katsojat			407 ****	

* = ilman suosituinta id331 ja ilman alle 100 näyttökerran videoita (yhteensä 420 videota)

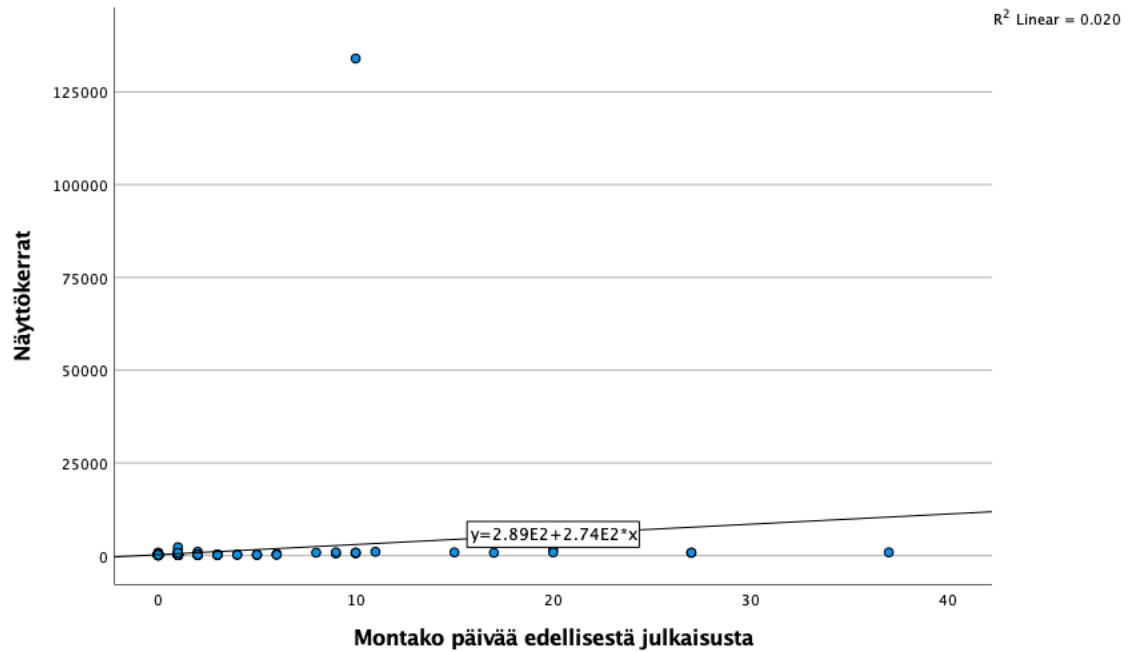
** = tieto löytyi vain 236 videosta

*** = tieto löytyi vain 232 videosta

**** = Vertailtu vain 48 videota eli ne, joista ko. tiedot löytyvät

Liite 10. Korrelaatiokaaviot: Kuinka monta päivää kulunut edellisestä julkaisusta

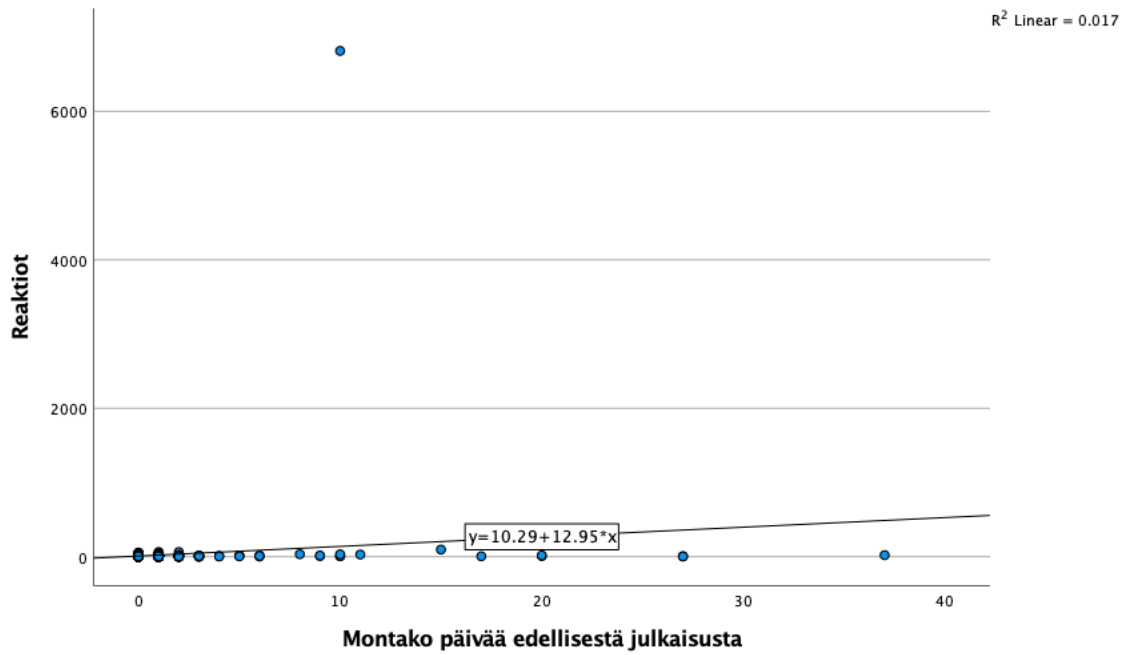
PERUSJOUKKO



Correlations

		Näyttökerrat	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Näyttökerrat	Pearson Correlation	1	.142**
	Sig. (2-tailed)		.004
	N	421	421
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.142**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	
	N	421	421

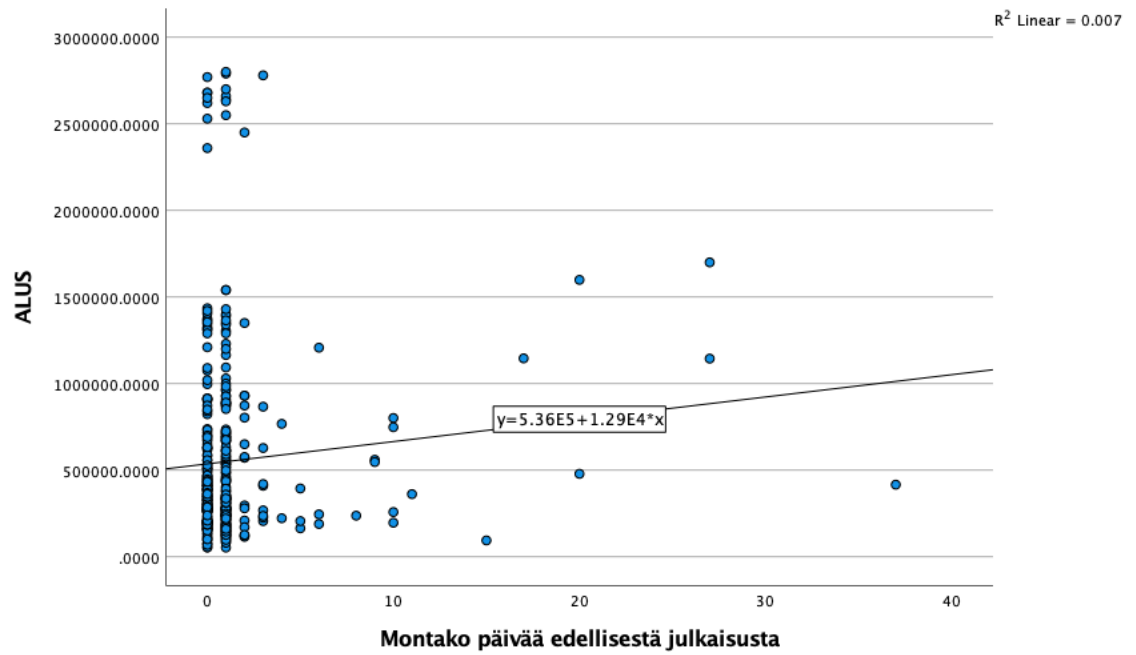
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

		Reaktiot	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Reaktiot	Pearson Correlation	1	.132**
	Sig. (2-tailed)		.007
	N	421	421
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.132**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	
	N	421	421

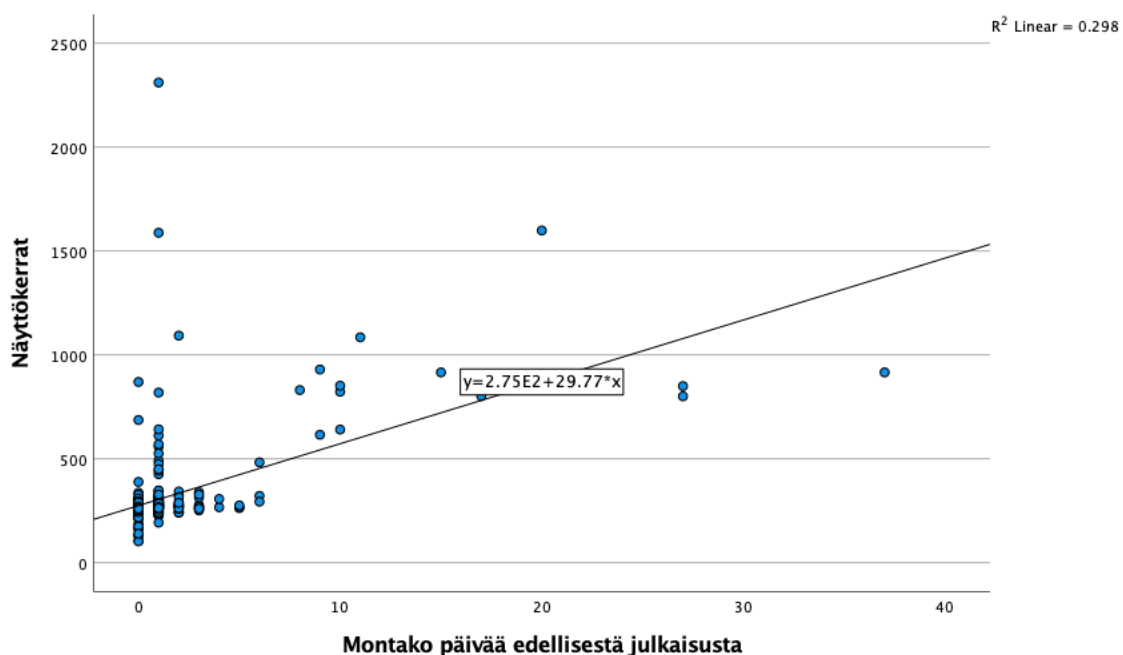
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

		ALUS	Montako päivää edellisestä julkaisusta
ALUS	Pearson Correlation	1	.081
	Sig. (2-tailed)		.100
	N	413	413
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.081	1
	Sig. (2-tailed)	.100	
	N	413	421

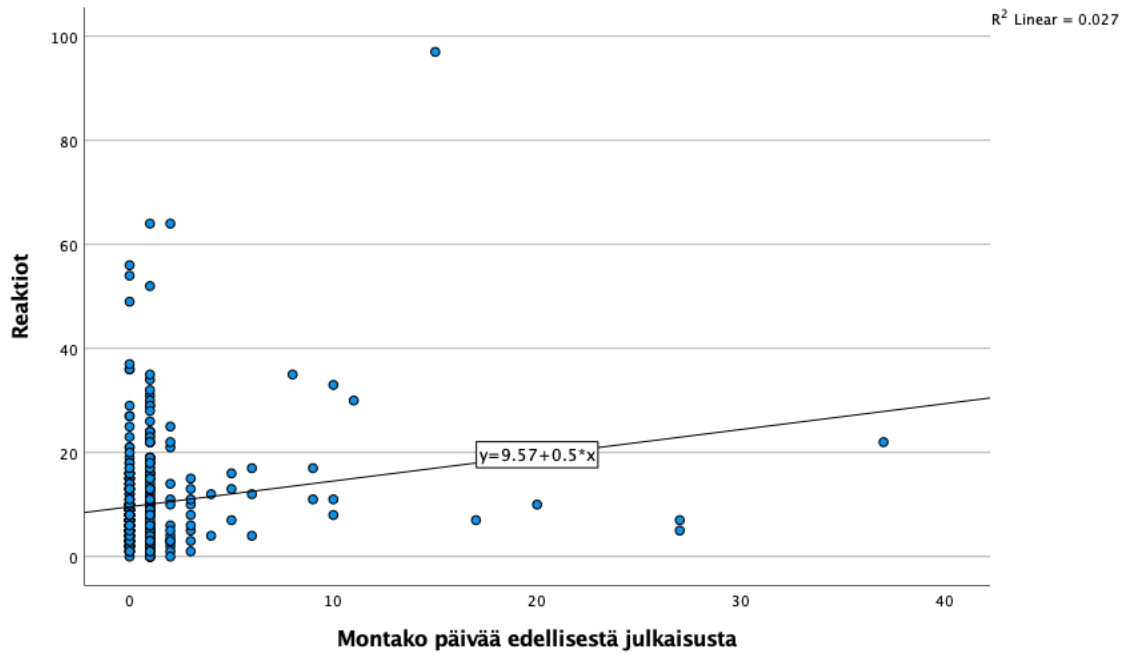
PERUSJOUKKO ILMAN SUOSITUINTA VIDEOTA ID331



Correlations

		Näyttökerrat	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Näyttökerrat	Pearson Correlation	1	.546**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	420	420
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.546**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	420	420

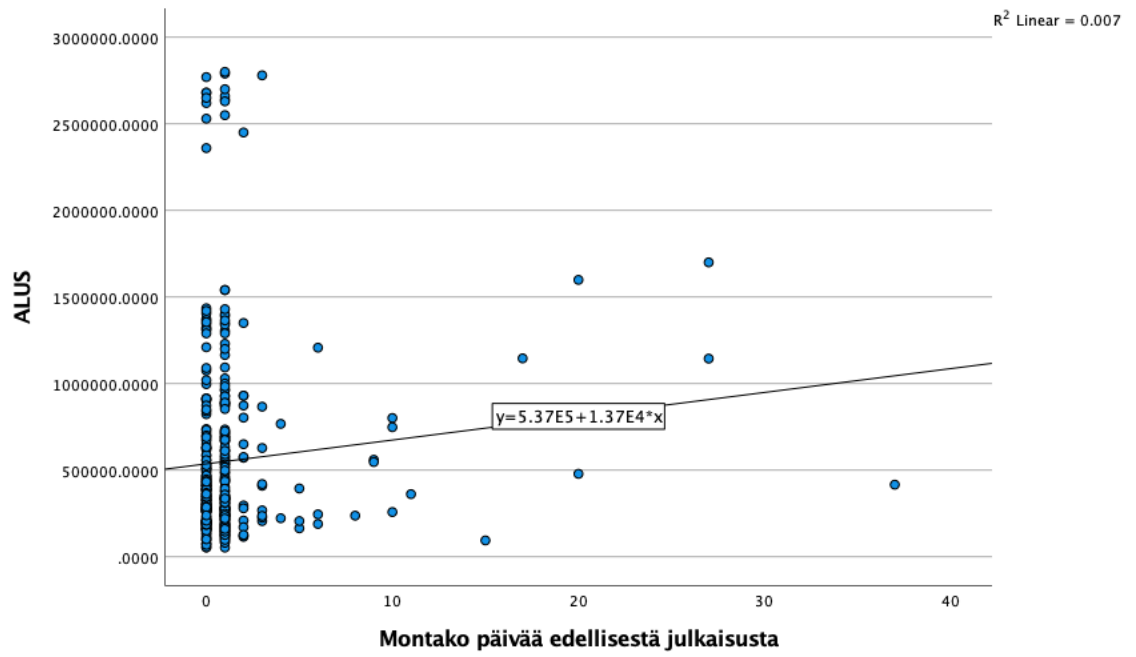
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

		Reaktiot	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Reaktiot	Pearson Correlation	1	.165**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	420	420
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.165**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	420	420

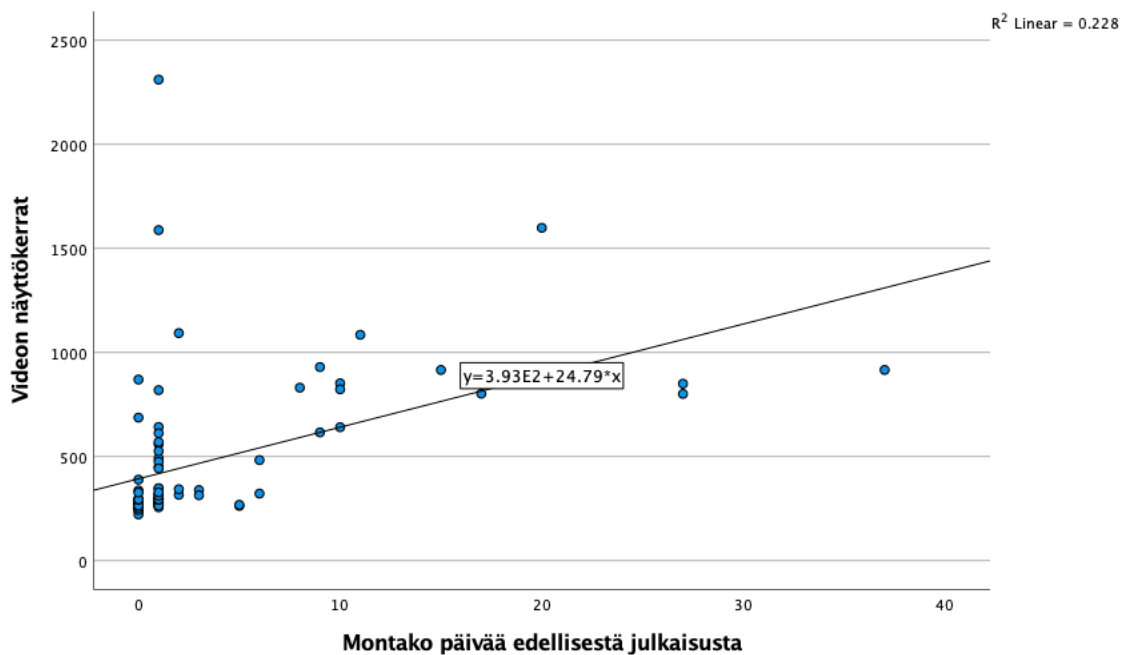
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

		ALUS	Montako päivää edellisestä julkaisusta
ALUS	Pearson Correlation	1	.086
	Sig. (2-tailed)		.082
	N	412	412
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.086	1
	Sig. (2-tailed)	.082	
	N	412	420

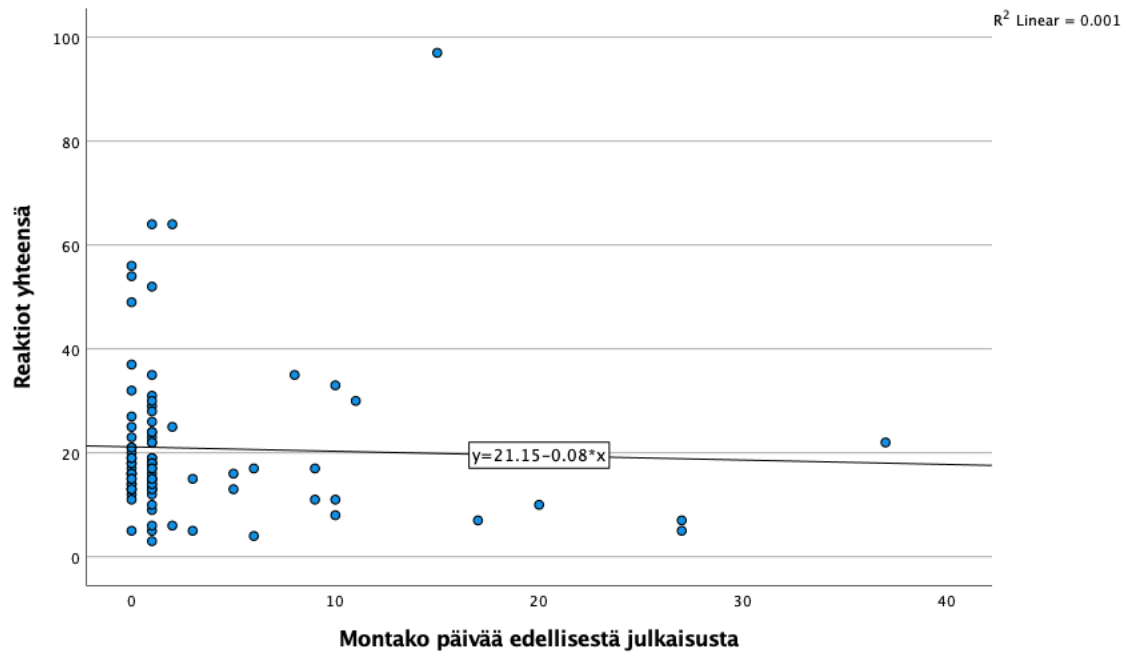
HARKINNANVARAINEN NÄYTE



Correlations

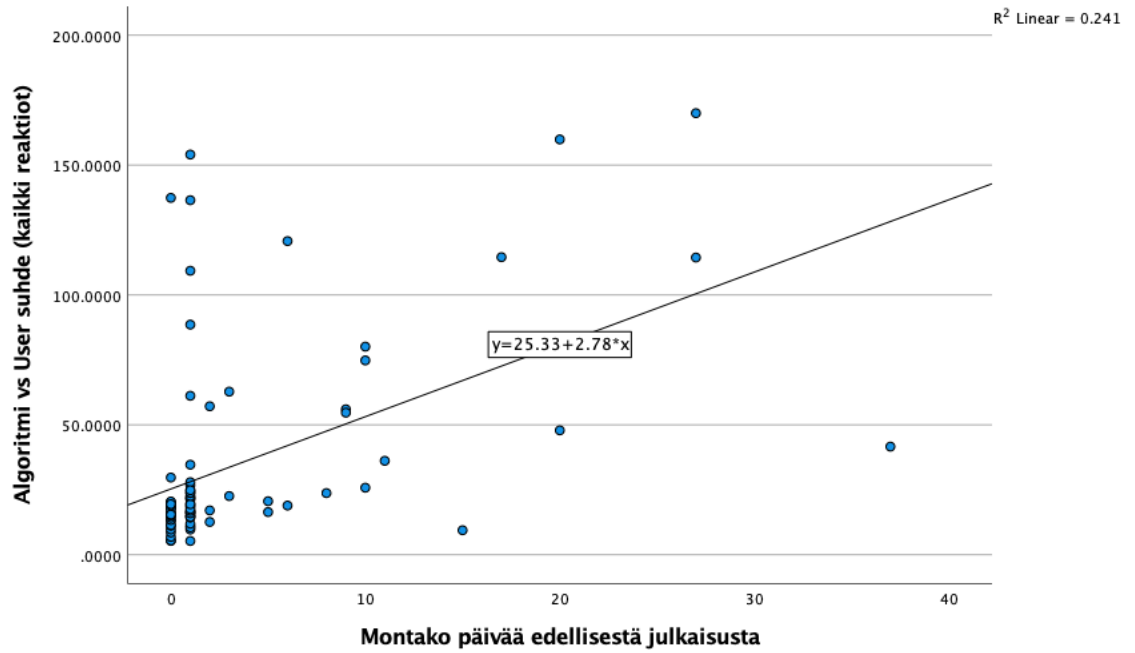
		Videon näyttökerrat	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Videon näyttökerrat	Pearson Correlation	1	.478**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	87	87
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.478**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	87	87

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

		Reaktiot yhteensä	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Reaktiot yhteensä	Pearson Correlation	1	-.038
	Sig. (2-tailed)		.727
	N	87	87
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	-.038	1
	Sig. (2-tailed)	.727	
	N	87	87

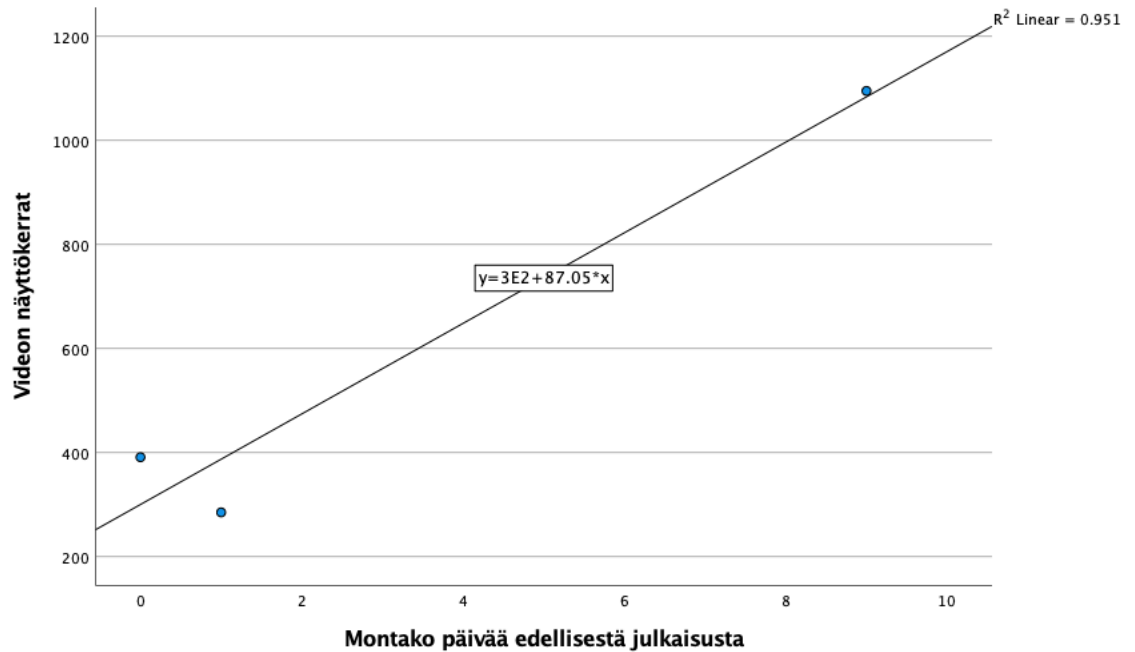


Correlations

		Algoritmi vs User suhde (kaikki reaktiot)	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Algoritmi vs User suhde (kaikki reaktiot)	Pearson Correlation	1	.490**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	87	87
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.490**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	87	87

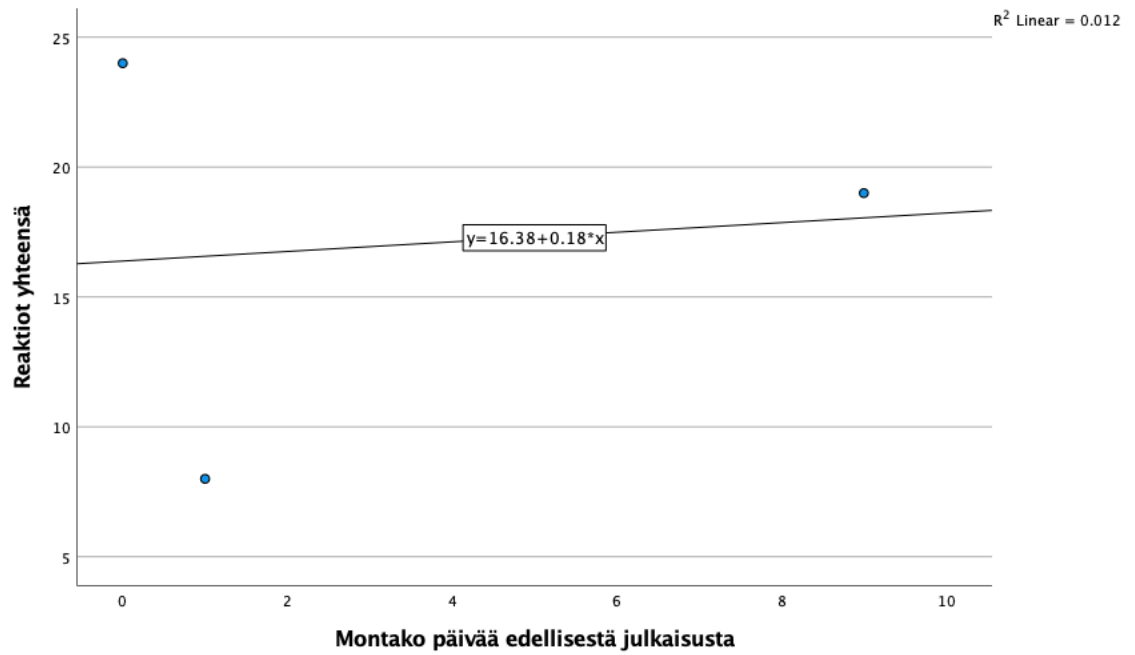
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

KEHITETYT VIDEOOT



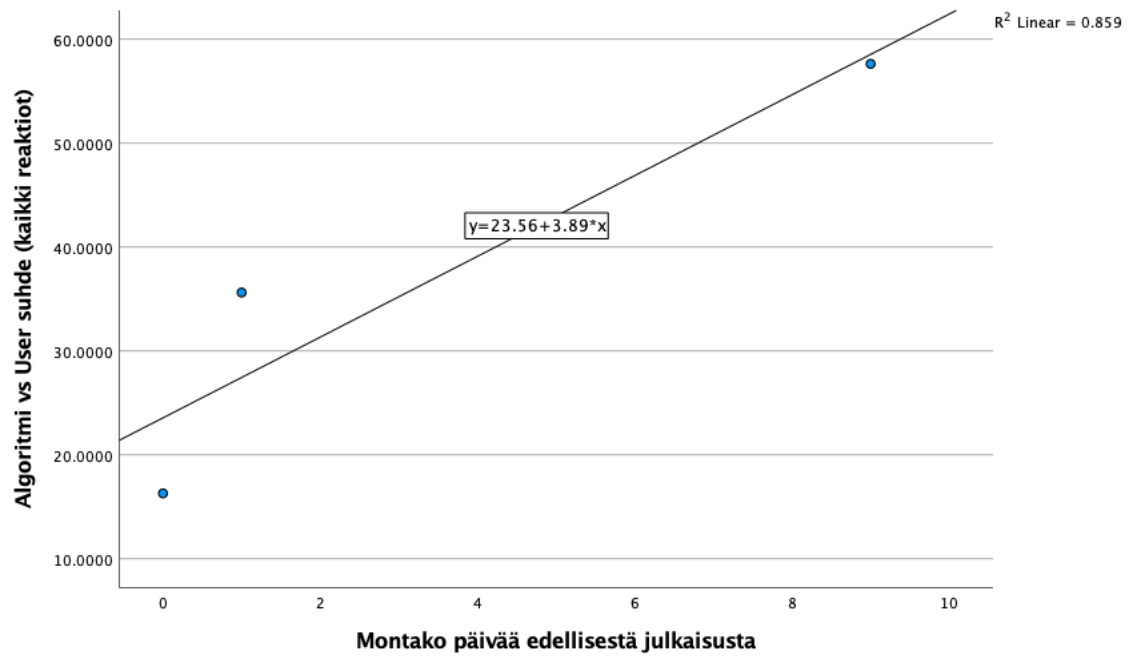
Correlations

		Videon näyttökerrat	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Videon näyttökerrat	Pearson Correlation	1	.975
	Sig. (2-tailed)		.141
	N	3	3
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.975	1
	Sig. (2-tailed)	.141	
	N	3	3



Correlations

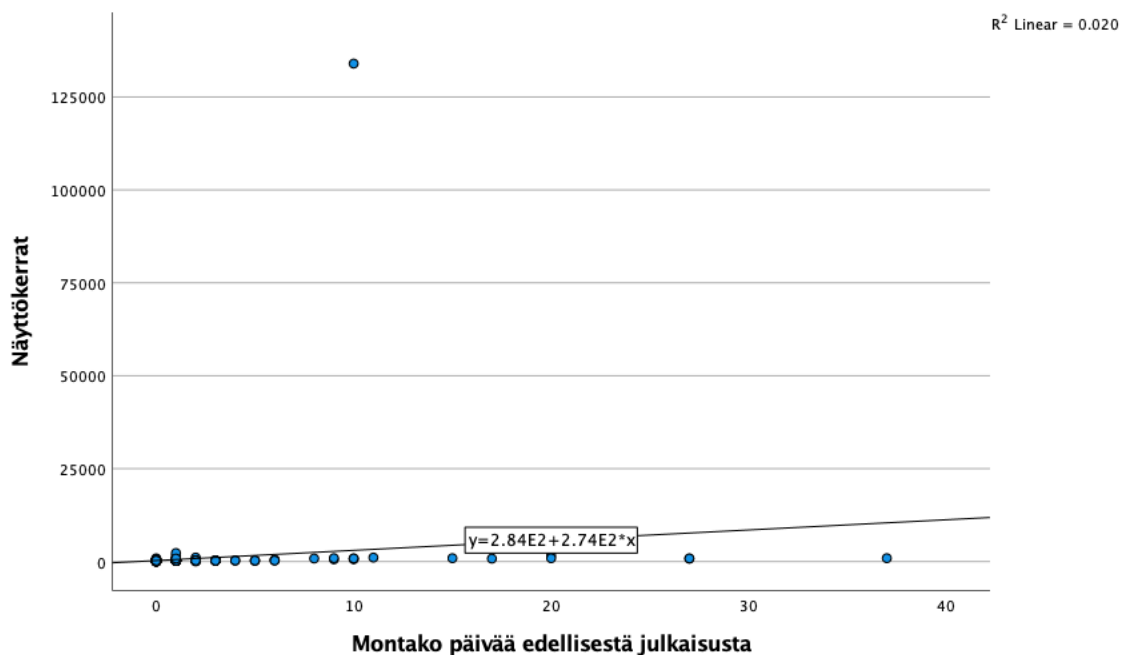
		Reaktiot yhteensä	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Reaktiot yhteensä	Pearson Correlation	1	.111
	Sig. (2-tailed)		.929
	N	3	3
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.111	1
	Sig. (2-tailed)	.929	
	N	3	3



Correlations

		Algoritmi vs User suhde (kaikki reaktiot)	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Algoritmi vs User suhde (kaikki reaktiot)	Pearson Correlation	1	.927
	Sig. (2-tailed)		.245
	N	3	3
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.927	1
	Sig. (2-tailed)	.245	
	N	3	3

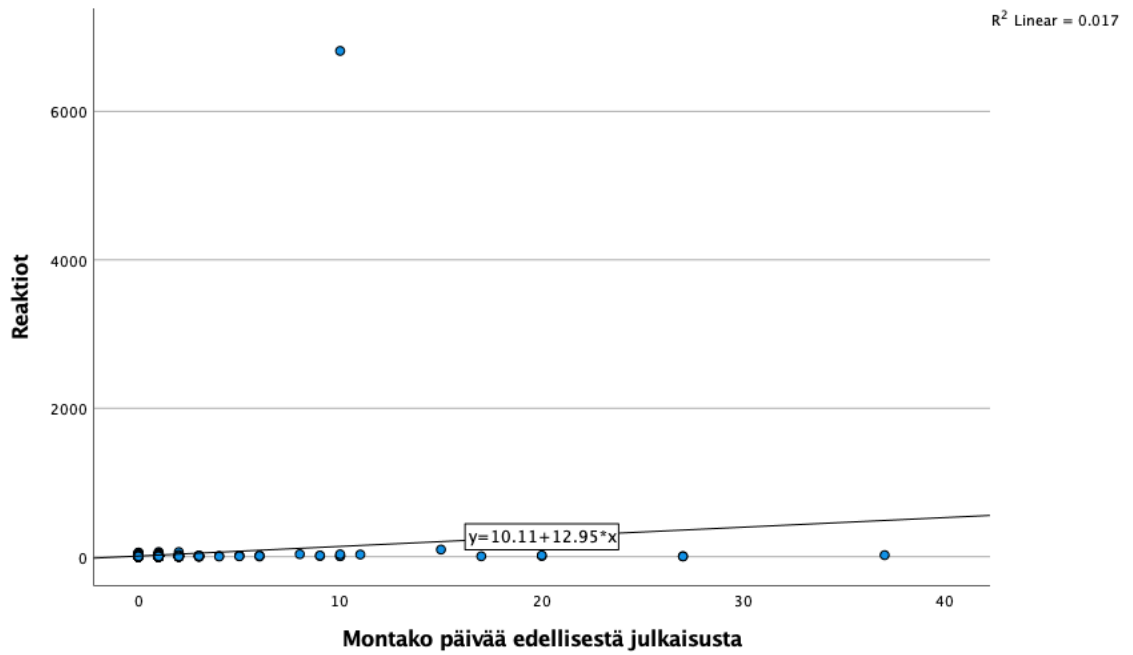
KOKO DATA



Correlations

		Näyttökerrat	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Näyttökerrat	Pearson Correlation	1	.142**
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	427	427
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.142**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	427	427

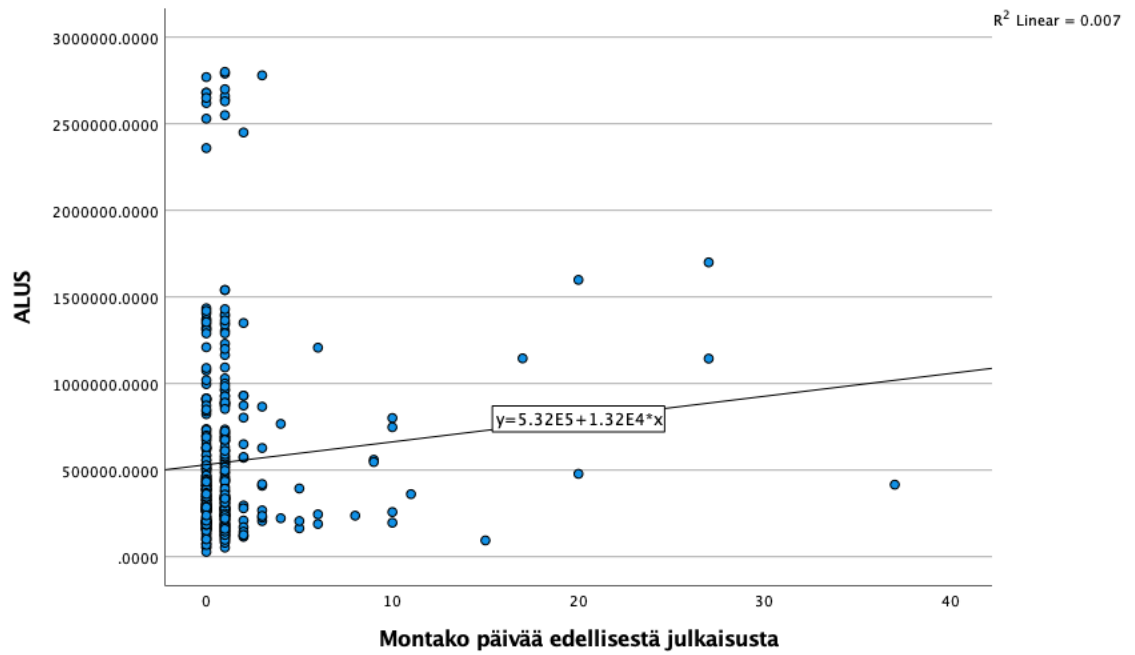
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

		Reaktiot	Montako päivää edellisestä julkaisusta
Reaktiot	Pearson Correlation	1	.132**
	Sig. (2-tailed)		.006
	N	427	427
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.132**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	
	N	427	427

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

		ALUS	Montako päivää edellisestä julkaisusta
ALUS	Pearson Correlation	1	.083
	Sig. (2-tailed)		.091
	N	418	418
Montako päivää edellisestä julkaisusta	Pearson Correlation	.083	1
	Sig. (2-tailed)	.091	
	N	418	427