

Online pro-am videó
a tartalommarketingben

Z generáció és a média

Generációk a médiafogyasztásban: hasonló attitűdök, értékek, életstílus, fogyasztási mintázatok

Z generáció: 1996-2010 (Strauss és Howe 1991, 1997)

Digitális bennszülöttek (Prensky 2001)

Dotcom Children

Facebook-generáció



Z generáció és médiafogyasztás*



érték, élethelyzet, életstílus,
kommunikáció

*TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 „Tudománykommunikáció a Z generációnak” PTE

Árnyékkutatás: médianapló,
narratív interjú, mentális térkép

105 fiatal (63 n 42 f)

33 középiskolás (23 n 10 f),

34 egyetemista (22 n 12 f)

16 hátrányos helyzetű fiatal (9
n, 7 f)

22 roma fiatal (9 n 13 f)

Z generáció és médiafogyasztás

átlag: napi 4-6 óra médiahasználat

alig: könyv, nyomtatott sajtó, mozi

kiugró: okostelefon (internet, mobilitás)

reklámkerülés

Háttér-médiahasználat

médiatudatosság

multitasking (több eszköz vagy
eszközön belüli)

médiakritikusság

Zenehallgatás (offline)

Televíziózás! (sorozatok)

Játék (1/3)



A fiatalok és az online videó

EU Kids Online (2010)

Net Children Go Mobile (2014)

Belgium, Dánia, Olaszország,
Írország, Portugália, Nagy-
Britannia, Románia

A fiatalok napi szintű online
tevékenységeinek felmérése
11-16 év

Online videót nézett meg

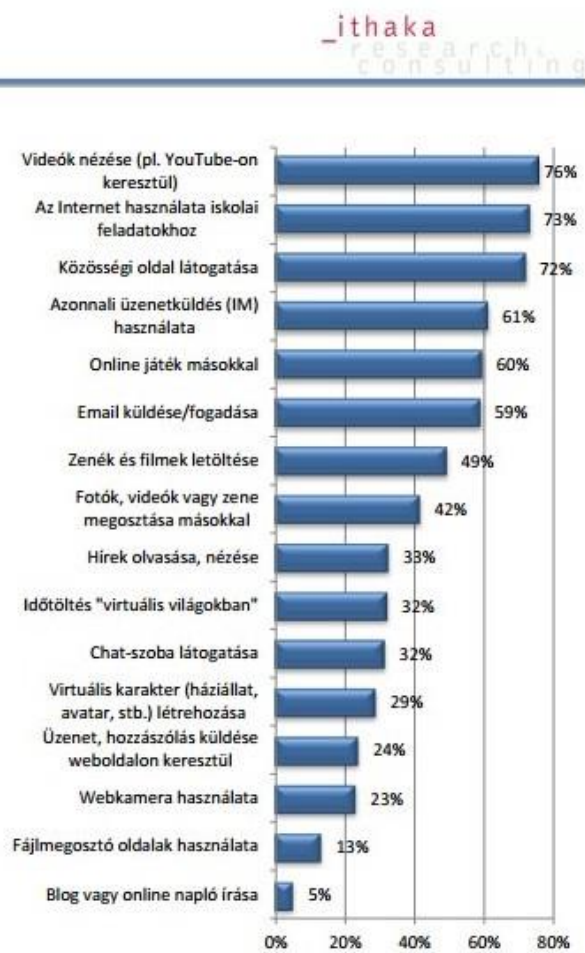
2010: 32%

2014: 59%

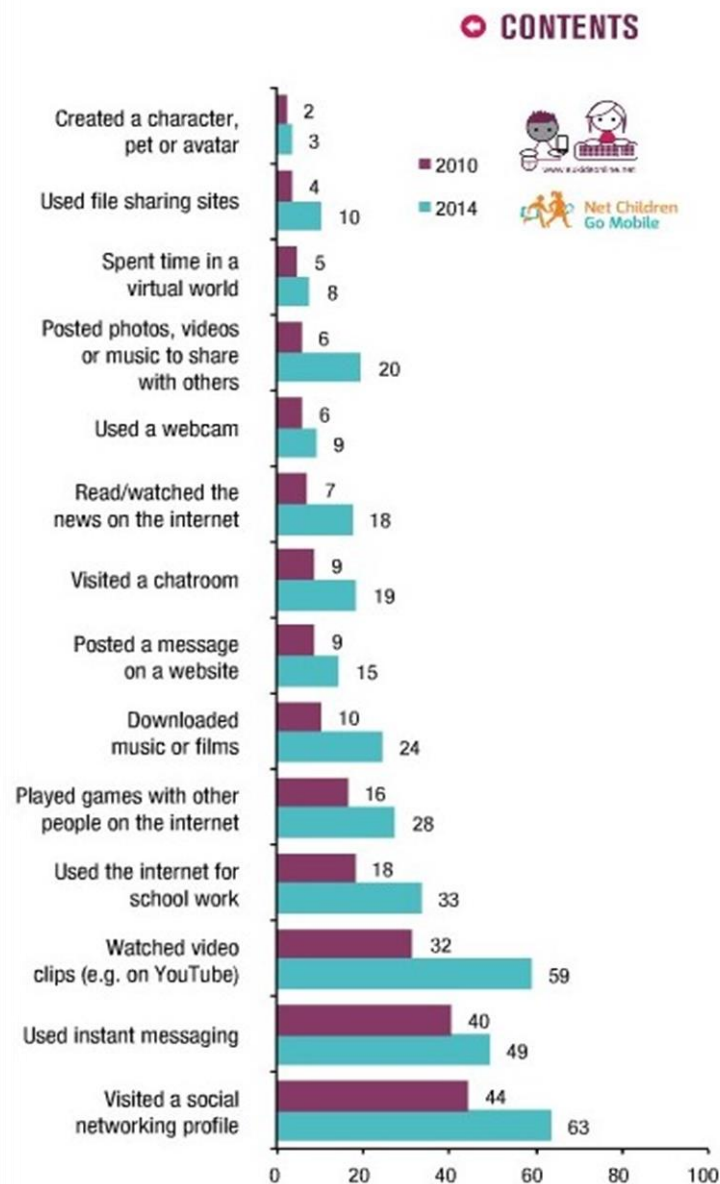
magyar mintán belül: 76%



az online videótartalmak fogyasztása



6. ábra Internetes tevékenységek gyakorisága



Forrás: EU Kids Online 2014

<https://lsedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64>

a magyar vlogszféra: csatornák

TOP 100 magyar Youtube-csatorna között (a feliratkozottak száma alapján):

ube Top 100 Mo x

vidstatsx.com/youtube-top-100-most-subscribed-hungary-hu-channels

One Hundred Most Subscribed Hungary Channel Rankings List by Subscribers

Video Producer	Report Rank	Subscribers	Sub Rank	24 Hour Sub +/-	7 Day Sub +/-	Videos	Views
Netty Scribble	1	524,457	3875	27	-77	82	57.5 M
VamosART	2	505,960	4025	275	1,793	253	92.8 M
→ Videómánia	3	471,776	4359	345	3,234	225	116.5 M
→ PamKutya	4	322,422	6421	168	1,143	75	79.4 M
→ HollywoodNewsAgency	5	307,084	6726	236	1,120	286	48.4 M
→ luckeY	6	280,944	7319	325	2,710	842	58.4 M
→ TheVR	7	261,908	7843	373	3,212	410	54.2 M
→ JustVidman	8	254,154	8032	274	2,418	38	24.5 M
→ James ツ	9	240,382	8465	195	1,334	453	58.6 M
→ UNFIELD	10	234,954	8623	573	3,373	457	40.5 M
Peter Gergely	11	230,889	8786	372	2,677	74	26.8 M
→ GoodLike	12	228,076	8905	166	849	739	25.5 M
pingvinharcos	13	214,055	9437	83	508	878	40.5 M
DumaRagu	14	212,862	9477	30	101	192	38.1 M
→ Dancsó Péter	15	200,096		91	612	25	8.1 M
szigetofficial	16	194,936		24	190	796	35.6 M
→ BTURBO	17	181,199		349	2,513	843	33.4 M
ESSEMM	18	168,484		72	552	88	80.4 M
TheOtherworldonline	19	160,927		39	216	827	39.3 M
→ zsDav	20	158,416		167	1,169	407	41.9 M
→ Isti Szalay	21	151,509		295	1,636	352	18.7 M
REAL TRILL MUSIC	22	146,011		239	1,387	277	113.7 M
→ FollowAnna	23	144,831		151	1,286	197	16.2 M
2Face	24	141,425		374	2,496	222	17 M
Metalexovics	25	141,206		0	4	324	28.1 M

Amatőr vagy pro-am
vloggerek

- hétköznapiság
- autenticitás
- egyediség
(sokféleség)
- mondanivaló
- rendszeresség
- tudatosság
- márkáépítés
- közösségépítés

a magyar vlogszféra: vloggerek

The collage includes portraits of various vloggers: a woman with long brown hair, a man with headphones, a man in a white shirt, a woman holding beauty products with a 'TOP 10' badge, a man with a beard, a young man with headphones, a laughing man with headphones, a woman with braids, and two men with sunglasses and a dog. A large word cloud in the center lists names such as James, Anna, Frusina, JustVidman, CSchannel, FollowAnna, ViszKok, UNFIELD, Metalexovics, 2Face, Maris, and others.



a magyar vlogszféra: a közönség

Csatornák: néhány tízezres –
néhány százezres követői
tábor

Sikeres videók: tízezres-százezres
nézettség → niche piacok

Aktív közönség – fiatal korosztály
követ,
kommentel,
rajong,
utánoz

Online térből az offline-ba
(PlayIT, OVS Fest)



a magyar vlogszféra: műfajok

beauty

tag

haul

kihívás

DIY

gasztro

kritika/ajánló

paródia

gameplay/letsplay

technikai (autó, telefon..)

tutorial

vlog

*Generációs élményvilág –
komplex életstílus-ajánlat*

kultúra – divat – technika – gasztronómia – sztárok

vloggerek a konvergens médiatérben

szinergiák, együttműködések



közös „élményterek”

„A placc egy olyan hely a neten, ahol végre együtt lóghatunk! Vidám és szórakoztató videókat várhattok heti kétszer minden olyan témában, ami minket épp megmosolyogtat vagy boldoggá tesz”

behálózottság:



amatőrök és/vagy profik

professzionalizáció a youtuberek körében

Jellegzetes „karrier”:

új médiás siker – belépő a klasszikus tömegmédiába
amatőrből – (fél)profi

A vlogolás mint üzleti vállalkozás

- YouTube-partner
- Termékelhelyezés, szolgáltatások népszerűsítése
- exkluzív videók
- saját márkás termékek



vloggerek és a tartalommarketing: hazai és külföldi példák



Ingrid Nielsen...

(Missglamorazzi)

„an American YouTube personality”

...és a CoverGirl
(2014-)



vloggerek és a tartalommarketing: hazai és külföldi példák



KIKA



DM

Amatőr tartalmak a marketingben

Előnyök

- innovatív
- hatékony
- naprakész
- hiteles
- eléri a fiatalokat



Kockázatok

- kontroll alatt tartani a tartalmat
- kritika, negatív vélemény kezelése
- megtalálni a megfelelő
- megőrizni a hitelességet
- megőrizni a pro-am karaktert
- lépést tartani egy gyorsan változó médiakörnyezettel



Glózer Rita PhD

glozer.rita@pte.hu