

Kobling af sociale medier til den landmandsrettede vidensportal	Ansvarlig	AKJM
	Oprettet	28-09-2017
Projekt: 7464, Digitale relationer og datadreven informationsformidling	Side	1 af 3

Vurdering af relevante sociale medier til mulig implementering

Notatet er udarbejdet i projektet "Digitale relationer og datadreven informationsformidling" og har til formål, at vurdere hvilke sociale medier, der har relevans for målgruppen og derfor vil kunne bidrage positivt til en personlig landmandsrettet vidensportal, hvor fællesskab og videnudveksling via sociale medier kunne tænkes, at være værdiskabende for landmanden.

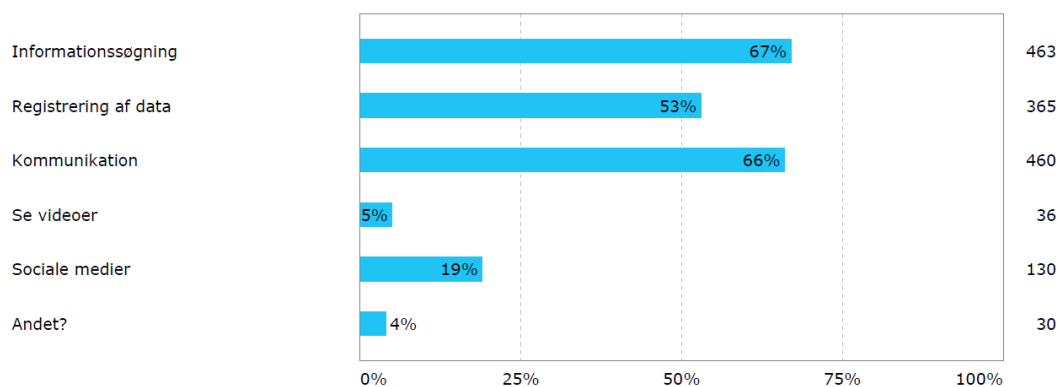
Med udgangspunkt i resultater fra spørgeskemaundersøgelsen udført i projektets arbejdsopgave 5.4 "Fokus på mobiladgang" vil nedenstående notat beskrive hvilke sociale medier, der kan vurderes som relevante at implementere en adgang til via landmandens personlige vidensportal.

Uddrag fra spørgeskemaundersøgelse udført i projektet "Digitale relationer og datadreven informationsformidling" i arbejdsopgave 5.4

Spørgeundersøgelsen er udført i maj 2017 og er blevet sendt ud til omkring 10.000 landmænd, hvoraf 810 landmænd efterfølgende har gennemført spørgeskemaet.

I nedenstående vil resultater fra undersøgelsen, der er relevante for landmandens brug og holdninger til sociale medier blive gennemgået.

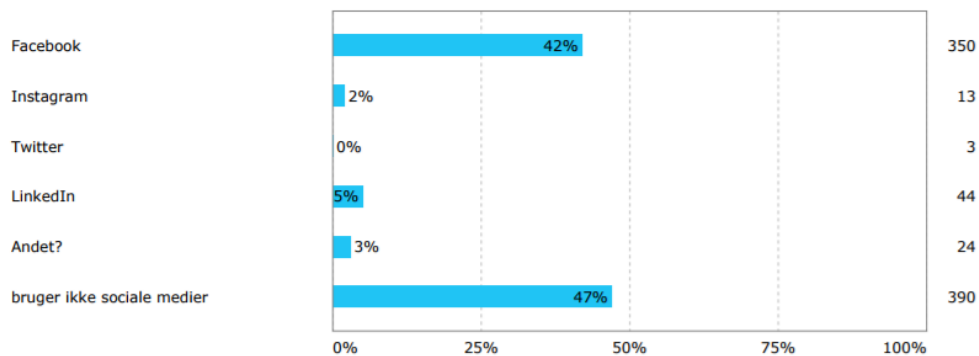
Respondenterne består af 95 % landmænd og 5 % landbrugsansatte. 58 % af respondenterne er i aldersgruppen 41–60 år, 15 % er yngre end 41 år og 27 % er ældre end 60 år. 59 % af respondenterne arbejder inden for planteavl, 27 % er mælkeproducenter og 40 % er henholdsvis svine- eller kødkvægsproducent. 27 % af respondenterne arbejder på en bedrift, der har en størrelse mellem 100 – 199 ha., 41 % arbejder på en bedrift der er mindre end 100 ha. og 32 % arbejder på en bedrift, der er større end 200 ha.¹



Billede 1: Hvad bruger du mest tid på i forbindelse med din smartpone (vælg gerne flere)

Ovenstående spørgsmål er relevant i undersøgelse af landmandens behov og ønsker til sociale medier, da 19 % af repondenterne har svaret at de mest bruger deres smartphone til at få adgang til sociale medier. Man kan forestille sig, at der blandt de landmænd, der har responderet at de mest bruger smartphone til informationssøgning eller kommunikation muligvis også benytter sig af sociale medier når de kommunikerer eller opsøger viden, uden at de tænker over hvilken app eller hjemmeside de bruger til handlingen.

¹ [Opsummering af fokus på landmandens mobiladgang](#)

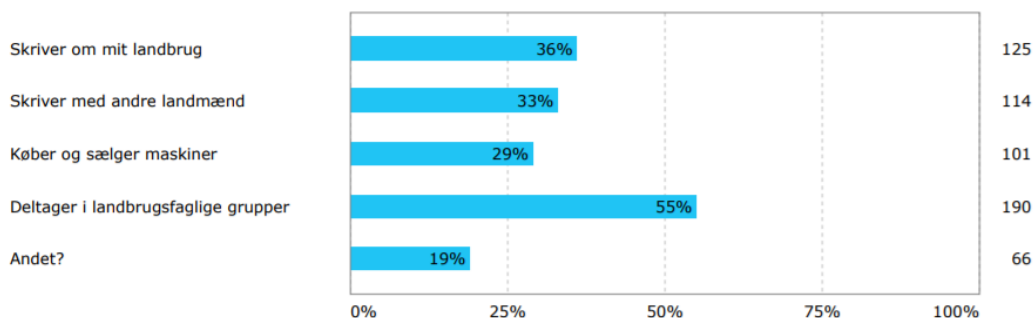


Billede 2: Hvilke sociale medier bruger du?

47 % af de landmænd, der har responderet, svarer at de ikke bruger sociale medier. At næsten 50 % af de adspurgte landmænd ikke bruger sociale medier er som sådan ikke nogen overraskelse, da tidligere undersøgelser har vist samme resultat.² Dog kan det undre, at der ikke har været en nævneværdig udvikling fra 2014, hvor den seneste undersøgelse vedrørende landmanden og brug af sociale medier er fra. Ser man dog på de generelle tendenser indenfor sociale medier og brug, kan der også spottes tendenser, der indikerer at nogle brugere ønsker en mindre tilstedeværelse på de sociale medier. Nogle brugere vælger helt at slette deres profiler på eksempelvis Facebook, da de ikke længere kan se en værdi af, at være del af det digitale fællesskab.

I landmandens tilfælde er "problemet" med sociale medier, hvor Facebook er det medie som landmanden bruger mest, at sociale medier ofte ses som en tidsrøver. I projekt "Hvor skal væksten komme fra i landbruget?" fra 2017, er der udført en række interviews med landmænd, hvor der blandt andet er blevet spurgt ind til landmandens behov for ny viden og hvor han finder den. Her fortæller en landmand at han ikke har installeret Facebook på sin smartphone, da han ikke vil spille tid på at være på Facebook i løbet af arbejdsdagen.

Vi skal dog huske, at der stadig er 42 % af respondenterne i spørgeskemaundersøgelsen fra i år, der har svaret at de bruger Facebook. Samtidig er det heller ikke helt usandsynligt, at nogle respondenter automatisk har tænkt brugen af sociale medier ind i en arbejdssammenhæng, hvilket ikke var en præmis for at svare på spørgsmålene.



Billede 3: "Hvordan bruger du Facebook i forbindelse med dit arbejde?"

På spørgsmålet om hvordan landmanden bruger Facebook i sit arbejde bruger de fleste landmænd sociale medier til at deltage i faglige grupper, men mange bruger også Facebook til at skrive om deres landbrug, skrive med andre landmænd og ikke mindst købe og sælge maskiner. De stemmer meget fint overens med populariteten af Facebook grupper som eksempelvis "Malkekvæg", der har 6.674 medlemmer, hvor landmænd udveksler erfaringer med hinanden, spørger hinanden til råds, sælger og maskiner samt poster jobopslag.

² [Landmandens brug af sociale medier](#)



Billede 4: Facebook-gruppen "Malkekvæg"

Konklusion

På baggrund af spørgeskemaundersøgelsen og tidligere års undersøgelse kan det konkluderes, at landmandens fortrukne sociale medie fortsat er Facebook. Dog er det stadig kun omkring de 50 % af de adspurgte landmænd, der rent faktisk benytter sig af sociale medier. Det kan der være mange årsager til, bl.a. har en del landmænd den holdning, at sociale medier ikke kan indgå i deres arbejde, da det er for fornøjelsens skyld at man besøger Facebook og at det derfor ikke bidrager til deres arbejde. Dog kan man i spørgeskemaet se, at flere svarer at de bruger Facebook til eksempelvis medarbejdergrupper, annoncering og sparring med andre landmænd.

Hvis Facebook skal implementeres som del af landmandens personlig vidensportal skal det nøje overvejes, hvilke dele af Facebook, der vil har relevans at implementere. Ligeledes er der stadig en usikkerhed omkring den overordnede værdi, da der stadig blot er ca. 42 % af de adspurgte landmænd, der benytter Facebook. Derfor er der på nuværende tidspunkt ikke nok belæg for, at implementere Facebook eller dele af Facebook på den landmandsrettede vidensportal.