

Fra Sogn til Sarpsborg med webkjærlighet

For sarpeinnflytteren Erlend Førsum spiller sosiale medier en viktig rolle. Markedsføring og den digitale verden ligger hans hjerte nært.

Hyllestad kommune i Sogn og Fjordane var et godt sted å vokse opp, men kan ikke sies å være servicenæringens sentrum. Førsums webinteresse, som senere ble til arbeid, skulle bli foredlet i østligere strøk.

Førsum er i øyeblikket blant Twitter-brukerne med flest følgere bosatt i Sarpsborg.

– Det overrasker meg litt. Men jeg bruker Twitter rimelig aktivt, og det er naturligvis hyggelig at mange vil lese det jeg skriver.

Den nåværende Høysand-beboeren jobber i firmaet MarkedsPartner, som rådgiver og tekstforfatter.

Jeg følger mest fagfolk innenfor min egen bransje

Erlend Førsum / @forsund



SITT EGET FELT: Erlend Førsum benytter Twitter aktivt i hverdagen. Hovedsakelig er det webinteressen som preger hans nyhetslinje på mikrobloggen. – Det er utentvilt fagfolk innenfor min egen bransje jeg følger mest av. Twitter er gunstig for deling og konsumering av faglig informasjon. (Foto: Jarl Morten Andersen)

– **Hvordan bruker du Twitter?**

– Det er en flott kanal for deling og konsumering. Jeg bruker det blant annet for å få tilgang på fersk, faglig info. I tillegg deler jeg innhold fra min egen blogg, som jeg bruker litt tid på.

Utover det er vestlandens tvitring hovedsakelig jobbrelatert.

– Jeg må innrømme at jeg noen ganger skulle postet en kommentar om noen aktuelle saker. Men foreløpig har jeg holdt profilen nøytral på det området. Dessuten finnes Facebook til mer privat bruk.

Tidkrevende. Det tar mye tid å holde følge på alle fronter. Førsum, som er småbarnsfar til Lisa Victoria (4) og Sanna Linnea (1), må prioritere. På hjemmebane er det familien som gjelder.

– Jeg tvitrer i perioder. Har jeg god tid ytrer jeg mer enn dager hvor det er mer hektisk.

Facebook-profilen har han midlertidig slettet. Tiden strekker ikke til.

– Jeg administrerer noen sider i jobbsammenheng, men ikke noe

utover det. Derimot har jeg i det siste vært aktiv på LinkedIn, som er et profesjonelt nettverk. Der har det vært litt fornying, og det minner mer om Facebook.

Mediemann. Erfaringen er lang innenfor de skrevne medium. Sin første bok ga han ut i 1988, og like etter fulgte han opp med å lage avis.

– Det var der interessen startet. Lenge vurderte jeg å bli journalist.

Lidenskapen innen formidling og kommunikasjon gir seg også utslag i hvilke Twitter-brukere han selv følger.

– Hovedvekten er nok på fagfolk innenfor min egen bransje. Det bidrar til å holde meg oppdatert. Journalister og politikere er det også en god del av.

Flåsete idrettsstjerner og komikere er ikke å oppdrive på Førsums nyhetslinje.

Sarpinger har derimot lurt seg inn på lista. Det hører med for

● hovedsaken

Førsum, som har store planer om å bli værende i den blå byen.

Snaut 1400 personer følger i skrivende stund 34-åringen på Twitter. Der er han på hjemmebane. Innholdsformidling er en lidenskap.

Eksperten: – Nisjefisering det neste



SPENNENDE: Cecilie Staude tror twitter vil forbli en viktig kommunikasjonskanal i fremtiden.

Framtidens sosiale medier kan bli enda mer nisjefregnet enn Twitter.

Det spør høyskolelektor og fagansvarlig for sosiale medier ved BI, Cecilie Staude.

– Twitter vil nok forbli en viktig kommunikasjonskanal for mange mennesker i tiden foran oss. Likevel kan vi gå mot en periode der fragmentering og mindre kanaler spiller en viktigere rolle.

Det er altså det sistnevnte hun mener med nisjefisering. Store nettverk vil i fremtiden sakke

akterut, skal vi tro eksperten.

– **Hvorfor har Twitter blitt stort i Norge?**

– Twitter har vokst raskt her, og har ble først en slags elitearena for politikere og mediefolk. Mikrobloggens kortform, med kun 140 tegn til rådighet, gir mediet en umiddelbar karakter og en kjapp nyhetsformidling. Oppdateringer kommer oftere enn på Facebook.

Videre kan Staude bekrefte det mange tvi-trere mener; pjattet man i større grad ser på Facebook lukkes bort.

– I kraft av de korte meldingene initieres en kultur med spis-

sede ytringer, der det dreier seg om å være kort og poengtert. Kortformatet fører til at man oftere går rett på sak, og den offentlige karakteren blir helt klart sterkere på Twitter.

Staude er positiv til sosiale mediers framtid i nordmenns liv.

– Nå handler det om å finne nye nisjer, og om å bedre kvaliteten på de eksisterende.