



# Vloggaajan mediamaailma

**Janne Matikainen**

**Yliopistotutkija, dosentti**



# Termejä

















---

- Vlogi = videoblogi
- Tubettaja = Youtubessa videoblogia pitävä henkilö



# Suosituimmat vloggaajat Youtubessa (vlogit.fi)

---

1.	 SAARA 	743,819
2.	 DudesonsVLOG 	465,646
3.	 miiisas 	271,039
4.	 eeddspeaks 	241,952
5.	 Herbailua 	202,006
6.	 Soikkuu 	177,938
7.	 marieveronica 	169,022
8.	 Pinkku Pinsky 	155,351
9.	 MrTuomo 	154,703
10.	 Arttu Lindeman 	147,320

---



# PINKKU PINSKU





# Nuorten seuraamat idolit

---

- 1. Lakko**
- 2. Mmiisas**
- 3. Mariieveronica**
4. Cheek
- 5. Herbalisti**
6. Justin Bieber
7. Robin
8. Teemu Selänne
- 9. Hermanni**
- 10. Mikael Sundberg**



# Mistä on kyse?

---

- Teknologian mahdollistama uusi ilmiö
- Yhdistää erilaisia mediamuotoja
- Tavisten tosi-tv - > ammattimaistuminen
  
- Uudet taidot
- Väylä puhua elämästä, ajatuksista, tunteista
- Viihtyminen



# Miksi ovat suosittuja?

---

- Vertaissuhde
- Samastuminen
- Perinteiset idolit kaukaisia ja ulottumattomissa
- Kiinnostavat sisällöt



# Yleisön muutosta kuvaavat käsitteet

---

- Henkilökohtainen joukkoviestintä (self mass-communication, Castells 2009)
- Käyttäjälähtöinen sisältö (user-generated content UGC)





# Miksi sisältöä tuotetaan?

---

- Identiteetti (itseilmaisuus, luovuus, maine, itsensä kehittäminen)
- Jakaminen
- Sosiaalinen vuorovaikutus ja yhteisöllisyys



# Huolenaiheita

---

- Minän brändäys
- Suosion tavoittelu
- Ulkonäkökeskeisyys



# Elättääkö tubettaminen?

---

- Kyllä joitain

Miten?

- Sponsoritulot -> mainonnan uudet muodot
- Mainokset ruudulla
- Avautuvat työmahdollisuudet



# Tubettajat kiinnostavat mainostajia

---

- Tubettajat tavoittavat nuoren kohderyhmän kattavasti.
- Tubettajat ovat lasten ja nuorten idoleita.
- Sisällöt ovat aidosti kohderyhmää kiinnostavia.

Lähde: <http://idafram.fi/2015/08/tietoisku-tubettamisesta/>



# Mitä tubetus kertoo mediamaailman muutoksesta?

---

- Itse tekeminen
- Sirpaloituminen
- Uudet asetelmat
  
- Jakautuminen
  - Tavalliset nuoret vetäytyvät mobiilipalveluiden (Whatsapp, Snapchat) suljettuihin ryhmiin
  - Vloggaajat ja tubettajat ovat julkkiksia



# Muuttuva mediasuhde

---

- Mediasuhde on prosessi, jossa yksilö havainnoi, tulkitsee ja merkityksellistää mediasisältöjä ja -ympäristöjä ja suhdettaan niihin.
- Onko nuorten ja aikuisten mediasuhde erilainen?
- Millä tavalla?



# Onko syntynyt uusi digisukupolvi?

---

- Kyllä ja ei
- Käyttötavoissa ja välineissä suuri ero
  - Tubetus
  - Mobiilipalvelut
- Arvostuksessa ja luottamuksessa ero ei ole yhtä suuri
  - Mitä luottamus eri medioita kohtaan tarkoittaa?
  - Mikä on mediaa ja mikä ei?
- Elämänkaaren merkitys



# Vloginuoret, sanomalehdet ja koulu

---

- Kodin sosiaalistava vaikutus
- Olennaisempaa sisältö kuin muoto
  - Mitä eroa sanomalehdellä, verkkosivulla tai Facebookilla?
  - Voisiko sanomalehti-sanana muuttua?
- Tubettajien valjastaminen?





# Bloggaajan kommentti mediatalojen blogeista

---

”Siit [mediatalojen blogeista] tulee semmonen kunnan nuorisotoiminta meininki. Ett semmoset kauheen jäykät tahot yrittää kattoo, missä mennään, ja ryhtyä rennoiksi ja tuottaa asioita. Ett on aina sillei pari askelta jäljessä. Pari askelta tylsempiä joka tapauksessa. Ne voi tehdä raivosia eleitä ollakseen rentoja. Mikään ei oo hirveempää kun löysätään kravattia. Ollaan kuin nuoret.”