Twitteristä X:ään – muuttuvan somealustan murros ja haasteet

3.2.2025

Twitter (nykyään X) oli sosiaalisen median alusta, jonka päätarkoituksena oli yhdistää ihmisiä ja antaa heille paikka, jossa jakaa omia ajatuksiaan suurelle yleisölle (Forsey, 2021). Twitterissä pystyit halutessasi seuraamaan henkilöitä tai yrityksiä ja nauttimaan heidän julkaisemastaan sisällöstä, seurata uutisia ja maailman tapahtumia tai vain kommunikoida oman ystäväpiirin kanssa.

Vuonna 2023 Twitter muutti nimensä X:si ja muutoksen myötä alustaan tuotiin uusia toimintoja sekä muutettiin olemassa olevia toimintatapoja (Brandwatch, i.a.). Nykyään käyttäjät voivat jakaa alustassa maksimissaan 280 merkkiä sisältäviä tekstipäivityksiä. Kirjoitetun tekstin lisäksi alustassa voi jakaa muun muassa kuvia, videoita ja GIF-animaatioita. Twitterin tapaan X:ssä on mahdollista tykätä, kommentoida ja uudelleenjulkaista muiden tekemiä päivityksiä.

Edellä mainittujen muutosten lisäksi uudelleenbrändäyksen myötä esimerkiksi vahvistusmerkki (englanniksi verification tai blue check) on nykyään melkeinpä kaikkien saatavilla (McLachlan, 2024). Twitterin aikoina vahvistusmerkkejä myönnettiin vain julkisuuden henkilöille sekä muille huomattaville henkilöille. Nykyään vahvistusmerkin saa pelkästään sillä, että omistaa X Premium -tilin ja pitää kuukausitilauksen voimassa sekä täyttää muutaman löyhän vaatimuksen. Tämä on tietenkin johtanut siihen, että melkeinpä kuka tahansa voi saada itselleen vahvistetun tilin.

Vuonna 2006 perustetussa alustassa on siis tapahtunut paljon muutoksia aina nimestä alustan käyttötapaan asti.

X:lle kilpailijoita

Nämä negatiiviset muutokset ovat havaittavissa myös maailmanlaajuisesti. Twitterin muututtua X:si monet käyttäjät ovat hiljalleen jättämässä X:n jälkeensä ja siirtymässä muihin vastaaviin palveluihin. The Guardianin mukaan vuoden 2024 marras-joulukuun aikana noin 2.7 miljoonaa aktiivista käyttäjää ovat jättäneet X:n (Boyd, 2024). Analyytikkojen mukaan joukkopako X:stä tulee jatkumaan vielä vuonna 2025 (Binder, 2024).

Kun X on menettänyt käyttäjiä, Bluesky on saanut uusia käyttäjiä marras-joulukuun aikana noin 2.5 miljoonan henkilön verran (Boyd, 2024). X:lla on siis kilpailijoita, joista Bluesky on yksi. Twitterin entisen toimitusjohtajan Jack Dorseyn lanseeraama Bluesky aloitti vuonna 2019 Twitterin valvomana yrityksenä (Zahn, 2024). Vuonna 2022 se julkaistiin itsenäisenä yrityksenä. Blueskyssä käyttäjät saavat julkaistua maksimissaan 300 merkkiä pitkiä tekstipäivityksiä.

Blueskyn lisäksi yhtenä haastajana on myös esimerkiksi Instagramin/Metan luoma Threads (Instagram, i.a.). Threadsiin kirjaudutaan sisään Instagram-tilillä. Alustalle saa julkaistua maksimissaan 500 merkkiä sisältäviä tekstipäivityksiä, joihin voi lisätä linkkejä, kuvia, karusellejä ja jopa 5 minuuttia pitkiä videoita.

Mikään näistä uusista alustoista ei ole vielä selkeästi astunut toisia korkeammalle ja vakauttanut jalansijaa käyttäjien keskuudessa. Sosiaalisessa mediassa näkee paljon keskustelua ja kirjoituksia näiden eri alustojen toiminnasta ja jokaisella alustalla on omat puoltajansa ja vastaan puhujansa.

Uusia alustoja vai vanhojen käytön tehostamista?

Twitterin muututtua X:si se on menettänyt selkeästi jalansijansa yhtenä suurimpana sosiaalisen median alustana. Tämä on saanut monet miettimään alustan käyttämisen jatkamista. Keskustelua on avannut myös osaltaan se, että moni toimija SeAMKin lailla on jäädyttänyt tai poistanut tilinsä X:stä kokonaan. Sosiaalisen median alustojen käyttöä pohditaan SeAMKissa muun muassa tavoittavuusnäkökulmasta. Vielä ei ole kuitenkaan ollut aika esimerkiksi Blueskyn tai Threadsin käyttöönottoon, mutta tilannetta seurataan.

Suuren alustan ”kuihtuminen” jättää sosiaaliseen mediaan ison aukon. SeAMKille tietyn yleisön tavoittaminen on ollut X:n (ja Twitterin) kautta erittäin kätevää. Jos ja kun X:n alamäki jatkuu, on tilalle pakko miettiä korvaavia vaihtoehtoja. Mikä uusista nousevista alustoista tulee olemaan sellainen, jota kannattaa kokeilla ja ottaa käyttöön? Vai löytyisikö vaihtoehto jo olemassa olevista alustoista esimerkiksi tehostamalla sisällöntuotantoa ja kaikki viestii -viestintää?

Annemari Keltamäki
Suunnittelija, markkinointiSeAMK viestintä ja markkinointi

Kirjoittaja työskentelee SeAMKin viestinnän ja markkinoinnin tiimissä. Työnkuvaan kuuluvat mm. SeAMKin sosiaalisen median kanavien ylläpito ja päivittäminen, audiovisuaaliset tuotannot ja muutamat tapahtumat.

Lähteet

Brandwatch. (i.a.). *Social Media Glossary. Twitter.*https://www.brandwatch.com/social-media-glossary/twitter/

Forsey, C. (26.7.2021). *Marketing. What Is Twitter and How Does It Work?* Hubspot. https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-twitter

Instagram. (i.a.). *Threads. Share ideas and connect through conversation with Threads.*https://about.instagram.com/threads

Matt Binder. (16.12.2024). *X's declining user base: Elon Musk's platform projected to lose millions of users in 2025.* Mashable. https://mashable.com/article/elon-musk-x-declining-user-base-2025

Maz Zahn. (20.11.2024). *What is Bluesky? Social media platform tops 20 million users.* ABC News. https://abcnews.go.com/Business/bluesky-social-media-platform-tops-20-million-users/story?id=116043104

Stacey McLaclan. (7.10.2024). *Strategy. How to get verified on X (Twitter) in 2024.* Hootsuite. https://blog.hootsuite.com/get-verified-twitter-essential-guide/

Raphael Boyd. (11.12.2024). *Social media. From X to Bluesky: why are people fleeing Elon Musk's digital town square?* The Guardian. https://www.theguardian.com/media/2024/dec/11/from-x-to-bluesky-why-are-people-abandoning-twitter-digital-town-square