



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	20.1.2012
Tekijä(t)	Essi Malmstedt	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	95 s. + liitteet
Otsikko	Blogien kaupallistuminen: Kinuskikissa-sivuston sisällönanalyysi		
Ohjaaja(t)	KTT Ulla Hakala, KTT Juha Panula		

Tiivistelmä

Blogit ovat yksi merkittävimmistä sosiaalisen median palveluista. Blogeista ja bloggaamisesta onkin tullut todellinen muoti-ilmiö. Ne ovat erittäin mielenkiintoinen tutkimuskohde erityisesti siksi, että niiden sisältö on monella tavalla monipuolista ja merkityksellistä. Tässä tutkielmassa keskitytään kaupallistumisen ilmiöön blogeissa.

Tutkimuksen kohteeksi valittiin suosittu Kinuskikissa-blogi, jolla on kymmeniä tuhansia viikottaisia lukijoita. Tämän tutkielman tarkoituksena on kuvailla, miten kaupallistuminen ilmenee blogin sisällössä ja lukijoiden kirjoituksissa. Tutkimus suoritettiin sisällönanalyysinä analysoimalla blogin ulkoasua ja blogikirjoituksia kolmelta eri aikakaudelta, jotka on määritelty blogin kaupallisen kehityksen mukaan. Lisäksi haastateltiin Kinuskikissa-blogin kirjoittaja Sini Visaa.

Haastattelun perusteella kävi ilmi, että Kinuskikissa-blogin kaupallistuminen ei ole ollut sattumaa. Bloggaaja Visa on aktiivisesti etsinyt blogilleen yhteistyöyrityksiä, ja siihen on useita syitä. Bloggaajana Visaa motivoi samanlaiset asiat kuin useimpia muitakin, mutta hänelle on tullut ajan myötä yhä tärkeämmäksi mahdollisuus tarjota lukijoille laadukas leivonta-aiheinen palvelu, jonka kautta muutkin innostuisivat leipomaan ja oppimaan uutta.

Tutkimuksen perusteella kaupallistumisen voidaan todeta muuttaneen blogin sisältöä jonkin verran. Kaupallistumisen myötä blogi on ulkoisesti muuttunut siten, että se muistuttaa vähemmän perinteistä blogia, vaikka siinä onkin edelleen useita blogeille tyypillisiä piirteitä. Blogiin on tullut yhteistyöyritysten mainoksia, ja lisääntyneet rahalliset resurssit ovat mahdollistaneet yhteisön rakentamisen blogin ympärille ja monien uusien toimintojen kehittämisen. Myös blogiartikkelien sisältämien kaupallisten viitteiden määrä oli lisääntynyt merkittävästi. Kinuskikissa-bloggaaja Visa saa yritys yhteistyön myötä rahallista korvausta ja ilmaisia tuotteita. Yritykset saavat Visalta esimerkiksi palautetta tuotteistaan, reseptejä käyttöönsä, kävijävirtaa omille sivuilleen ja näkyvyyttä. Yhteistyösopimuksista voi siis olla monella tavalla hyötyä kummallekin osapuolelle.

Tutkimuksen perusteella voidaan myös todeta, että blogin kaupallistuminen on luonut blogiin sellaisen ilmapiirin, jossa keskustelu ajautuu helpommin yritys- ja/tai tuotetasolle. Tästä on osoituksena esimerkiksi se, että kaupallisten viitteiden määrä blogiartikkelien kommentteissa oli viisinkertaistunut kaupallistumisen myötä.

Asiasanat	sosiaalinen media, blogi, blogit, kaupallistuminen
Muita tietoja	