

Yhdysvaltalaistutkimus: Valtaosa toimittajista käyttää sosiaalista mediaa juttujen taustoittamiseen

Medianäkyvyyden kansainvälinen asiantuntija Cision tutki Yhdysvalloissa toimittajien sosiaalisen median käyttöä työssään. Tutkimuksen mukaan 89 % käyttää blogeja, 65 % sosiaalisen median verkostoja ja 52 % mikroblogeja – lähteiden luotettavuus kuitenkin huolestuttaa. Ensisijaisena lähteenä pidetään edelleen viestinnän ammattilaisia.

Cisionin ja George Washington yliopiston maisteriohjelmassa tehdyn tutkimuksen mukaan valtaosa toimittajista on riippuvaisia sosiaalisen median lähteistä juttujen taustoittamistyössä. Haastatelluista amerikkalaistoimittajista 89 % hyödyntää blogeja, 65 % sosiaalisen median verkostoja, kuten Facebookia ja LinkedIn-sivustoa, ja 52 % mikroblogeja, kuten Twitteriä. Tutkimuksen mukaan 61 % toimittajista käyttää myös Wikipediaa, tunnettua verkkotietosanakirjaa.

Tulokset osoittavat, että vaikka suurin osa toimittajista käyttää kasvavassa määrin sosiaalista mediaa, ovat he tietoisia siitä, että sieltä saatava tieto täytyy vielä varmentaa. Toimittajista 84 % piti sosiaalisen median lähteitä melko tai erittäin epäluotettavina verrattuna perinteisen median lähteisiin. Heistä 49 % sanoo, että sosiaalisesta mediasta puuttuu faktatietojen tarkistus, varmennus ja raportointikäytännöt.

- Yhdysvalloissa toimittajat käyttävät sosiaalista mediaa yhtenä lähteenä, useiden muiden taustoittavien lähteiden joukossa. Verkon ja sosiaalisen median rooli korostuu myös suomalaisten toimittajien keskuudessa, kertoo **Susanna Tirkkonen**, Manager Social Media Solutions. Toimittajat tarvitsevat tietoa nopealla tempolla, tässä ja nyt, siksi verkosta saatavan tiedon merkitys kasvaa. Cision julkaisee pian tuloksia myös Pohjoismaista, lupaa Tirkkonen.

Viestinnän ammattilaiset toimittajien tärkein tietolähde

Cisionin ja George Washingtonin yliopiston tutkimuksen mukaan useat toimittajat kääntyvät viestinnän edustajien puoleen taustoittaessaan juttujaan. Toimittajista 44 % turvautuu heihin saadakseen haastatteluita ja jututtaakseen asiantuntijoita. Samalla 23 % koki heidät korvaamattomiksi silloin, kun haluttiin suoria vastauksia kysymyksiin ja yksityiskohtaista tietoa. Toimittajista 17 % odotti viestinnän ammattilaisilta myös näkemystä ja taustoitusta omiin juttuihinsa.

Tutkimuksen tilaus

Oy Cision Finland Ab, Susanna Tirkkonen, sähköposti susanna.tirkkonen@cision.com

Lisätietoa tutkimuksesta

Tutkimuksen toteuttivat yhteistyössä Cision US, Don Bates ja George Washington University. Tutkimuksen tavoitteena oli syventää näkemystä siitä, miten toimittajat arvostavat sosiaalista mediaa ja muita lähteitä toimitustyönsä tukena. Kysely lähetettiin 9 100 toimittajalle syksyllä 2009.

Lisätietoa opinto-ohjelmasta The George Washington University Strategic Public Relations Program: Ohjelma perustettiin syksyllä 2008. Ohjelman kautta voi suorittaa maisterin tutkinnon paikallisesti tai verkko-opiskeluna (www.gwu.edu/gspm).

Lisätietoja antaa

Oy Cision Finland Ab
Susanna Tirkkonen
Manager, Social Media Solutions
gsm 040 590 3393
sähköposti susanna.tirkkonen@cision.com