

Interaktivitet – en fråga om politik?

En kvantitativ innehållsanalys av interaktivitet på riksdagspartiernas bloggar

Abstract

Sociala medier är ett relativt nytt begrepp och hur de fungerar som verktyg för den politiska debatten är långt ifrån kartlagt, följande undersökning syftar till att beskriva relationen mellan interaktivitet och politiska bloggar. Undersökningen grundas i en fallstudie av 14 politiska bloggar skrivna av riksdagsledamöter och undersökningsperioden sträcker sig över ett år från juni 2010 till maj 2011. För att undersöka interaktiviteten på bloggarna har en kvantitativ innehållsanalys genomförts. De resultat som dragits av undersökningen är främst att ett offentligt samtal mellan medborgare och politiker sker på bloggar på riksdagsnivå, åtminstone i viss mån. Även vad som skrivs om på bloggarna, det vill säga, vilket ämne som berörs påverkar interaktiviteten, ideologiska frågor och arbetslöshet är några av de ämnen som genererar interaktivitet från läsarnas sida.

Nyckelord: Kvantitativ innehållsanalys, sociala medier, bloggar, riksdagspartier, interaktivitet

Innehållsförteckning

| | |
|---|----|
| 1. Inledning | 1 |
| 1.1 Bakgrund..... | 1 |
| 1.2 Syfte & Frågeställningar | 2 |
| 1.2.1 Undersökningens frågeställningar: | 3 |
| 1.3 Disposition | 4 |
| 2. Tidigare forskning | 5 |
| 2.1 Kommunikation i förändring | 5 |
| 2.2 Medborgarna i den politiska kommunikationen | 7 |
| 2.3 Politikens medialisering | 8 |
| 2.4 Valrörelser kopplat till sociala medier | 8 |
| 2.4.1 Sociala medier i det svenska riksdagsvalet 2006 | 8 |
| 2.4.2 Sociala medier i amerikanska presidentval | 9 |
| 3. Teoretiska utgångspunkter | 11 |
| 3.1 Jens F. Jensens interaktivetsmodell | 11 |
| 3.1.1 Tillämpning av Jensens interaktivitetmodell | 12 |
| 3.2 Interaktivitet och interaktion | 12 |
| 3.2.1 Ulf Buskvist om interaktivitet | 13 |
| 3.2.2 Interaktivitet på bloggar - tillämpning | 13 |
| 4. Metod & Material | 15 |
| 4.1 Metod | 15 |
| 4.1.1 Kvantitativ innehållsanalys | 16 |
| 4.2 Avgränsning..... | 16 |
| 4.3 Urval | 17 |
| 4.4 Variabler | 20 |
| 4.4.1 Parti..... | 20 |
| 4.4.2 Huvudsaklig aktör | 20 |
| 4.4.3. Tid..... | 21 |
| 4.4.4 Kritik i blogginlägg | 21 |
| 4.4.5 Sakområde som benämns | 21 |
| 4.4.6 Interaktivitet | 21 |
| 4.4.7 Interaktivitet enligt Jensen | 22 |
| 4.5 Kort förklaring av Cramer's V | 22 |
| 4.6 Validitet & Reliabilitet | 22 |
| 4.6.1 Validitet | 22 |

| | |
|--|----|
| 4.6.2 Reliabilitet | 22 |
| 5. Resultat och analys | 24 |
| 5.1 Jensens interaktivitetsteori | 24 |
| 5.1.1 Utsändande interaktivitet | 24 |
| 5.1.2 Konverserande interaktivitet | 25 |
| 5.1.3 Konsulterande interaktivitet | 28 |
| 5.2 Interaktivitet på bloggar | 30 |
| 5.2.1 Interaktivitet och partier..... | 30 |
| 5.2.2 Interaktivitet och berörd aktör | 33 |
| 5.2.3 Interaktivitet kopplat till sakområde | 34 |
| 5.2.4 Kritik på bloggar | 36 |
| 5.2.5 Interaktivitet och tid | 38 |
| 5.3 Enligt väljare viktiga frågor och interaktivitet, ett samband? | 39 |
| 5.4 Presentation av Cramer's V och sambandsstyrka | 40 |
| 6. Sammanfattning och diskussion | 42 |
| 7. Avslutande reflektioner | 44 |
| 7.1 Återkoppling till tidigare forskning | 44 |
| 7.2 Avslutande kommentarer och framtida forskning | 44 |
| 8. Källförteckning | 46 |
| 8.1 Tryckta källor..... | 46 |
| 8.2 Elektroniska källor..... | 47 |
| 8.2.1 Bloggar..... | 48 |

Bilaga 1: Kodschema

Bilaga 2: Blogginlägg av Nina Larsson (FP)

Tabell- och Figurförteckning

| | |
|---|----|
| Figur 2.1 Interaktiv demokrati..... | 6 |
| Tabell 4.1: Fördelning av analysenheter för respektive parti. | 20 |
| Tabell 5.1 Konverserande interaktivitet kopplat till Partitillhörighet..... | 25 |
| Tabell 5.2 Konverserande interaktivitet i blogginlägg som behandlar Riksdagsvalet 2010. | 26 |
| Tabell 5.3 Konsulterande interaktivitet kopplat till partitillhörighet..... | 28 |
| Tabell: 5.4 Konsulterande interaktivitet under valrörelsen 2010. | 29 |
| Tabell 5.5 Partitillhörighet kopplat till läsarkommentarer | 30 |
| Tabell 5.6 Dialog mellan bloggförfattare och läsare kopplat till politisk tillhörighet. | 31 |
| Tabell 5.7 Aktör som benämns i blogginlägg kopplat till interaktivitet från läsare. | 33 |
| Tabell 5.8 Kritik i blogginlägg där övriga partier benämns kopplat till interaktion från läsare. | 34 |
| Tabell 5.9 Interaktivitet som beroende av sakområde som benämns i blogginlägg | 35 |
| Tabell 5.10 Kritik av partier och läsarinteraktivitet. | 36 |
| Tabell 5.11 Positiv/Negativ läsarinteraktivitet sett till partitillhörighet | 37 |
| Tabell: 5.12 Läsarinteraktivitet sett över tid..... | 38 |
| Tabell 5.13 Sammanställning av resultat på Cramer's V i presenterade tabeller | 40 |

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Internet används allt mer av politiska partier och den senaste tiden har en tydlig och konstant uppgång i aktiviteten på internet. Och medborgarna ges möjlighet att ta del av den politiska sfären på ett helt nytt sätt genom internet och sociala medier, Ulf Buskqvist skriver om hur internet har påverkat medborgarnas möjligheter att införskaffa information och kommunikationen med politiker och beslutsfattare.

För det andra har de politiska partierna /.../ upprättat webbplatser som dels riktar sig internt men också mot en extern publik. Här ges stora möjligheter för partier och enskilda politiker att undgå det journalistiska rastret och kommunicera direkt till och med medborgarna. /.../ kan enskilda politiker skapa sina egna webbplatser och bjuda in medborgare till politiska samtal och/eller driva personvalskampanj (Buskqvist 2007: 80)

Internet och nya sociala medier används i diskussioner för att peka på de ökade möjligheter som har getts åt medborgarna när det kommer till deltagande i den politiska sfären, och begrepp som ständigt återkommer är: ”interaktion” och ”interaktivitet”. Frågan man bör ställa sig är därmed huruvida interaktionen och interaktiviteten är ett relevant fenomen inom den svenska politiken idag och på vilket sätt den tar sig uttryck.

Sociala medier används allt mer i politiken, citatet ovan från Ulf Buskqvist visar på hur den svenska politiken har, i viss mån, förflyttats till internet och de sociala medierna. Vi kan blicka tillbaka till det amerikanska presidentvalet 2008 för att upptäcka att sociala medier spelade en stor roll i valkampanjen. Huruvida de sociala medierna spelade en avgörande roll i valet spelar egentligen mindre roll. Vad som däremot spelar roll för stunden är att sociala medier spelar en allt större roll i dagens politiska läge, allt fler politiker använder sociala medier för att nå ut till potentiella väljare, allt fler politiska partier har omfattande hemsidor, allt fler politiker använder bloggar som ett medium för att nå ut med sin och partiets åsikt.

Allt detta torde rimligtvis ha lett till att det även blivit enklare för medborgare att göra sin röst hörd, dels genom skapandet av egna bloggar och användandet av sociala medier. Men även genom att det har skapats en direkt koppling mellan medborgare och politiker genom internet och sociala medier. Men är det så enkelt, har införandet av sociala medier i politiken lett till

ett ökat medborgerligt deltagande i den politiska debatten? Kommunikerar medborgarna med politiker via sociala medier, eller är sociala medier snarare endast ett nytt sätt för etablerade politiker att nå ut med samma budskap som tidigare genom nya kanaler? Det är här tanken om interaktivitet kommer in. Då nya sociala medier upptar en allt större roll i samhället vore det oerhört intressant och i dagsläget även relevant att undersöka hur interaktiviteten ser ut. Är det rimligt att tala om interaktivitet mellan medborgare och politiker på internet och i sociala medier? I valrörelsen till riksdagsvalet 2010 kan vissa tendenser urskiljas som pekar på att de politiska partierna i allt större utsträckning ser internet och de sociala medierna som en kanal där de kan nå ut till potentiella väljare. Enligt en artikel från Riksdag & Departement hade alla riksdagspartierna, exklusive Miljöpartiet anställt personal för att via de nya sociala medierna nå ut till allmänheten (Sjögren 2010). Enligt samma rapport beskrivs hur alla riksdagspartierna har mer eller mindre utarbetade strategier för ur kommunikation genom sociala medier ska gå till och hur man på så vis ska nå ut och samla nya potentiella väljare. Jesper Strömbäck, professor i journalistik och politisk kommunikation vid Mittuniversitetet hävdar dock att partierna generellt sett är dåliga på att utnyttja de sociala medierna och kommunikationsmöjligheterna som skapats, vilket även partierna är medvetna om och de arbetar därför aktivt för att bli bättre på att föra diskussioner och samtal i de nya kanalerna (Ibid.). Det har nu gått relativt lång tid sedan riksdagsvalet 2010 och en analys av interaktiviteten och det eventuella samtal som förs mellan politiker och medborgare genom sociala medier skulle kunna bidra till förståelsen av de sociala mediernas roll inom den svenska politiken idag. Är partierna fortfarande relativt sett dåliga på att föra diskussioner med medborgarna via sociala medier? Handlar det om nya kanaler för en reell offentlig debatt eller har de nya sociala medierna enbart blivit en ny kommunikationskanal för samma politiska uttalanden som tidigare skett genom massmedia och andra kanaler?

1.2 Syfte & Frågeställningar

Studien grundar sig i interaktiviteten mellan medborgarna och den politiska sfären och ämnar utröna huruvida internet och sociala medier har lett till skapandet av en ny interaktiv plattform för den svenska politiken och partierna där en dialog med medborgarna förs eller om det snarare handlar om en ny informationskanal för politiker och andra politiska grupperingar att nå ut med samma budskap som tidigare har förmedlats via tidningar, radio och tv.

Studiens syfte blir därmed att undersöka interaktiviteten bland politiska bloggar på riksdagsnivå i Sverige. Mer precist ämnar jag att undersöka vad det är som påverkar

medborgarnas benägenhet att aktivt delta i den offentliga debatten genom de kommunikationsformer som skapats i och med införandet av nya sociala medier och bloggar.

1.2.1 Undersökningens frågeställningar:

Undersökningens huvudsakliga frågeställningar:

1. Hur ser kommunikationen ut på svenska riksdagspolitikernas bloggar?
2. Kan man urskilja någon form av interaktivitet kopplat till dessa bloggar?

De huvudsakliga frågeställningarna byggs upp av några mer konkreta frågeställningar:

1. Vilken typ av interaktiviteten sänds ut från riksdagspolitikernas bloggar?
2. Hur ser interaktiviteten mellan medborgare och politiker ut?
3. Vad påverkar interaktiviteten på bloggarna?

1.3 Disposition

Kapitel 2 – Tidigare forskning i detta kapitel ges en bakgrund och presentation av tidigare forskning inom det berörda problemområdet för att redogöra och skapa en förståelse för det aktuella kunskapsläget inom fältet.

Kapitel 3 – Teoretiska utgångspunkter i teorikapitlet framställs och förklaras de teoretiska ramverk som undersökningen utgår ifrån.

Kapitel 4 – Metod & Material en presentation av de metoder som används i studien och hur de teoretiska utgångspunkterna tillämpas i undersökningen, undersökningens variabler presenteras och det material och urval som undersökningen bygger på presenteras.

Kapitel 5 – Resultat och analys Resultaten från undersökningen presenteras i överskådliga tabeller och diagram och en analys utifrån undersökningens centrala begrepp och teoretiska utgångspunkter genomförs.

Kapitel 6 – sammanfattning och diskussion i kapitlet behandlas de slutsatser som kan dras från de presenterade resultaten och efterföljs av en diskussion kring undersökningen och dess resultat.

Kapitel 7 – Avslutande reflektioner i uppsatsens avslutande kapitel görs en återkoppling till tidigare forskning samt en diskussion kring eventuell framtida forskning inom området förs.

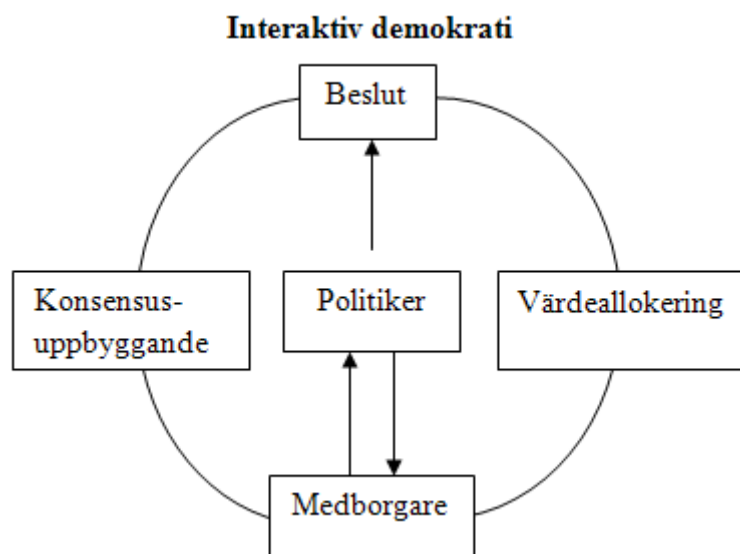
2. Tidigare forskning

Internet och sociala medier är ett relativt nytt fenomen och även om det finns forskning på området så är den i många fall bristfällig och stora områden är fortfarande outforskade, men det kan vara värt att nämna några forskare som behandlat internet och de sociala mediernas roll för samhället och demokratin. Jag har i sammanhanget valt att dels ta upp ett antal teoribildande forskningsansatser för att visa på hur vi i många fall ser på sociala medier och internet men har även valt att nämna viss forskning som grundar sig i empiriska studier, främst från det amerikanska presidentvalet 2008 som i många avseenden bör ses som ett, i dagsläget, väldigt bra exempel på hur sociala medier och internet tagits in i det offentliga rummet och i viss mån även påverkat politiken.

2.1 Kommunikation i förändring

Roger Fidler delar in all media i tre olika domäner, dessa tre domäner grundar sig i kommunikationen mellan individer och Fidler menar att dessa alltid existerat i någon form. *Interpersonell kommunikation* inkluderar tvåvägskommunikation, det vill säga en interaktiv och direkt kommunikation mellan människor. Fidler hävdar vidare att den interpersonella kommunikationen är den enda form av kommunikation som tillåter oförmedlad kommunikation. De två andra typerna av kommunikation som Fidler nämner är *Sändningsdomänen* där kommunikationen främst är enkelriktad och direkt utsänd till en viss publik och till sist *dokumentdomänen* där kommunikation främst bedrivs via böcker/tidningar, alternativt via webbsidor på internet (Fidler 1997: 32). Sett till internet och sociala medier torde det vara rimligt att främst tala om interpersonell kommunikation där en tvåvägskommunikation existerar. Men är det så sociala medier fungerar inom den politiska sfären? Existerar det ett offentligt samtal mellan medborgare och politiker där kommunikation sker åt båda håll bland de sociala medierna eller handlar det snarare om det Fidler benämner som sändningsdomänen, det vill säga att politiker och andra aktörer sänder ut information som tas emot av medborgarna. När vi ser till sociala medier idag så torde det vara rimligt att anta att dessa hamnar inom de två första domänerna, det vill säga antingen *Interpersonell kommunikation* eller *Sändningsdomänen*. När vi talar om interaktivitet och kommunikation så är det oerhört relevant att i sammanhanget nämna den tyske samhällsfilosofen Jürgen Habermas. Hans teorier kring en *deliberativ demokrati* eller en *Kommunikativ demokrati* ligger helt i linje med en tanke om interaktivitet. Den *deliberativa* demokrattanken har stora likheter med vad som brukar kallas för en *deltagardemokrati* som främst kan beskrivas utifrån följande premisser.

Genom deltagande och dialog förs argument fram som därmed ska leda till det mest önskvärda beslutsunderlaget som kan uppnås. Men den syftar även till att medborgarnas kunskaper ökar. Det handlar främst om en kommunikativ process där man kan se en sammanlänkning mellan medborgare och politiker (Bengtsson 2001: 15ff.). Tanken om en *deliberativ* demokrati kan därmed ses som en vidare utveckling från *deltagardemokratin*. En figur som är intressant i sammanhanget och som beskriver fenomenet relativt väl är figuren nedan.



Figur 2.1 Interaktiv demokrati (Bengtsson 2001: 17).

Det Hans Bengtsson, doktor i Statsvetenskap, benämner som interaktiv demokrati är rimligtvis en relevant beskrivning av de möjligheter som har skapats genom internet och sociala medier till direktkommunikation mellan politiker och medborgare. Det sker direkt kommunikation mellan både berörda politiker och medborgare i modellen och det är snarast detta som har gjorts möjligt i högre utsträckning än tidigare i och med de nya sociala medierna. Man måste dock skilja på möjligheter till och faktiska händelseförlopp. Kommunikationen sker inte automatiskt när det ges möjligheter till direktkommunikation. Bland annat Jesper Strömbäck menar att det är oerhört viktigt att skilja på dessa två, det vill säga potentialen till direktkommunikation och vad som faktiskt sker på det kommunikativa planet (Strömbäck 2009: 16ff). För att ytterligare belysa huruvida medborgarna tidigare har använt sig av internet för att skaffa sig politisk information kan information från de årliga Riks-SOM undersökningarna för åren 1998-2002 har visat på. Enligt dessa undersökningar har cirka 20 procent av internetanvändarna besökt något partis hemsida. Störst andel besökare var det år 1998 då 22 procent angav att de besökt något partis hemsida medan samma siffra

för år 2002 är 18 procent (Bergström: 2004: 183). Förvisso är undersökningarna som belyses av Annika Bergström något föråldrade men det visar trots detta på en viss tendens av hur det sett ut tidigare när det kommer till internets roll i det politiska Sverige.

2.2 Medborgarna i den politiska kommunikationen

Jesper Strömbäck menar att under de senaste decennierna har medielandskapet förändrats radikalt, från att enbart ha tillgång till ett fåtal radio- och tv-kanaler fram till mitten av 1980-talet har medborgare i Sverige idag tillgång till tiotals tv-kanaler. Medielandskapet har utökats och det finns idag fler medier än någonsin tidigare. Strömbäck nämner att det inte enbart är tv- och radioutbudet som ökat utan internet har intagit en alltmer central roll i medielandskapet med webbtidningar, bloggar, facebook och andra sociala medier (Strömbäck 2009: 68). Och en problematik har uppstått, med Jesper Strömbäcks ord:

Det gör att tiden för att konsumera medier förblir begränsad, om än flexibel. Hur mycket vi än vill, finns det gränser för hur mycket uppmärksamhet vi kan ägna åt att konsumera medier. Resultatet är en växande obalans mellan utbudet av information och tillgången till uppmärksamhet, det vill säga ett överskott av information och ett underskott av uppmärksamhet (Strömbäck 2009: 69).

Problematiken med att informations- och medielandskapet har utökats så pass mycket att olika informationskällor konkurrerar om vår uppmärksamhet har även tagits upp av andra författare. Om vi för enkelhetens skull därför tar avstamp i litteraturen som intar en något kritisk eller negativ syn på sociala mediers påverkan så kan vi se till *The Myth of Digital Democracy* (2009) där Matthew Hindman hävdar att den syn de flesta tidigare haft kring internets roll och sociala medier måste omvärderas. Hindman tar sin utgångspunkt i ett samhälle i förändring. Nya sociala medier har, enligt författaren, börjat omformulera det offentliga samtalet. Hindmans huvudsakliga syfte med sin bok är att söka utröna och svara på ett antal grundläggande frågeställningar för sociala medier och deras påverkan på USA och det offentliga samhället.

Tidigare, hävdar Hindman, att de flesta tagit för givet att internet och sociala medier skulle leda bort läsare från traditionella nyhetskällor och istället vända sig till oräkneliga små bloggar och andra källor för politisk information (Hindman 2009: 102). Så har däremot inte blivit fallet utan ett fåtal bloggar har blivit så pass stora att de läses av en avgörande mängd individer, de flesta bloggar faller offer för den grundläggande systematik som internet och de sociala medierna grundar sig på, det vill säga ”the winner takes it all”, menar Hindman.

2.3 Politikens medialisering

Även vad som bör vara vägledande för politiskt beslutsfattande spelar roll för hur synen på samtalet mellan politiker och medborgare ter sig. Jürgen Habermas för fram en tanke om ”den offentliga sfären” i sin bok *Borgerlig offentlighet* (2003). Den offentliga sfären bör ses som en idealmodell för hur beslutsfattande ska ske. Kommunikationen präglas i Habermas idealmodell av att alla deltagare ses som likvärdiga och olika uppfattningar och idéer prövas mot varandra, i ett samhälle där alla grupper har adekvata möjligheter till deltagande. Malin Nilsson, doktor i Medie- och kommunikationsvetenskap, hävdar att man i många avseenden tillskriver media en relativt stor betydelse när det gäller deras förmåga att skapa möjligheter till ett offentligt samtal, vilket hänger samman med den syn på medierna som i de flesta fall är gällande, det vill säga att medierna spelar en relativt stor roll när det gäller medborgarnas bild av politiker och politisk verksamhet (Nilsson 2001: 166). Men Nilsson pekar även på det faktum att internet spelar en allt större roll i det politiska landskapet, utvecklingen går framåt och allt fler politiska partier och politiker kommunicerar med medborgarna via hemsidor (Ibid.) Man skulle kunna dra slutsatser kring att medias roll eventuellt kommer avta till förmån för en mer direkt kommunikation mellan politiker och medborgare, mycket beror självklart på hur utvecklingen kring internet sker men möjligheter har skapats för direkt kommunikation mellan medborgare och politiker. Det kan rimligtvis kopplas till Habermas idealmodell om att alla bör ha adekvata möjligheter att göra sin röst hörd och uttrycka sin åsikt, för att på så vis skapa ett allomfattande kommunikativt samhälle.

2.4 Valrörelser kopplat till sociala medier

Nedan följer några studier med fokus på mer empiriska resultat, en från det svenska riksdagsvalet 2006 och därefter en analys av den amerikanska presidentvalskampanjen 2008.

2.4.1 Sociala medier i det svenska riksdagsvalet 2006

Jesper Strömbäck menar att ända sedan internets genombrott i slutet av 1990-talet har det förutspått att nästa val kommer präglas av och bli det första internetvalet och att de traditionella massmediernas makt över dagordning och deras inflytande kommer minska till förmån för en mer direkt kommunikation mellan partier/politiker och medborgarna (Strömbäck 2009: 16). Vad som däremot är viktigt att ta hänsyn till, enligt Strömbäck är att, som han själv uttrycker det:

Vad en ny teknologi möjliggör respektive leder till är dock inte samma sak. Potentialiteter och realiteter är två skilda saker. Medan det är sant att internet möjliggör för partierna att gå förbi massmedierna och för medborgarna att söka

information på egen hand, utan att vara beroende av de traditionella massmedierna, finns det i dag mycket lite som tyder på att detta har inneburit några större förändringar av de traditionella massmediernas betydelse i den politiska kommunikationen (Strömbäck 2009: 16ff).

I sammanhanget kan det vara värt att nämna att under det svenska riksdagsvalet 2006 endast var 14 procent av medborgarna som besökte något av partiernas hemsidor, nio procent deltog i valmöten, fyra procent besöktes eller blev uppringd av något parti och fem procent hade personlig kontakt med valarbetare på eller i samband med arbetet (Ibid.) Jämfört med den exponering medborgarna utsätts för av traditionella massmedier var den personliga kontakten ganska gravt begränsad under riksdagsvalskampanjen 2006.

Lars Nord, professor i Media- och kommunikationsvetenskap, hävdar i sitt delkapitel *Valrörelsen 2010 – den första nya, den sista gamla eller en i raden av nygamla?* I boken *Väljarna, partierna och medierna* (2009) att de enskilda partiernas inflytande över nyhetsagendan rimligtvis kommer utvecklas över tid, men i viss mån även tappa betydelse då allt fler kanaler för direktkommunikation kommer uppstå i och med internets ökade roll och utvecklandet av nya sociala medier (Nord 2009: 341). Avslutningsvis kan det vara värt att nämna ett citat från Lars Nord, där han skriver följande:

Den som i stället letar efter avgörande grundläggande förändringar kan välja att uppmärksamma att partierna aldrig förr haft så goda möjligheter att kommunicera med väljare direkt och involvera dem i de egna kampanjerna, att rekordmånga nu följer valrörelsen på internet och att helt nya medieformer utanför de traditionella massmedierna förefaller att ha en potential att påverka människors uppfattningar om politik och samhällsfrågor. Det går rykten om ”bloggbävningar” (Nord 2009: 348).

Strömbäck hävdar att den valrörelse som hittills har använt internet i störst utsträckning och spelat störst roll är 2008 års amerikanska presidentvalsvalrörelse, och möjligtvis kommer vi se en ökning i användandet av internet i valkampanjer i andra länder framöver (Strömbäck 2009: 17).

2.4.2 Sociala medier i amerikanska presidentval

Cristian Vaccari beskriver i *From the air to the ground: the internet in the 2004 US presidential campaign* (2008) internets roll i den amerikanska presidentvalskampanjen 2004. Syftet med Vaccaris studie är att söka analysera hur internet användes under valet 2004 för att mobilisera väljare och volontärer och hur dessa förändringar i amerikanskt valkampanjande kan komma att förändra det politiska, kommunikativa landskapet (Vaccari 2008: 651).

Vaccari tar sin utgångspunkt i kvalitativa intervjuer med ansvariga för e-kampanjandet från både George W. Bush såväl som John F. Kerrys kampanj. Förutom intervjuer med huvudansvariga för e-kampanjandet så har även 30 intervjuer gjorts med konsulenter från de båda presidentkampanjerna. Resultaten som dras av studien bör därmed ses som relativt representativa för både hur användandet av internet och sociala medier ingick i kampanjerna men även hur man resonerat och sett på dessa nya metoder att nå ut till medborgarna (Ibid.). I 2004 års valkampanj användes internet även för att aktivera medborgarna till att delta i kampanjen (Vaccari 2008: 654). Det är med andra ord egentligen först vid 2004 års valkampanj, när vi ser till USA, som vi kan börja tala om sociala medier och dessas påverkan på medborgarna och den politiska sfären. E-kampanjandet åstadkom, enligt Vaccari, en hel del när vi ser till mobiliserandet av medborgarna, gräsrotsrörelser kunde växa fram i en helt annan utsträckning än tidigare och nätverk och kommunikation mellan dessa kunde skapas via internet. Emily Metzgar och Albert Maruggi skriver i sin artikel *Social Media and the 2008 U.S. Presidential Election* (2009) att det i ingen grad råder brist på exempel där Youtube, Twitter, Facebook eller andra sociala medier använts i 2008 års amerikanska presidentvalskampanj, men man hävdar även att det finns väldigt lite faktiska bevis för hur användningen av sociala medier kan ha påverkat diskussioner, deltagande eller andra faktorer före och under valet. Författarna till artikeln skriver om hur listan över nya sociala medier ökar för varje dag, Twitter, Facebook, bloggar och Youtube är bara några exempel på den mängd sociala medier som existerar idag, men karakteristiskt för alla är att de förmedlar en möjlighet för individer att dela information och delta i diskussioner i ett nätverk. Artikelns huvudsakliga slutsatser och resonemang grundar sig i att det är oerhört komplicerat att se några entydiga resultat över hur sociala medier kan ha påverkat det amerikanska presidentvalet 2008, vad man däremot tydligt kan se är att användningen av sociala medier i valkampanjen ökade explosionsartad mellan valet 2004 och 2008 (Metzgar, Emily & Maruggi, Albert 2009).

3. Teoretiska utgångspunkter

Nedan följer det teoretiska ramverk jag kommer använda mig av vid analysen av de politiska bloggarna och studien av interaktiviteten på dessa. Det som presenteras är främst teorier som behandlar interaktivitet men jag har även valt att nämna något kring kommunikationsmodeller som är relevanta kring ämnet.

3.1 Jens F. Jensens interaktivitetsmodell

I *The Concept of Interactivity* (2008) har Jens F. Jensens utformat och definierat interaktivitet utifrån ett antal dimensioner. Jensens interaktivitetsmodell bör snarast ses som en typologi för hur vi kan se på olika typer av interaktivitet. Han hävdar att interaktivitet i det här fallet snarast är ett mått på olika mediers förmåga att möjliggöra för mottagarna att påverka och utöva inflytande över mediets innehåll. Jensens interaktivitetsmodell utgör en del av grundstommen för undersökningens teoretiska ansats. Jensen delar in interaktivitet i fyra olika dimensioner, dessa är följande:

1. *Utsändande interaktivitet* utifrån ett mediums potential att erbjuda användaren möjlighet att välja vilken information han/hon vill ta del av utifrån en ständig ström av information. Detta sker genom envägskommunikation och det existerar således ingen möjlighet för användaren att framföra sin egen åsikt eller önskemål i sammanhanget.
2. *Konverserande interaktivitet* är ett mått på mediets potentiella möjligheter att låta användaren vara delaktig i informationsflödet, mer konkret är det ett mått på användarens möjlighet till tvåvägskommunikation och möjlighet att skapa och förmedla egen information.
3. *Konsulterande interaktivitet* definieras som ett mått på mediets förmåga att låta användaren välja utifrån ett befintligt urval av information och material producerat i förhand, vilket sker genom tvåvägskommunikation med möjlighet för användaren att föra fram sin åsikt i en kanal.
4. *Registrerande interaktivitet* definieras som ett mått på mediets potential att registrera information och på så vis kunna anpassa och/ eller svara på en viss användares behov och önskemål (Jensen 2008: 129ff).

Då Jensens definition av interaktivitet snarast syftar till att förklara mediets potential och förmåga att skapa interaktivitet så lämpar sig hans ovan nämnda teori inte perfekt vid en studie av interaktiviteten mellan medborgare och den politiska sfären, eller de bloggar som är aktuella för studien, därmed kommer Jensens modell att tillämpas på ett något modifierat vis.

3.1.1 Tillämpning av Jensens interaktivitetsmodell

De teoretiska dimensioner som Jensens interaktivitetsmodell omfattar utgör grunden för en av de två interaktivitetsmodellerna som används i studien. Tre variabler kommer att användas i studien skapade utifrån Jensens modell för hur vi bör se på interaktivitet. Dessa tre variabler grundas i Jensens *Utsändande interaktivitet*, *Konverserande interaktivitet* samt *Konsulterande interaktivitet*. Den interaktivitet som Jensen benämner som *Registrerande* ingår inte i studien då undersökningsområdet behandlar bloggar och registrering av information och en anpassning av innehållet utifrån enskilda läsare/användares önskemål och behov är en omöjlighet.

Utsändande interaktivitet kommer i studien att definieras utifrån huruvida läsaren kan ta del av information på bloggen, det kan här handla om vad som bör uppfattas som konkret information, men även åsikter och information uttryckt av partier, experter eller journalister, men är inte begränsat till dessa. Tydliga åsikter uttryckta av bloggförfattaren eller åsikter som innehas av partier, förmedlade genom den aktuella bloggen. *Konverserande interaktivitet* definieras utifrån huruvida läsaren uppmanas att delta i debatt eller aktiviteter, men innefattar även uppmaningar till läsaren att lyssna på en viss debatt eller ta del av information av något slag. Detta får inte förväxlas med den *Konsulterande interaktiviteten* som jag berör nedan. Den *Konverserande interaktiviteten* innehar sin fokus i uppmaningar gentemot läsaren och innefattar möjligheten till tvåvägskommunikation. *Konsulterande interaktivitet* behandlar huruvida det i blogginlägget finns någon form av erbjudande till läsaren att ta del av ytterligare eller utförligare information kring något ämne, detta definieras som bilder, videoklipp från till exempel Youtube, hyperlänkar till andra webbsidor, nyhetsartiklar, databaser, men är inte begränsat till dessa.

3.2 Interaktivitet och interaktion

Den andra typen av interaktivitet som mäts i studien är mer inriktad på det samtal som faktiskt existerar mellan politiker och medborgare via bloggar. Fokus ligger främst på dialogen mellan medborgare och politiska bloggförfattare till skillnad från Jensens interaktivitetsteori, där fokus främst ligger på sändaren.

3.2.1 Ulf Buskqvist om interaktivitet

Ulf Buskqvist, lektor i media- och kommunikationsvetenskap, skriver i boken *11 essäer om politisk kommunikation* (2007) om interaktivitet på internet. Buskqvist hävdar att interaktivitet snarast har blivit ett modeord som används lite varstans, eller som han själv skriver:

Interaktivitet är ett modeord i samtidens medie- och affärsvärld. Men det används ofta på ett mycket oprecist sätt. Begreppet har tyvärr ännu inte blivit särskilt diskuterat inom medieforskningen. Interaktivitet härstammar från ordet interaktion som betyder ”utbyte” och ”ömsesidig påverkan” (Buskqvist 2007: 87).

Buskqvist tar vidare upp frågan angående huruvida de nya digitala medierna, eller sociala om man så vill överhuvudtaget kan ses som interaktiva. Buskqvist tar, i sin text, förvisso endast upp interaktiviteten på de politiska partiernas hemsidor, men det är i allra högsta grad applicerbart även på bloggar och andra sociala medier om man så vill. Jag kommer dock främst fokusera på dess applicerbarhet med avseende på bloggar. Buskqvist hävdar att det är att betrakta som en väsentlig medborgarfärdighet att ha möjlighet att kunna se och kritiskt granska vad partierna och politikerna gör eller inte gör, hur de talar till oss och hur de fungerar (Buskqvist 88).

Partiernas webbplatser främjar först och främst en kunskapssökande användare. Användaren betraktas som en medborgare som söker information och upplysningar om partiet i fråga. Men de främjar även en kunskapsskapande användare där användaren betraktas som en medborgare som kan delta i ex. aktiviteter, samtal och omröstningar och därigenom bidra med egna åsikter och kunskaper (Buskqvist 2007: 89).

Buskqvist hävdar att partiernas hemsidor i många avseenden inte bör ses som interaktiva i de avseende att läsaren/medborgaren inbjuds till ett samtal men i och med de nya sociala medierna och i den här studiens fall, bloggar inbjuds medborgaren eller läsaren till en diskussion och dialog med bloggaren och i förlängningen partiet.

3.2.2 Interaktivitet på bloggar - tillämpning

Utifrån Ulf Buskqvists tankar kring interaktivitet och vad Jürgen Habermas skrivit om en *deliberativ* demokrati så skulle jag vilja dra en parallell mellan de två. Ju starkare eller större interaktivitet som existerar desto närmre kommer vi en *deliberativ demokratimodell*. Jag hävdar här inte att vi genom interaktivitet skulle uppnå det Habermas benämner som en *deliberativ* demokrati, men det offentliga samtalet skulle komma att likna en sådan demokrati allt mer. Utifrån ovan nämnda teoretiska ramverk för demokrati och interaktivitet skulle jag

vilja föra fram de två variabler som existerar kring interaktiviteten i min studie. Det handlar om följande:

1. Kommentarer från läsare
2. Kommentarer från bloggförfattaren.

Den första typen av interaktivitet innebär att en eller flera läsare, läser blogginlägget ifråga och kommenterar det som skrivits och på så vis skapas en början till dialog mellan politiker och medborgare och den andra, och mest önskvärda i fråga om interaktivitet, är när det förs en fullvärdig dialog mellan läsare och bloggare om ämnet som berörs i blogginlägget. Det vill säga att det i kommentatorsfältet för ett visst blogginlägg förs en dialog mellan bloggförfattaren och läsarna, eller medborgarna om man så vill.

Det finns en hel del likheter med diskussioner i kommentatorsfält på bloggar och det som existerar i traditionell media i form av insändarsidor. Det finns dock ett antal väsentliga skillnader som kan vara värda att nämna. Det finns åtminstone två skillnader som är värda att nämna i sammanhanget. För det första så kan vem som helst, när som helst, kommentera på ett blogginlägg medan det på traditionella mediens insändarsidor finns begränsat utrymme för läsarnas insändare att publiceras och en gallring tvingas fram där inte alla insändare som skickats in till de traditionella medierna publiceras; och för det andra sker diskussionen i bloggarnas kommentatorsfält i realtid, eller möjlighet till en sådan diskussion existerar då inläggen/kommentarerna publiceras direkt efter att de är skrivna, vilket förenklar en mer ingående och aktiv diskussion avsevärt.

4. Metod & Material

Nedan följer en beskrivning och redogörelse för de metodologiska utgångspunkter och faktorer som spelat en central roll i studiens genomförande. Materialet som använts redovisas och de variabler som används i analysen förklaras.

4.1 Metod

Undersökningen bör främst ses som en beskrivande undersökning, det handlar här om ett försök att beskriva hur interaktiviteten på politiska bloggar ser ut, vissa förklarande tendenser återfinns men grundstommen för undersökningen bygger på en beskrivande analys. Fenomenet studeras utifrån en kvantitativ innehållsanalys för att försöka reda ut hur interaktivitet och politiska bloggar faktiskt förhåller sig till varandra. Vid analysen och studien av partiernas bloggar studeras ett antal olika variabler. Variablerna grundas i två olika utgångspunkter, dels undersöks vad som faktiskt rent konkret behandlas i bloggarna, vad som skrivs och vad som berörs av de olika partiernas största bloggar. Därefter utformas ett antal variabler utifrån Jensens interaktivitetsteori för att på så vis kunna utröna vad det är som faktiskt påverkar interaktiviteten på nätet när det gäller politiska bloggar. För att kunna utröna vad det är som påverkar interaktiviteten på bloggarna har ett antal variabler skapats som berör ämnesområde på bloggarna, mer precist uttryckt; påverkas interaktiviteten av vad som skrivs på de politiska bloggarna? Interaktiviteten undersöks även utifrån tidpunkten när blogginlägget skrevs, studiens undersökningsområde sträcker sig över riksdagsvalet 2010 och det vore därför rimligt att undersöka om valet kan ha påverkat interaktiviteten, även partipolitisk tillhörighet kommer att undersökas utifrån ett interaktivitetsteoretiskt perspektiv.

Dels så kommer Jensens interaktivitetsteori tillämpas och kategoriseras utifrån tre variabler som nämnt i kapitel 3. Därefter tillkommer ytterligare en interaktivitetsaspekt i skapandet av ytterligare en variabel som grundar sig på Ulf Buskqvists teorier om sociala medier och interaktivitet, Buskqvists fokus på att interaktivitet skapas genom en ömsesidig påverkan från både sändare och mottagare är viktig i studien för att en helhet ska kunna skapas i analysen. Självklart handlar det inte om en fullständigt likvärdig eller ömsesidig påverkan mellan sändare (bloggen) och mottagare (läsare) då fokus fortfarande ligger på blogginläggen, men för att kunna undersöka och analysera interaktiviteten på ett tillfredsställande vis så krävs en variabel som tar hänsyn till den eventuella dialog som förs via blogginläggens kommentatorsfält. Mer precist handlar det om två olika typer av interaktivitetsnivåer, där den första berör huruvida bloggens läsare deltar i en diskussion kring blogginlägget och den andra

nivån behandlar huruvida även blogg författaren deltar i diskussionen i blogginläggets kommentatorsfält. Det vill säga en ömsesidig påverkan där både läsare och blogg författare diskuterar ämnet på lika villkor.

4.1.1 Kvantitativ innehållsanalys

Studien kommer att karaktäriseras av en kvantitativ innehålls analys. Peter Esaiasson, professor i Statsvetenskap, med flera hävdar att en kvantitativ innehållsanalys innehar en inneboende styrka i det faktum att den fungerar som ett användbart verktyg när man vill ha svar på frågor som behandlar förekomsten av olika typer av innehållsliga kategorier i ett material (Esaiasson 2007: 223) i mitt fall handlar det om bloggar. Eftersom att jag har valt att undersöka ett så pass stort antal bloggar från alla partier som i dagsläget sitter i riksdagen (bortsett från Sverigedemokraterna) så faller sig en kvantitativ innehållsanalys rimlig och mest önskvärd i fråga om att få ett tillfredsställande och intressant material. Undersökningen grundas på en kvantitativ innehållsanalys då analysmaterialet sträcker sig över så pass lång tid att en sådan analys lämpar sig för studien. Kategoriseringen av blogginläggen sker genom kodning utefter förutbestämda variabler för att kunna kvantifiera innehållet i bloggarna och få fram statistik och en bredd i undersökningen (Bryman 2002: 194ff). Utifrån de frågeställningar som har ställts upp för undersökningen har analysenheterna definierats och har styrt utformningen av de variabler som använts för att fastställa de resultat som tar sig uttryck i analysen av riksdagspolitikernas bloggar.

4.2 Avgränsning

Sociala medier är ett relativt vidt begrepp som innefattar allt från Facebook och olika internetforum till bloggar och Twitter. Då begreppet är så pass vidt krävs en avgränsning för att kunna genomföra en relevant och tillförlitlig studie. Avgränsningen har skett genom att jag valt att endast studera politiska bloggar, det finns ett antal skäl till detta. Till att börja med är bloggar ett sätt för politiker att genom en direkt kanal nå ut till medborgarna, det är förvisso möjligt även genom Facebook och Twitter men Facebook kräver en aktiv handling från medborgarna/mottagarna att aktivt välja att de vill ta del av informationen genom att ”gilla” det aktuella partiet för att kunna ta del av informationen och delta i politiska diskussioner och samtal, den aktiva handlingen som krävs för att läsa ett blogginlägg blir därmed mindre då det endast krävs att mottagaren klickar på en länk eller skriver in bloggns URL i sin webbläsare. På Facebook krävs ett medlemskap i den aktuella gruppen, på bloggar krävs inget medlemskap för att en individ ska kunna kommentera på något som är skrivet, vilket underlättar en ömsesidig tvåvägskommunikation. Twitter är ibland kallat för microbloggar,

och det är i stort sett vad det handlar om, Twitterinlägg begränsas till 140 tecken vilket gör att blogginlägg ses som ett rimligare och mer relevant medium när en studie av interaktivitet skall genomföras då politiker på ett enklare sätt kan förmedla sitt budskap, då det inte finns någon begränsning av antal tecken som får ingå i ett blogginlägg.

Dessa bloggar kommer analyseras utifrån de inlägg som är skrivna på respektive blogg under perioden juni 2010 till maj 2011, på så vis får jag ett stort och tillförlitligt material som även sträcker sig över riksdagsvalet i september 2010. På så vis kan jag även utröna om riksdagsvalet påverkar interaktiviteten och det offentliga samtalet på bloggarna. Valet att börja undersökningsperioden under juni månad, som i viss mån kan ses som en semestermånad kan möjligtvis ifrågasättas men jag har valt att låta studien löpa över ett år och genom att börja undersökningsperioden i juni innefattas valkampanjens sista månader för riksdagsvalet 2010, vilket gör att en undersökning av riksdagsvalet sett utifrån interaktivitet kan genomföras.

4.3 Urval

Mitt urval utgörs av politiska bloggar från riksdagspartierna, de partier som valts ut för studien är följande: Moderata samlingspartiet, Folkpartiet, Kristdemokraterna, Centerpartiet, Socialdemokraterna och Vänsterpartiet. Förvisso är Sverigedemokraterna även ett av riksdagspartierna men de har valts att uteslutas ur undersökningen. Eftersom inga riksdagsledamöters bloggar länkade på sin hemsida utan har istället valt att skapa en gemensam blogg, kallad *Sverigedemokraternas riksdagsblogg*. Dessutom startades Sverigedemokraternas riksdagsblogg i november 2010 och därmed saknas material mellan juni 2010 till oktober 2010, på grundval av detta har beslutet tagits att inte ta med Sverigedemokraterna i undersökningen. Därmed studeras endast de partier som varit invalda i riksdagen under hela undersökningsperioden. Den uppfyller med andra ord inte till fullo de kriterier som har ställts upp för att en viss blogg ska kunna tas med i undersökningen, dessa kriterier redogörs för nedan.

Jag har valt att använda mig av två bloggar från respektive parti för att skapa ett brett och relevant material för analysen. Mitt urval har sin grund i ett systematiskt urval, då ett slumpmässigt urval varken är möjligt med tanke på studiens syfte och upplägg och dessutom inte önskvärt. Magnus Sverke skriver att ett sådant urvalsförfarande förvisso innebär relativt sett goda förutsättningar att få fram ett representativt urval och på så vis möjliggörs till viss del en generaliserbarhet ur resultaten, men denna typ av urval eliminerar inte alla de risker

som uppstår kring valet som kan innebära introducerandet av felkällor (Sverke 2003: 28). Studiens generaliserbarhet är inte i alla avseenden perfekt med tanke på urvalet då vissa av de resultat och slutsatser som dras kan vara beroende av personliga preferenser hos den enskilde blogg författaren. Jag har därmed, som sig bör, strävat efter att skapa ett representativt urval för analysen genom att systematiskt och noggrant välja ut de bloggar som på ett tillfredställande vis är representativt för populationen, som i det här avseendet bör ses som de bloggar som finns tillgängliga på riksdagsnivå.

De kriterier som jag ställt upp för dessa bloggar är dels att bloggen måste finnas länkad från respektive partis hemsida och dessutom krävs det att blogg författaren är invald i Sveriges riksdag, detta då jag vill undersöka det offentliga samtalet vid Sveriges högsta instans, och då krävs att blogg författaren sitter i riksdagen för att bloggen ska kunna ses som relevant för undersökningen.

De bloggar som har valts ut för studien är utvalda på grundval av dels utifrån de två ovan nämnda kriterierna, nämligen att varje enskild blogg författare är invald i Sveriges Riksdag och varje enskild blogg finns länkad från respektive partis hemsida. Någon utförlig jämförelse mellan bloggarna angående antal läsare varje enskild blogg har inte gjorts, men varje parti representeras av bloggare som har ungefärligt likartade antal läsare jämfört med de andra bloggarna som ingår i studien, i den mån det varit möjligt att fastställa. De blogg författare som har valts ut är följande.

1. Moderaterna:

Ulrika Karlsson: Ledamot i Justitieutskottet, ledamot av tryck- och yttrandefrihetsgrundlagsutredningen och suppleant i Civilutskottet. Av riksdagsgruppen utsedd samordningsansvarig för moderaterna i fildelningsfrågor

Magdalena Andersson: Kommittéordförande för moderaterna i Civilutskottet samt ledamot av Krigsdelegationen

2. Folkpartiet:

Nina Larsson: Ledamot av Folkpartiet Liberalernas partistyrelse samt partisekreterare för Folkpartiet.

Birgitta Ohlsson: Ledamot i utrikesutskottet, förbundsordförande för Liberala ungdomsförbundet samt EU-minister.

3. Kristdemokraterna:

Roland Utbult: Arbetande ersättare i socialutskottet samt kulturutskottet.

Anders Andersson: Ledamot i riksdagens socialutskott och ersättare i finansutskottet samt Inför valet 2010 även ordförande i Allianspartiernas arbetsgrupp för hälso- och sjukvårdsfrågor.

4. Centerpartiet:

Kerstin Lundgren: Utrikespolitisk talesperson för Centerpartiet, ledamot i Europarådet samt distriktsordförande för Centerpartiet i Stockholms län.

Fredrick Federley: Migrationspolitisk talesperson

5. Miljöpartiet:

Bodil Ceballos: Ledamot i Utrikesutskottet samt ersättare i EU-nämnden, Försvarsutskottet och Justitieutskottet.

Gunvor G Ericson: talesperson i Folkhälsopolitik och Jämställdhetsfrågor

6. Socialdemokraterna:

Fredrik Lundh Sammeli: Migrationspolitisk talesperson samt vice gruppleadare i Socialförsäkringsutskottet.

Ylva Johansson: Vice ordförande i riksdagens arbetsmarknadsutskott.

7. Vänsterpartiet:

Jens Holm: ledamot av miljö- och jordbruksutskottet samt ersättare i näringsutskottet och EU-nämnden.

Ulla Andersson: Vice gruppleadare i Vänsterpartiet samt ledamot i Finansutskottet.

Varje blogginslag som är skrivet på respektive blogg representeras som en analysenhet. Totalt har 1188 analysenheter undersökts fördelat över de sju aktuella partierna. Fördelningen mellan partierna är inte jämnt fördelad, och därför presenteras de aktuella analysenheterna nedan för att förtydliga detta:

Tabell 4.1: Fördelning av analysenheter för respektive parti.

| | | Antal analysenheter | Procent |
|--------------|--------------------|------------------------|---------|
| Parti | Moderaterna | 163 | 14 |
| | Folkpartiet | 139 | 12 |
| | Kristdemokraterna | 142 | 12 |
| | Centerpartiet | 180 | 15 |
| | Miljöpartiet | 119 | 10 |
| | Socialdemokraterna | 145 | 12 |
| | Vänsterpartiet | 300 | 25 |
| | Total | 1188 | 100 |

Vänsterpartiet är något överrepresenterade i undersökningen, men då urvalet har skapats utifrån att alla bloggar ska ha ett ungefärligt likartat antal läsare för respektive blogg. Att vänsterpartiet är något överrepresenterat ses därmed inte som något allvarligt problem för undersökningens trovärdighet.

4.4 Variabler

Vid undersökningen av partiernas bloggande undersöks ett antal variabler skapade utifrån det teoretiska ramverk som presenteras i tidigare kapitel men även empiriska iakttagelser i och kring bloggarna. Alla variabler syftar till att öka förståelsen för vad som kan tänkas påverka interaktiviteten inom sociala medier, eller som i studiens fall, bloggar. Samt till att beskriva hur interaktiviteten mellan medborgare och politiker tar sig uttryck med avseende på bloggar på riksdagsnivå.

4.4.1 Parti

Inom variabeln *Parti* existerar variabelvärdena: Moderaterna, Folkpartiet, Kristdemokraterna, Centerpartiet, Miljöpartiet, Socialdemokraterna, samt Vänsterpartiet. Dessa är valda på grundval av att det är dessa partier som ingår i Sveriges Riksdag (2011). Variabeln *Parti* ämnar sortera in blogginläggen efter partitillhörighet.

4.4.2 Huvudsaklig aktör

För att ytterligare placera in blogginlägget och tydliggöra vad som faktiskt skrivs om så har en variabel skapats som visar på vem eller vilken aktör som huvudsakligen benämns. Här har variabeln *Huvudsaklig aktör* skapats med följande möjliga variabelvärden: Det egna partiet, Övriga partier, Offentlig verksamhet, Privata aktörer, Massmedia samt Övriga skapats. Dessa variabler är skapade på grundval av att de rimligtvis bör täcka in de flesta möjliga aktörer som bör kunna ses som ständigt återkommande inslag inom riksdagspartiernas bloggar. Variabelvärdet *Övriga* berör de fall där aktören är en enskild person, intresseorganisation eller

liknande, även ett variabelvärde: *Ej tillämplig* har skapats i de fall ingen tydlig aktör nämns i blogginlägget.

4.4.3. Tid

Även en variabel för *Tid* har skapats, där varje månad har tilldelats ett eget variabelvärde från juni 2010 till Maj 2011.

4.4.4 Kritik i blogginlägg

Variabeln *Kritik i blogginlägg* behandlar huruvida det i blogginlägget existerar någon kritik av övriga partier, eller eventuellt det egna partiet.

4.4.5 Sakområde som benämns

Sakområde som benämns har variabelvärden skapade utifrån övergripande studerande av respektive riksdagspartis hemsida, med fokus på deras politiska åsikter kring olika sakfrågor. Följande möjliga utfall bör därför ses som relativt representativa för de sakområden som existerar inom svensk politik, och därmed rimligtvis även i blogginlägg på riksdagsnivå i dagen Sverige. Möjliga variabelvärden är följande: Miljö, Hälsa, Skola, Arbetsmarknad, Ekonomi, Kultur, Jämställdhet, Demokrati, Integration och Mångfald, Skatt, Europeiska Unionen, Arbetslöshet, Velfärdsstaten, Försvarspolitik, Pension, Utrikespolitiska frågor, Bostadsfrågor, Bistånd, Ideologiska frågor, Infrastruktur, Valet & Valrörelsen, Personlig integritet samt Övrigt/Ej Tillämplig. Majoriteten av ovan nämnda sakområden kräver rimligtvis ingen vidare definition men till exempel variabeln som berör Demokrati kan nämnas något om, det handlar här främst om direkta kopplingar till frågor som berör demokrati som styrelseskick eller demokratiska rättigheter. Viktigt att nämna i sammanhanget är däremot att kategoriseringen utifrån sakområde har skett utifrån vilket sakområde som bör ses som huvudsakligt i det aktuella blogginlägget, kategoriseringen har därmed inte gjorts genom räknande av vilka ord som förekommer flest gånger utan snarare utifrån det övergripande temat på blogginläggen.

4.4.6 Interaktivitet

Utöver dessa kategoriserande variabler tillkommer ytterligare ett antal variabler för att visa på interaktivitet. Dels har två variabler skapats för att visa på vem som faktiskt kommenterar på blogginlägg. Där en variabel syftar till att visa på interaktion från läsare och en variabel syftar till att visa på interaktion och dialog mellan läsare och bloggförfattaren, samt en variabel som ska visa på vilken typ av dialog som förs. Det vill säga om läsarna är positivt eller negativt inställda till det bloggförfattaren skriver om. Dessa tre variabler är skapade utifrån Ulf

Buskqvists tankegångar kring interaktivitet, som de är beskrivna i de teoretiska utgångspunkterna i kapitel 3.

4.4.7 Interaktivitet enligt Jensen

De tre variablerna *Utsändande interaktivitet*, *Konverserande interaktivitet* samt *Konsulterande interaktivitet* har alla blivit tilldelade variabelvärdena ”Ja” samt ”Nej”, beroende på om den aktuella formen av interaktivitet återfinns i blogginlägget eller inte. Att det har skapats tre variabler för detta beror på att ett inlägg kan innehålla alla tre formerna av interaktivitet samtidigt och för att tydliggöra det så väl som möjligt har tre variabler skapats.

4.5 Kort förklaring av Cramer's V

Chi-square tydliggör huruvida ett samband är signifikant eller inte. Därefter används Cramer's V för att fastställa hur starkt ett visst samband är, värdet på Cramer's V varierar mellan 0 och 1. Om Cramer's V för ett visst samband är nära 0 tyder det på ett svagt samband medan ett starkt samband genererar ett värde på Cramer's V nära 1.

4.6 Validitet & Reliabilitet

4.6.1 Validitet

Validitet bör ses som ett väsentligt begrepp i sammanhanget. Syftet med undersökningen är att utröna interaktiviteten på politiska bloggar på riksdagsnivå. Då materialet samlas in från faktiska riksdagsledamöters bloggar så kan materialet sammanfattas och granskas utifrån studiens syfte och frågeställningar, och bör därmed ses som valid. Att ett antal variabler för interaktivitet ingår i studien som kan testas mot varandra bör även styrka validiteten i undersökningen.

4.6.2 Reliabilitet

Valet att granska enbart två bloggar per politiskt parti kan eventuellt skada undersökningens reliabilitet och generaliserbarhet, men utifrån en grundläggande förstudie av ett större antal bloggar har slutsatsen dragits att det är rimligt att enbart undersöka ett mindre antal bloggar och ändå kunna få tillförlitliga resultat när det gäller interaktivitet på riksdagsledamöters bloggar. Önskvärt vore om någon utomstående individ hade testat mitt kodschema på aktuella bloggar för att säkerställa att resultatet blir likvärdigt men något sådant test har inte genomförts, jag har däremot tvingats omkoda en stor del av materialet och fått fram likvärdiga

resultat även i andra omgången vilket tyder på att reliabiliteten bör kunna ses som åtminstone något förhöjd.

5. Resultat och analys

De resultat som påträffats i undersökningen presenteras nedan med efterföljande analys. Interaktiviteten är indelad i två delkapitel, dels ett som berör Jensens interaktivitetsteori och berörda variabler och därefter ett delkapitel som behandlar den typ av interaktivitet som definierats utifrån Ulf Buskqvists diskussion kring interaktivitet.

5.1 Jensens interaktivitetsteori

Nedan presenteras de resultat som framkommit av undersökningen med avseende på de variabler som behandlar Jensens interaktivitetsteori.

5.1.1 Utsändande interaktivitet

När det gäller utsändande interaktivitet, det vill säga huruvida det sänds ut någon form av information eller liknande i blogginlägget kan må hända vara något irrelevant i sammanhanget med tanke på hur fenomenet bloggar fungerar, och detta tas enbart upp väldigt kort. Alla partierna sänder ut någon form av information eller motsvarande, med andra ord utsändande interaktivitet i över 95 procent av blogginläggen och någon djupare analys av interaktiviteten på det här planet ses därmed inte som relevant, då partierna inte skiljer sig något nämnvärt från varandra, och att interaktivitetsnivån är så pass hög. Den utsändande interaktiviteten kräver möjligtvis något utförligare förklaring dock, för att minimera risken för missförstånd. Det existerar bland annat ett antal blogginlägg som enbart består av en bild, dessa har, i de fall det inte tydligt framgår ett politiskt budskap i bilden, klassificerats som icke utsändande.

5.1.2 Konverserande interaktivitet

Den konverserande interaktiviteten behandlar, som tidigare nämnts, huruvida det på bloggarna förekommer uppmaningar till läsarna, dessa uppmaningar kan handla om att delta i någon aktivitet och klassas därför även in i något som kan liknas vid en tvåvägskommunikation, eller åtminstone en uppmaning till tvåvägskommunikation. Då Jensens interaktivitetsteori inte tar hänsyn till huruvida mottagaren utför de aktiviteter eller handlingar som de uppmanas till så mäts här enbart huruvida det förekommer uppmaningar i blogginläggen. Om vi för att på ett tydligt sätt, till att börja med enbart ser till hur den konverserande interaktiviteten ser ut kopplat till parti kan följande tabell vara rimlig att visa:

Tabell 5.1 Konverserande interaktivitet kopplat till Partitillhörighet.

| | | Interaktion Konverserande | | Totalt | |
|--------------|--------------------|---------------------------|------|--------|------|
| | | Ja | Nej | | |
| Parti | Moderaterna | Antal | | 163 | |
| | | Procent | 14 % | 86% | 100% |
| | Folkpartiet | Antal | | 139 | |
| | | Procent | 27% | 73% | 100% |
| | Kristdemokraterna | Antal | | 142 | |
| | | Procent | 10% | 90% | 100% |
| | Centerpartiet | Antal | | 180 | |
| | | Procent | 13% | 87% | 100% |
| | Miljöpartiet | Antal | | 119 | |
| | | Procent | 12% | 88% | 100% |
| | Socialdemokraterna | Antal | | 145 | |
| | | Procent | 8% | 92% | 100% |
| | Vänsterpartiet | Antal | | 300 | |
| | | Procent | 12% | 88% | 100% |
| | Totalt | Antal | | 1188 | |
| | | Procent | 13% | 87% | 100% |

Vad som kan utläsas är att den konverserande interaktiviteten på politiska bloggar är relativt sett låg, totalt så utsänds endast konverserande interaktivitet i 13 procent av blogginläggen. Däremot kan en viss skillnad mellan partierna belysas där Folkpartiets blogginlägg sänder ut konverserande interaktivitet i 27 procent av fallen medan Socialdemokraterna endast ligger på 8 procent.

Vid analysen har därför andra faktorer inverkan på den konverserande interaktiviteten analyserats, interaktiviteten har kopplat till huruvida de blogginlägg som innefattar frågor som berör riksdagsvalet 2010 eller den föregående valrörelsen. Detta har definierats som inlägg som direkt berör riksdagsvalet 2010 eller blogginlägg som behandlar blogg författarens egna

partis valkampanj. Detta för att utreda vad det är som påverkar den konverserande interaktiviteten som den är definierad i kapitel 3.

Tabell 5:2 Konverserande interaktivitet i blogginlägg som behandlar Riksdagsvalet 2010.

| | | | Interaktion Konverserande | | Totalt |
|---------------|--------------------|----------------|---------------------------|-----|--------|
| | | | Ja | Nej | |
| Parti | Moderaterna | Antal | | | 39 |
| | | Procent | 36% | 64% | 100% |
| | Folkpartiet | Antal | | | 39 |
| | | Procent | 49% | 51% | 100% |
| | Kristdemokraterna | Antal | | | 42 |
| | | Procent | 24% | 76% | 100% |
| | Centerpartiet | Antal | | | 54 |
| | | Procent | 22% | 78% | 100% |
| | Miljöpartiet | Antal | | | 8 |
| | | Procent | 13% | 87% | 100% |
| | Socialdemokraterna | Antal | | | 22 |
| | | Procent | 27% | 73% | 100% |
| | Vänsterpartiet | Antal | | | 36 |
| | | Procent | 14% | 86% | 100% |
| Totalt | | Antal | | | 240 |
| | | Procent | 28% | 72% | 100% |

Utifrån en jämförelse med partiernas konverserande interaktivitet generellt sett med den konverserande interaktiviteten i blogginlägg som berör Riksdagsvalet 2010 kan man se att under valrörelsen och efterföljande val så ökar den konverserande interaktiviteten totalt sett från 13 procent till 28 procent vilket bör ses som en markant ökning i interaktivitet. Folkpartiet sänder ut uppmaningar till läsarna i 49 procent av blogginläggen som berör riksdagsvalet vilket bör ses som relativt högt. Procentuellt sett så är Miljöpartiet samt Vänsterpartiet relativt oengagerade när det handlar om att sända ut uppmaningar till läsarna under valkampanjen. Förvisso bör man här ta hänsyn till att bloggarna, om än teoretiskt sett kopplade till respektive parti och på så vis inblandade i valkampanjen, drivs av enskilda politiker och att resultatet därmed kan påverkas av individuella preferenser hos bloggförfattarna. Denna aspekt har till viss del eliminerats genom att två bloggar från varje enskilt parti undersöks och analyseras men man kommer inte ifrån den enskilde bloggförfattarens personliga preferenser och syn på valkampanjen i stort. Vad man däremot kan se tydligt utifrån ovanstående tabeller är att den konverserande interaktiviteten ökar under valkampanjen hos alla berörda partier och ett samband kan urskiljas om än svagt i vissa partiers fall, Miljöpartiets konverserande interaktivitet har till exempel inte förändrats, med avseende på den konverserande interaktiviteten sett till hela undersökningsperioden jämfört

med valkampanjen inför riksdagsvalet 2010 medan till exempel Folkpartiets interaktivitet har ökat med drygt 20 procent, vilket tyder på att valkampanjandet ter sig olika beroende på parti när man kopplar det till sociala medier, och i det här fallet bloggar. Sambandet mellan konverserande interaktivitet och interaktionen från läsare har även studerats. Mer precist har det undersökts i hur stor utsträckning bloggarnas läsare hörsammar de uppmaningar som sänds ut av bloggförfattaren genom konverserande interaktivitet. Det kan vara av intresse här att påpeka att i de inlägg som präglas av en konverserande interaktivitet från författaren så interagerar läsarna endast i 32 procent av fallen. Medan interaktiviteten från läsarna sett över alla analysenheter är något större, nämligen 39 procent (se delkapitel 5.2.1 Interaktivitet och Partier). Då undersökningen endast studerar interaktiviteten som existerar på den faktiska bloggen så kan dessa siffror dock vara något icke representativa för den ”verkliga” interaktiviteten, det vill säga, om en enskild bloggförfattare uppmanar läsarna att gå och lyssna på en debatt eller delta i någon aktivitet så kan läsarna delta utan att interagera på den aktuella bloggen.

5.1.3 Konsulterande interaktivitet

Den tredje och sista dimensionen av interaktivitet som analyseras utifrån Jensens interaktivitetsdimensioner är konsulterande interaktivitet. Nedan följer en jämförelse av i vilken utsträckning deras blogginlägg präglas av eller innehåller konsulterande interaktivitet. Konsulterande interaktivitet är ett relativt vidt begrepp då det innehåller så pass många olika kategorier, allt från videoklipp, bilder till nyhetsartiklar och hyperlänkar till andra informativa texter eller medier. Men det kan trots detta vara intressant att analysera, i många av fallen så hänvisar blogg författaren till vidare och mer utförlig information kring ämnet som belyses i blogginlägget, alternativt källhänvisar till nyhetsartiklar eller underökningar för att styrka trovärdigheten i deras påståenden. Nedan följer därför en tabell över partiernas användning av konsulterande interaktion.

Tabell 5.3 Konsulterande interaktivitet kopplat till partitillhörighet.

| | | Interaktion Konsulterande | | Totalt |
|--------------------|----------------|------------------------------|-----|--------|
| | | Ja | Nej | |
| Moderaterna | Antal | | | 163 |
| | Procent | 71 % | 29% | 100% |
| Folkpartiet | Antal | | | 139 |
| | Procent | 78% | 22% | 100% |
| Kristdemokraterna | Antal | | | 142 |
| | Procent | 63% | 37% | 100% |
| Centerpartiet | Antal | | | 179 |
| | Procent | 36% | 64% | 100% |
| Miljöpartiet | Antal | | | 119 |
| | Procent | 68% | 32% | 100% |
| Socialdemokraterna | Antal | | | 145 |
| | Procent | 57% | 43% | 100% |
| Vänsterpartiet | Antal | | | 300 |
| | Procent | 61% | 39% | 100% |
| Totalt | Antal | | | 1187 |
| | Procent | 61% | 39% | 100% |

Partierna är alltså relativt likartade när det kommer till användandet av konsulterande interaktivitet. Moderaterna och Folkpartiet använder sig av denna typ av interaktivitet i något större utsträckning än övriga partier, Moderaterna i 71 procent av blogginläggen och Folkpartiet i 78 procent av inläggen. Centerpartiet använder sig enbart av konsulterande interaktivitet i 36 procent av fallen medan övriga partier ligger runt 60 procent.

Även en analys av valkampanjen kopplat till dimensionen konsulterande interaktivitet har genomförts, vilket redogörs för nedan.

Tabell: 5:4 Konsulterande interaktivitet under valrörelsen 2010.

| Konsulterande interaktivitet | Antal | Procent |
|-------------------------------------|--------------|----------------|
| Ja | 155 | 65 |
| Nej | 84 | 35 |
| Totalt | 239 | 100 |

Ingen större förändring går att utskilja totalt sett när den konsulterande interaktiviteten kopplas till valkampanjen inför riksdagsvalet 2010, jämfört med hur interaktiviteten ser ut totalt sett över hela undersökningsperioden.

5.2 Interaktivitet på bloggar

Jensens interaktivitetsdimensioner är behandlad ovan därmed fortsätter vi vidare in i studiens andra undersökningsområde. Om Jensens dimensioner för interaktivitet syftar till att beskriva kommunikationen som sänds ut från bloggförfattarna så syftar nedanstående analys till att skapa en förståelse för vad det är som påverkar läsarna att faktiskt delta i den offentliga debatten som förs på politiska bloggar på riksdagsnivå i Sverige.

5.2.1 Interaktivitet och partier

För att skapa förståelse för hur interaktiviteten ser ut totalt sett över de politiska bloggar som valts ut för studien så presenteras nedan en tabell för att visa på huruvida interaktivitet från läsarna existerar på politiska bloggar på riksdagsnivå i Sverige, tabellen presenteras uppdelad efter bloggarnas respektive partitillhörighet och jämförs därefter med bloggar från varje enskilt annat parti som ingår i studien.

Tabell 5.5 Partitillhörighet kopplat till läsarkommentarer

| | | | Interaktion (läsare) | | Totalt |
|---------------|--------------------|----------------|----------------------|-------------------------|--------|
| | | | Ingen kommentar | Kommentarer från läsare | |
| Parti | Moderaterna | Antal | | | 163 |
| | | Procent | 75% | 25% | 100% |
| | Folkpartiet | Antal | | | 139 |
| | | Procent | 36% | 64% | 100% |
| | Kristdemokraterna | Antal | | | 142 |
| | | Procent | 83% | 17% | 100% |
| | Centerpartiet | Antal | | | 180 |
| | | Procent | 61% | 39% | 100% |
| | Miljöpartiet | Antal | | | 119 |
| | | Procent | 62% | 38% | 100% |
| | Socialdemokraterna | Antal | | | 145 |
| | | Procent | 66% | 34% | 100% |
| | Vänsterpartiet | Antal | | | 300 |
| | | Procent | 51% | 49% | 100% |
| Totalt | | Antal | | | 1188 |
| | | Procent | 61% | 39% | 100% |

Anmärkning: Cramer's V ,281. Signifikans ,000

Det som i första hand går att utröna från resultaten som presenteras i tabellen ovan är att totalt sett så deltar de som läser de politiska bloggarna i en debatt i 40 procent av fallen, här har ingen hänsyn tagits till hur många som deltar i diskussionen utan endast huruvida det förekommer någon form av respons i samband med varje enskilt blogginlägg. Vidare kan vi

se att Kristdemokraternas bloggar är de bloggar där det förekommer minst interaktivitet, endast 17 procent medan Vänsterpartiet och Folkpartiet är de politiska bloggar med högst interaktivitet, där Vänsterpartiet har en interaktivitet på 50 procent och Folkpartiet 64 procent. Utifrån det teoretiska ramverk som ställts upp för teorin kring interaktivitet framgår att interaktivitet handlar om en ömsesidig påverkan, i tabellen ovan har endast läsarnas påverkan, eller inlägg i debatten tagits hänsyn till och för att interaktiviteten ska kunna ses som fulländad krävs att båda parter deltar på relativt sett lika villkor, det vill säga att det sker en dialog eller debatt mellan läsarna och blogg författaren i samband med varje enskilt blogginlägg, därför har nedanstående tabell tagits fram för att visa på de fall där en dialog förs utifrån det ämne som behandlas i det aktuella blogginlägget.

Tabell 5.6 Dialog mellan blogg författare och läsare kopplat till politisk tillhörighet.

| | | | Interaktion | | Totalt |
|---------------|--------------------|----------------|-----------------|---------------------------------|--------|
| | | | Ingen kommentar | Kommentar från blogg författare | |
| Parti | Moderaterna | Antal | | | 41 |
| | | Procent | 73% | 27% | 100% |
| | Folkpartiet | Antal | | | 89 |
| | | Procent | 65% | 35% | 100% |
| | Kristdemokraterna | Antal | | | 24 |
| | | Procent | 96% | 4% | 100% |
| | Centerpartiet | Antal | | | 71 |
| | | Procent | 80% | 20% | 100% |
| | Miljöpartiet | Antal | | | 45 |
| | | Procent | 33% | 67% | 100% |
| | Socialdemokraterna | Antal | | | 49 |
| | | Procent | 100% | 0% | 100% |
| | Vänsterpartiet | Antal | | | 148 |
| | | Procent | 74% | 26% | 100% |
| Totalt | | Antal | | | 467 |
| | | Procent | 73% | 27% | 100% |

Anmärkning: Cramer's V ,373. Signifikans ,000

Vad vi kan se ovan är att interaktiviteten sjunker markant i tabellen ovan i jämförelse med interaktiviteten som endast tog hänsyn till läsarnas deltagande i debatten kring blogginläggets ämne. Totalt sett sjunker förvisso endast interaktivitetsnivån från 40 procent till 27 procent, vilket endast är 12 procent, vilket kanske kan tyckas lite, men ser man till enskilda partier kan man se att Socialdemokraternas blogg författare aldrig deltar i debatten kring blogginläggen, detta kan förvisso bero på någon policy från respektive författare att låta författandet av

blogginläggen vara deras huvudsakliga uppgift på bloggen och lämna kommentatorsfältet åt läsarna/medborgarna. Men oavsett så existerar det ingen interaktivitet i det här avseendet på de socialdemokratiska bloggar som använts i studien, inte heller Kristdemokraternas bloggar präglas av någon interaktivitet i det här avseendet, där endast 4 procent av de blogginlägg där det förs en debatt av läsarna deltar blogg författaren själv i debatten eller diskussionen. Ett exempel på där interaktiviteten mellan läsare och blogg författare tydligt visar sig kan tas från folkpartisten Nina Larssons blogg där följande konversation utspelade sig efter ett blogginlägg om burkaförbud:

Marit Nymo säger:

04 augusti 2010 kl 15:49

Jag har hört att det talade språket endast utgör ca 30%, resten är kroppsspråk i form av tex ansiktsmimik, kropps rörelser mm...

Hur ska en lärare kunna känna av vad eleven egentligen säger om det 1 är svårt att göra sig förstådd genom tal, 2 man bär heltäckande burka...

Nina Larsson säger:

04 augusti 2010 kl 18:27

Precis.

Det finns säkert utbildningar där burka inte spelar någon roll, men där det spelar roll ska rektorn kunna bestämma att det inte bärs i klassrummet.

//nina

daniel säger:

04 augusti 2010 kl 19:14

pseudofråga. det finns ju 1000 viktigare frågor att ta tag i när det gäller den svenska skolan. känns bara unket.

Nina Larsson säger:

04 augusti 2010 kl 19:17

Jo vi kan förvisso partiskt värdera all världens frågor och bara engagera oss i de tre viktigaste. Eller så försöker vi vara bredare än så och arbeta på flera plan samtidigt. (Larsson 2010)

För att läsa hela blogginlägget och efterföljande samtal/diskussion mellan läsare och blogg författare Nina Larsson (se bilaga 2). Diskussionen fortsätter ytterligare vilket går att se i tillhörande bilaga, men ovanstående citering visar ganska tydligt på hur läsare och blogg författare interagerar med varandra.

5.2.2 Interaktivitet och berörd aktör

Nedan redovisas tabell för att visa på hur interaktiviteten ser ut beroende på vilken aktör som benämns i blogginlägget. Kategorin *Ej tillämplig* innefattar de blogginlägg som inte har någon tydligt uttryckt huvudsaklig aktör, den skiljer sig från kategorin *Övriga* i det avseende att den sistnämnda innefattar till exempel. Intresseorganisationer och andra ej specificerade aktörer.

Tabell 5.7 Aktör som benämns i blogginlägg kopplat till interaktivitet från läsare.

| | | | Interaktion (läsare) | | Totalt |
|--------------------------|----------------------|----------------|----------------------|-------------------------|--------|
| | | | Ingen kommentar | Kommentarer från läsare | |
| Aktör som benämns | Ej tillämplig | Antal | | | 97 |
| | | Procent | 77% | 23% | 100% |
| | Egna partiet | Antal | | | 576 |
| | | Procent | 58% | 42% | 100% |
| | Övriga partier | Antal | | | 213 |
| | | Procent | 53% | 47% | 100% |
| | Offentlig verksamhet | Antal | | | 104 |
| | | Procent | 71% | 29% | 100% |
| | Privata aktörer | Antal | | | 68 |
| | | Procent | 69% | 31% | 100% |
| | Massmedia | Antal | | | 45 |
| | | Procent | 62% | 38% | 100% |
| | Övriga | Antal | | | 85 |
| | | Procent | 59% | 41% | 100% |
| Totalt | | Antal | | | 1188 |
| | | Procent | 61% | 39% | 100% |

Anmärkning: Cramer's V ,148. Signifikans ,001

De blogginlägg, beroende på vem eller vilken aktör som benämns i blogginlägget, som innehar den största mängden interaktivitet från läsarna är de inlägg vars huvudsakliga berörda aktör är *Övriga partier*. Med tanke på detta faktum kommer även interaktiviteten kring dessa blogginlägg analyseras utifrån huruvida det som skrivs om de övriga partierna är skrivit kritiskt, det vill säga huruvida interaktiviteten påverkas beroende av om blogg författaren kritiserar de övriga partierna eller ej, vilket visas nedan.

Tabell 5.8 Kritik i blogginlägg där övriga partier benämns kopplat till interaktion från läsare.

| | | | Interaktion (läsare) | | Totalt |
|-----------------------------|-------------------------|---------|----------------------|-------------------------|--------|
| | | | Ingen kommentar | Kommentarer från läsare | |
| Kritik i blogginlägg | Ej tillämplig | Antal | | | 22 |
| | | Procent | 64% | 36% | 100% |
| | Kritik av andra partier | Antal | | | 188 |
| | | Procent | 52% | 48% | 100% |
| | Kritik av egna partiet | Antal | | | 3 |
| | | Procent | 33% | 67% | 100% |
| Totalt | | Antal | | | 213 |
| | | Procent | 53% | 47% | 100% |

Anmärkning: Cramer's V ,085. Signifikans ,467

Utifrån ovan presenterade tabell kan två relevanta och huvudsakliga slutsatser dras. För det första så kritiseras de övriga partierna i de flesta av de inlägg som skrivs, det vill säga att i de fall en blogg författare nämner andra partier än det egna så kritiseras även det nämnda partiet i majoriteten av fallen (i 188 fall av 213 kritiseras det nämnda partiet). Därmed är det rimligtvis svårt att dra slutsatser kring huruvida kritiken påverkar interaktiviteten något nämnvärt, men den är i stort sett oförändrad i de två ovanstående tabellerna, vilket med största sannolikhet är ett resultat av att de flesta blogginläggen kritiserar det nämnda partiet i det aktuella inlägget.

5.2.3 Interaktivitet kopplat till sakområde

Den tredje variabeln som testas mot interaktiviteten mellan läsare och blogg författare är *Sakområde som benämns*, detta för att utröna huruvida det föreligger något samband mellan vilket ämne blogg författarna väljer att skriva om på de aktuella bloggarna och interaktiviteten dessa ämnen genererar. Till att börja med undersöks huruvida det går att finna några samband när det endast tas hänsyn till den första typen av interaktion som definierats, det vill säga den som enbart ser till läsarnas interagerande, senare kommer även interaktion från författarna analyseras. En tabell som visar sambandet mellan sakområde och interaktion presenteras på nästföljande sida.

Tabell 5.9 Interaktivitet som beroende av sakområde som benämns i blogginlägg

| | | | Interaktion (läsare) | | Totalt |
|------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------|-------------------------|--------|
| | | | Ingen kommentar | Kommentarer från läsare | |
| Sakområde som benämns | Ej tillämplig/Övrigt | Antal | | | 59 |
| | | Procent | 66,1% | 33,9% | 100% |
| | Miljö | Antal | | | 119 |
| | | Procent | 50% | 50% | 100% |
| | Hälsa | Antal | | | 105 |
| | | Procent | 69% | 31% | 100% |
| | Skola | Antal | | | 43 |
| | | Procent | 56% | 44% | 100% |
| | Arbetsmarknad | Antal | | | 77 |
| | | Procent | 71% | 29% | 100% |
| | Ekonomi | Antal | | | 26 |
| | | Procent | 62% | 38% | 100% |
| | Kultur | Antal | | | 35 |
| | | Procent | 71% | 29% | 100% |
| | Jämställdhet | Antal | | | 93 |
| | | Procent | 63% | 37% | 100% |
| | Demokrati | Antal | | | 6 |
| | | Procent | 83% | 17% | 100% |
| | Integration och mångfald | Antal | | | 42 |
| | | Procent | 64% | 36% | 100% |
| | Skatter | Antal | | | 28 |
| | | Procent | 75% | 25% | 100% |
| | EU | Antal | | | 44 |
| | | Procent | 64% | 36% | 100% |
| | Arbetslöshet | Antal | | | 38 |
| | | Procent | 47% | 53% | 100% |
| | Välfärdsstaten | Antal | | | 32 |
| | | Procent | 59% | 41% | 100% |
| | Försvarspolitik | Antal | | | 38 |
| | | Procent | 60% | 40% | 100% |
| | Pension | Antal | | | 7 |
| | | Procent | 71% | 29% | 100% |
| | Utrikespolitiska frågor | Antal | | | 60 |
| | | Procent | 67% | 33% | 100% |
| | Bostadspolitik | Antal | | | 9 |
| | | Procent | 44% | 56% | 100% |
| | Bistånd | Antal | | | 7 |
| | | Procent | 57% | 43% | 100% |
| | Ideologi | Antal | | | 35 |
| | | Procent | 37% | 63% | 100% |
| | Infrastruktur | Antal | | | 21 |
| | | Procent | 71% | 29% | 100% |
| | Val & Valkampanj | Antal | | | 240 |
| | | Procent | 60% | 40% | 100% |
| | Integritet | Antal | | | 24 |
| | | Procent | 29% | 71% | 100% |
| Total | | Antal | | | 1188 |
| | | Procent | 61% | 39% | 100% |

Anmärkning: Cramer's V ,193. Signifikans ,003

Det spelar alltså viss roll för interaktiviteten när det kommer till vilket ämne som faktiskt berörs i blogginläggen. De ämnen som genererat högst interaktivitet är följande: arbetslöshet, miljöfrågor, bistånd, ideologiska inlägg samt inlägg som berör personlig integritet. Den interaktivitet som uppmäts kring biståndsfrågor är däremot något irrelevant och dessutom ointressant i sammanhanget, endast sju blogginlägg tar upp frågor som handlar om bistånd och några konkreta slutsatser går därmed rimligtvis inte att dra från resultatet som visar på att biståndsfrågor genererar interaktivitet i 56 procent av fallen. Däremot kan något sägas om de övriga ämnena. 71 procent av de blogginlägg som berör personlig integritet har även genererat interaktivitet från läsarna, resultatet från ideologiska inlägg är 63 procent, arbetslöshet genererar integritet i 53 procent av fallen och inlägg som berör miljöfrågor skapar interaktivitet från läsarna i 50 procent av fallen. Sambandet mellan vilket ämne som berörs i blogginlägg på riksdagsnivå, med avseende på faktiskt sakområde som benämns, och interaktiviteten från läsare bör ses som relativt sett svag med avseende på resultatet av Cramers V, som presenterats under tabellen.. Däremot kan man se tendenser som pekar på att vissa sakområden tenderar att generera interaktivitet från läsarna i högre utsträckning än andra.

5.2.4 Kritik på bloggar

Ett visst samband mellan kritik och interaktivitet från läsarnas sida går att återfinna i resultaten.

Tabell 5.10 Kritik av partier och läsarinteraktivitet.

| | | | Interaktion (läsare) | | Totalt |
|-----------------------------|-------------------------|----------------|----------------------|-------------------------|--------|
| | | | Ingen kommentar | Kommentarer från läsare | |
| Kritik i blogginlägg | Ej tillämplig | Antal | | | 850 |
| | | Procent | 64% | 36% | 100% |
| | Kritik av andra partier | Antal | | | 326 |
| | | Procent | 52% | 48% | 100% |
| | Kritik av egna partiet | Antal | | | 12 |
| | | Procent | 50,% | 50% | 100% |
| Totalt | Antal | | | 1188 | |
| | Procent | 61% | 39% | 100% | |

Anmärkning: Cramer's V ,115. Signifikans ,000

I de fall blogg författaren kritiserar det egna partiet återfinns interaktivitet från läsarna i 50 procent av fallen, detta resultat är dock troligtvis inte särskilt representativt för hur den faktiska situationen ser ut. Endast 12 blogginlägg av de 1188 undersökta analysenheterna innehar kritik av det egna partiet vilket rimligtvis inte är tillräckligt stor andel för att dra några

konkreta slutsatser. Däremot kan vi se att kritik av andra partier tenderar att öka interaktiviteten jämfört med hur den ser ut totalt, oberoende av andra faktorer. Även huruvida blogg författarna deltar i en diskussion med läsarna/medborgarna i samband med inlägg som kritiserar andra partier har undersökts, resultatet visar här att endast i ett av de analyserade 1188 fallen så återfinns interaktivitet från blogg författarens sida när det kommer till inlägg som präglas av en kritik av andra partier. Även huruvida läsarna ställer sig positiva eller negativa till det som skrivs på bloggarna kan vara av intresse vid utredandet av hur interaktiviteten ser ut på politiska bloggar, därför har följande tabell tagits fram, för att visa på relationen mellan huruvida läsarna ställer sig positiva eller negativa till det som skrivs på bloggarna, resultatet redovisas utifrån bloggarnas partitillhörighet:

Tabell 5.11 Positiv/Negativ läsarinteraktivitet sett till partitillhörighet

| | | | Positiv | Negativ | Positiv och Negativ | Totalt |
|---------------|--------------------|----------------|---------|---------|---------------------|--------|
| Parti | Moderaterna | Antal | | | | 41 |
| | | Procent | 83% | 7% | 10% | 100% |
| | Folkpartiet | Antal | | | | 89 |
| | | Procent | 57% | 10% | 33% | 100% |
| | Kristdemokraterna | Antal | | | | 24 |
| | | Procent | 70% | 17% | 13% | 100% |
| | Centerpartiet | Antal | | | | 71 |
| | | Procent | 62% | 18% | 20% | 100% |
| | Miljöpartiet | Antal | | | | 45 |
| | | Procent | 70% | 20% | 10% | 100% |
| | Socialdemokraterna | Antal | | | | 49 |
| | | Procent | 71% | 14% | 15% | 100% |
| | Vänsterpartiet | Antal | | | | 148 |
| | | Procent | 88% | 1% | 11% | 100% |
| Totalt | | Antal | | | | 467 |
| | | Procent | 72% | 12% | 16% | 100% |

Anmärkning: Cramer's V ,204. Signifikans ,000

Läsarna är förhållandevis positiva till det som skrivs på respektive partis bloggar, Folkpartiet är det parti med lägst andel positiva kommentarer från läsare men är även det parti vars blogginlägg har genererat både positiv och negativ interaktivitet i störst utsträckning. Man kan här dra slutsatser kring att det antagligen i största utsträckning beror på att de som läser en viss politisk blogg även i många fall delar politisk uppfattning med den som skriver bloggen.

5.2.5 Interaktivitet och tid

För att visa på hur interaktiviteten har sett ut under de månader som studien sträcker sig över har följande tabell tagits fram som visar på hur interaktiviteten skiljer sig från månad till månad.

Tabell: 5.12 Läsarinteraktivitet sett över tid.

| | | | Interaktion (läsare) | | Totalt |
|-------------------------------|----------------|---------|----------------------|-------------------------|--------|
| | | | Inga kommentarer | Kommentarer från läsare | |
| Tidpunkt för blogginlägget | Juni 2010 | Antal | | | 108 |
| | | Procent | 63% | 37% | 100% |
| | Juli 2010 | Antal | | | 74 |
| | | Procent | 66% | 34% | 100% |
| | Augusti 2010 | Antal | | | 204 |
| | | Procent | 62% | 38% | 100% |
| | September 2010 | Antal | | | 167 |
| | | Procent | 59% | 42% | 100% |
| | Oktober 2010 | Antal | | | 99 |
| | | Procent | 50% | 50% | 100% |
| | November 2010 | Antal | | | 102 |
| | | Procent | 62% | 38% | 100% |
| | December 2010 | Antal | | | 74 |
| | | Procent | 55% | 45% | 100% |
| | Januari 2011 | Antal | | | 86 |
| | | Procent | 52% | 48% | 100% |
| | Februari 2011 | Antal | | | 71 |
| | | Procent | 63% | 37% | 100% |
| | Mars 2011 | Antal | | | 93 |
| | | Procent | 69% | 31% | 100% |
| | April 2011 | Antal | | | 58 |
| | | Procent | 57% | 43% | 100% |
| | Maj 2011 | Antal | | | 52 |
| | | Procent | 73% | 26% | 100% |
| Totalt | Antal | | | 1188 | |
| | Procent | 61% | 39% | 100,0% | |

Cramer's V ,118. Signifikans ,119

Vad som kan ses utifrån tabellen ovan är följande: För det första så håller sig interaktiviteten relativt jämn procentuellt sett oberoende av vilken månad på året vi analyserar, förvisso så är läsarna mer aktiva i sina diskussioner under månaderna Augusti, September och Oktober, vilket i och för sig kan vara ett resultat i sig, men ser man till interaktiviteten procentuellt så är den likartad under hela året. Anledningen till att fler blogginlägg innehar ett mått av interaktivitet under de nämnda månaderna är rimligtvis därför ett resultat av att fler blogginlägg skrivs under valrörelsen och det efterföljande riksdagsvalet istället för att vara ett resultat av att läsarna/medborgarna är mer aktiva under dessa månader. Det kan dessutom

likställas med att fler insändare i traditionella medier sänds in av politiker under valrörelsen än annars så just aktiviteten under aktuella månader beror antagligen snarast på att politiska partier och enskilda politiker är mer aktiva under dessa månader. Det finns fler politiska inlägg för läsarna att kommentera och därmed ökar rimligtvis även interaktiviteten sett till antal inlägg, procentuellt sett är interaktiviteten dock relativt jämn. Relevant i sammanhanget är däremot att samtliga undersökta politiska bloggar har ett ökat antal blogginlägg under perioden juli 2010 till september 2010, vilket tyder på att de skriver mer aktivt under valkampanjen, vilket även visats i tidigare delkapitel. Procentuellt sett är det Vänsterpartiet som ökat antalet inlägg mest under den aktuella perioden.

5.3 Enligt väljare viktiga frågor och interaktivitet, ett samband?

Då studien främst karaktäriseras av en beskrivande karaktär så läggs inte särskilt mycket fokus på att studera samband, men en kortare diskussion kring eventuella samband har valts att tas med. Delkapitlet som behandlar Jensens interaktivitetsmodell bör enbart ses som beskrivande i det här sammanhanget och inga eventuella samband har studerats kring Jensens modell då den främst används för att beskriva bloggarnas uppsättning och innehållsliga karaktär. Däremot har samband mellan läsarinteraktivitet och olika oberoende variabler studerats. Några starka samband har i egentlig mening inte lyckats fastställa. Sambandet mellan vilket sakområde som benämns kopplat till interaktivitet från läsare är måhända inte särskilt starkt men det kan vara värt att nämna vad Sören Holmberg och Henrik Oscarsson skriver om i boken *Väljare – Svenskt väljarbeteende under 50 år*. Bland annat tar de upp vilka sakområden, eller frågor om man så vill, som väljarna har ansett vara viktiga i valen mellan 1979 och 2002. Under valet 2002 ansåg väljarna, i den aktuella undersökningen, att sjukvårdsfrågor avgjorde vilket parti man röstade på i 36 procent av fallen. Sysselsättningsfrågan hade varit något viktigare i tidigare val men 2002 ansåg endast 7 procent att det var en fråga som avgjorde vilket parti som rösten föll på (Holmberg & Oscarsson 2004: 123). Det senare kan kopplas till att 53 procent av alla blogginlägg som berörde sysselsättning, eller arbetslöshet i det här fallet genererade interaktivitet från läsarna. Miljöfrågan har under Holmberg och Oscarssons undersökningsår pendlat mellan 46 procent år 1988¹ och 6 procent 1979, den pendlar något mellan valen och 2002 ansåg 8 procent att miljöfrågor avgjorde deras val av parti (Ibid.). Detta kan jämföras med att 50 procent av inläggen som behandlar miljöfrågor genererar interaktivitet. Detta bör rimligtvis kanske inte helt utan reflektion kring andra faktorer ses som jämförbara siffror. Det vill säga vad väljare

¹ Den höga siffran på 46 procent kan rimligtvis ses som en effekt av kärnkraftsolyckan i Tjernobyli 1986 och efterföljande kärnkraftsdebatt.

anser som viktiga frågor vid val av politiskt parti i ett riksdagsval och vad som genererar interaktivitet på bloggar, men det skapar trots detta en intressant frågeställning kring huruvida vad väljare/medborgare anser vara viktiga i ett riksdagsval och vad som genererar interaktivitet från medborgarnas sida med avseende på sociala medier. Ytterligare en intressant aspekt är att Jämställdhetsfrågor som avgörande för valet av politiskt parti pendlar under de undersökta åren 1979-2002 mellan 3 och 0 procent (Ibid.) medan 29 procent av de blogginlägg som behandlar ämnet genererar interaktivitet. Om vi för en stund tar ett steg tillbaka och ser till jämställdheten som politisk fråga, så skulle man, vilket förvisso behöver säkerställas genom vidare forskning, kunna urskilja ett ökat intresse för jämställdhetsfrågor under 2000-talet. Det är förvisso till viss del spekulationer från min sida men interaktivitet och vilka frågor som anses som viktiga av väljarna när det gäller val av politiskt parti bör, åtminstone till viss del, kunna sammankopplas. Det vill säga, vad som anses som viktiga frågor genererar också interaktivitet i högre grad än andra frågor.

5.4 Presentation av Cramer's V och sambandsstyrka

Nedan följer en tabell där relevanta samband mellan ett antal relevanta oberoende variablers sambandsstyrka med interaktivitet påvisas.

Tabell 5.13 Sammanställning av resultat på Cramer's V i presenterade tabeller

| | Cramer's V | Signifikans |
|--|-------------------|--------------------|
| Interaktivitet över tid | ,118 | ,119 |
| Positiv/Negativ interaktivitet | ,204 | ,000 |
| Sakområde och interaktivitet | ,193 | ,003 |
| Kritik av andra partier i blogginlägg och interaktivitet | ,085 | ,467 |
| Aktör som benämns och interaktivitet | ,148 | ,001 |
| Partitillhörighet och interaktivitet | ,281 | ,000 |

Vad vi kan utläsa från tabellen ovan är att inget av de undersökta sambanden kan ses som särskilt starkt (ett starkt samband representeras av resultat på Cramer's V nära 1 som tidigare nämnts). Vad vi däremot kan utläsa är att de flesta sambanden är statistiskt signifikanta, bortsett från det samband som behandlar kritik av andra partier i blogginlägg kopplat till läsarnas vilja att interagera samt när vi ser till sambandet mellan interaktivitet och tid. Det starkaste sambandet som återfinns i studien är det som berör bloggarnas partitillhörighet där

Cramer's V ger ett resultat på ,281, vilket förvisso inte bör ses som ett särskilt starkt samband men det är trots detta det starkaste sambandet som går att återfinna i studien.

6. Sammanfattning och diskussion

Studien bör kanske i viss mån ses som en fallstudie, då endast två bloggar från respektive parti har analyserats finns det en viss risk för att resultaten som presenterats kan ha påverkats av huruvida de bloggare som valts ut har drivit egna personvalskampanjer, hur kända politikerna bakom bloggen. Detta har till viss del eliminerats genom att alla bloggarna har ungefär lika stort antal besökare samt att två politiker per parti har valts ut. Så trots en viss risk existerar torde det vara rimligt att trots detta kunna dra några relevanta slutsatser.

Utifrån resultaten och analysen som presenterats i föregående kapitel har ett par slutsatser kunnat dras kring interaktiviteten på politiska bloggar på riksdagsnivå. Då undersökningen främst bör klassas som en beskrivande studie kan inte alltför mycket sägas angående vad som faktiskt påverkar interaktiviteten vare sig i positiv eller negativ riktning. Det enda entydiga sambandet som har gått att finna i studien som präglas av en förklarande karaktär är sambandet mellan interaktivitet och vad som faktiskt skrivs om på de politiska bloggarna. Här går att återfinna ett samband som visar på att bland annat frågor som berör bland annat ideologiska frågor, miljö samt arbetslöshet tenderar att generera högre interaktivitet än andra ämnen.

I 39 procent av fallen för de undersökta blogginläggen så återfinns interaktivitet från läsarnas håll, vilket bör ses som en indikation på att det faktiskt har skapats en kanal för en mer direkt kommunikation mellan politiker och medborgare. Ser man till antalet blogginlägg som även efterföljs av vidare kommunikation från bloggförfattaren så kan man se att endast 11 procent av blogginläggen efterföljs av en vidare kommunikation, denna siffra är dock något missvisande och istället för man se till hur stor andel av de inlägg där respektive bloggs läsare diskuterar aktuellt ämne som efterföljs av kommentarer och inlägg från bloggförfattaren, här kommer interaktiviteten upp på 27 procent. Då ingen jämförelse med andra traditionella medier eller andra kommunikationskanaler för kommunikation mellan medborgare och politiker har genomförts är det i viss mån svårt att dra några slutsatser kring huruvida dessa resultat är positiva eller negativa (med utgångspunkt i att interaktivitet och dialog mellan politiker och medborgare är något eftersträvansvärt). Men det går trots detta att påstå att det existerar ett offentligt samtal mellan politiker och medborgare via bloggar i Sverige idag. Vidare kan man se att både aktiviteten på de politiska bloggarna och interaktiviteten är som störst under månaderna före och fram till och med riksdagsvalet i september 2010. Aktiviteten från bloggförfattarna ökar under valets föregående månader och likaså interaktiviteten från

läsarna, däremot så ökar inte interaktiviteten från läsarna procentuellt sett under dessa månader. Procentuellt sett så förhåller sig interaktiviteten kring ungefär samma procentuella fördelning, men då det publiceras fler blogginlägg under den aktuella perioden så ökar även interaktiviteten. Ett offentligt samtal kan sägas existera på de aktuella bloggarna i viss mån, det är trots allt en relativt stor andel av blogginläggen som även efterföljs av en diskussion kring ämnet. I dessa diskussioner deltar för det mesta enbart läsarna men i viss mån även bloggförfattarna. En annan relativt viktig slutsats som kan dras av undersökningen är att majoriteten av de bloggkommentarer som skrivs är av en positiv karaktär, vilket rimligtvis till viss del beror på att bloggläsarna oftast läser bloggar vars innehåll stämmer överens med deras egna preferenser och åsikter.

De tabeller som är framställda för att beskriva hur interaktiviteten på bloggar ser ut samt ge ett försök till förklaring kring vad som faktiskt påverkar interaktiviteten visar i stort sett inte på några starka samband. Fast som däremot går att uttyda är att de flesta sambanden är signifikanta om än relativt sett svaga. Att sambanden kan ses som signifikanta bör i sig ses som en relativt sett relevant faktor. Cramer's V är presenterat efter varje tabell där en sådan uträkning är relevant och inget av de eventuella samband som har undersökts kan sägas vara särskilt starkt. Därmed blir undersökningens förklarande ambitioner något lidande, dock går det att dra slutsatser kring vilka samband som inte är starka, vilket även det bör ses som ett resultat i sig.

Den främsta och egentligen mest avgörande reflektionen som kan dras utifrån undersökningen är rimligtvis att ett offentligt samtal faktiskt existerar på de aktuella bloggarna och att det därmed rimligtvis har skapats en ny politisk arena för samtal mellan medborgare och politiker. Denna arena har inte enbart skapat möjligheter till en sådan ömsesidig interaktion utan även lett till att en sådan interaktion till viss del även existerar.

7. Avslutande reflektioner

Nedan följer dels en återkoppling till tidigare forskning med avseende på undersökningen och dess resultat, därefter presenteras uppslag för framtida forskning och några avslutande kommentarer.

7.1 Återkoppling till tidigare forskning

Utifrån de resultat som pekar på att interaktivitet bland sociala medier, eller som i den här undersökningens fall på bloggar, existerar i relativt stor utsträckning på riksdagsnivå. En ny kanal för ett offentligt samtal kan sägas att skapats och om en återblick mot tidigare forskning kring ämnet görs kan följande kopplingar dras. Roger Fidlers indelning av kommunikation i olika dimensioner nämner han *Interpersonell kommunikation* (Fidler 1997: 32) som en dimension, de bloggar som har studerats bör kunna klassificeras in under hans *Interpersonella kommunikation* med avseende på att på de bloggar som har studerats återfinns en tvåvägskommunikation mellan läsare och blogg författare. Huruvida denna kommunikation spelar en större roll i det demokratiska systemet kräver mer forskning, den interaktiva demokratimodell som presenteras i ett tidigt skede (se Figur 2.1, sid 6) skulle kunna undersökas utifrån interaktionen på bloggar. Men i det aktuella fallet är det omöjligt att dra några slutsatser kring hur mycket medborgarna/läsarna påverkar politiker i fråga om beslut, vilket leder till att vidare forskning på området kring sociala medier och dess påverkan på demokratin krävs för att några tillförlitliga slutsatser ska kunna dras.

Lars Nords och Jespers Strömbäck något försiktiga slutsatser kring att vi fortfarande inte vet hur eller till vilken grad de nya sociala medierna påverkar politiken eller demokratin, vilket även Emily Metzgar och Albert Maruggi, Albert hävdar i sin artikel *Social Media and the 2008 U.S. Presidential Election* (2009) må vara sann men de nya sociala medierna har en potential med avseende på möjligheten att skapa nya kanaler för ett offentligt samtal, vilket den här undersökningen delvis visar på, kommunikationen och interaktionen kommer rimligtvis utvecklas och förändras ytterligare men någon form av offentligt samtal existerar på de politiska bloggarna i dag.

7.2 Avslutande kommentarer och framtida forskning

Något som vore relevant att undersöka som den här studien inte riktigt lyckas undersöka, främst på grund av att det inte ligger inom ramen för undersökningens syfte och frågeställningar, vore att undersöka vem det faktiskt är som läser och kommenterar på politiska bloggar. Att bygga upp någon form av nätverksmodell. För att på så vis kunna visa

på i hur stor utsträckning interaktionen är återkommande. Det existerar en viss problematik kring en sådan undersökning, bland annat på grund av att ingen tvingas kommentera blogginlägg under sitt eget namn, så samma individ kan ha ett antal olika namn, vilket försvårar en undersökning av nätverksamhällets uppbyggnad på bloggar och i sociala medier.

Man skulle även kunna dra paralleller till Malcom Gladwells tankar i hans bok *The tipping point* (2000). Gladwell hävdar att det existerar tre olika personlighetsdrag eller personer som är väsentliga för att en social epidemi ska kunna uppstå, detta går i högsta grad att applicera på bloggar och de nätverk som skapas mellan bloggare, läsare och andra aktörer. Det han i princip försöker svara på är följande frågeställning:

How does an idea or a trend or a piece of news /.../ travel through a population (Gladwell 2000: 34).

De tre olika aktörer som Gladwell menar existerar vid uppkomsten och fortlöpandet av sociala epidemier är Mavens, Connectors och Salesmen. Mavens är, enligt Gladwell, personer som har stor kunskap och information om olika sakområden och är villiga att dela med sig av denna kunskap och information (Gladwell : 62). Connectors är individer som har ett stort nätverk av kontakter (Gladwell 2000: 38ff) och Salesmen presenteras av Gladwell på följande vis:

But here is also a select group of people – Salesmen – with the skills to persuade us when we are unconvinced of what we are hearing, and they are as critical to the tipping of word-of-mouth epidemics as the other two groups (Gladwell 2000: 70).

De paralleller som går att dra mellan dessa och bloggar deras nätverk är relativt tydliga, för att en blogg ska kunna nå ut till en stor läsarkrets och ett nätverk ska kunna byggas upp krävs i stor utsträckning de tre olika typer av aktörer som Gladwell beskriver, dessa behöver rimligtvis inte vara uteslutande enskilda individer utan kan även vara politiska partier och andra intresseorganisationer. Men vid en undersökning kring nätverksbildning i sociala medier skulle Gladwells teorier kunna vara en rimlig utgångspunkt.

8. Källförteckning

8.1 Tryckta källor

Bengtsson, Hans *Politisk kommunikation* I: Bengtsson, Hans (red.) (2001). *Politisk kommunikation och demokrati*. Lund: Studentlitteratur sid. 9-88

Bergström, Annika *Internet, journalistik och demokrati* I: Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.) (2004). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur sid. 173-196

Bryman, Alan (2002). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi

Buskqvist, Ulf "Arga leken" med Göran Persson – interaktivitet och interaktion på partiernas webbplatser I: Ekström, Mats & Kroon, Åsa (red.) (2007). *Paketerad politik: elva essäer om journalistik och medier*. Stockholm: Carlsson sid. 79-94

Esaiasson, Peter (2007). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 3., [rev.] uppl. Stockholm: Norstedts juridik

Fidler, Roger F. (1997). *Mediamorphosis: understanding new media*. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press

Gladwell, Malcolm (2000). *The tipping point: how little things can make a big difference*. London: Abacus

Habermas, Jürgen (2003). *Borgerlig offentlighet: kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället*. 4., översedda uppl. Lund: Arkiv

Hindman, Matthew Scott (2009). *The myth of digital democracy*. Princeton: Princeton University Press

Holmberg, Sören & Oscarsson, Henrik (2004). *Väljare: svenskt väljarbeteende under 50 år*, 1. Uppl., Stockholm: Norstedts juridik

Metzgar, Emily & Maruggi, Albert (2009), Social Media and the 2008 U.S. Presidential Election. I: *Journal of New Communications Research*, vol. 4, issue 1, sid. 141-165.

Nilsson, Malin *Politikens medialisering* I: Bengtsson, Hans (red.) (2001). *Politisk kommunikation och demokrati*. Lund: Studentlitteratur sid.139-174

Nord, Lars *Valrörelsen 2010 – den första nya, den sista gamla eller en i raden nygamla* I: Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.) (2009). *Väljarna, partierna och medierna: en studie av politisk kommunikation i valrörelsen 2006*. 1. uppl. Stockholm: SNS förlag

Nygren, Gunnar (2005) *Bloggsfären - en konverserande offentlighet* I: Våge, Lars, Nygren, Gunnar & Stattin, Erik (2005). *Bloggtider*. Stockholm: Sellin & Partner

Strömbäck, Jesper *Att studera valrörelser* I: Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.) (2009). *Väljarna, partierna och medierna: en studie av politisk kommunikation i valrörelsen 2006*. 1. uppl. Stockholm: SNS förlag

Strömbäck, Jesper (2009). *Makt, medier och samhälle: en introduktion till politisk kommunikation*. 1. uppl. Stockholm: SNS förlag

Sverke, Magnus *Design, urval och analys i kvantitativa undersökningar* I: Gustavsson, Bengt (red.) (2003). *Kunskapande metoder inom samhällsvetenskapen*. Lund: Studentlitteratur sid. 21-46

Vaccari Cristian (2008) *From the air to the ground: the internet in the 2004 US presidential campaign* I: *New Media & Society* 10: 647-663, 2008

8.2 Elektroniska källor

Jens F. Jensen (2008) *The concept of interactivity -- revisited: four new typologies for a new media landscape*. I: *Proceeding of the 1st international conference on Designing interactive user experiences for TV and video (UXTV '08)*. ACM, New York, NY, USA, 129-132.
URL: <http://doi.acm.org/10.1145/1453805.1453831>

Hämtat: 2011-05-01.

Larsson, Nina (2010) *Förtydliga regler kring heltäckande klädsel*

URL: <http://www.ninalarsson.se/2010/08/04/fortydliga-regler-kring-heltackande-kladsel>

Hämtad: 2011-04-25

Sjögren, Per-Anders (2010) *Oklar effekt av storsatsning på sociala medier*. I: Riksdag & Departement (webbupplaga).

URL: <http://www.rod.se/val/oklar-effekt-av-storsatsning-pa-sociala-medier>

Hämtat: 2011-05-02.

8.2.1 Bloggar

Andersson, Anders <http://andersarena.blogspot.com>

Andersson, Magdalena <http://magdalenamoderat.wordpress.com>

Andersson, Ulla <http://ullaandersson.v-blog.se>

Ceballos, Bodil <http://bodilceballos.wordpress.com>

Ericsson, Gunvor G. <http://gge-gunvor.blogspot.com>

Federley, Fredrick <http://federley.blogspot.com>

Holm, Jens <http://jensholm.se>

Johansson, Ylva <http://www.ylvajohansson.se>

Karlsson, Ulrika <http://ulrikakarlsson.wordpress.com>

Larsson, Nina <http://www.ninalarsson.se>

Lundgren, Kerstin <http://kerstinlundgren.blogspot.com/>

Lundh Sammeli, Fredrik <http://www.lundhsammeli.blogspot.com/>

Ohlsson, Birgitta <http://www.birgitta.nu/blogg>

Utbult, Roland <http://utbult.wordpress.com>

Bilaga 1

Kodschema

Parti

1. Moderaterna
2. Folkpartiet
3. Kristdemokraterna
4. Centerpartiet
5. Miljöpartiet
6. Socialdemokraterna
7. Vänsterpartiet
8. Sverigedemokraterna

Kritik i blogginlägg

0. Ej tillämplig
1. Blocköverskridande kritik
2. Kritik av egna partiet

Aktör som benämns

0. Ej Tillämplig
1. Egna partiet
2. Övriga partier
3. Offentlig verksamhet
4. Privata aktörer
5. Övriga
6. Media

Sakområde som benämns

0. Ej Tillämplig
1. Miljö
2. Hälsa
3. Skola
4. Arbetsmarknad
5. Ekonomi
6. Kultur
7. Jämställdhet
8. Demokrati
9. Integration och mångfald
10. Skatter
11. Europeiska Unionen
12. Arbetslöshet
13. Välfärdsstaten
14. Försvar
15. Pension
16. Utrikespolitiska frågor
17. Bostadsfrågor
18. Bistånd
19. Ideologiska frågor
20. Infrastruktur
- 21 Valet & Valrörelsen

22. Personlig integritet

Tid

1. Juni 2010
2. Juli 2010
3. Augusti 2010
4. September 2010
5. Oktober 2010
6. November 2010
7. December 2010
8. Januari 2011
9. Februari 2011
10. Mars 2011
11. April 2011
12. Maj 2011

Interaktion 1 (läsare)

0. Ej tillämplig
1. Kommentar från läsare

Interaktion 1 (bloggförfattare)

0. Ej tillämplig
1. Kommentar från bloggförfattare

Kritik i kommentarer

0. Ej tillämplig
1. Positiv kritik

2. Negativ kritik

3. Positiv och negativ kritik

Utsändande interaktivitet

1. Ja

2. Nej

Konverserande interaktivitet

1. Ja

2. Nej

Konsulterande interaktivitet

1. Ja

2. Nej

Bilaga 2

Blogginlägg av Nina Larsson (FP)

Förtydliga regler kring heltäckande klädsel

Dagen började med att **Jan Björklund i radion** föreslår att lagstiftningen/ regelverket kring bärandet av heltäckande klädsel i klassrummet. Detta är något som efterlysts av **Läraryrket** sedan tidigare.

Rubrikerna blir såklart ”slöjförbud” och diverse nätinlägg vill få det till att vara såväl ”rasistiskt” som ”oliberalt” och närmast få det till att likna Frankrikes debatt om slöjförbud på allmän plats. Trams.

Björklunds förslag är bra. Det handlar inte alls om allmänt slöjförbud, det handlar om att ifall heltäckande klädsel (över ansiktet) påverkar undervisningen kan rektor besluta att dylik ej får bäras i klassrummet. Inte särskilt konstigt egentligen, men tyvärr ska det vara så väldans känsligt.

Inte helt otippat dyker **”analysen”** om att det hela gynnar SD upp som på beställning. Istället för att föra upp frågan till diskussion mellan de etablerade partierna och ge frågan den seriositet den förtjänar och på så sätt ge diskussionen ett rimligt tonläge.

Gulan Avcı tar upp frågan bra på **SvtDebatt**

Uppdaterad:

Marie Söderqvist på Expressen tycker inte heller att Björklunds förslag är särskilt konstigt. Det tycker dock Cwejman som i sann **ungdomsförbundsanda** kritiserar moderpartiet.

Uppdaterad 2:

Edholm/ Avcı artikel på svd

10 kommentarer

1. *Marit Nymo* säger:

04 augusti 2010 kl 15:49

Jag har hört att det talade språket endast utgör ca 30%, resten är kroppsspråk i form av tex ansiktsmimik, kroppsrörelser mm...

Hur ska en lärare kunna känna av vad eleven egentligen säger om det 1 är svårt att göra sig förstådd genom tal, 2 man bär heltäckande burka...

2. *Nina Larsson* säger:

04 augusti 2010 kl 18:27

Precis.

Det finns säkert utbildningar där burka inte spelar någon roll, men där det spelar roll ska rektorn kunna bestämma att det inte bärs i klassrummet.

//nina

3. *daniel* säger:

04 augusti 2010 kl 19:14

pseudofråga. det finns ju 1000 viktigare frågor att ta tag i när det gäller den svenska skolan. känns bara unket.

4. *Nina Larsson* säger:

04 augusti 2010 kl 19:17

Jo vi kan förvisso partiskt värdera all världens frågor och bara engagera oss i de tre viktigaste. Eller så försöker vi vara bredare än så och arbeta på flera plan samtidigt.

5. *Inger Larén* säger:

04 augusti 2010 kl 19:36

Det säger väl mest om vad medierna vill lyfta fram. Ett förslag om en ändrad lag som kan beröra ett mycket litet fåtal lyfter man fram som första nyhet hela morgonen. Massmedia nosar sig till att här finns nog en hund begravnen:FP är allt lite främlingsfientliga trots allt. Jag säger inget om lagförslaget i sig, för vem kan kommunicera med burka, men blev resultatet det man ville? Kanske var Björklund ute efter publicitet och då fick han ju det, men var det rätt publicitet.

6. **Sanningen om samhället – 2010-08-05** säger:

05 augusti 2010 kl 05:23

[...] Linking blogs (6) Nina Larsson, Carina Bobergs blogg, Runos blogg, Linnéa Darells blogg,Aktuella blogginlägg – knuff.se, [...]

7. *Nina Larsson* säger:

05 augusti 2010 kl 10:31

Hej Inger!

Jag om det blev rätt publicitet eller vet jag inte. Det vet man ju aldrig innan hur det blir sen. Det ÄR en liten fråga, int emånga människor berörs och den var uppenbarligen känslig och öppen för feltolkningar.

Ska man låta bli att uttala sig om sådana frågor när det närmar sig val? Nej det tycker inte jag. Vi lär få se fler perifera känsliga frågor i rampljuset uttalas av alla partier fram till valet. Det är valrörelse.

8. **Burkan är speciell « Lars Hansson (FP)** säger:

05 augusti 2010 kl 19:05

[...] Steele Karlström, Helena Rudberg, Ulf Nilsson, Runo Johansson, Mikael Wendt, Christermagister, Nina Larsson, Gulan Avci 0.000000 [...]

9. *Mats Thorén* säger:

06 augusti 2010 kl 09:51

Det är egentligen en liten fråga men ”timingen” var inte bra. Varför föra ut det nu i valrörelsens inledning. Media bestämmer vad som ska diskuteras och risken är stor att det bara blir denna lilla fråga som förs fram.

10. *Nina Larsson* säger:

06 augusti 2010 kl 11:19

Hej Mats!

Nej det tror jag inte vi behöver vara oroliga för. Både media och folk i allmänhet är smartare än så.

//Nina