

Press release

2010-01-26

Undersökning från USA visar att fler och fler journalister förlitar sig på sociala medier som källa

Undersökningen visar att 89% använder bloggar, 65% använder webbplatser för sociala nätverk och 52% använder microbloggar såsom Twitter - tillförlitligheten är dock en omstridd fråga

LONDON, 20 januari, 2010 - En amerikansk undersökning utförd av Cision och George Washington universitets strategiska PR-program konstaterar att en överväldigande majoritet av reportrar och redigerare förlitar sig på sociala medier som källa när de gör reserach för sina nyheter. Bland de tillfrågade journalisterna sade 89% att de använder sig av bloggar, 65% av sociala medier som Facebook och LinkedIn, och 52% av microbloggar. Undersökningen visar också att 61% använder Wikipedia, det populära uppslagsverket online.

Samtidigt som resultaten framhäver den snabba tillväxten av sociala medier som en välanvänd informationskälla för journalister visar undersökningen också att journalister och chefredaktörer är väl medvetna om vikten av att kontrollera de uppgifter de får från sociala medier. Åttiofyra procent säger att källor från sociala medier var "något mindre" eller "mycket mindre" pålitliga än traditionella medier, medan 49% säger att sociala medier lider av "bristande verifiering och kontroll av fakta."

Enligt undersökningen vänder sig de flesta journalister till PR-proffs för att få hjälp i deras primära arbete med research. Tillfrågade redaktörer och reportrar sade att de är beroende av PR-proffs för "intervjuer och tillgång till källor och experter" (44%), "svar på frågor och riktad information" (23%), och "perspektiv, information i sitt sammanhang samt bakgrundsinformation" (17%).

"Sociala medier ger en mängd ny information för journalister, men att få ihop nyheten är lika viktigt som alltid, säger Don Bates, grundare och chef för GWUs strategiska PR-program, författare och föreläsare i

medierelationer. "Dagens PR-proffs utnyttjar i allt högre grad sociala medier som ett sätt att kommunicera. De har ett större ansvar än någonsin att den information de tillhandahåller journalister är korrekt och aktuell, ger tillgång till de primära källor som kan kontrollera fakta samt själva vara kunniga nog att tillhandahålla korrekt bakgrund och sammanhang.

Ladda ner hela undersökningen genom att klicka på pdf-filen.

För mer information, vänligen kontakta:

Magnus Thell, VD

E-post: magnus.thell@cision.com

Cision Sverige AB

Linnégatan 87A

114 88 Stockholm

Telefon: 0046 8 507 410 00

<http://se.cision.com/sv/>

Cision skapar förutsättningar för företag och organisationer att fatta bättre beslut och nå bättre resultat genom plattformen CisionPoint, som erbjuder tjänster för kommunikations- och PR-ansvariga. CisionPoint utsågs 2009 till vinnare av CODiE Award i klassen Best Online News Service av Software and Information Industry Association (SIIA). Med lokal expertis och global räckvidd levererar Cision relevant medieinformation, målgruppsanpassade distributions-tjänster, mediebevakning och kvalificerade analyser. Cision har kontor i Europa, Nord-amerika och Asien samt partners i 125 länder. Cision AB är noterat på Stockholmsbörsen och omsatte 1.8 miljarder 2008.

Detta pressmeddelande finns även på www.cision.com