

Pressmeddelande 2009-06-30

Svenska journalister stora på Twitter

Research, publicering av nyheter och att knyta kontakter, så använder svenska journalister mikrobloggtjänster som exempelvis Twitter. Det visar en undersökning som genomförts av kommunikationsföretaget Cision.

– Trots att mikrobloggar är en ganska ny företeelse så visar vår undersökning att många svenska journalister tagit till sig det nya sättet att kommunicera, säger Magnus Thell, VD för Cision i Skandinavien.

– Vi tror att uppmärksamheten kring Twitter i samband med stora nyhetshändelser, såsom exempelvis terrorattackerna i Bombay, har gjort att många journalister fått upp ögonen för mikrobloggar, säger Magnus Thell. Nu senast ser vi hur mikrobloggar används i samband med protesterna efter presidentvalet i Iran.

Några slutsatser ur undersökningen:

- Totalt använder 46 procent av de journalister som svarat på undersökningen mikrobloggar.
- 20 procent av de journalister som svarat på undersökningen har både skrivit och läst en mikroblogg. IT- och nöjesjournalister skriver mer än andra.
- 26 procent har enbart läst och inte skrivit i mikrobloggar. Politik- och utrikesjournalister läser mer än andra.
- Research är det vanligaste yrkesmässiga användningsområdet för mikrobloggar anger 35 procent av journalisterna som använt en mikroblogg. Andra användningsområden är att publicera nyheter (23 %) och att profilera sig i sin yrkesroll och sprida sitt namn (22 %).
- Twitter är det verktyg som är vanligast när journalister mikrobloggar, med 96 procent av de mikrobloggande journalisterna som användare. Svenska Bloggy är en uppstickare med 18 procent.
- 18 procent av journalisterna anser att mikrobloggar är viktiga i det journalistiska researcharbetet.
- 43 procent anser att mikrobloggar handlar om privatliv och skvaller och inte är intressanta.
- 50 procent tror att fler journalister kommer att använda mikrobloggar i framtiden.
- Nöjesjournalister är de som i störst utsträckning anser att mikrobloggar är viktiga, både i det journalistiska researcharbetet (31 %) och som en viktig nyhetskanal (38 %), att jämföra med exempelvis utrikesjournalister, där 22 procent anser att mikrobloggar är viktiga i det journalistiska researcharbetet och 20 procent ser det som en viktig nyhetskanal.

Ladda ned en sammanställning av undersökningen och hela råmaterialet på www.cisionnewsroom.se Cision har även lanserat en tjänst för att upptäcka och hitta journalister från Sverige, USA och Storbritannien på Twitter. Tjänsten finns tillgänglig på www.journalisttweets.com .

Fakta mikrobloggar

Mikrobloggar gör det möjligt att skicka korta statusuppdateringar på maximalt 140 tecken och följa andra personers uppdateringar.

Twitter, www.twitter.com, är internationellt den överlägset största tjänsten för mikrobloggar med 14 miljoner användare i världen. I Sverige finns även Bloggy, www.bloggy.se.

Ofta är det möjligt att koppla ihop sitt mikrobloggflöde med andra sociala medier, såsom bloggar, bilder från exempelvis Flickr och videor från Youtube.

Kontakt

Magnus Thell, VD Cision Scandinavia.

E-post: magnus.thell@cision.com

Tel: 0708 950 822

Twitter: http://twitter.com/Magnus_Thell

Cision i Almedalen

Cision finns på plats under Almedalsveckan och driver presscenterverksamheten tillsammans med TeliaSonera AB och Gotlands kommun. Under veckan erbjuder Cision ackrediterade journalister och registrerade arrangörer att testa Cisions lösningar för utskick av pressmeddelanden utan kostnad. För att testa, ring 08-507 410 00 alternativt träffa oss på presscentret i Almedalen.

About Cision

Cision empowers businesses to make better decisions and improve performance through its CisionPoint desktop software solutions for corporate communication and PR professionals. Powered by local experts with global reach, Cision delivers relevant media information, targeted distribution, media monitoring, and precise media analysis. Cision has around 2,500 employees in Europe, North America and Asia, and has partners in 125 countries. Cision AB is quoted on the Nordic Exchange with a turnover of SEK 1.8 billion in 2008.

Så använder journalister mikrobloggar

1. Vilken sorts nyheter arbetar du med? (flera svarsalternativ är möjliga)

Inrikes	25,8%
Kultur	24,5%
Livsstil (mode, resor, mat, dryck, hälsa, etc.)	22,7%
Lokalnyheter	21,2%
Ekonomi/finans/entreprenörskap	18,7%
Övrigt	18,6%
Politik	17,4%
Nöje	16,4%
Vetenskap/medicin	14,2%
Teknik/IT	13,9%
Utrikes	13,8%
Opinion	11,8%
Miljö	11,0%
Sport	3,7%

2. Vilken roll har du?

Reporter	44,2%
Redigerare	2,8%
Fotograf	1,0%
Övrigt redaktörsarbete (exempelvis desk, nyhetschef, redaktionschef)	52,1%

3. Har du någon gång använt en mikroblogg?

Jag har både skrivit och läst en mikroblogg.	20,4%
Jag har läst mikrobloggar.	25,8%
Jag har aldrig använt en mikroblogg.	53,9%

Kommentar: Mikrobloggar verkar mer populärt bland journalister än bland svenskar i stort. Totalt använder endast 75 000 svenskar mikrobloggstjänsten Twitter.

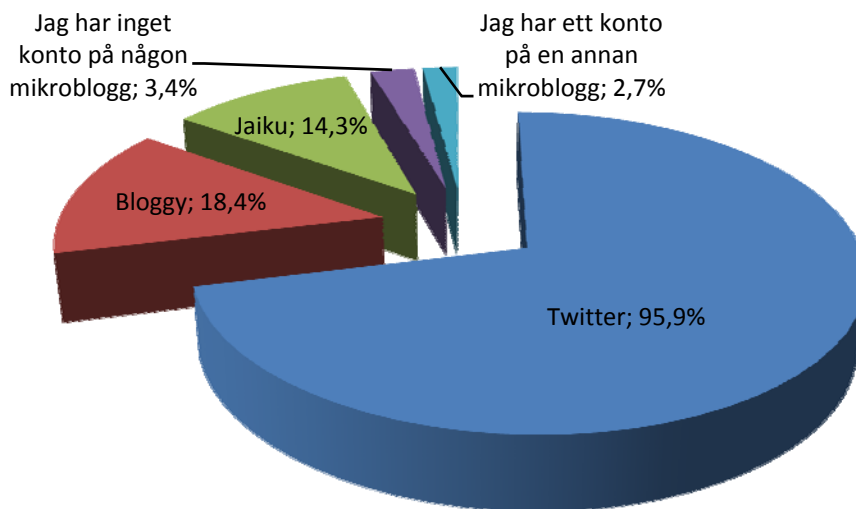
Vissa grupper av journalister använder mikrobloggar mer än andra. När det gäller att skriva i mikrobloggar är det nöjesjournalister (37 %) och IT-journalister (37,3 %) som är mest aktiva. Både utrikesjournalister och journalister som bevakar politik skriver mindre än genomsnittet i mikrobloggar med 16 % för utrikesjournalister och 16,7% för journalister som bevakar politik. Både utrikesjournalister och politiska journalister är dock överrepresenterade när det gäller att läsa mikrobloggar med 33 % respektive 34,1 %.

4. Om du inte använt en mikroblogg, tror du att du kommer att använda en mikroblogg i framtiden?

Ja	27,4%
Nej	72,6%

5. Du som har skrivit i en mikroblogg, har du ett konto på en eller flera av följande mikrobloggar? (flera svarsalternativ är möjliga)

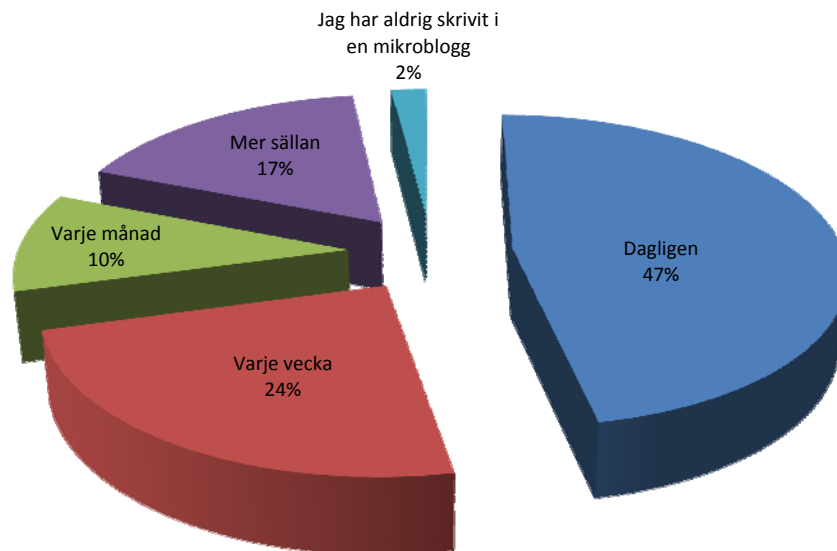
Twitter	95,9%
Bloggy	18,4%
Jaiku	14,3%
Jag har inget konto på någon mikroblogg	3,4%
Jag har ett konto på en annan mikroblogg	2,7%



Kommentar: Twitter har blivit den överlägset största plattformen för mikrobloggande journalister i Sverige med den svenska tjänsten Bloggy som uppstickare.

6. Du som har skrivit i en mikroblogg, hur ofta uppdaterar du?

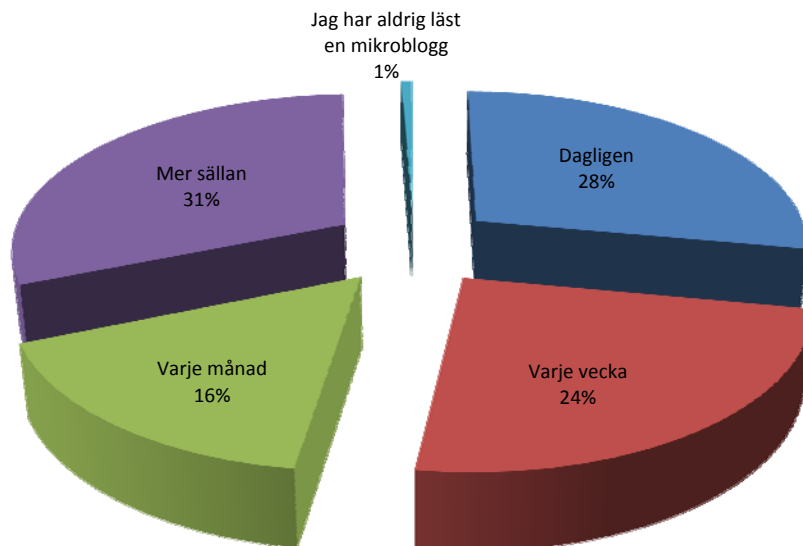
Dagligen	46,9%
Varje vecka	23,8%
Varje månad	10,2%
Mer sällan	17,0%
Jag har aldrig skrivit i en mikroblogg	2,0%



Kommentar: Nära hälften av de journalister som skriver i mikrobloggar uppdaterar dagligen. Siffran kan jämföras med att 14,7 procent av samtliga Twitteranvändare uppdaterar dagligen.

7. Du som har skrivit eller läst en mikroblogg, hur ofta läser du mikrobloggar?

Dagligen	27,9%
Varje vecka	24,3%
Varje månad	16,5%
Mer sällan	30,6%
Jag har aldrig läst en mikroblogg	0,6%



Kommentar: De journalister som själva skriver i en mikroblogg är mer aktiva än de som enbart läser.

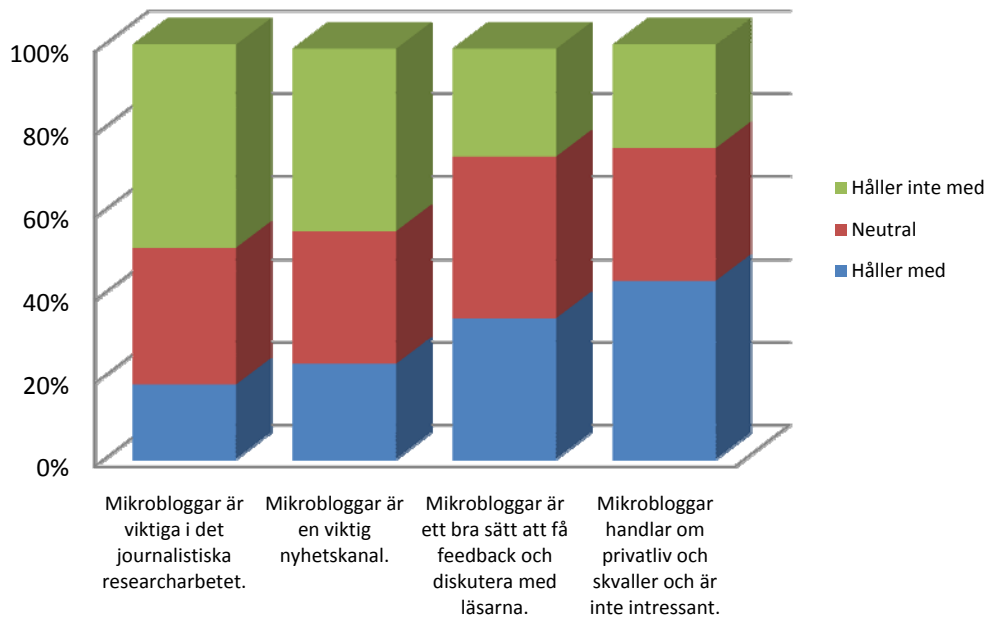
8. Hur har du använt mikrobloggar (flera svarsalternativ är möjliga)

Research	34,8%
Publicera nyheter	22,9%
Profilerat mig i min yrkesroll/spridit mitt namn	22,3%
Knutit kontakter med andra journalister	16,2%
Feedback från läsare	15,9%
Knutit kontakter med källor eller intervjupersoner	14,0%
Efterfrågat nyhetsuppslag	13,4%
Testat mikrobloggar för att ta reda på vad det är	54,9%
Använt privat	44,8%
Annat	9,8%

Kommentar. Mer än en tredjedel av de journalister som svarat på undersökningen använder mikrobloggar till journalistisk research. Andra vanliga användningsområden är att publicera nyheter och att profilera sig i sin yrkesroll. Samtidigt är det en stor del som använder mikrobloggar privat.

**9. Hur väl instämmer du i nedanstående påståenden om hur mikrobloggar allmänt används idag?
Du behöver alltså själv inte ha använt mikrobloggar för att svara.**

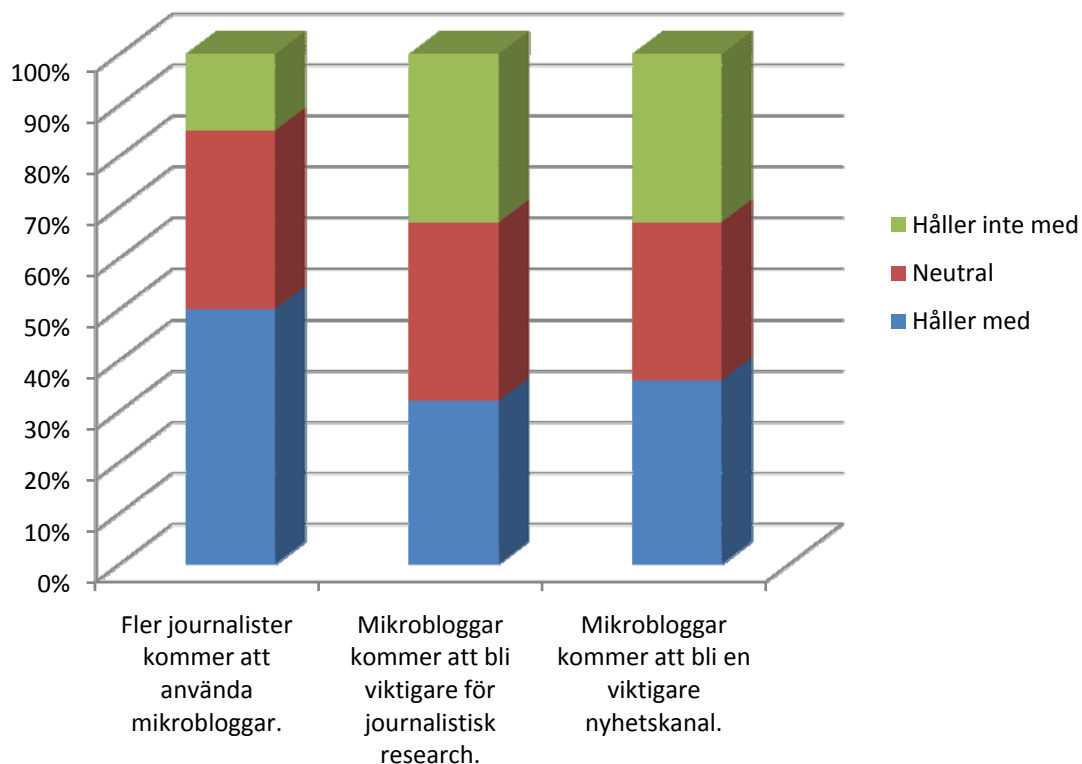
	<i>Håller med</i>	<i>Neutral</i>	<i>Håller inte med</i>
Mikrobloggar är viktiga i det journalistiska researcharbetet.	18%	33%	49%
Mikrobloggar är en viktig nyhetskanal.	23%	32%	44%
Mikrobloggar är ett bra sätt att få feedback och diskutera med läsarna.	34%	39%	26%
Mikrobloggar handlar om privatliv och skvaller och är inte intressant.	43%	32%	25%



Kommentar: Trots att 34,8 procent av journalisterna som svarat på undersökningen anger att de använder mikrobloggar i journalistisk research så är det enbart 18 procent som anser att det är ett viktigt användningsområde.

10. Hur väl instämmer du i nedanstående påståenden om hur användandet av mikrobloggar kommer att se ut i framtiden?

	<i>Håller med</i>	<i>Neutral</i>	<i>Håller inte med</i>
Fler journalister kommer att använda mikrobloggar.	50%	35%	15%
Mikrobloggar kommer att bli viktigare för journalistisk research.	32%	35%	33%
Mikrobloggar kommer att bli en viktigare nyhetskanal.	36%	31%	33%



Kommentar: Hälften av journalisterna som svarat på undersökningen tror att fler journalister kommer att använda mikrobloggar i framtiden. Cirka en tredjedel tror att det kommer att bli ett viktigare verktyg för research i framtiden och ungefär lika många tror att det blir en viktigare nyhetskanal.

Har du någon gång använt en mikroblogg? Uppdelat på arbetsområde.

	<i>Jag har både skrivit och läst en mikroblogg</i>	<i>Jag har läst mikrobloggar</i>	<i>Jag har aldrig använt en mikroblogg</i>
Inrikes	19,8	27,3	52,9
Kultur	22,5	23,6	53,9
Livsstil (mode, resor, mat, dryck, hälsa, etc.)	24,8	24,8	50,3
Lokalnyheter	14,3	26	59,7
Ekonomi/finans/entreprenörskap	19,9	28,7	51,5
Övrigt	23,7	20	56,3
Politik	16,7	34,1	49,2
Nöje	37	24,4	38,7
Vetenskap/medicin	16,5	21,4	62,1
Teknik/IT	37,3	21,6	41,2
Utrikes	16	33	51
Opinion	23,3	30,2	46,5
Miljö	17,5	20	62,5
Sport	14,8	18,5	66,7

Kommentar: Nöjesjournalister tillsammans med Teknik/IT-journalister är mest benägna att skriva i mikrobloggar. Utrikesjournalister, politiska journalister och journalister som arbetar med opinion föredrar att läsa. Sportjournalister använder mikrobloggar i minst utsträckning.

Hur väl instämmer du i nedanstående påståenden om hur mikrobloggar används idag?

Mikrobloggar är viktiga i det journalistiska arbetet

	<i>Håller med</i>	<i>Neutral</i>	<i>Håller inte med</i>
Inrikes	20	28,8	51,2
Kultur	19,8	29,3	51
Livsstil (mode, resor, mat, dryck, hälsa, etc.)	25,8	36,1	38,1
Lokalnyheter	12,8	36,1	51,1
Ekonomi/finans/entreprenörskap	21,2	20,5	58,2
Övrigt	16,7	41,7	41,7
Politik	24,8	27,7	58
Nöje	30,7	26,9	42,3
Vetenskap/medicin	17,1	29,8	53,2
Teknik/IT	22,3	24,4	53,4
Utrikes	22,2	30	47,8
Opinion	27,5	22,5	50,1
Miljö	20,6	30,1	49,3
Sport	16	28	56

Kommentar: Nöjesjournalister och journalister som arbetar med opinionsbildning är mest benägna att tycka att mikrobloggar är viktiga i det journalistiska researcharbetet. Färre journalister som arbetar med sport, lokalnyheter och vetenskap/medicin anser att de är viktiga i det journalistiska researcharbetet.

Hur väl instämmer du i nedanstående påståenden om hur mikrobloggar används idag?

Mikrobloggar är en viktig nyhetskanal

	<i>Håller med</i>	<i>Neutral</i>	<i>Håller inte med</i>
Inrikes	20,3	32,7	47
Kultur	23,9	31,6	44,5
Livsstil (mode, resor, mat, dryck, hälsa, etc.)	33,1	30,3	36,5
Lokalnyheter	17,6	38,9	43,5
Ekonomi/finans/entreprenörskap	20,8	22,4	56,8
Övrigt	30	31,7	38,3
Politik	18,7	29,7	51,7
Nöje	38,5	27,9	33,6
Vetenskap/medicin	22,6	31,2	46,2
Teknik/IT	28,1	25,8	46
Utrikes	20,4	34,1	45,4
Opinion	31,3	27,5	41,3
Miljö	21,9	30,1	48
Sport	16	40	44

Kommentar: Journalister som arbetar med Nöje och livsstil, opinion och teknik rankar mikrobloggar högre som nyhetskanal. Journalister som arbetar med politik, lokalnyheter och sport anser i lägre utsträckning att det är en viktig nyhetskanal.

Så här gjordes undersökningen

Totalt har 727 svenska journalister medverkat i undersökningen, som genomfördes under juni 2009. Svarsfrekvensen var 18 procent. Kontaktuppgifter till journalisterna kommer från Cisions journalistdatabas som är tillgänglig i CisionPoint, en portal för pressmaterial och distribution.

Om Cision

Cision har mer än 2600 anställda i Europa, Nordamerika och Asien, och har partner i 125 länder. Cision AB omsatte under 2007 1,9 miljarder kronor och är noterat på den nordiska börsen.