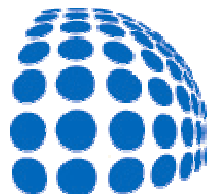


Mediefolk og sosiale medier

En undersøkelse om journalister og redaktørers forhold til sosiale medier i Aust-Agder, Vest-Agder og Rogaland.

Sommerkonferansen

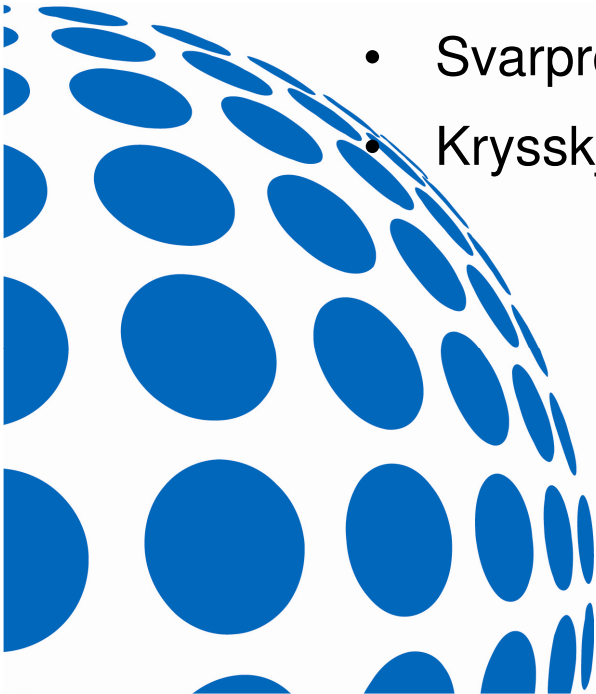
28. august 2010



MEDIEHØGSKOLEN
Gimlekollen School of Journalism and Communication

Undersøkelsen

- Questback-undersøkelse blant NJs medlemmer i Agder og Rogaland sommeren 2010
- Samarbeid mellom Sommerkonferansen og Mediehøgskolen Gimlekollen (MhG)
- Norsk Redaktørforening støtter undersøkelsen økonomisk
- Svarprosent: 27,5 (176 av 640)
- Krysskjøringer av data og kommentarer



Konklusjoner:

- Det er stor usikkerhet blant journalister om hvordan de skal forholde seg til bruk av sosiale medier i jobbsammenheng – svarene spriker.
- Samtidig brukes de sosiale mediene aktivt i det daglige arbeidet i redaksjonene
- Facebook er det dominerende sosiale mediet.
- Blogg er nesten ikke brukt i jobbsammenheng
- De fleste er positive til å ha journalistiske kilder som venn på Facebook
- De fleste er negative til at journalister er med i Facebook-grupper som omhandler saker de dekker



Konklusjoner (forts.)

- En av to får tips til saker via Facebook
- Sju av ti har journalistiske kilder som venner på Facebook
- Det er et klart ønske om at bruk av sosiale medier skal inn i Vær-Varsom-plakaten
- Det er et klart ønske om at det utarbeides lokale husregler i redaksjonene vedr. bruk av sosiale medier
- Journalister i Rogaland er de mest aktive i og positive til sosiale medier, mens austegdene bruker det minst og har færrest venner.



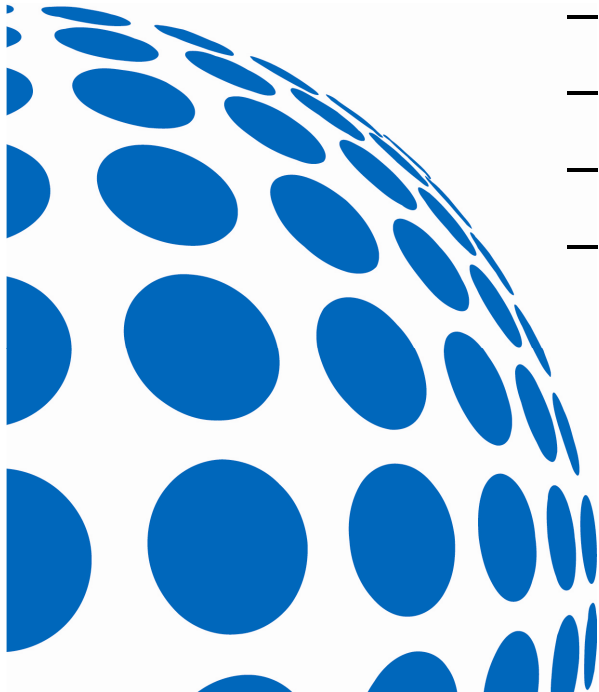
Litt om de som er spurt

- Liten overvekt av menn (55,7%)
- En av tre er under 30 år; to av tre er under 40 år
- 85,2 % har høgskoleutdanning
- 69,3 % er journalister
- God spredning vedr. arbeidserfaring
- 42% jobber allround; 25% jobber nyheter
- Flest svar fra Stavanger Aftenblad (39) og Fædrelandsvennen (33). Ellers: Agderposten (10), Rogalands Avis (8), NRK Rogaland (8), Farsunds Avis (7), Lindesnes (6), Jærbladet (5), Sandnesposten (4), TV2 (4), NRK Sørlandet (4). Ellers 2 eller færre.



Facebook dominerer

- 82,3% har profil på Facebook (landsgjennomsnitt 01.04.2010 :75,1%).
- Av de som har profil på Facebook gjelder følgende:
 - 57,3% er innom daglig
 - 16,1% er stort sett pålogget
 - 88,5% i Rogaland har FB
 - 78,8% i Vest-Agder har FB
 - 61,5% i Aust-Agder har FB
 - 1 av 3 har mer enn 400 venner på FB



Twitter – mest om jobben

- 49,1% har profil på Twitter
- Av de som har profil på Twitter:
 - 55,8% bruker Twitter sjeldnere enn ukentlig
 - 27,1% tvirer aldri
 - 6,9% tvirer hovedsakelig om private ting
 - 34,7% tvirer hovedsakelig om jobbrelaterte ting



Blogg – svært lite brukt

- 16,5% har egen blogg
- Av de som har blogg:
 - 61% privat bruk
 - 39% jobbsammenheng
 - Kun én person blogger daglig, og kun én person blogger flere ganger om dagen,



Facebook brukes i journalistikken

- Av de som har Facebook kan det nevnes at:
 - 47,9% får tips til saker via Facebook
 - 69,2% har KILDEVENNER på Facebook
 - 22,2% sier de aldri vil ha kildevenner på Facebook



Sagt av journalister om dette:

- *”Altfor mange journalister er medlemmer av grupper som har interesser direkte inn i det de skriver om”.*
- *”Jeg er ekstremt nøye på å ikke være med i politiske grupper, eller andre interessegrupper”.*
- *”Det er vanskelig å hevde objektivitet når man samtidig er venner med politikere og andre kilder på Facebook”.*
- *”Journalistikk handler om å beholde og ta vare på sin integritet. I dagens dataverden begynner den å bli tynnslitt”.*



”Journalister bør ikke ha jobbkilder som venner på Facebook”

- alternativ 1,2,3 (uenig/delvis uenig): 65%
- alternativ 4,5,6 (delvis enig/ enig): 35%
- D.v.s. at journalister er **positive** til å ha kildevenner på Facebook



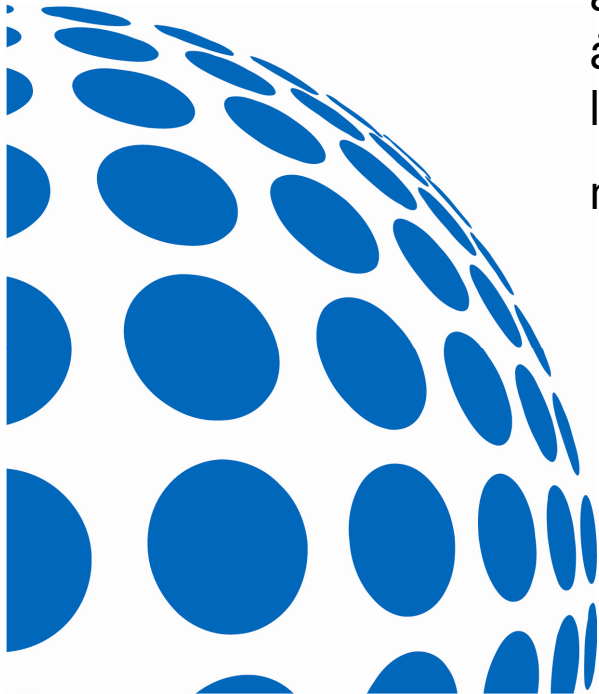
”Journalister bør ikke være medlemmer i grupper på Facebook knyttet til temaer de skriver om”

- alternativ 1,2,3 (helt uenig/delvis uenig): 37,6%
- alternativ 4,5,6 (delvis enig/enig): 62,3%
- D.v.s. at journalister er **negative** til slikt medlemskap.



Sagt av journalistene om dette:

- ”For journalister mener jeg Facebook og Twitter er et must, også. Fordi det ligger så mye stoff der ute. Både ved å ha kilder som venner, men også å kunne følge grupper, meninger og evt. hvordan en stemning mot noe f.eks. tar av og utvikler seg.(...) At diskusjonen om kildeforhold blir for tette med Facebook og Twitter er sterkt overvurdert. I slike tilfeller er det en journalists plikt å skille mellom "venn" og journalist.(...) Kan man ha lov til å være motstander av de nye arenaene som brukere og leserne har som sin kanal for reaksjoner og meningsutveksling?”



”Har redaksjonen din retningslinjer for bruk av sosiale medier?”

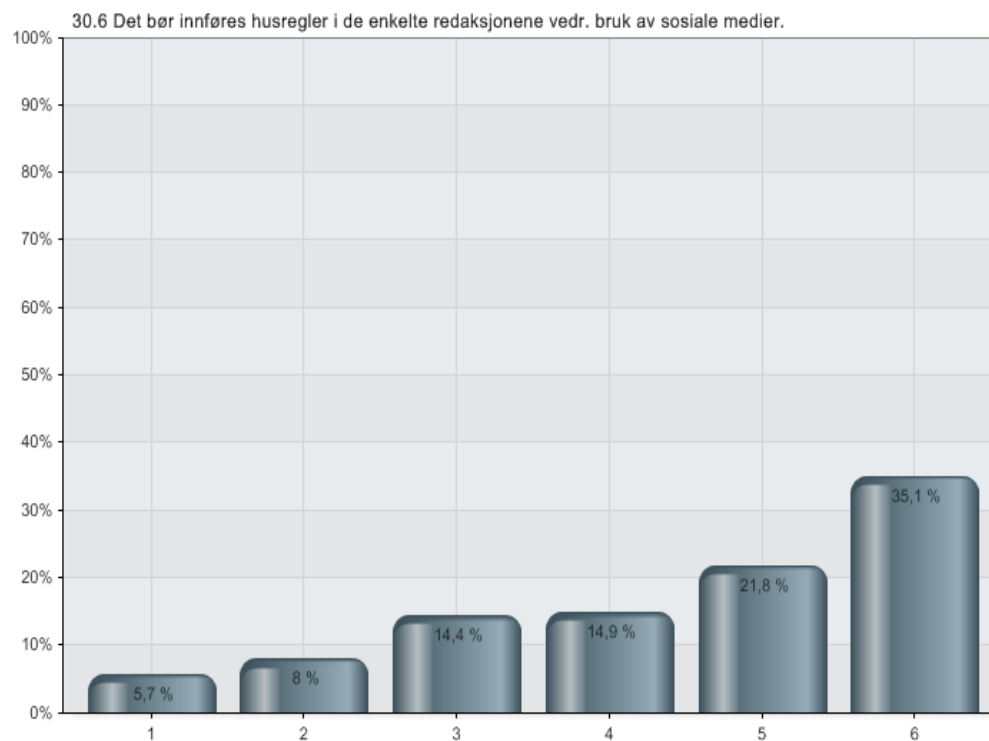
Ja: 13,8%

Nei: 54%

Vet ikke: 32,2%

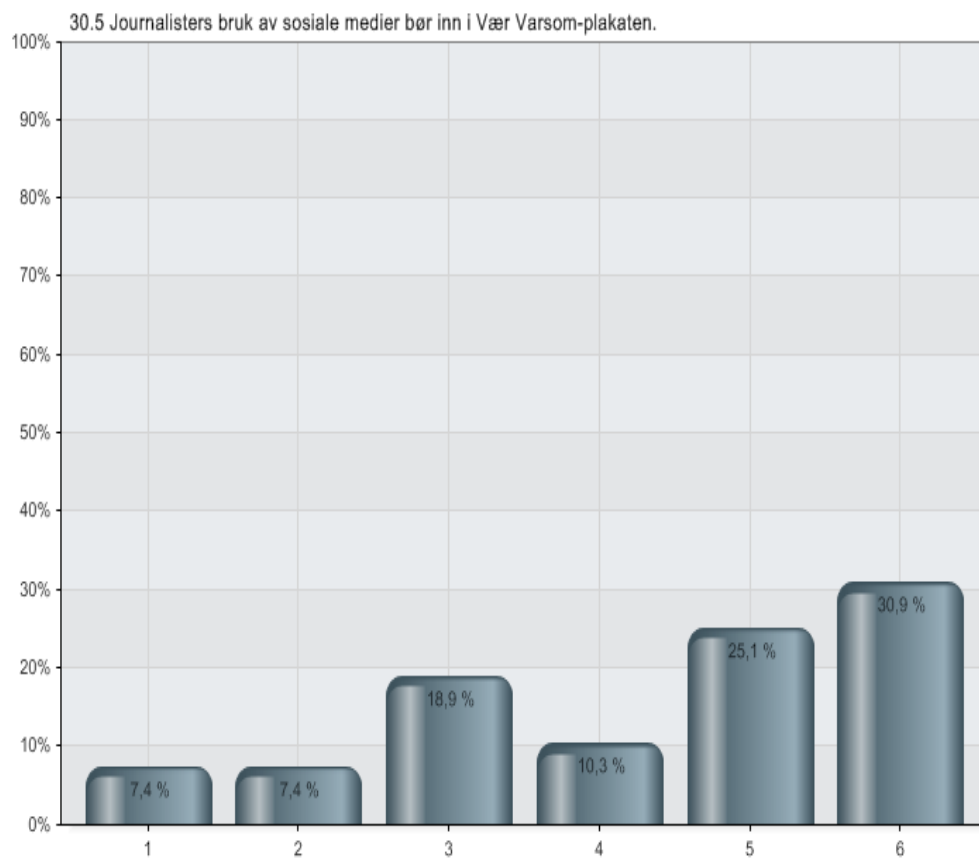


“Det bør innføres husregler i de enkelte redaksjonene vedr. bruk av sosiale medier.” : 71,9 % ønsker dette



1	Helt uenig 1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	Helt enig 6

”Journalisters bruk av sosiale medier bør inn i Vær Varsom-plakaten”: 66,3 % ønsker dette



1	Helt uenig 1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	Helt enig 6

Kommentarer

- (Man) bør heller arrangere kurs om sosiale medier, da kanskje om fallgruver, personlige innstillinger og lignende (spes mtp redaksjonens eldste, høhø).”
- ”Det bør utarbeides en mal for bruk av sosiale medier i forhold til Vær Varsom-plakaten i den enkelte redaksjon, der man også tar opp aktuelle problemstillinger og er enig i bruken av sosial profil knyttet til jobb.”



”Hvorledes kan noen mene at mediehusene skal begrense enkeltjournalisters private opptreden i sosiale medier? Det vil jo utvilsomt være i strid med grunnloven (ytringsfriheten)! Mediehusene kan godt PRØVE seg med slike retningslinjer, men juridisk vil de neppe komme noen vei. (...) Dette høres latterlig ut!”



- *” Så lenge ein bruker vit og ikkje miksar privatliv og jobb slik at folk ikkje veit når du er journalist og når du er privat, så går det heilt fint.”*

