



**Sosiale medier
– å dele og delta på nett**

NOKIOS-konferansen 22. september, 2011

***Høyskolelektor Cecilie Staude, Institutt for markedsføring,
Handelshøyskolen BI***

Hvem er jeg?



- **Høyskolelektor, Institutt for markedsføring, Handelshøyskolen BI**

Cecilie Staudes blogg



Hjem Om denne bloggen Om meg selv og jobben min

← Journalister i sosiale medier; hvordan balansere mellom å være profesjonell og privat? Fremskrittspartiets løse kanoner →

Kollektivt samhold i sosiale medier

Posted on 26. juli 2011 by [cecilie](#)

Det har vært dager utenom det vanlige. Tunge dager, der jeg har hatt både skrivesperre og vanskelig for å si noe. Først eksplosjonen i Oslo sentrum. Så marerittet på Utøya timer senere. Inntrykkene har vært mange, og situasjonen synes jeg har vært vanskelig å takle. Derfor har jeg vært mer passiv observatør enn aktiv deltager i dagene som er gått.

Jeg var på vei til Hvaler da jeg, via twitter, forsto at noe hadde hendt. Skulle besøke gode venner, bare kose meg i helgen. Fredag ettermiddag, kvelden, natten og igjennom hele helgen ble trangten til å vite mer sterk. For meg som for alle andre. Nettmediene var raskt ute med informasjon, de andre mediene ikke langt etter. Sjeldent har jeg sett så mange journalister levere så godt...

Men tradisjonelle medier til tross. For meg var det beste stedet å søke informasjon og holde meg oppdatert å følge venner i sosiale medier. Utover ettermiddagen og kvelden begynte særlig Twitter å fungere som en møteplass der man snakket sammen om det forferdelige som hadde hendt. Et sted å stille spørsmål, luften frustrasjon, sjokk, vantro og medfølelse for involverte, pårørende og hverandre. Den bærende stemmen bar preg av sterke følelser, ettertanke, klokskap og fornuft...

Følg meg !

Siste innlegg

- Er det greit å skrive blogginnlegg om saker jeg har hatt på trykk i andre medier?
- Det han egentlig sa..
- Fremskrittspartiets løse kanoner
- Kollektivt samhold i sosiale medier
- Journalister i sosiale medier; hvordan balansere mellom å være profesjonell og privat?

Siste kommentarer

- cecilie til Er det greit å skrive blogginnlegg om saker jeg har hatt på trykk i andre medier?

«Vi sitter ved vandet. En mann som skyter ikledd

Hjelp oss ift når po

Livredde besøkende på AUFs sommerleir
meldinger på Facebook og Twitter.

Twitret etter terror:

Ble internasjonal informasjonskilde



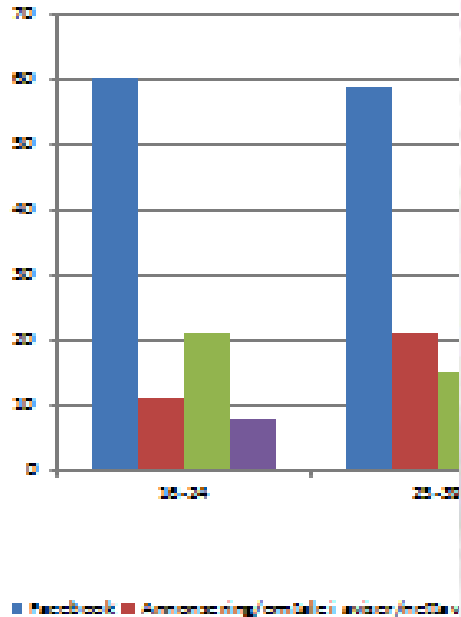
Ketil Børstein Stensrud har siden terroren rammet Norge fredag twitret om situasjonen. Det har gjort ham til en internasjonal nyhetskanal. Twittreren understreker at dette ikke har vært noen intensjon.

Foto: Marius Arnesen/Lars Erik Larsen Montasje: Leif Dalen/NRK

Under terroren som rammet Norge fredag, begynte 26-årige Ketil Børstein Stensrud fra Kristiansand å legge ut oppdateringer om situasjonen på Twitter. Siden da har han blitt intervjuet av BBC på TV og radio, og hatt live-oppdateringer om utviklingen på forsiden til britiske storaviser.

Hvordan fikk o

Et



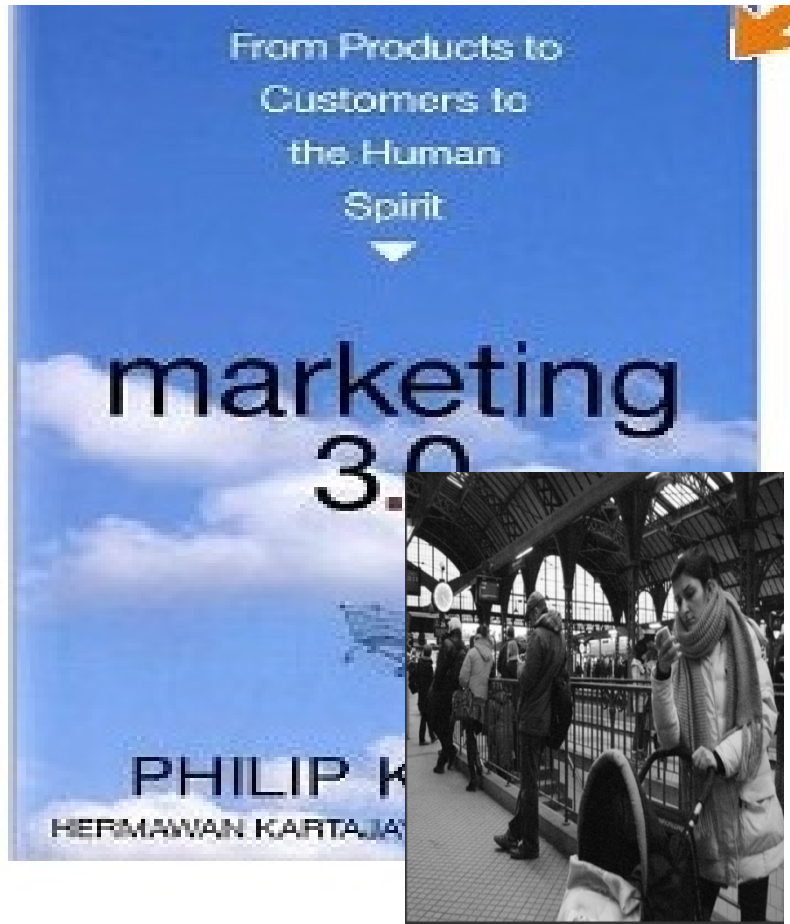
2 NYHETENE Politisk.no Krim Forbruker
 konomi Helse TV 2 Nyhetene: A-A

Nyhetene Innenriks

SORG: Mange nordmenn har brukt sosiale medier til   uttrykke sin støtte, sorg og fortvilelse om terror-massakren i Oslo og Utøya fredag 22. juli 2011.

Uttrykker sorgen gjennom sosiale medier

Kommunikasjonsvaner i endring: Maktbalansen forskyves



- **Consumptions:**
 - fra å motta til å delta
- **Creations:**
 - brukergenerert innhold
- **Connections:**
 - deling av innhold
- **Control:**
 - Brukermakt !

Fylkeskommuner på Twitter og Facebook – september 2011

Fylkeskommune 15. september 2011	Twitter følgere	Antall tweets	Facebook "likere"	Facebook vegg
Akershus	159 (117)	49	134 (94)	Åpen vegg
Aust-Agder	224 (172)	271	85 (Ny)	Åpen vegg
Buskerud	429 (318)	518	511 (313)	Åpen vegg
Finnmark	297 (238)	127	511 (424)	Åpen vegg
Hedmark	58 (24)	44	-	-
Hordaland	323 (232)	378	-	-
Møre og Romsdal	406 (350)	1203	109 (74)	Åpen vegg
Nordland	-	-	452 (363)	Åpen vegg
Nord-Trøndelag	-	-	567 (523)	Åpen vegg
Oppland	288 (217)	495	294 (228)	Åpen vegg
Oslo*	2087*	930*	-	-
Rogaland	330 (217)	180	-	-
Sogn og Fjordane	-	-	-	-
Sør-Trøndelag	184 (154)	162	210 (153)	Åpen vegg
Telemark	312 (251)	63	-	-
Troms	-	-	1329 (1275)	Åpen vegg
Vest-Agder	74 (Ny)	193	-	-
Vestfold	173 (133)	461	414 (353)	Åpen vegg
Østfold	39 (Ny)	20	-	-
SUM	5383 (2423)	5094	4616 (3800)	Alle har åpen vegg

Rådmannen i Lunner kommune's blogg

Betraktninger fra en rådmannstol



Hvem er rådmannen i Lunner...

Når noen roper høyt, er det ikke så lett å bli hørt. Posted by: [toremandresen](#) | februar 7, 2011



Overskriften på side 8 sist onsdag i Oppland Arbeiderblad (OA) var "Lunner med Norges høyeste SFO-priser". Dagen etter stod det i Hadeland, "Lunner på pristoppen for SFO", med underteksten "... men det er på mat og ferietilbud". Dagen etter stod det en liten artikkel i OA om at rangeringen kommunene i mellom ikke var riktig.

Kilden til påstanden var en undersøkelse til Forbrukerrådet. De hadde gjort en undersøkelse nå hvor gode kommunene var til å informere om sine priser nå sine

Dagens Onde Kvinner - First for

History Bookmarks Tools Help

persondekvisner.net/

Google

zbin Aviser Div Blogger Le Monde.fr: A la Une tv Værvarsel time for ...

Kv... Dagens Onde Kvinn... Gmail - Inbox Gmail - Inbox (25) it.no - first

Dagens Onde Kvinner

Bloggerne setter dagsorden!

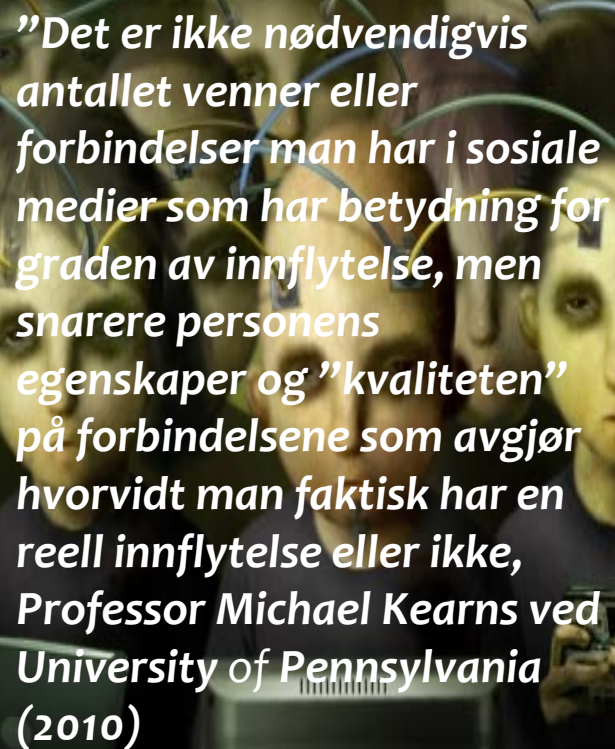
CECILIE STAUDE - høyskolelektor, Institutt for markedsføring, Handelshøyskolen BI

En studie av bloggere bidrag til opinionsdanning og dagsordensetting konkluderer den amerikanske professoren Aaron Delwiche med at vi er på vei til en tilstand der folk vil fortelle mediene hva de ønsker å vite mer om, istedenfor at mediene forteller folk hva de skal være opptatt av. Bloggeren "Drusilla" (bildet) er en aktiv blogger.

Bloggere som ikke har noe å si, og ledere som ikke har noe på hjertet, kommer til kort, nå som før.

Strategisk forankring

- Hvilke oppgaver skal sosiale medier løse ?
- Hvem ønsker man å nå ?
- Hva skal være målet med tilstedeværelsen ?



”Det er ikke nødvendigvis antallet venner eller forbindelser man har i sosiale medier som har betydning for graden av innflytelse, men snarere personens egenskaper og ”kvaliteten” på forbindelsene som avgjør hvorvidt man faktisk har en reell innflytelse eller ikke, Professor Michael Kearns ved University of Pennsylvania (2010)



Sosiale medier i departementene - i dag og fremover

Styrker

- Spredning av informasjon
- Fremstå som spennende og fargerike
- Nå spesifikke målgrupper

Svakheter

- Falsk representativitet
- Rolleforvirring

Muligheter

- Demokratisering gjennom involvering
- Innovasjon og nyskapning gjennom deling av data
- Skape engasjement

Trusler

- Ressurskrevende
- Informasjonsoverflod
- Useriøs kanal?
- Personvern
- Tap av kontroll
- Kun en ny utkanal?

Sosiale medier i
departementene



Wall

Info

Friend Activity

Photos

Blogs

Peanut Product Recall Blog

January 31, 2009

Dos and Don'ts During the Peanut Salmonella Outbreak: FDA's Dr. Stephen Sundlof

Posted on January 31, 2009 at 04:47 AM | Facebook | Comments (1) | 344 views

January 30, 2009

Message from Acting Director of CDC

As I stepped into my new role as Acting Director of the Centers for Disease Control and Prevention (CDC), important new information was emerging about the Salmonella Typhimurium outbreak. CDC epidemiologists, working with state and local health departments, were analyzing the results of telephone interviews of persons who became ill with the outbreak strain. The study found an association between illness and

RECALLS

BLOG HOME

ABOUT THIS BLOG

COMMENT POLICY

Comments submitted after hours or on weekends will be posted as early as possible the next business day.

LINKS

[FDA Peanut Butter Recall Update](#)

- **HHS Peanut Product Recall Blog (HHS)**

This new blog will include posts from CDC, FDA and HHS representative.

- **CDC National Center for Zoonotic, Vector Borne, and Enteric Diseases (NCZVED) (CDC)**

On the Public Health Matters Blog: Ingredient Driven Outbreaks: The Inside is Bigger than the Outside

Learn more about CDC's use of blogs at CDC.gov/SocialMedia/Tools/Blogs.html

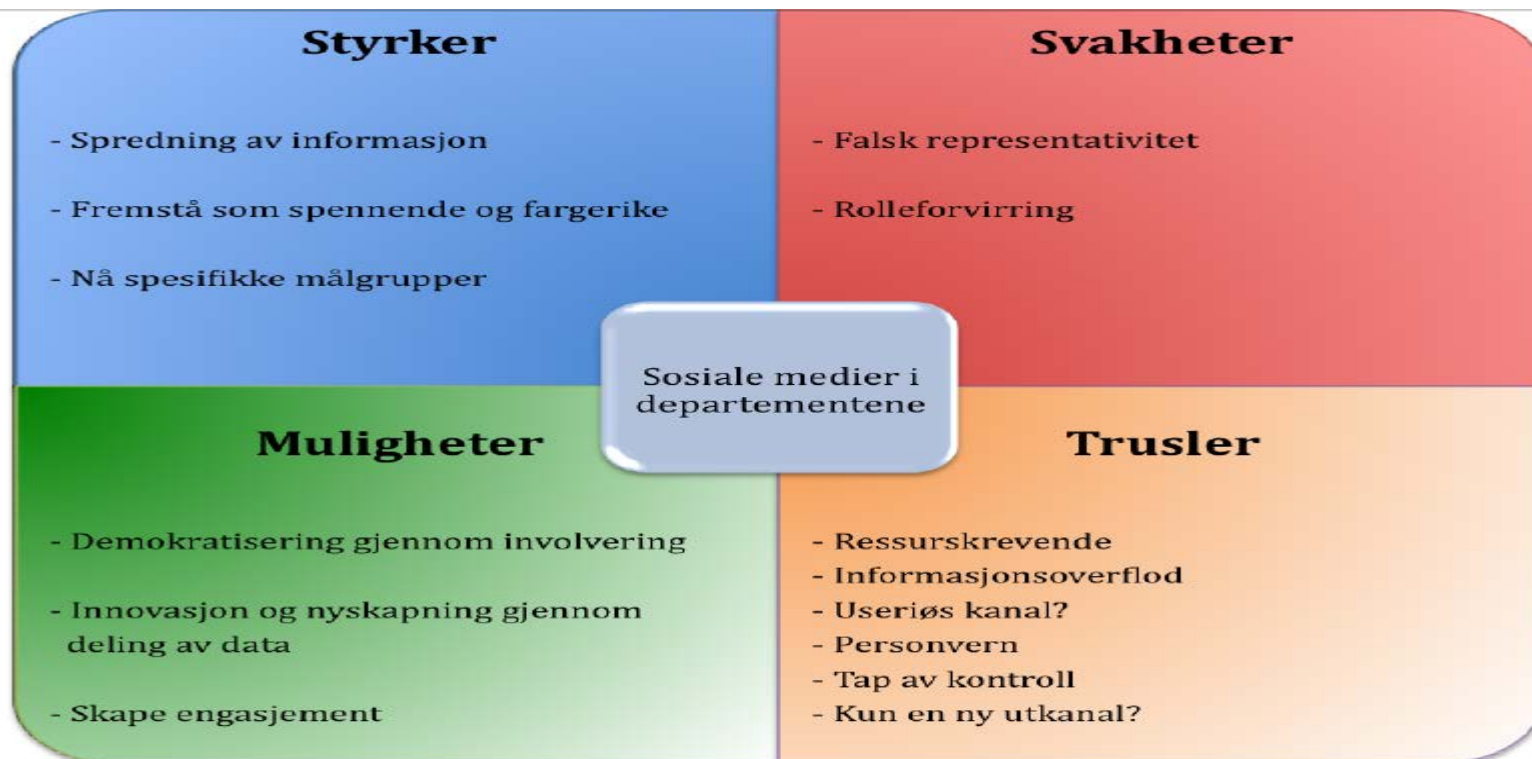
BI

28.09.2011

10



Sosiale medier i departementene - i dag og fremover



Samfunnsforskners blogg

Samfunnsforskners blogg handler om sosiale medier, sosiologi, sosial teori, og politikk. Bloggen er ikke noe forskningspublikasjon men et fritt rom for formidling.

TIRSDAG 23. NOVEMBER 2010

Hvorfor må vi være private i sosiale medier? Er privat uttrykk i sosiale medier et tegn for narsissime?

Kommunikasjon i sosiale medier, sammenliknet med ansikt til ansikt kommunikasjon, innebærer at vi har tilgang til å få sosiale indikasjoner om vår partners identitet. Selvavsløring er nødvendig for å knytte og opprettholde (svake) relasjonelle bånd med fremmede personer.

Når vi interagerer i digitale medier har vi tilgang til få elementer av våre kommunikasjonspartneres sosiale identiteter. Formålet med bruk av ulike medierte kommunikasjonsteknologier har vært, helt fra de første skriftene, å kunne utveksle informasjon mellom mennesker uten å være fysisk til stede. Sosiale medier ekspanderer mulighetene for instant og ikke-fysisk kommunikasjon uten begrensinger knyttet til tid eller rom. Sosiale medier gjør det også mulig å kommunisere med mange samtidig, samt å ha en personlig konversasjon i full offentlighet.

I sosiale medier er vi assosiert med partnere som ikke nødvendigvis er tilstede f

ONETRUEFAN



OM MEG



Bernard Enjolras

Forsningsleder ved
Institutt for
samfunnsforskning,
far, franskmann i

Roller: Hvordan du fremstår..

Psycholog diskuterte overgrepssaken på Facebook - N...

Psykolog diskuterte overgrepssaken på Facebook

ELVERUM/OSLO (Aftenposten.no): Jannike Willoch sier hun angrer på innleggene, som hun slettet raskt.

AV NICOLAI HEYERDAHL, PER ANNAR HOLM

Oppdatert: 12.01.11 kl. 18:27 Publisert: 12.01.11 kl. 16:28

Les også:

- [Etterforsker årene for Alvdal-tiltalen](#)
- [Filmet selv overgrepene](#)
- [Psykolog får kritikk i Alvdal-saken](#)
- [Krever ni millioner fra tiltalte](#)

Psykolog og overlege Jannike Willoch, som var oppnevnt som sakkyndig i den omfattende overgrepssaken i Nord-Østerdalen, oppga detaljer om saken i en åpen diskusjon med et knippe andre Facebook-medlemmer.

Willoch hadde da som oppdrag å kartlegge hvilke helseskader barna fra Alvdal er påført som følge av overgrepene.

- Les også: [Krevde 200.000 kroner - fikk ingen ting](#)

Del    Tips en venn  Skriv ut

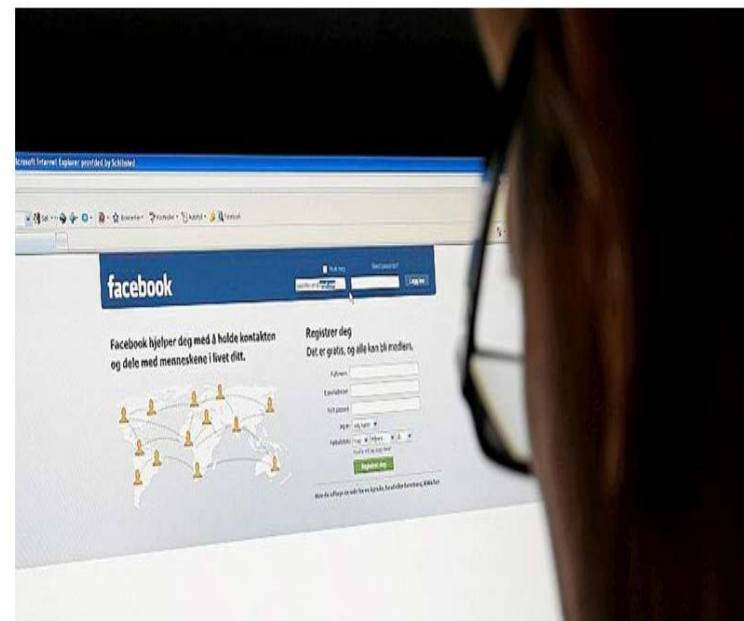
TIPS TLF: 02286 SMS/MMS: 2286
2286@aftenposten.no

FAKTA: Overgrepssaken i Alvdal:

- Tre menn og to kvinner er tiltalt for grove overgrep mot to mindreårige søskenpar i Alvdal.
- På tiltalebenken sitter det ene søskenparets mor og stefar, det andre søskenparets foreldre og en nabo.
- Tiltalen omfatter blant annet voldtekt, incest og filming/fotografering av de seksuelle overgrepene.
- Ifølge tiltalen pågikk overgrepene fra høsten 2003 til høsten 2007. Barn og mellom søskenpar ble påført

Fikk sparken da han kalte jobben for «galehuset»

En 28-åring mistet jobben sin hos Volvo i Sverige etter at han kommenterte jobben sin på Facebook.





MGP-BRÅK: Rita Ormbostad oppdaterte sin Facebookstatus da Stella Mwangi vant Melodi Grand Prix. Det har skapt rabalder. Foto: Aure kommune / Krister Sørbo, VG.

Publisert 16.02.11 - 15:55, endret 16.02.11 - 17:22 (VG NETT)

[Tweet](#) 0
 [+1](#) 0
 [Anbefal](#) +297
 [E-post](#)

(VG Nett) Gi meg samer, isbjørner og moskuser i MGP, skrev varaordfører Rita Ormbostad (H) etter Stellas seier. Det har satt

Siste 3 saker

The BlackSheeps anker - ønsker sakskostnadene dekket

(VG Nett) Advokat Kjell Heggvold mener Agnete Johansen (47) og Emilia Nilsen (46) vest The

Få konsekvensar for varaordførar



Rita Ormbostad

Foto: Eirik Haukenes/NRK

Facebook-ytringar frå varaordførar Rita Ormbostad i Aure har skapt reaksjonar, men får truleg få konsekvensar for lokalpolitikaren.

TRÆDAL TORKJELL SVEIN SMØRDAL
svein.smordal@nrk.no

Publisert 17.02.2011 08:46.

[Kommentarer](#)
[Del](#) 28
 [Tweet](#) 0
 [Del/tips](#)
[Skriv ut](#)

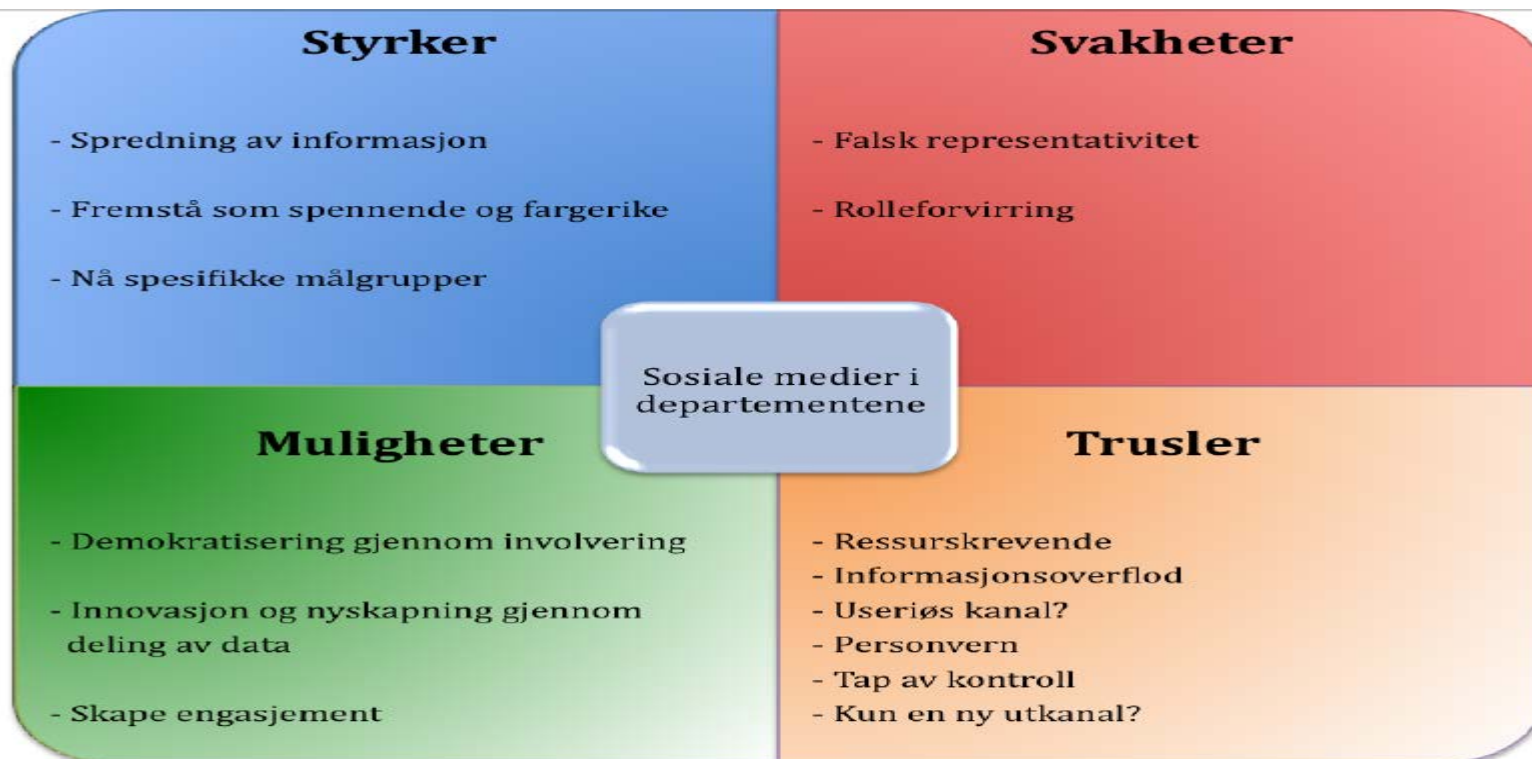
- Veldig naivt gjort, eg burde ha tenkt meg om. Dette er ein feil som eg i alle fall ikkje gjer ein gong til, seier Rita Ormbostad.

Les

- Jeg angrep på alt



Sosiale medier i departementene - i dag og fremover



Learning



Intelligence



Network



THE PUBLIC RELATIONS STRATEGIST

The Public Relations Strategist — Current Issue | *The Public Relations Strategist* — Summer 2010 Issue

Handling a Fake Twitter Account: @BPGlobalPR Leaves Lasting Impression on Crisis Communications

By **Nathan Schock** 1 Comment

Recommend 29 people recommend this.

August 23, 2010

At 3:07 p.m. on May 19 — 29 days after the start of the Gulf oil crisis — @BPGlobalPR sent out its first tweet: "We gratefully admit that something

Consumers vote.
Sales increase.

IT'S YOUR TURN TO WIN



2011 WINNERS



Viewpoint: U.S. Military Abuses Social Media

Industry Should Disavow and Offer to Do It Right

By: Jonathan Salem Baskin Published: May 11, 2011



**Jonathan
Salem Baskin**

British newspapers reported in mid-March that the American military plans to manipulate social-media sites by flooding them with fake identities and propaganda intended to counter Islamic extremism. They've been working on it for a while. General David Petraeus told Congress last year that such activities were intended to "...ensure that credible voices in the region are heard." You can read about it [here](#).

You should care, as a marketing leader, and as a citizen.



Sosiale medier i departementene - i dag og fremover

Styrker

- Spredning av informasjon
- Fremstå som spennende og fargerike
- Nå spesifikke målgrupper

Svakheter

- Falsk representativitet
- Rolleforvirring

Muligheter

- Demokratisering gjennom involvering
- Innovasjon og nyskapning gjennom deling av data
- Skape engasjement

Trusler

- Ressurskrevende
- Informasjonsoverflod
- Useriøs kanal?
- Personvern
- Tap av kontroll
- Kun en ny utkanal?

Sosiale medier i
departementene



NORGE

Sosiale medier er personlige

Av: [Cecilie Staude](#) - 26. august, 2011 [3 kommentarer](#)

Liker 10 Tweet 18 [Skriv ut utskriftsvennlig side](#)

VALGKOMMENTAR: Noen partier bruker sosiale medier kun som ny utkanal, med stor grad av enveiskommunikasjon, ofte med innhold som oppfattes som ren promotering av egne saker.

Frem mot valget vil Cecilie Staude, Thor Bjarne Bore og Tom S. Therkildsen kommentere valgkampen her hos Minerva.

Politisk valgkamp er i endring. Flere og flere politikere posisjonerer seg på Facebook, Youtube, Twitter og blogg. Det er ønsket om å komme "tettere på" velgerne som ofte er motivet for at politisk kommunikasjon i sosiale medier nå har blitt strategisk viktig for mange av partiene. Og det tror jeg er lurt.

Ferske forskningstall fra boken "[Det politiske Landskap](#)" (Bernt Aardal red.) bekrefter at forholdet mellom mobilisering og overbevisning blant velgerne er i endring. Selv om andelen av velgere som vandrer mellom partiene for første gang siden 1985 er på vei nedover, hevder valgforskeren at halvparten av velgerne er usikre på hva de skal stemme – og om de skal stemme i det hele tatt. Særlig gjelder dette de unge, som ofte omtales som politisk uengasjerte, og i mindre grad identifiserer seg med partier enn eldre velgere.

Dele opp sin online-aktivitet:

- Bør ha et mangfold i sine sosiale nettverk
- Bør man skille mellom sitt personlige liv og det profesjonelle livet
- *”Det å ha flere og overlappende nettverk er bedre enn å ha ett stort samlet nettverk,”*

Tusen takk for meg!

**Cecilie Staude, høyskolelektor
Institutt for markedsføring
Handelshøyskolen BI**

Mob: + 47 4641 0190

Mail: cecilie.staude@bi.no

Blogg: <http://ceciliestaude.no>

Twitter:<http://twitter.com/ceciliestaude>

