



Landmandens brug af sociale medier

Fire ud af ti landmænd bruger sociale medier – helt overvejende i form af Facebook. Tre ud af fire Facebook brugere har været på siden 2012 eller tidligere, og hver fjerde Facebook bruger udnytter også Facebook i relation til deres landbrug.

Opsummering

- 41 % af landmænd bruger sociale medier – helt overvejende i form af Facebook (38 %)
- 4 % bruger LinkedIn
- 3 % er på Twitter
- 72 % af Facebook brugere har været på siden 2012 eller tidligere
- 26 % af Facebook brugere udnytter også Facebook i relation til deres landbrug

Metode

Med henblik på at undersøge brugen af sociale medier blandt danske landmænd, blev der via e-mail d. 3. december kl. 21 et ganske kort spørgeskema til 17.891 respondenter, der alle havde et CVR nummer og som i løbet af 2014 havde benyttet deres login til it systemer under DLBR IT. Ud over spørgsmål om sociale medier spørgeskemaet også nogle få spørgsmål om mobiltelefoner, tablets og fra hvilke kilder, de får deres faglige informationer.

Der blev tilknyttet baggrundsdata om alder, dyrket areal og antal dyr (malkekøer, kødkvæg, slagtekalve, slagtesvin, årssøer) i det omfang, at sådanne forelå.

886 af de anvendte e-mails udløste såkaldte returnmails pga. ikke gyldige e-mail adresser; overfyldte postkasser eller andre forhold, der forhindrede modtagelse af det udsendte spørgeskema. Det faktiske antal potentielle respondenter var derfor 16.985. Efter at der var indkommet knap 3.000 besvarelser, blev der d. 9. december udsendt en fornyet opfordring om at besvare spørgeskemaet. Undersøgelsen blev lukket d. 14. december. Der var da indkommet 5.900 besvarelser (heraf 178 ufuldstændige) svarende til en respons rate på 35 %.

Det udsendte spørgeskema indeholdt blot seks spørgsmål:

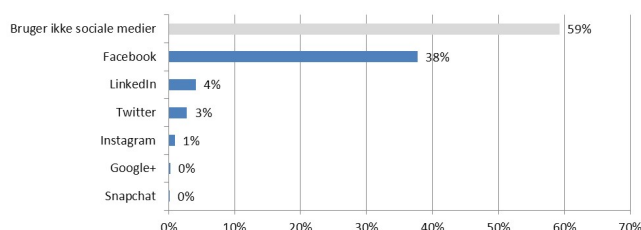
- Hvilken mobil bruger du?
- Hvilken tablet / iPad bruger du?
- Hvilke sociale medier bruger du?
Blev der svaret ja til brug af Twitter eller Facebook udløste det ekstra spørgsmål:
 - Hvornår begyndte du at bruge Facebook / Twitter
 - I hvilken sammenhæng bruger du Facebook / Twitter
- Markér de ord, som du forbinder med Facebook og Twitter
- Benytter du internettet til at fortælle om dit landbrug/din bedrift?
- Hvorfra får du faglig information? Nu og om 3 år.

Der var derudover mulighed for at skrive eventuelle kommentarer.

Ved afslutning af spørgeskemaet blev brugeren sendt til LandbrugsInfo siden [Sociale medier – overblik over relevante muligheder](#).

Resultater

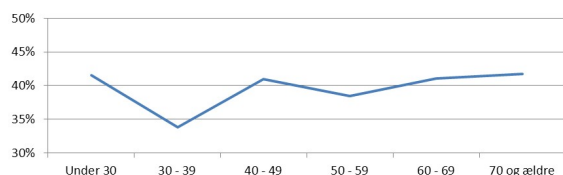
41 % af danske landmænd bruger sociale medier, og det er helt overvejende Facebook, der bruges. Svarmuligheder på spørgsmålet [Hvilke sociale medier bruger du?] gav mulighed for at markere [Jeg er ikke på sociale medier], [Facebook] eller [Twitter] samt at angive op til tre andre efter eget valg. Derfor overstiger summen af de forskellige sociale medier de 41 %, der bruger sociale medier, idet f.eks. 232 har angivet, at de udover Facebook også en af de andre sociale medier.



Figur 1 Brug af sociale medier blandt danske landmænd, n = 5.898.

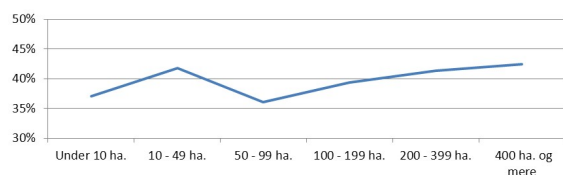
Eftersom Facebook er total dominerende er her efterfølgende analyseret på eventuelle forskelle i brug af sociale medier uanset type.

"Sociale medier er noget de unge bruger" Det udsagn holder ikke hvad angår brugen blandt landmænd. Som det fremgår af figur 2 er der ganske små forskelle i brugen af sociale medier, og det er de 30 – 39 årige – ikke de ældre – der ligger lavest.



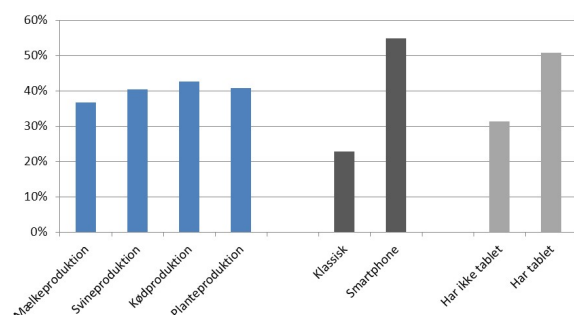
Figur 2 Brug af sociale medier i forhold til alder, $n = 2.739$.

Bedriftens størrelse betyder stort set heller ikke noget: Anvendelsesgraden ligger mellem 36 og 42 % jf. figur 3.



Figur 3 Brug af sociale medier i forhold til dyrket areal, $n = 4.163$.

Der er heller ikke nævneværdige forskelle i brugen af sociale medier mellem forskellige produktionsformer jf. figur 4. Derimod slår anvendt hardware markant igennem: Har landmanden en smartphone eller en tablet er der en god chance for, at han bruger sociale medier.

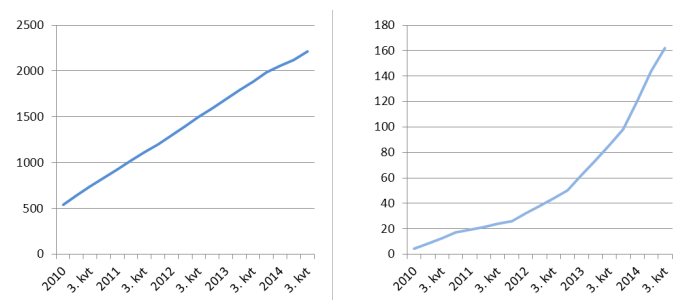


Figur 4 Brug af sociale medier ift. til produktionsformer ($n=3.898$); type af mobil ($n=5.828$) og tablet eller ej ($n=5.839$)

Brug af Facebook og Twitter

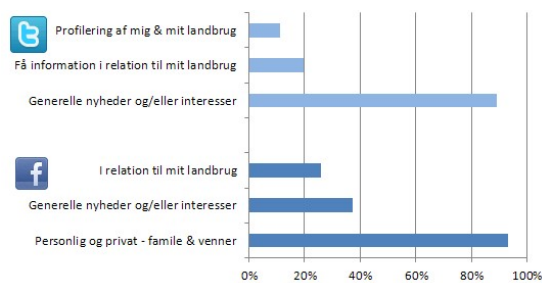
I spørgeskemaet blev der spurgt specifikt om hvorvidt respondenter bruger Facebook og/eller Twitter. Et bekræftende svar udløste yderligere spørgsmål om i hvilken sammenhænge disse blev brugt, og hvornår respondenter var begyndt at bruge dem.

38 % af landmændene har været på Facebook siden 2010 eller tidligere, og siden er antallet vokset jævnt. I seneste 3 mdr. har der været en tilgang på 88. Twitter har stadig en ganske beskeden udbredelse blandt danske landmænd – blot 162 betragter sig selv som brugere. Ses på figur 6 ser det ud til, at Twitter er begyndt at vokse hurtigt – i seneste 3 mdr. var der en tilgang på 18 brugere.



Figur 5 Udvikling i antal Facebook brugere Figur 6 Udvikling i antal Twitter brugere

Facebook og Twitter bruges kun i mindre omfang i forbindelse med landbrugsbedriften. I figur 7 er vist besvarelser fra respondenter, der bruger henholdsvis Facebook og Twitter. Eftersom typisk brug af de to systemer er forskellige, var svar muligheder lidt forskellige, men det ses, at for Facebook angiver 26 % et brug i relation til landbruget, og for Twitter henholdsvis 11 og 20 % landbrugsrelateret brug.

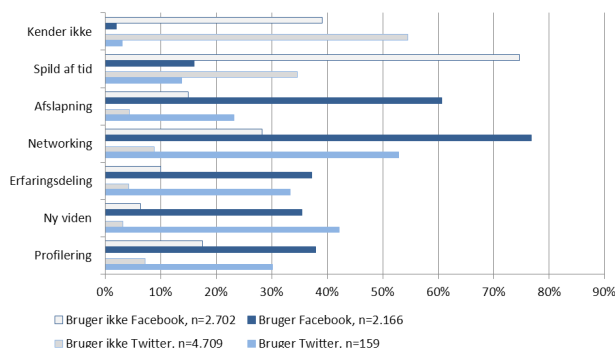


Figur 7 Anvendelse af Twitter (n=162) og Facebook (n=2.202)

For at belyse årsager til brug af eller ikke brug af Facebook og Twitter blev respondenter bedt om at vælge udsagn, som de forbinder med henholdsvis Facebook og Twitter. Resultater er vist i figur 8, idet besvarelser er opdelt efter hvorvidt respondenter bruger det pågældende system eller ej.

Facebook betragtes som spild af tid af 75 % af ikke-brugere, mens brugere især forbinder Facebook med afslapning (61 %) og networking 77 %. Godt hver tredje af Facebook brugere forbinder også Facebook med erfaringsdeling, ny viden og profilering.

Få bruger Twitter og 54 % af ikke-brugere kender ikke Twitter. Til gengæld er der kun 35 % af ikke-brugere, der forbinder Twitter med spild af tid. Uanset om det skyldes manglende kendskab eller ej, er Twitters rygte hvad dette angår væsentlig bedre end Facebook. Til gengæld forklarer resultater ikke, hvorfor nogle bruger Twitter sammen med (n=139) eller i stedet for Facebook (n=25), der på samtlige positive ord (profilering, ny viden, erfaringsdeling, networking, afslapning) scorer højere end Twitter blandt brugere.

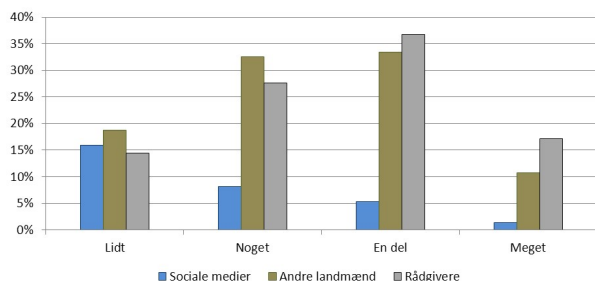


Figur 8 Opfattelser knyttet til Facebook og Twitter opdelt på brugere og ikke-brugere.

Sociale medier til formidling af faglig information?

Sociale medier fylder kun ganske lidt hos landmanden på den palette, hvorfra han får sine faglige informationer. Andre landmænd (person til person) og rådgivere (person til person) betyder langt mere end sociale medier.

Forespurgt om hvordan fordelingen forventes at blive om tre år, viser svarene stort set status quo for faglig information fra andre landmænd, mens rådgivere tillægges falden betydning (16 % mindre og 7 % mere) og sociale medier en stigende betydning (14 % mindre og 26 % mere).

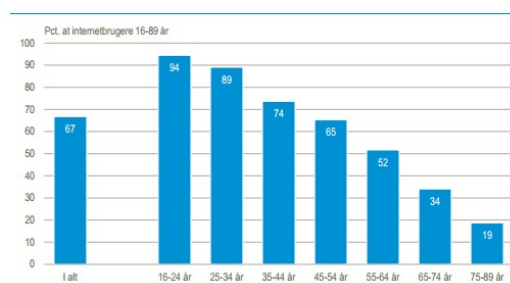


Figur 9 Hvorfra får landmanden sin faglige information? N = 5.127 (sociale medier); 5.332 (landmænd); 5.459 (rådgivere)

Diskussion

Sammenlignet med den generelle danske befolkning (figur 10) halter danske landmænd stadig efter hvad angår brugen af sociale medier.

Ifølge Danmarks Statistik (2014) er 67 pct. af internetbrugerne mellem 16 og 89 år tilknyttet en online social netværkstjeneste. Det svarer til 2,8 mio. danskere. Andelen er faldende med alderen og det er primært de yngste respondenter, som er på de sociale medier. Facebook er den mest populære sociale netværkstjeneste. 95 pct. af de 16-89-årige brugere af sociale netværkstjenester har svaret, at de har en profil på Facebook. Det svarer til knap 2,7 mio. personer i aldersgruppen. 24 pct. (687.000 personer) bruger Instagram og 18 pct. (511.000 personer) har svaret, at de har en Twitter konto.



Figur 10 Sociale netværkstjenester. 2014 ifølge "It-anvendelse i befolkningen – 2014" udgivet af Danmarks Statistik, oktober 2014.

Der er ingen grund til ikke at tro, at også landmændene efterhånden vil nærme sig det generelle niveau for brug af sociale medier. Undersøgelsens resultater viser at jævn vækst i Facebook brugere (figur 5) og en accelererende vækst – fra et lavt niveau – i antal Twitter brugere (figur 6).

Som vist i figur 9 fylder sociale medier endnu kun lidt som kilde til faglig information. Til gengæld fylder den personlige kontakt til andre landmænd eller rådgivere meget. Efterhånden som kulturen blandt rådgivere og landmænd ændrer sig i retning af at opfatte sociale medier som en alternativ måde til at ”snakke” med hinanden, kan vi forvente, at sociale medier vil få en voldsom stigende betydning i formidlingen af faglig information.

Denne udvikling vil især blive drevet af, at der med brug af sociale medier opnås tættere relationer mellem interessenter, hvorfor informationsformidlingen vil blive mere aktuel og præcis i forhold til behovene – og her undlader jeg at skrive ”hos landmændene”, idet rollefordelinger i sådanne virtuelle praksisfællesskaber vil være dynamisk: Hvem der har behov og hvem der leverer informationen vil skifte afhængig af problemstilling og kontekst.