

Blogibarometri 2015: Videoblogit ja sosiaalinen media muuttavat blogikenttää

Viestintätoimisto Manifesto julkaisee jo seitsemättä kertaa suomalaista blogimaailmaa luotaavan **Blogibarometri**-tutkimuksen. Tutkimukseen vastasi 218 suosittua suomalaista bloggaajaa eri blogikategorioista touko-kesäkuussa 2015.

- Vaikka median voimakas muutos on edelleen käynnissä, ovat bloggaajat lunastaneet paikkansa mediakentässä ja yritysten yhteistyökumppaneina. Viimeisen vuoden aikana keskeisiä muutoksia ovat olleet videobloggaajien yhä vahvempi rooli, muutblogien merkityksen väheneminen ja sosiaalisen median eri kanavien entistä monipuolisempi hyödyntäminen, arvioi viestintäkonsultti ja lifestyle-bloggaaja **Henriikka Simojoki** tutkimuksen toteuttaneesta viestintätoimisto Manifestosta.

Videoblogit ovat suosituimpia blogeja

Tänä vuonna Blogibarometrissa olivat ensimmäistä kertaa mukana videobloggaajat. Muihin bloggaajiin verrattuna videobloggaajat ovat nuorempia, kaksi kolmasosaa heistä on alle 21-vuotiaita. Lähes puolet videobloggaajista on miehiä, kun perinteisistä bloggaajista miehiä on 13 prosenttia. Videoblogien suosituin teema on huumori.

- Videobloggaus on bloggauksen muoto, jossa keskitytään kuvan ja tekstin sijaan videosisältöjen tuottamiseen. Videobloggaus alkoi maailmalla viime vuosikymmenen puolella ja myös Suomessa sen suosio on viime aikoina räjähtänyt, sanoo Simojoki.

Videoblogeja on pidetty verrattain lyhyen aikaa, mutta niiden joukosta löytyvät tutkimuksen suosituimmat blogit. Videoblogeilla voi olla jopa 250 000 uniikkia seuraajaa kuukaudessa. Yritykset ovat hiljalleen löytämässä videoblogit, vaikkakin videobloggaajiin on oltu yritysten toimesta yhteydessä vähemmän kuin perinteisiin bloggaajiin.

Blogit eivät ole enää pelkkiä muutiblogeja

Blogien suosio ja kaupallistuminen alkoi muutiblogeista, minkä vuoksi blogien keskeiseksi sisällöksi saatetaan edelleen mieltää muoti, tyyli ja vaatteet. Blogibarometrin mukaan suosituimmat pääteemat vuonna 2015 ovat kuitenkin ruoka, juoma ja leivonta (16%), sisustaminen ja design (12%) sekä matkustus (11%). Vuonna 2013 muutiblogit pitivät vielä kärkipaikkaa ja vuonna 2014 listan kolmatta sijaa. Tänä vuonna muutiblogit olivat vasta kuudenneksi suosituin blogikategoria.

Matkustamisesta bloggaaminen on kasvanut eniten vuoden aikana. Myös äitiys-, isyys- ja perheblogien määrä on kasvanut selvästi. Ruoka, juoma ja leivonta on suosituin myös blogin sivuteemana; vastaajista 42% kertoo bloggaavansa ruoasta ja juomasta oman varsinaisen aiheensa lisäksi.

Sosiaalisen median eri kanavien hyödyntäminen on laajentunut

Blogibarometrin mukaan bloggaajat käyttävät aktiivisesti ja monipuolisesti sosiaalisen median kanavia bloginsa markkinoinnissa. Eri kanaville luodaan usein erilaisia käyttötarkoituksia, jotta lukijoita pystytään palvelemaan laajasti ja erilaiset sisällöt saadaan näkyville monin tavoin.

Suosituin kanava on edelleen Facebook, jota hyödyntää 87 prosenttia vastaajista. Toiseksi suosituin kanava on viime vuoden tapaan kuvapalvelu Instagram, jota hyödyntää 79 prosenttia vastaajista. Instagramin käyttö on kasvanut selvästi. Viime vuonna sitä hyödynsi 65 prosenttia ja vuonna 2013 vain 44 prosenttia vastaajista.

Myös Twitter on nostanut suosiotaan kuluneen vuoden aikana ja noussut kolmanneksi suosituimmaksi sosiaalisen median kanavaksi blogin esille tuomisessa. Sen sijaan Pinterestin käyttö on vähentynyt.

Tänä vuonna Blogibarometrissä selvitettiin ensimmäistä kertaa, mitä sosiaalisen median kanavia käytetään kaupallisiin tarkoituksiin. Blogin ulkopuolisista kanavista kaupallisin on Instagram, jota 53 prosenttia vastanneista käyttää kaupallisiin tarkoituksiin. Lähes yhtä suosittu on Facebook 48 prosentilla. Muita suosittuja kaupallisen hyödyntämisen kanavia ovat YouTube, Vimeo ja muut videopalvelut 19 prosentilla vastaajista.

Yritysten yhteydenotoista on tullut arkipäivää

Lähes kaikki bloggaajat (90%) saavat yhteydenottoja yrityksiltä PR- ja markkinointitarkoituksessa. Yli neljäsosa saa yritysten yhteydenottoja useita kertoja viikossa ja 17 prosenttia päivittäin. Yhteydenottojen määrät ovat pysyneet samana kahden viime vuoden ajan. Yritysten yhteydenotoista on tullut suosituimmille bloggaajille arkipäivää.

Manifesto on seurannut Blogibarometrin avulla suomalaisen blogikentän kehitystä, trendejä ja muutosta jo vuodesta 2009 lähtien. Tänä vuonna tutkittujen blogien joukossa olivat ensimmäistä kertaa videoblogit ja blogikategorioista peli-, huumori- sekä remontointi- ja rakennusblogit. Lisäksi tutkimuksessa olivat mukana suosituimmat suomalaiset blogit seuraavista kategorioista: ruoka, juoma ja leivonta; sisustaminen ja design; matkustaminen; äitiys, isyys ja perhe; kauneus ja kosmetiikka; muoti, tyyli ja vaatteet; käsityöt; terveys ja hyvinvointi; urheilu ja fitness; yhteiskunnalliset ilmiöt, teknologia ja tekniikka sekä peli-, huumori- sekä remontointi- ja rakennusblogit

Lisätietoja:

Henriikka Simojoki, viestintäkonsultti, henriikka.simojoki@manifesto.fi, p. 050 490 8109

Mikko Koistinen, partneri, mikko.koistinen@manifesto.fi, p. 040 565 5564