

**Hesari.fi**

---

## Campaign summary

---

This integrated digital media campaign shifts the power to the hands of ordinary people.

The objective is to make the target group aware of how little stands between fake and fact.

# Hesari.fi

## Summary

This campaign gives the power of creating fake news to ordinary people. The campaign encourages people to think about the ease at which fake information can be produced and spread to a wide audience.

## Creative Insight

A growing amount of fake information keeps blurring the line between fact and fiction. This influences the daily lives of people around the world, causing confusion and potentially harmful decisions that are based on made up and altered information.

## Solution

The campaign empowers normal people to decide what the world looks like. This makes the issue of fake information extremely tangible. The campaign is designed to be easily shareable, which increases awareness of the issue.

1. Banner ads activate users in Sanoma's digital media network to take part in the campaign.
2. Users create their own fake news in the Hesari.fi campaign website and share them in social networks.
3. The most impactful fake news will be published in Helsingin Sanomat together with a comprehensive article about fake information.

HS

THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINE

## Hesari.fi

Luo oma uutisesi.

Testaa itse kuinka helppoa väärinlytyjen uutisten tehtäily on. Haluamme tällä kampanjalla kertoa faktaa ja fiktion harmaasta raja-alueesta.

ALOITA TÄSTÄ

## Hesari.fi

Kaikki tämän sivuston uutiset ovat käyttäjien keksittyjä.



### Luo oma uutisesi.

Testaa itse kuinka helppoa väärinlytyjen uutisten tehtäily on. Haluamme tällä kampanjalla kertoa faktaa ja fiktion harmaasta raja-alueesta.

ALOITA TÄSTÄ

PINNALLA

TYKÄTYMMÄT

JÄLJITTÄMÄT

HAUSKIMMAT

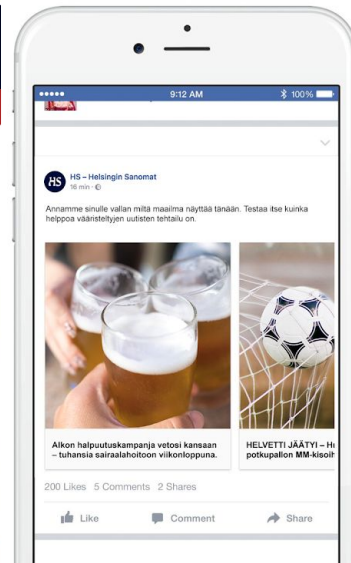
1 Et kai nuku makuuhuoneesi ovi auki? 83% kissoista vaanii omistajansa oisin.



2 Oletko aina pukeutunut sukkaasi väärin? Tohtori kertoo miten vältät kiusalliset haittavaikutukset.



Alkon halpuutuskampanja vetosi kansaan – tuhansia sairaalahoitoon viikonloppuna.



# Creative insight

A growing amount of fake information keeps **blurring the line between fact and fiction**. This influences the daily lives of people around the world, causing confusion and harmful decisions that are based on made up and altered information.

The goal of the campaign will be reached with these key elements:

**digital media, humour, approachability, user creativity, social sharing and engagement.**

# Solution

With this campaign, HS takes **an engaging and humoristic approach** to increasing awareness of fake information. This will activate the target group more effectively than preaching about the issue or emphasizing its negative effects.

By empowering the target group **to participate in the creation of fake news**, the issue is made tangible to everyone. The campaign is designed to have the biggest possible impact with little effort.

User generated content and shareability are the key components to achieving the goal of this campaign:

**Increasing awareness of the thin line between fake and fact.**

# Campaign tools

Hesari.fi website will be built to act as the core of the campaign. The campaign site includes a **fake news generator**, which allows users to create their own fake news by choosing an image and a headline. This solution embodies HS' slogan *The world is beyond headlines*.

On the site, users can **like, share and react** to generated fake news. The most impactful ones will be highlighted and receive the most attention.

1.

Banner ads activate users in Sanoma's digital media network and social media to take part in the campaign.

2.

Users create their own fake news in the Hesari.fi campaign website and share them in social networks.

3.

The most impactful fake news will be published in HS together with an extensive article about fake news.

# Banner ads

Banner ads will be placed in Sanoma's digital channels. 60% of the total budget will be used for showing these ads on websites including hs.fi, is.fi and ruutu.fi. **These ads have a key role in activating the target group.**



The banner features a dark blue background. At the top center is the HS logo in a white box. Below it, the text 'THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINES.' is centered in a small, white, sans-serif font. The main headline 'Hesari.fi' is written in a large, white, serif font. Underneath, the sub-headline 'Luo oma uutisesi.' is in a smaller, white, sans-serif font. A short paragraph of text follows: 'Testaa itse kuinka helppoa vääristeltyjen uutisten tehtailu on. Haluamme tällä kampanjalla kertoa faktan ja fiktion harmaasta raja-alueesta.' At the bottom left, there is a white rectangular button with the text 'ALOITA TÄSTÄ' in a dark blue, sans-serif font.

HS

THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINES.

# Hesari.fi

Luo oma uutisesi.

Testaa itse kuinka helppoa vääristeltyjen uutisten tehtailu on. Haluamme tällä kampanjalla kertoa faktan ja fiktion harmaasta raja-alueesta.

ALOITA TÄSTÄ

# Campaign site

Banner ads guide users to the Hesari.fi -campaign site, which is the platform for user generated fake news. **This site is the core of the campaign.**

Here users can create and share funny fake news headlines, which will be ranked based on the reactions they receive from others.

Generating funny news and sharing them is made simple – **the aim is to make it compelling for users to spread the word about fake information in an engaging way.**

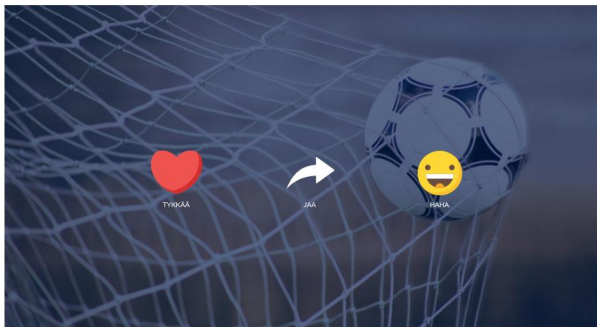
20% of the total budget will be used for crafting the site and giving users the tools for faking news.

Hesari.fi

Kaikki tämän sivuston uutiset ovat käyttäjien keksittyjä.



Alkon halpuutuskampanja vetosi kansaan – tuhansia sairaalahoitoon viikonloppuna.



HELVETTI JÄÄTYI – Huuhkajat potkupallo MM-kisoihin!



Luo oma uutisesi.

Testaa itse kuinka helppoa vääristelyjen uutisten tehtäilu on. Haluamme tällä kampanjalla kertoa faktaa ja fiktion harmaasta raja-alueesta.

ALOITA TÄSTÄ

PINNALLA

TYKÄTYMMÄT

LAETUIMMAT

HAUSKIMMAT

1 Et kai nuku makuuhuoneesi ovi auki? 83% kissoista vaanii omistajaansa öisin.



2 Oletko aina pukenut sukkasi väärin? Tohtori kertoo miten vältät kiusalliset haittavaikutukset.



3 Forssasta Suomen uusi pääkaupunki! Voiko puhuttanut laki todella astua voimaan?



4 Eduskunnan pikkujoulut riistäytyivät käsistä Tallinnan laivalla – katso kuvat!



5 "Juhannuksena aurinkoa ja hellettä!" – Osuisiko Pekka Pouta kerrankin oikeaan?





# Social media

Facebook and Twitter ads will be used for increasing awareness of the campaign. These ads will present top ranked fake news as voted by users at Hesari.fi.

These are also the main channels where users will want to share their own and others' funniest fake news. The channels are chosen based on the campaign's target group, shareability and popularity. 20% of the total budget will be used on Facebook and Twitter ads.



**Helsingin Sanomat** @hsfi · 2h

Annamme sinulle vallan miltä maailma näyttää tänään. Testaa itse kuinka helppoa vääristeltyjen uutisten tehtäilo on.

Translate from Finnish



**Alkon halpuutuskampanja vetosi kansaan – tuhansia sairaal...**

Annamme sinulle vallan miltä maailma näyttää tänään. Testaa itse kuinka helppoa vääristeltyjen uutisten tehtäilo on.

hesari.fi

1 1 2



9:12 AM 100%

**HS - Helsingin Sanomat**  
16 min · 🌐

Annamme sinulle vallan miltä maailma näyttää tänään. Testaa itse kuinka helppoa vääristeltyjen uutisten tehtäilo on.



**Alkon halpuutuskampanja vetosi kansaan – tuhansia sairaalahoitoon viikonloppuna.**

**HELVETTI JÄÄTYI – Hi potkupallon MM-kisoit**

200 Likes 5 Comments 2 Shares

Like Comment Share

# Hesari.fi

Increasing awareness of fake news by  
**empowering people** to fake news.

---