

## Sosiale medier

IKT Norges "[Veikart for vekst og velferd – en oppdatert IT-politikk](http://tiny.cc/veikart)"<sup>1</sup> sier følgende;

*IKT-Norge vurderer det som svært viktig at læringsinstitusjonene på alle nivå i så stor grad som mulig benytter de samme verktøyene som barn kjenner og/eller ser utenfor skolesituasjonen. Så mens vi fremdeles har skoler som gjør sitt ytterste for å stenge Facebook og mobiltelefoner ute av skolen er det nettopp slike verktøy som må omfavnes og dras nytte av i undervisningen.*

### **Hvorfor snakker vi så mye om sosiale medier?**

Det er en grunn til at vi snakker mye om sosiale medier i dag, og det er fordi bruken er viktig både i offentlig sektor og i næringslivet – og det betyr derfor at det er viktig for elevene å lære seg å bruke disse kanalene.

Bruk av sosiale medier har økt kraftig, 3 av 4 nordmenn bruker Facebook, Twitter osv. 2/3 av den globale befolkningen besøker sosiale nettverk. Bruk av sosiale medier ligger foran f.eks bruk av epost, og vokser raskere enn noe annet på nettet. En hovedårsak til endringen av bruk når det gjelder epost var at tidligere logget vi oss på og av - vi hadde oppringt samband gjerne - og så sjekket vi eposten i bolker... nå derimot er vi online hele tiden, og dette gjør også at oppførselen vår endres. Det er vanskelig å komme utenom sosiale medier, du må ta stilling både som privatperson og virksomhet.

Noen tall<sup>2</sup>, 13 timer med video lastet opp pr min på YouTube, Twitter har 3 mill twitringer daglig, antall YouTubevideoer som vises hver dag er 100 millioner, 4 milliarder foto ligger på Flickr

Skal man oppsummere noen viktige punkt i forhold til sosiale medier må det være:

- du må forholde deg til sosiale medier enten du liker det eller ikke, og enten du deltar eller ikke – sannsynligvis blir du/bedriften nevnt av andre
- skaff deg kunnskap om sosiale medier og hvordan de fungerer – prøv selv
- du må ha en strategi for hvordan du skal være tilstedeværende og hvordan du ønsker å bli oppfattet
- å være tilstede/bruke sosiale medier aktivt krever ressurser, du må ha noen som følger opp
- du trenger ikke bruke alle sosiale medier, finn noen som fungerer for deg og bruk disse – ikke alle sosiale medier er like funksjonelle for ditt behov



Ved [Griffith University](http://www.griffith.edu.au)<sup>3</sup> tilbyr man f.eks Twitter som fag - og dette gjør de av to grunner; mange studenter ser ikke ut til å kjenne til fornuftig bruk av Twitter (og det gjelder nok ikke bare studenter), den andre grunnen er at mange arbeidsgivere mener at det å ha kompetanse på sosiale medier er et "must" for i det hele tatt å komme i betrakning som arbeidssøker - og det er derfor viktig at man kan dokumentere kunnskapen - for å bli ansatt må man vite hvordan sosiale medier er til fordel for bedriften og hvordan sosiale medier kan hjelpe bedriften i å oppnå sine mål.

<sup>1</sup> <http://tiny.cc/veikart>

<sup>2</sup> Pr september 2009

<sup>3</sup> <http://smartersocialmedia.com/blog/university-of-twitter/>



## **En sosial identitet**

Enten man vil eller ikke skaper man seg en identitet, spørsmålet er hva slags identitet man skaper seg. Yngre tenker gjerne ikke så mye over det, men virksomheter har nok et mer bevisst forhold til det. Forstå hvordan man kan spre egne nyheter. En identitet som gjør at andre kan stole på deg, forholde seg til deg som person eller det din virksomhet står for. Man må dele; tanker, innsikt, tips – by på seg selv – enten man er privat eller virksomhet.

## **Sosiale medier endrer kommunikasjonen**

Man ønsker å kommunisere et budskap med større kontroll enn gjennom tradisjonelle medier. Sosiale medier utfordrer for alvor tradisjonelle medier. Sosiale medier er fortsatt helt i startfasen – blir spennende å se utvikling av kommunikasjon framover. Som bruker opplever vi at det er lett å dele, samarbeide, handle. Den siste tiden har vi sett hvordan det politiske miljøet har benyttet seg av sosiale medier i forbindelse med valgkamp (eks Obama).

## **Hvordan kan man profitere på sosiale medier? Hvorfor det er viktig å lære om sosiale medier..**

- Du kan skape deg en interessant personlig identitet på nett (*husk å oppdatere status, settes inn i en strategisk sammenheng, hvordan skal man fremstå, tilføre sin bruk av sosiale medier en ekstra dimensjon for å ligge foran konkurrenter, bidra til at min kommunikasjon er mer interessant enn alle andre – vanskeligere enn man i utgangspunktet tror*)
- Du kan selv ta kontroll på din kommunikasjon med omverdenen, direkte mot velgere, kunder osv
- Du kan skape engasjement gjennom aksjoner eller grupper (*eks YouTube, Facebook, Twitter osv*)
- Du kan profilere og markedsføre enhver merkevare – kostnadseffektivt
- Sosiale medier vil bli en viktig handleplass i tiden som kommer...og et slagferdig annonsemedium med store kunnskaper om brukerne

Sosiale medier er mektige, store og slagkraftige – men det finnes en forutsetning som ofte blir undervurdert; **hvordan bli synlig i den store jungelen av sosiale brukere?** Man må sende ut info til alle venner og håpe at de igjen sender til sine venner osv. – har man ikke noe å tilby stopper det på et lavt antall tilhengere. Dette er utfordringen.

## **Hvilke sosiale medier finnes?**

Figuren under kan gi et pekepinn på noen av de mange verktøyene som er tilgjengelig i web2.0 - og som man ser omhandler sosiale medier alt fra blogg, sosial bokmerking, microblogging, wiki, live-chat, bilde/bildedeling, sosiale nettverk osv.).

Her finner du en [forklaring på engelsk om hva som er sosiale medier](http://www.commoncraft.com/socialmedia) <sup>4</sup>(video; Social Media in Plain English).

*"Social Media in Plain English" is a metaphor-rich explanation of Social Media. The video tells a story of a town that changes as a result of everyone being able to make their own ice cream. The video includes:*

---

<sup>4</sup> <http://www.commoncraft.com/socialmedia> (video: Social Media in Plain English)



- *Social Media's role in giving people the power to produce video, music, etc. on the web*
- *How social media compares to traditional media*
- *How fans play a role in deciding what should be findable and popular*
- *The benefits of social media to individuals and organizations*



## ***Hvorfor er det viktig å ha en strategi i forhold til sosiale medier?***

Dette er kanskje mest rettet mot næringsliv mer enn skole - men er tatt med fordi dette danner bakgrunn for hva slags holdninger elevene må ta med seg fra skolen og ut i yrkeslivet. Den omhandler hvorfor det er så viktig at man lager seg en strategi for hvordan man ønsker å framstå på nettet, og henger slik sett også sammen med hva man bør publisere om seg selv, at man ikke kan endre adferd selv om man er på nett, hvilken identitet man ønsker å ha på nett, at man ikke bør være anonym på nett osv.

Grunnen til at man bør utforme en strategi er bl.a at etterhvert som sosiale medier blir utbredt vil også dine ansatte bruke dem – både privat og på jobb. Det er viktig at alle – både bedrift og ansatte – har samme forståelse for hva som er forventet, hva man kan og ikke kan skrive om, hvordan man løser problemer og lærer hva man bør unngå når det gjelder både personlige og profesjonelle uttalelser.

### **En sosial identitet**

Enten man vil eller ikke skaper man seg en identitet, spørsmålet er hva slags identitet man skaper seg. De som er yngre tenker gjerne ikke så mye over problemstillingen, men virksomheter har nok et mer bevisst forhold til det. Du må forstå hvordan man kan spre egne nyheter. Du må lage en identitet som gjør at andre kan stole på deg, forholde seg til deg som person eller det din virksomhet står for. Man må dele; tanker, innsikt, tips – by på seg selv – enten man er privat eller virksomhet



Selv om du snakker som individ kan andre oppfatte at du snakker på vegne av bedriften. Dersom du blogger, deler bilder, trykker/publiserer eller har andre emner som kan assosieres med bedriften – vær i forkant og forklar at du arbeider for bedrift, men at du ikke er offisiell talsperson og tilføy teksten: “Meninger og holdninger er mine personlige og reflekterer ikke nødvendigvis bedriften sine”

Man skal ikke sensurere innlegg dersom man åpner for dialog; Det gode, det dårlige, men ikke det stygge. Hvis innholdet er positiv eller negativt og i rett kontekst godkjenner/godtar vi innholdet – uavhengig om det er til fordel eller til ulempe for bedriften. Hvis innholdet er stygt, offensivt og ute av kontekst avviser vi innholdet.



## Hva slags dialog har du med kundene dine?

Dette er et viktig spørsmål, sosiale medier åpner for dialog. Hva er resultatet hvis du åpner for å klage; for det første trenger du ikke få mange like henvendelser – for det andre hjelper brukerne hverandre - åpenheten gjør det mer effektivt og man får samarbeid selv om de (kundene) er misfornøyde i utgangspunktet. Selvfølgelig må man også kommunisere ut det som er bra.

### ***Vær ettertenksom og bevisst;***

Hvis det:

- hjelper deg, dine kollegaer, våre kunder eller partnere til å gjøre sin jobb og løse problemer;
  - øker kunnskap eller evner;
  - bidrar direkte eller indirekte til å bedre bedriften sine produkter, prosesser og strategier;
  - bygger nettverk;
  - hjelper bedriften å promotere sine verdier
- da gir det verdi. Selv om det ikke nødvendigvis er direkte relatert til forretningsvirksomhet vil bakgrunnsinformasjon som du velger å dele om deg selv; f.eks informasjon om familie og personlige interesser – kunne hjelpe til med å bygge relasjoner mellom deg og dine lesere..men det er helt ditt eget valg om du velger å dele denne informasjonen eller ikke.

### ***Tilleggslesing for deg som ønsker å vite mer:***

- bloggen til Mediebruket (*Arild Nybø*) med innlegget ["Framlegg til regler for debattforum"](#) <sup>5</sup>
- NRKBeta ["Fem tips for suksess på det sosiale nettet"](#) <sup>6</sup>
- Nina Nordbø ["Journalister og det farlige privatlivet"](#) <sup>7</sup>
- blogginnlegget ["Du eksisterer ikke..."](#) <sup>8</sup>
- NRKBeta ["Effekten av sosiale medier"](#) <sup>9</sup>
- ["Kleskode for avatarer"](#) - tenk på hvordan du framstår visuelt <sup>10</sup>
- Digi.no ["Overvåker fritidsbruk av Facebook"](#) <sup>11</sup>
- Digi.no ["Lønnsomt å bruke sosiale medier"](#) <sup>12</sup>
- E24 ["Usikre på sosiale medier"](#) <sup>13</sup>
- ["Connected"](#) <sup>14</sup> - blogginnlegg June Breivik
- Dagbladet ["Naboen ser deg på nett"](#) <sup>15</sup>
- ["Hva er sosiale medier og hva er vitsen"](#) <sup>16</sup> – blogginnlegg Ida Aalen

<sup>5</sup> <http://blogg.mediebruket.no/2009/09/framlegg-til-reglar-for-debattforum.html>

<sup>6</sup> <http://nrkbeta.no/2009/09/25/fem-tips-for-suksess-paa-det-sosiale-nettet/>

<sup>7</sup> <http://www.ninanord.no/2009/10/ny-journalistikk/>

<sup>8</sup> <http://evabra.wordpress.com/2009/09/30/du-eksisterer-ikke/>

<sup>9</sup> <http://nrkbeta.no/2009/10/06/effekten-av-sosiale-medier/>

<sup>10</sup> <http://www.itavisen.no/825314/kleskode-for-avatarer>

<sup>11</sup> <http://www.digi.no/824303/overvaaker-fritidsbruk-av-facebook>

<sup>12</sup> <http://www.digi.no/823490/lonnsomt-aa-bruke-sosiale-medier>

<sup>13</sup> <http://e24.no/oppogfrem/job/article3282924.ece#AF>

<sup>14</sup> <http://junebre.blogspot.com/2009/09/connected.html>

<sup>15</sup> <http://www.dagbladet.no/a/8329933/>

<sup>16</sup> <http://idaaalen.wordpress.com/2009/10/01/hva-er-sosiale-medier-og-hva-er-vitsen/>

