

**Analys/
Wadbring & Ödmark**
Fem myter
om nyheter
i sociala medier

Det finns gemensamma faktorer som knyter samman de artiklar som får stor spridning på sociala medier. Och ett antal myter kring vilka som skapar dessa klickmonster.

AFTONBLADET MÅNDAG 16 JUNI 2014 Dagens namn: Axel, Axelina

Årets bästa sajt. Årets nyhetssajt. Årets Dagstidning digitalt.

debatt

Kontakta debattredaktionen

debatt@aftonbladet.se

Anna Andersson, redaktör, Natalia Kazmierska, redaktör, Ehsan Fadakar, debattchef.

Start Sport Nöje TV Ledare Väder A till Ö Q

Följ/Bevaka

Logga in

Köp PLUS

Debatt Debattredaktionen på Twitter Debattskolan Fuskklappar Jan Helin

SENASTE NYTT

Kyrkan behöver ett feministiskt initiativ

Så stärker vi kvinnors skydd mot sexuella övergrepp

Svik inte offren för sexövergrepp

Våga agera om din granne blir slagen

Alla kvinnor har rätt att leva fritt från våld

Visa fler »

Nordiskt forum normaliserar rasism

Hur bidrar Timb somalier får job

Hög tid för en k stat 11:49

Varför stoltsera att de tycker so 09:47

Rättsväsendet misslyckas med huvuduppdraget 09:29

Kyrkan behöver ett feministiskt initiativ

Förbud mot surrogat-mödraskap etiskt

Gör programmering till ämne i skolan

Vänster ojäms

Nästa g som bli

Moderna styr med h av SD

Startsidan / Debatt / Debattämnen / Jämställdhet

2014-03-07

ANNONS

Det sista vi behöver är ännu ett diettips

Mia Skäringer: Nu räcker det – jag har krånglat klart med min kropp

På min tv-produktion körde alla 5:2 och hotyoga. Innan var det LCHF, GI och personlig tränare. Fan tog den som åt potatis, pasta eller bröd!

Vad i hela friden gör hon? Vet hon inte. Att äta kolhydrater öppet är som att beställa en grogg på jobblunchen. Man framstår som oupplyst, bonnig och lite äcklig. Men en ihoprullad ostbit med smör inuti är helt okej att snacka på. Eller en nära kokostår i

Det är som om ingenting faller sig naturligt längre. Som om allt som gör mig till människa måste konstrueras fram.

Jag väcker mina egna ideal och är så full av dubbelmoral att inte ens barnen tror på mig längre.

Jag njuter av att se de små äta upp sin mat men plågas av samvete när jag själv äter upp

Ung och färdig köper nya kläder.

Fyrtio år det nya tjugo. Jag tänker inte ens på det längre, för mig är det är helt naturligt att jag som mamma har vitare tänder än mina barn. Det är

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

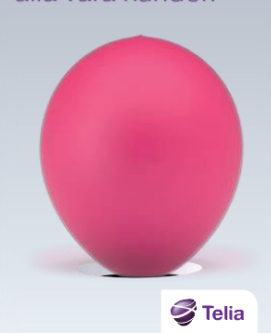
Rekommenderat av 150k

Tvätt

Rekommenderat av 150k

Tvätt

Nu har vi surfplattfest för alla våra kunder.



Telia

MEST LAST IDAG

Sluta behandla era ungar som kungar

Det är lätt att bli engagerad och upprörd över barn som far illa. Det senaste året...

Nordiskt forum normaliserar rasism

Många antirasistiska feminister upprörda...

Stat för en kurdisk

Sedan i tisdags har stora delar av det sunnidomrade...



INGELA WADBRING

Professor i medietutveckling vid Mittuniversitetet i Sundsvall

Professor i medietutveckling vid Mittuniversitetet i Sundsvall sedan våren 2011. Tidigare vid JMG i Göteborg och har under närmare 20 år arbetat med forskningsprogrammet Dagspresskollegiet. Expert i regeringens presstödskommitté som lade fram sitt betänkande hösten 2013.



SARA ÖDMARK

Adjunkt på journalistutbildningen vid Mittuniversitetet i Sundsvall

Sara Ödmark är adjunkt på journalistutbildningen vid Mittuniversitetet, och forskningsassistent i Dagspresskollegiet. Finns på Twitter som @alskadedumburk

» Rasism. Sexism. Kroppsideal. Föräldraskap. Välfärd. De tio mest delade svenska nyheterna på Facebook någonsin kan alla kopplas till något av de inledande fem orden. Det är engagerande ämnen som berör många, oavsett personlig uppfattning.

Vissa nyheter får en fantastisk spridning i sociala medier. En del är hyperaktuella medan andra dyker upp många år efter att de först publicerades. Vad är gemensamt för dessa nyheter och vad är det som utmärker dem? Det är den första frågan som ska diskuteras här. Den andra frågan handlar om dem som delar: utmärker de sig på något sätt från befolkningen i övrigt?

Inga fler dieter, tack!

Den allra mest delade nyhetsartikeln under årets fem första månader är Mia Skäringers krönika i Aftonbladet Det sista vi behöver är ännu ett diettips, som den 7 mars 2014 delades över 75 000 gånger. Efter tre dagar var den uppe i över 130 000 interaktioner – och den fortsatte förstas att delas även därefter. Den ligger på femte plats över artiklar med mest interaktion på svenska Facebook någonsin.

Definition av "mest delade"

De "mest delade nyheterna" har identifierats utifrån sina interaktioner, en sammanvägning av delningar, gillanden och kommentarer.

Medie världen Premium

Det finns tre huvudsakliga karaktäristika som utmärker dem som delar nyheter frekvent: de är yngre än genomsnittsbefolkningen, de är ensamstående och de är politiskt intresserade. Medelåldern bland dem som kan räknas som frekventa delare är 44 år, medan den bland dem som aldrig delat en nyhet är 56 år (åldersspannet i undersökningen går mellan 16 och 85 år). Att vara yngre innebär också att andra karaktäristika följer med: mer umgänge med vänner, fler ensamstående utan barn och så vidare. Det politiska intresset kan sägas vara allmänt: inget parti är överrepresenterat bland dem som är nyhetsdelare.

De som delar nyheter är dock betydligt mer digitala än övriga, också i sin mediekonsumtion. Pappersmorgontidningar och nyheter i tv är inte ett självklart val för dem. De tar däremot i större utsträckning än andra del av nyheter online, framför allt kvällstidningar. Innehållsanalysen visade också att merparten av de delade nyheterna kom från kvällstidningar.

Man kan kalla dessa frekventa delare för en slags opinionsledare eller fyrhorn. Nyheterna som delas kommer förvisso från traditionella medier, men opinionsledarna blir ytterligare en grindvakt för vad som kommer att spridas vidare från de traditionella medierna. De kommer därmed att fungera som en länk mellan de offentliga medierna och de privata användarna i sociala nätverk.

Buzzfeedifierad journalistik?

Denna artikels rubrik är en blinkning till rubrikpråket hos exempelvis Upworthy – en populär amerikansk nyhetsajt som specialiserat sig på innehåll optimerat för spridning i sociala medier. De, och kollegorna på exempelvis BuzzFeed, använder sig av lockande rubriker, listor, quiz och videoklipp med upplyftande budskap för att få sina nyheter så virala som möjligt – ofta med stor framgång.

Det lämnar avtryck även hos svenska medier. Dagens nyheter publicerade exempelvis 5 juni en artikel med rubriken DN listar: Fem knäppaste stunderna i svensk politik med länkar till videoklipp på nämnda knasigheter, allt från Göran Perssons dans med kossan Doris i svensk barn-tv till Birgit Friggebos omtalade "We shall overcome"-incident. Artikeln publicerades med anledning av att videoklipp från Alliansens valkonvent spreds i sociala medier och Aftonbladets chefredaktör Jan Helin kallade det "Buzzfeedifierad journalistik" i podcasten Mattsson & Helin, avsnitt 60.

Håll koll på begreppen!

FACEBOOK:

Ofta används begrepp som delningar, rekommendationer och gillanden felaktigt när det egentligen är interaktioner som avses, framför allt när det gäller Facebook. Här är de korrekta definitionerna:

Delningar: Antalet gånger en länk till en artikel postats på Facebook. Alltså när någon klickat på artikelns dela-knapp eller kopierat och klistrat in länken på Facebook.

Kommentarer: Antalet kommentarer på sidan (om den har inbäddade Facebook-kommentarer) och antalet kommentarer på de Facebookpubliceringar som innehåller länken.

Gillanden: Antalet gånger artikeln, Facebookpubliceringar med länk till artikeln, och kommentarerna till dessa, gillats i sociala medier.

Interaktioner (kallas ofta felaktigt för rekommendationer, delningar, gillanden likes): Delningar, gillanden och kommentarer sammanlagt.

I denna analys används begreppet "mest delade" om de nyheter som fått mest interaktioner.

TWITTER:

För Twitter brukar det som heter delningar eller rekommendationer motsvaras av de faktiska delningarna.

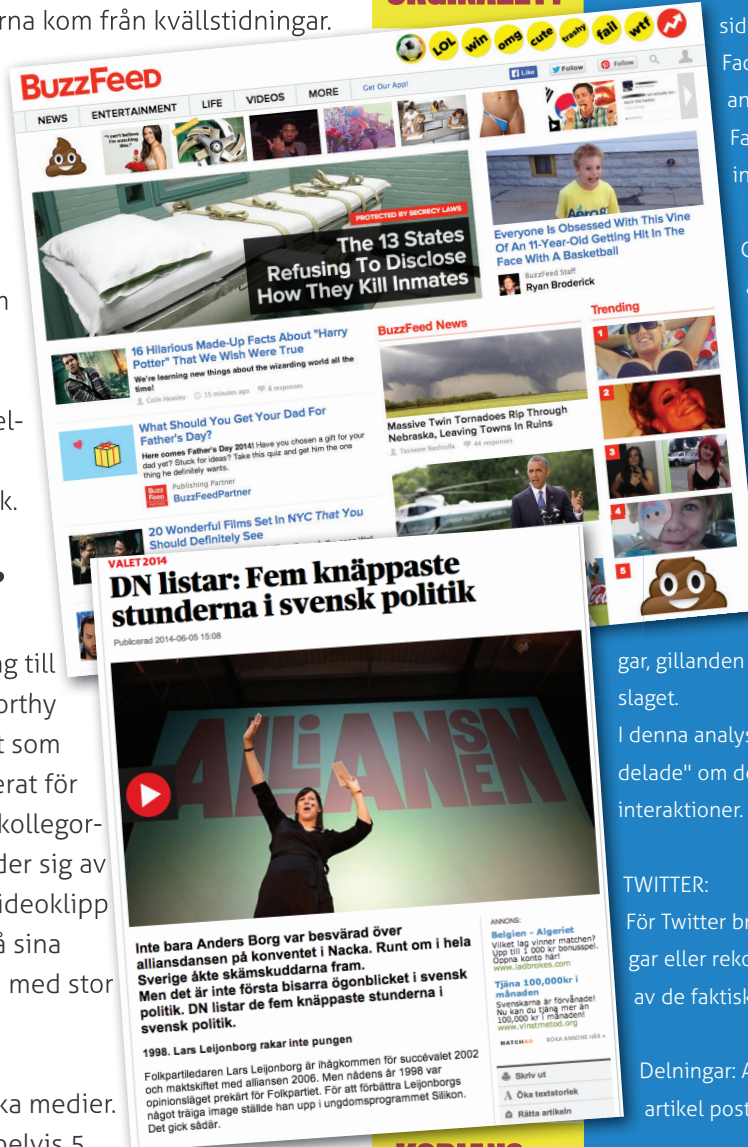
Delningar: Antalet gånger en länk till en artikel postats på Twitter

Läs mer på <http://www.hampusbrynolf.se/vad-ar-en-delning-vard-om-facebooks-delningsstatistik/>

AXEL ANDÉN

Medie
världen
Premium

ORGINALET?



KOPIAN?

Ett sätt att sammanfatta våra studier om delning av nyheter i Buzzfeedsk anda kan göras enligt följande:

TOPP FEM FÖRDOMAR/MYTER OM NYHETSDELNING I SOCIALA MEDIER:

1. "DET ENDA SOM DELAS ÄR KATTVIDEOR OCH FOLKS FRUKOSTAR!"

NEJ Av de 150 nyheterna som ingick i undersökningen kan egentligen bara en sägas vara en kattvideo – och då var katten fråga ett lejon. Av folks frukostvanor syntes inte ett spår.



2. "MEN DET ÄR I ALLA FALL BARA TRAMS!"

NEJ Det beror förstås på definitionen av trams, men mer än hälften av de mest delade nyheterna föll under kategorin politik/ekonomi och många av dem berörde tunga och viktiga ämnen som högerextremism och jämställdhet.

3. "DET ENDA FOLK VERKAR VILJA HA ÄR EN MASSA TYCKANDE!"

NJA Opinionsmaterial är visserligen populärt, välskrivna krönikor eller debattartiklar med en tydlig poäng i ett engagerande ämne har stor chans att bli delade. Men fortfarande är cirka 60 procent av materialet nyhetsartiklar.



4. "DET ÄR BARA UNGDOMAR SOM HÅLLER PÅ OCH DELAR NYHETER I SOCIALA MEDIER!"

NEJ De är visserligen 12 år yngre än icke-delarna i genomsnitt, men medelåldern i vår undersökning på de som delat nyheter flera gånger är 44 år.

5. "SVERIGEDEMOKRATERNA BLIR NEDTYSTADE OCH MEDIERNA VÅGAR INTE SKRIVA OM KÄNSLIGA FRÅGOR SOM INTEGRATION!"

NEJ I 38 av våra undersökta nyheter nämndes ett politiskt parti. I överlägset flest fall – 21 stycken – var detta parti Sverigedemokraterna. Tredje mest omnämnda parti var Svenskarnas parti. Vanligaste ämnet var rasism.

Lästips

Veckan efter midsommar kommer ett bokkapitel "Delad glädje är dubbel glädje?" som handlar om dem som delar nyheter i sociala medier att publiceras. Det går att ladda ner fritt från www.som.gu.se. Boken heter Mittfåra och marginal och ges ut av SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

Till hösten kommer det att finnas en rapport som handlar om vilka nyheter som delas. Den kommer att finnas fri för nedladdning på Mittuniversitetets sajt: www.miun.se/Demicom

