

Back to the coffee house

Politiska bloggars påverkan
på traditionella mediers politiska rapportering

EBBA TORNÉRHJELM



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

Back to the coffee house

Politiska bloggars påverkan
på traditionella mediers politiska rapportering

E B B A T O R N É R H I E L M

DM229X, Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng
vid Programmet för medieteknik 300 högskolepoäng
Kungliga Tekniska Högskolan år 2012
Handledare på CSC var Cecilia Teljas
Examinator var Leif Dahlberg

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/
tornerhielm_ebba_K12100.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/tornerhielm_ebba_K12100.pdf)

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

Sammanfattning

I moderna demokratier ses traditionella medier som den tredje statsmakten med rollen att bevaka makten. Media har den funktionen liksom en dagordningsmakt och en portvaktsfunktion. Genom introducerandet av Web 2.0 och sociala medier och med dem politiska bloggar är medias roll satt under förändring. Syftet med den här uppsatsen har varit att undersöka hur den politiska medierapporteringen påverkas av de politiska bloggarna. Studien har tagit sin utgångspunkt i kommunikationsvetenskapliga, medietekniska och statsvetenskapliga teorier. Med denna bas har sedan artiklar och böcker om ämnet studerats och fyra intervjuer med sakkunniga inom området genomförts. Studiens resultat indikerar att politiska bloggar har haft få effekter direkt relaterade till dem, men flera effekter i kombination med andra fenomen så som tabloidisering. De effekter som primärt kan härledas till de politiska bloggarna är dels en kvalitetsförbättring av innehållet i de traditionella medierna, då bloggarna har kommit att fungera som ett slags granskare av dem, tillika en ny nyhetscykel. Nyheter uppdateras numera var femte minut snarare än som tidigare någon gång per dygn.

Abstract

In modern democracies the traditional media is seen as the fourth estate, with the purpose to monitor the political power. The media has a gatekeeping function and an agenda setting power. Nowadays since the introduction of Web 2.0 and the social media, and with that the political blogs, the role of media is under change. In this essay the purpose has been to analyze how the media reporting has been affected by the political blogs. The study has taken its base in theories about communication science, media technology and political science. For the theoretical knowledge articles and books regarding the issue have been studied and four interviews with experts within the field have been conducted. The result of the study indicates that the political blogs have had few direct influences on the effect of the media reporting. However, political blogs combined with other phenomenons have had more effects. One of the effects that can be derived from the influence of the blogs seems to be an increase of the quality in the media content since the blogs check the traditional media and acknowledge its readers when it is mistaken. Another effect is the new media rhyme with updates every few minutes rather than once every day.

Innehållsförteckning

1 INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND	1
1.2 SYFTE	2
1.3 PROBLEMFÖRMULERING	2
1.4 METOD OCH TEORIVAL	2
1.4.1 LITTERATUR	3
1.4.2 EMPIRI	3
1.5 AVGRÄNSNING	3
2 METOD	4
2.1 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	4
2.2 LITTERATURSTUDIE	4
2.2.1 TVÄRVETENSKAPLIG LITTERATUR	4
2.2.2 TEORETISK LITTERATUR	5
2.3 INTERVJUER	5
2.3.1 URVAL	6
2.3.2 JOHAN INGERÖ	6
2.3.3 MARTINA LIND	7
2.3.4 PER-ANDERS FORSTORP	7
2.3.5 BJÖRN OTTOSSON	7
2.4 RELIABILITET	7
2.5 VALIDITET	8
3 TEORI	9
3.1 DAGORDNINGSMAKT	9
3.1.1 PORTVAKTER	10
3.2 WEB 2.0	10
3.2.1 KONVERGENS OCH INDIVIDUALISERING	10
3.3 BORGERLIG OFFENTLIGHET	11
3.3.1 OFFENTLIGHETENS POLITISKA FUNKTION	11
3.3.2 OFFENTLIGHETENS SOCIALA STRUKTUROMVANDLING	11
3.3.3 OFFENTLIGHETENS POLITISKA FUNKTION SOMVANDLING	12

4 RESULTAT	13
4.1 VAD ÄR DEN STÖRSTA INVERKAN SOM SOCIALA MEDIER HAR HAFT PÅ POLITIKEN?	13
4.2 UTGÖR SOCIALA MEDIER EN DEMOKRATISERING AV DET OFFENTLIGA RUMMET?	15
4.3 I VILKEN UTSTRÄCKNING PÅVERKAR SOCIALA MEDIER VILKEN TYP AV POLITIKER SOM FÅR MEDIAL UPPMÄRKSAMHET?	17
4.4 VAD ÄR DE SOCIALA MEDIERNAS ROLL I RELATION TILL DE TRADITIONELLA MEDIERNA I DAGENS MEDIEKLIMAT?	19
5 DISKUSSION	23
5.1 VAD ÄR DEN STÖRSTA INVERKAN SOM SOCIALA MEDIER HAR HAFT PÅ POLITIKEN?	23
5.2 UTGÖR SOCIALA MEDIER EN DEMOKRATISERING AV DET OFFENTLIGA RUMMET?	23
5.3 I VILKEN UTSTRÄCKNING PÅVERKAR SOCIALA MEDIER VILKEN TYP AV POLITIKER SOM FÅR MEDIAL UPPMÄRKSAMHET?	24
5.4 VAD ÄR DE SOCIALA MEDIERNAS ROLL I RELATION TILL DE TRADITIONELLA MEDIERNA I DAGENS MEDIEKLIMAT?	25
5.5 BRISTER I UNDERSÖKNINGEN	26
6 SLUTSATSER	27
6.1 HUR PÅVERKAR POLITISKA BLOGGAR TRADITIONELLA MEDIERS POLITISKA RAPPORTERING?	27
6.2 VIDARE STUDIER	27
7 KÄLLFÖRTECKNING	29
7.1 BÖCKER	29
7.2 ARTIKLAR	30
8 BILAGOR	31
8.1 INTERVJUFRÅGOR JOHAN INGERÖ	31
8.2 INTERVJUFRÅGOR MARTINA LIND	32
8.3 INTERVJUFRÅGOR PER-ANDERS FORSTORP	33
8.4 INTERVJUFRÅGOR BJÖRN OTTOSSON	35

1 Inledning

I inledningen presenteras bakgrunden till varför uppsatsen är relevant liksom till varför den aktuella frågeställningen har valts. Vidare presenteras de för uppsatsen relevanta delfrågorna.

1.1 Bakgrund

Informationsrevolutionen på 1920-talet innebar en koncentrerad av nyheter till centraliserade medieföretag. I ett temanummer med titeln ”Back to the coffee house” skrev brittiska The Economist sommaren 2011 (The Economist, 2011) hur en diversifiering av nyhetsflödet nu återigen är på väg att komma till stånd genom de sociala mediernas intåg. De nya medieformerna har förändrat hela medielandskapet inte minst inom det politiska området. Hur detta påverkar medierapporteringen är en relevant fråga ur bland annat ett demokratiskt perspektiv liksom ur ett medietekniskt perspektiv. Det finns i dag enorma mängder information för den politiskt intresserade att tillgå genom andra källor än traditionella medier (Bennett, W. Lance, (2012), *News: The Politics of Illusion* 9:e uppl. Boston; Longman, s. 5).

Sociala medier kan ses som ett sätt att öppna upp det demokratiska medielandskapet för fler aktörer. Samtidigt utgör de politiska bloggarna ett slags ekokammare (Red. Hendricks, John Allen och Denton, Jr., Robert E. *Communicator-in-chief: how Barack Obama used new media technology to win the White House*, (2010), Plymouth; Lexington Books s.71). Det som bloggarna rapporterar om är sällan nyskapande utan är primärt journalistiskt material som redan dykt upp i traditionella medier (Bennett, 2012, s. 245) I uppsatsen har ett svar på hur journalister förhåller sig till politiska bloggar sökts.

Hur information på politiska bloggar värderas och återges av journalister är relevant av flera skäl. Utöver det faktum att mediernas egen trovärdighet och fortlevnad står på spel är det även viktigt ur en demokratisk synvinkel. Eller som en av USA:s grundlagsfäder Thomas Jefferson uttryckte det:

The people are the only censors of their governors [and they must have full] information of their affairs through the channel of the public papers.... [Were] it left to me to decide whether we should have a government without newspapers or newspapers without a government, I should not hesitate a moment to prefer the latter. (Bennett, 2012, s. 263)

1.2 Syfte

Inom det politiska området har medierna en särskilt viktig uppgift som granskare av makten. Det är därför i högsta grad relevant vilken relation journalister har till alternativa granskare av makten. Genom de sociala mediernas intåg har hela mediesfären skakats om. Syftet med uppsatsen har varit att undersöka hur ny teknik i form av sociala medier påverkar traditionella mediers politiska rapportering.

1.3 Problemformulering

Problemformuleringen i uppsatsen lyder: *Hur påverkar politiska bloggar traditionella mediers politiska rapportering?* För att hitta ett svar på denna har följande delfrågor varit till nytta:

- Vad är den största inverkan som sociala medier har haft på politiken?
- Utgör sociala medier en demokratisering av det offentliga rummet?
- I vilken utsträckning påverkar sociala medier vilken typ av politiker som får medial uppmärksamhet?
- Vad är de sociala mediernas roll i relation till de traditionella medierna i dagens medieklimat?

1.4 Metod och teorival

Metoden som har använts under arbetet med uppsatsen har varit empiriskt deskriptiv. Det vill säga, metoden har varit tänkt att beskriva den aktuella forskningen inom ämnesområdet. Det finns inte några klara teoribildningar att utgå ifrån inom området sociala medier då det är tvärvetenskapligt och dessutom relativt nytt. I studien har utgångspunkten varit litteratur inom området liksom vetenskapliga artiklar. Fyra intervjuer har genomförts för att komplettera empirin från den aktuella forskningen. Informationen som funnits genom undersökningen har sedan sammanställts tematiskt i enlighet med undersökningens delfrågor och analyserats för att kunna besvara problemformuleringen. Primärt situationen i USA undersökts. Ett land där politiker sedan många år tillbaka har varit föregångare inom implementerandet av nya kommunikationsformer i syfte att nå ut till väljare.

1.4.1 Litteratur

Litteraturen, i form av böcker om kommunikationsvetenskap, statsvetenskap och medieteknik liksom aktuella vetenskapliga artiklar inom området, har i hög utsträckning varit amerikansk då det vid en överblick inte funnits tillräckligt med aktuell svensk litteratur inom området.

1.4.2 Empiri

Det empiriska materialet har tagits fram genom semistrukturerade djupintervjuer med sakkunniga men på ett professionellt plan ej berörda parter. Jag utgår ifrån ett representativt homogent urval sakkunniga. Då det finns en stor skillnad mellan den amerikanska politiska kulturen och den svenska har statsvetare, PR-konsulter och sakkunniga med bas i Sverige intervjuats. Detta för att dessa skulle göra den kulturella översättningen. Det skulle inom ramarna för denna uppsats ha blivit för omfattande att göra översättningen.

1.5 Avgränsning

Politiker och journalister har inte intervjuats för deras syn på frågan. Detta då sådana intervjuer skulle kunna ses som partsinlagor vilka skulle ha riskerat att ge en mer subjektiv vinkel åt uppsatsen. I stället har sakkunniga inom statsvetenskap, kommunikation, PR och Web 2.0 intervjuats. Vidare har inte några andra sociala medier än bloggar undersökts. Inte heller sociala mediars påverkan på det politiska deltagandet bland medborgare har undersökts.

I uppsatsen definieras politiska bloggar som bloggar rörande politik drivna av privatpersoner, inte av politiker.

2 Metod

I metoddelen behandlas den metod och de urval som har använts i studien. Metoden har bestått av en kvalitativ litteraturstudie och kvalitativa intervjuer. Även reliabiliteten tillika validiteten i denna typ av studier berörs i denna del av uppsatsen.

2.1 Tillvägagångssätt

För att ta reda på hur medierapporteringen påverkas av politiska bloggar har flera angränsande områden studerats. Studien sträcker sig över en medieteknisk-, kommunikations- liksom statsvetenskaplig diskurs. Litteraturen är författad av välrenommerade tänkare inom de för studien aktuella områdena. Intervjuerna har primärt varit tänkta att utgöra ett komplement till litteraturstudien, vilket avspeglats i den information som de har tillfört.

Ansatsen har i huvudsak varit induktiv. Studien har en utgångspunkt i för området relevanta teorier men sanningshalten i dessa har inte testats utan snarast har nya teorier utvecklats utifrån dem. Ansatsen med uppsatsen har därmed varit hypotesgenererande snarare än hypotesprövande.

2.2 Litteraturstudie

Fokus i litteraturstudien har primärt legat på två typer av litteratur. Dels tvärvetenskaplig övergripande litteratur om medierapportering i en amerikansk politisk kontext och dels artiklar och böcker fokuserade på specifika teorier använda i studien. Genom att två av de böcker som berör forskningen i dag även behandlar relevanta teorier förekommer referenser till dessa även i teoridelen.

2.2.1 Tvärvetenskaplig litteratur

Den tvärvetenskapliga litteraturen är tänkt att spegla var forskningen inom uppsatsens område står i dag. Då det är ett område i ständig förändring bygger den på nyutkomna böcker. Dessa böcker har primärt tillfört övergripande och aktuell information om det för uppsatsen aktuella området. Dels har två böcker om mediernas roll i en amerikansk politisk kontext använts:

- *News: The Politics of Illusion* av W. Lance Bennett, doktor i statsvetenskap
- *Mass Media and politics* av Doris A. Graber, doktor i statsvetenskap

Även en bok som i större utsträckning tar upp hur medietekniska lösningar brukades under presidentvalet 2008 och bidrog till att Demokraternas kandidat Barack Obamas segrade över Republikanernas kandidat John McCain har använts i studien. Boken berör även hur Obama genom medietekniska lösningar kunde nå ut till grupper som i vanliga fall tenderar att utnyttja sin rösträtt i lägre utsträckning än snittet, så som unga och latinamerikaner:

- *Communicator in Chief How Barack Obama used new media technology to win the White House* med redaktörerna John Allen Hendricks och Robert E. Denton Jr

Beträffande de artiklar tillika de böcker som har använts har följande sökord i olika kombinationer använts på Google scholar, KTH:s biblioteks artikelsökning samt webbutiken Amazon:

- Social media
- Social medias
- Blog
- Blogs
- American politics
- Web 2.0
- Politics
- New media

2.2.2 Teoretisk litteratur

I studien av teoretisk litteratur har fokus legat på verk av prominenta personer inom för studien aktuella teoribildningar. Utgångspunkten har varit professorn i medievetenskap Jostein Gripsruds *Mediekultur och mediasamhälle*, nestorn inom sociologi och filosofi Jürgen Habermas verk *Borgerlig offentlighet* liksom T. O'Reillys vitt spridda artikel *What is Web 2.0*.

2.3 Intervjuer

Målet med intervjuerna har varit att komplettera litteraturstudien. Tanken har varit att genomföra kvalitativa intervjuer i vilka fokus har legat på den kunskap som informanterna har tillfört snarare än på deras roll som aktörer. Frågorna har varit semistrukturerade till sin natur, detta för att skapa en flexibilitet genom möjligheten att ställa följdfrågor (Østbye, Helge, *Metodbok för medievetenskap* 1 uppl., (2004) Malmö; Liber ekonomi s.103). Frågorna i intervjuerna har varit

individuellt utformade för de olika informanterna. Detta då de olika informanterna har fyllt olika funktioner. Samtliga intervjuer har genomförts via telefon, spelats in och sedan nedtecknats. Frågorna till intervjuerna finns i Bilaga 1.

Då uppsatsen är av kvalitativ karaktär har även intervjuerna varit det. Tanken med kvalitativa intervjuer är att som observatör få tillgång till informantens erfarenhet och tankar. Den samtalsliknande situation som uppstår under kvalitativa semistrukturerade intervjuer bidrar till att nyanser kan uppfångas som hade varit svåra att finna i exempelvis en enkätundersökning (Kvale, Steinar, *Den kvalitativa forskningsintervjun*, (1997) Lund; Studentlitteratur, s. 70ff).

Undersökningsmetoden kvalitativ intervju är dock behäftad med strukturella problem så som att det är svårt att dra generella slutsatser utifrån materialet då urvalet är för litet. Reliabiliteten är vidare låg (se avsnitt 2.4). Kvalitativa intervjuer representerar i princip en avgränsad kontext. Men om en intervjuare är skicklig kan denne på ett för uppsatsen givande sätt styra mellan subjektivistisk relativism och en begränsande metodologisk objektivism. Varför metoden kan vara gynnsam vid studier som denna i vilken djupgående kunskap söks. Tolkningen av intervjuerna bör vara så närliggande det faktiskt förda samtalet som möjligt, ett faktum som har tagits hänsyn till i arbetet med uppsatsen (Kvale, 1997, s. 100, s. 179-187).

2.3.1 Urval

Under urvalet till intervjuerna har fokus legat på att täcka upp de för studien aktuella teoribildningarna med personer nischade inom respektive område. Utgångspunkten har varit ett strategiskt centralurval baserat på respondenternas förkunskaper om de för studien aktuella områdena. Nedan beskrivs de respondenter som medverkade men av integritetsskäl redovisas inte det bortfall som uppstått genom en avvisad intervjuförfrågan.

2.3.2 Johan Ingerö

Johan Ingerö är presschef hos socialminister Göran Hägglund samt bland annat före detta PR-konsult, ledarskribent på SvD och bloggare. Ingerö har under sin tid som journalist och bloggare skrivit mycket om amerikansk politik, vilken han har ett stort intresse för och besitter en stor kunskap om.

2.3.3 Martina Lind

Martina Lind är grundare av sajten Politometern, vilken samlar politiska bloggar i Sverige och frågorna som diskuteras på dessa. Lind har tidigare arbetat som PR-konsult, journalist och politiker.

2.3.4 Per-Anders Forstorp

Per-Anders Forstorp är docent, Fil Dr i kommunikation vid Linköpings Universitet samt universitetslektor vid skolan för datavetenskap och kommunikation vid KTH. Forstorps forskning kretsar huvudsakligen kring villkoren för det offentliga samtalet, moralisk, politisk och rättslig diskurs, samt kritiska studier av medier och ICT.

2.3.5 Björn Ottosson

Björn Ottosson är doktorand i statsvetenskap vid Stockholms Universitet. Hans avhandling handlar om amerikansk politik, och ett år av hans doktorandstudier har tillbringats i USA. Ottosson skriver frekvent på Newsmill om bland annat det amerikanska valet.

2.4 Reliabilitet

Reliabilitet är alltid ett problem vid kvalitativa metoder för informationsinhämtning. I den aktuella uppsatsen har både litteraturstudien liksom intervjuerna genomförts med en kvalitativ metod vilket alltså är ett riskmoment vad reliabiliteten beträffar. Då även urvalet till intervjuerna kan sägas vara kvalitativt bidrar detta ytterligare till att minska reliabiliteten. Problemet med kvalitativa studier är primärt att resultaten uppnådda genom dem är starkt bundna till vem som har genomfört studien. Därigenom skulle en annan utförare av intervjuerna kunna lägga fokus på annan information och därigenom dra andra slutsatser. (Kvale, 1997, s. 187ff)

Dock behöver den låga reliabiliteten inte nödvändigtvis vara problematisk eftersom den alltid är ett faktum vid den här typen av undersökningar och således något som förutsätts. Medvetenhet om den låga reliabiliteten minskar således problematiken kring den (Esaiasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik och Lena Wängnerud, *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (2009) Stockholm; Norstedts juridik s. 63-71). Genom att intervjuerna har spelats in och sedan skrivits ned förstärks vidare den metodologiska reliabiliteten (Østbye, 2004, s. 121).

2.5 Validitet

Validitet avser hur pass relevant data och analyser är i förhållande till problemformuleringen (Østbye, 2004, s. 40). Uppsatsens validitet får ses som god då den data som presenteras tillika analyseras är direkt kopplad till problemformuleringen och besvarar denna kvalitativt.

Kvalitativa analyser tenderar att ha en hög definitionsmässig validitet (Østbye, 2004, s. 41). Dock kan inspelning av intervjuer dra ned validiteten om informanterna riskerar att bli mindre öppenhetliga. Genom att de för studien aktuella informanterna inte medverkat i egenskap i en roll som aktörer bör dock detta inte vara ett problem.

3 Teori

I teoridelen av uppsatsen är avsikten att förklara bakgrunden till de teorier som berör uppsatsen. Jürgen Habermas teorier inom området har en självklar plats i en uppsats rörande medieutveckling. Vidare används Jostein Gripsruds teorier inom området då även dessa får ses som centrala. Ännu en bärande teori är Tim O'Reillys artikel om Web 2.0 som får ses som given i akademiska uppsatser rörande sociala medier.

3.1 Dagordningsmakt

Att inneha *dagordningsmakten* innebär att ha makten att bestämma vilka frågor som ska dominera den politiska debatten för dagen (Bennett, 2012, s. 22f). Enligt professorn i medievetenskap Jostein Gripsrud är televisionen det medium som dominerar dagordningen. Tevelediet präglas av att det når ut till en bred publik liksom av dramatiska personfokuseringar (Gripsrud, Jostein; *Mediekultur, mediesamhälle* 2:a uppl., (2002), Göteborg; Daidalos, s. 328f). Tevelediet ses i detta sammanhang som ett slags ceremonimästare som samlar nationen vid specifika händelser (Gripsrud, 2008, s. 46f).

Etermedia, det vill säga radio och teve, har setts som identitetsskapande i så mån att den har bekräftat och reproducerat vardagslivets dygnsrytm genom sin programsammansättning (Gripsrud, 2008, s. 41). Traditionella medier har vidare bidragit till att bekräfta vår *sociala identitet* som samhällsmedborgare då de har bidragit med information om världen omkring: information som människor behöver inte minst i rollen som väljare. (Gripsrud, 2008, s. 18ff)

Samhällsmedborgare som vill värna ett i demokratisk mening fullvärdigt medieutbud har enligt Gripsrud (2008, s. 399f) två strategier genom vilka de kan bemöta sitt minskade inflytande över vad som skrivs i medierna. Dels kan de se till att upprätthålla en dialog med medierna och dels kan de påverka så många som möjligt som besitter relevanta kunskaper att kritiskt värdera medierna. Gripsrud beskriver den andra strategin på följande sätt:

[A]tt försöka få så många som möjligt att kritiskt värdera det som medierna serverar (...) De som studerat medierna mer ingående kan dessutom i privata, professionella och offentliga sammanhang fungera som kritiker i Umberto Ecos mening: vara en *semiotisk gerilla* som riktar små men svidande slag mot överheten. (Gripsrud, 2008, s. 400)

3.1.1 Portvakter

Gripsrud beskriver hur begreppet gatekeeping, *portvaktsfunktion*, 1950 applicerades på nyhetsredaktörens roll. Enligt undersökningen *Social control in the newsroom* från 1955 är det dock inte den enskilda redaktörens tycke och smak som sätter agendan. Vad som betraktas ha nyhetsvärde avgörs av kollektiva normer på redaktionen. I undersökningen redogörs det för hur nyanställda journalister beskrivit hur dessa normer, så att säga, sitter i väggarna. (Gripsrud, 2008, s. 395) Senare forskning har visat på hur nyhetsjournalistik fungerar som ett slags ”textuell konstruktion av den dagsaktuella verkligheten” (Gripsrud, 2008, s. 396). Den verklighet som journalisten beskriver är således en textuellt utformad tolkning av densamma (Ibid).

3.2 Web 2.0

Internet är inte ett medium utan ett *multimedium*. Genom alla de skilda medieformer som finns representerade inom det har det likheter med både etermedia, andra traditionella medier liksom klassisk tvåvägskommunikation. (Gripsrud, 2008, s. 332) Detta syns kanske inte minst genom fenomenet *Web 2.0*. Termen instiftades av Tim O’Reilly i en vida spridd artikel från 2007.

Begreppet åsyftar det Internet som har växt fram efter IT-bubblan år 2001 och som innefattar en tilltro till användarna som medutvecklare av exempelvis hemsidor. (OReilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software)

3.2.1 Konvergens och individualisering

Så kallad *deltagarmedia* och en konvergens av media kan enligt författaren Henry Jenkins ses som en indikation på publikens vilja att delta i skapandeprocessen av nyheter genom exempelvis delande av, liksom bloggande om, dem (Bennett, 2012, s. 253). Ännu en förändring som skett i och med de nya medieformerna är individualiserandet av medieinhämtning. Det vill säga, den information som når oss är i allt högre utsträckning skräddarsydd efter vår smak liksom efter våra åsikter (Bennett, 2012, s. 254).

Gripsrud skriver att tevediet inte längre utgör det forum som det tidigare har utgjort. Å ena sidan bidrar det utbud av nyheter som i dag existerar till en mångfacettering av utbudet i vilket även minoriteters intressen finns representerade. I Sverige är det exempelvis inte längre enkom Sveriges television som beslutar vilken typ av program som ska utgöra utbudet. Samtidigt bidrar individualiseringen av utbudet paradoxalt nog till att kanalerna fokuserar mer på

mainstreaminriktade program. Både de kommersiella, liksom public service, kanalerna fokuserar i en allt högre grad på publikmaximerande program. Publiken upptäcker därigenom sällan något nytt utan fokuserar på invanda mönster och program dylika dem de alltid har tittat på. (Gripsrud, 2008, s. 362f)

3.3 Borgerlig offentlighet

Sociologen och filosofen Jürgen Habermas slog 1962 igenom med verket *Borgerlig offentlighet*. I detta redogör han för den tidiga borgarklassens skapande av en skillnad mellan privat och offentligt liksom för implikationerna av masskommunikation. Nedan redogörs för de delar av *Borgerlig offentlighet* som är relevanta för den här uppsatsen.

3.3.1 Offentlighetens politiska funktion

Under sent 1600-tal liksom under 1700-talet präglades den politiska diskussionen i England av samtal på de så kallade *kaffehusen*. Dessa diskussioner sågs av staten som uppviglande. Ur detta system växte sedan en självständig kritisk journalistik fram. Det var i samband med detta som pressen uppstod som den *tredje statsmakt* vi känner den som i dag, det vill säga som ett slags språkrör för en resonerande publik. (Habermas, Jürgen; *Borgerlig offentlighet: kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället* 4:e uppl., (2003) Lund; Arkiv, s. 64ff) Efter den franska revolutionen erkändes sedan existensen av en allmän opinion i det engelska underhuset, det vill säga en av kamrarna i det engelska parlamentet. I samband med detta talades det även om att ge allmänheten medlen för att skapa sig en uppfattning. (Habermas, 2003, s 70f)

3.3.2 Offentlighetens sociala strukturomvandling

Enligt Habermas var det i samband med att familjerna slutade att fungera som knypunkt för den politiska diskussionen som en kommersialisering av densamma påbörjades. I och med massmediernas intåg i hemmen har det intellektuella samtalet mellan individer försvunnit, i stället betalar vi för att se andra delta i paneldebatter på teve eller köper litteratur som tänker åt oss. Genom att medierna vill nå ut med kommersiella produkter till så många som möjligt sänks sedan förkunskapströskeln för att nå en större publik, något Habermas kallar för ett *psykologiskt underlättande*. (Habermas, 2003, s. 157ff)

Habermas skriver om hur den politiska karaktären hos medierna går förlorad i samband med att de psykologiskt underlättas för att fungera bättre som en kommersiell produkt (Habermas, 2003, s 163). Trots att publiken i demokratier i större utsträckning än någonsin tidigare har rätt att göra

sin vilja hörd befinner den sig således till följd av massmediernas inverkan mycket långt ifrån den faktiska maktutövningen (Habermas, 2003, s. 173)

3.3.3 Offentlighetens politiska funktionsomvandling

Medierna kan sägas ha gått en dylik väg som offentligheten. Från att ha burits upp av små företag blev de förmedlare av den allmänna opinionen för att sedan bli partipolitikens språkrör. I och med att åsikter förvandlades till en handelsvara hävdar Habermas att tidningarna blev ”köpmän i allmän opinion”. I och med detta uppstod behovet av redaktioner på tidningarna. Allt detta skedde under slutet av 1700-talet och det var även i samband med denna utveckling som redaktören blev fristående från ägarna, vilket är hur mediehusen fungerar i Sverige i dag. (Habermas, 2003, s. 175f)

På 1870-talet började tidningarna gå samman i tidningskedjor. Detta som en följd av de uppkomna monopolartade ägarförhållandena och det dylika redaktionella material som geografiskt närliggande tidningar rapporterade om. När sedan informationsrevolutionen skedde under 1900-talet blev dessa tendenser än tydligare. (Habermas, 2003, s. 180) Masskommunikation så som television och radio tenderar dock att få centraliserade effekter. Detta har oroat många i och med IT-revolutionen under 1900-talet (Nye, Joseph S Jr, *Att förstå internationella konflikter* 2:a uppl., (2007), Malmö; Liber, s. 298). Enligt Habermas gick staten under denna period i många fall in som ägare till de medier som uppstod under det tidiga 1900-talet (Habermas, 2003, s. 180).

Nästa steg i den massmediala utvecklingen blev reklamens intåg. Reklamen kom att genomsyra all media och avskaffa den priskonkurrens som tidigare hade existerat mellan medierna. Genom priskonkurrensens avskaffande uppstod en vidare diversifierad och mångsidig marknad men priset blev en ”reklam som genomtränger hela massmediernas integrationskultur”. (Habermas, 2003, s.182)

4 Resultat

I resultatdelen presenteras de resultat som har framkommit dels i den för uppsatsen aktuella litteraturstudien och dels under de intervjuer som har genomförts under studien. Resultatdelen är tematiskt indelad efter uppsatsens delfrågor.

4.1 Vad är den största inverkan som sociala medier har haft på politiken?

Webbsidor understödda av presidentkandidater i USA har funnits sedan 1996. Men vad som hände under 2008 års presidentval var att sociala Internetsidor blev en av de primära källorna för många av kandidaternas budskap. (Graber, Doris A. *Mass media and American politics*, (2010) 8:e uppl. Washington D.C; CQ Press s. 201) Graber (2010 s. 195) konstaterar i *Mass Media and politics* att spridningen av Web 2.0 har lett till en mängd nya tillika billiga kanaler vilka politiker kan sprida sitt budskap genom och därigenom nå en allt större publik. Detta har inte minst republikanernas vicepresidentkandidat 2008, Sarah Palin, utnyttjat. Efter att ha blivit behandlad som en driftkucku av de traditionella medierna under större delen av valkampanjen 2008 har Palin valt att som representant för Tea Party-rörelsen sedan 2010 forma sin egen mediebild genom sociala medier (Bennett, 2012, s. 253f).

Två av de primära effekter som sociala medier har medfört på medierapporteringen och mediekonsumtionen kan sägas vara traditionella mediers förlorade roll som portvakter liksom den framväxande tendensen till personliga nyheter (Bennett, 2012, s. 252ff). Inte minst *RSS-flöden* har bidragit till personligt utformade bloggflöden (Graber, 2010, s. 331). Ännu en effekt, som även den kan härledas till den konstanta uppkoppling Internet medför är det faktum att det aldrig uppstår en mättnad hos läsarna utan att uppdateringar är konstant efterfrågade. Bennett väljer att kalla detta fenomen för *news on the go* och jämför det med snabbmatens effekter. (Bennett, 2012, s. 224f)

Johan Ingerö (2012) liksom Martina Lind (2012) hävdar att sociala medier bidrar till att lyfta kandidater som representerar grupper som inte känner sig representerade av de traditionella medierna. Under valet 2008 var Ron Paul den republikanska primärvalskandidat som drog flest besökare till sin kampanjsida (Wattal et al 2010). Paul har utmärkt sig under de val han har ställt upp i genom att föra en i stort sett *gräsrotsdriven* kampanj på nationell nivå. Paul är känd även utanför USA då han sticker ut i det offentliga etablissemanget genom sin libertarianism. Paul

sitter när denna uppsats skrivs som folkvald ledamot för delstaten Texas i det amerikanska representanthuset, det vill säga en av det federala parlamentets två kammare.

Johan Ingerö (2012) hävdar att traditionella medier numera, till följd av den granskning som de politiska bloggarna bedriver, är oerhört noggranna med fakta liksom att inte gå utanför vissa förutbestämda ramar. Som ett exempel på bloggarnas makt över medierna hänvisar han till när CBS:s legendariske nyhetsankare Dan Rather tvingades avgå 2005 efter att medvetet ha delgett tittarna fel information om den dåvarande presidenten George W Bush tjänstgöring i nationalgardet, att informationen var felaktig framkom genom granskning genomförd av politiska bloggar.

Enligt Martina Lind (2012) är den största effekten som sociala medier har haft på traditionella medier en helt ny nyhetscykel: En nyhet som tidigare utvecklades en gång om dygnet kan numera utvecklas var femte minut. Vad som blir stort i den politiska debatten bestäms enligt Lind (2012) inte längre av redaktioner utan avgörs i en social process tillsammans med de grupper som är intresserade av politik och verkar i sociala medier. En annan utveckling som skett är att vissa nyheter lever längre då det finns mer material att tillgå, något som kan få en historia att fortsätta cirkulera i medierna i flera dagar (Lind, 2012). När journalister har ett helt nätverk av människor ute i sociala medier som också försöker att hitta material som kan driva en historia vidare så har journalisterna förutsättningen att gräva mycket djupare och driva en nyhetshistoria mycket längre under en längre tid (Lind, 2012).

Enligt Per-Anders Forstorp (2012) har sociala medier kanske brutit upplevelsen av att medierna är ett slutet rum där bara privilegierade röster får höras. Han hävdar att det är en viktig bedrift av de sociala medierna att de har skapat nya förutsättningar för det offentliga samtalet. De sociala mediernas intåg har snarast inneburit en förändring av de strukturella villkoren för hur offentligheten skulle kunna se ut än i praktiken påverkat i någon specifik sakfråga (Forstorp, 2012).

Enligt Björn Ottosson (2012) har de sociala medierna inte haft en unik effekt. Ottosson bekräftar Linds (2012) påstående att nyhetsbevakningen har ökat, vilket har lett till att nyhetscykeln går snabbare då det finns en ständig efterfrågan på aktuella nyheter. Det har enligt Ottosson (2012) till följd av detta blivit tuffare för politikerna då de ställs inför ett mycket hårdare medieklimat och en mycket tuffare granskning där ingenting längre ses som heligt. För tidningarna fanns det tidigare

en redaktionell spärr och en pressetik som kunde stoppa exploatering, en tendens som i dag av konkurrensskäl tunnans ut även i de traditionella medierna (Ottosson, 2012).

4.2 Utgör sociala medier en demokratisering av det offentliga rummet?

Både Martina Lind (2012) och Johan Ingerö (2012) gör gällande att mindre grupper som har ett starkt engagemang men som har svårt att nå ut i debatten eller inte driver frågor som är förstasidesstoff på Internet skapar en alternativ medievärld och infrastruktur av information.

Enligt Lind (2012) utgör sociala medier ett slags demokratisering av det offentliga rummet. När nyhetsvärdering görs i en social sfär och den politiska debatten förs i en bredare social sfär är det enligt Lind (2012) definitivt en demokratisering jämfört med när debatten enkom dominerades av anställda elitdebattörer på redaktioner. Lind (2012) säger att många klagar över att kretsen i bloggsfären eller på Twitter är för liten och att det inte är en genuin folkrörelse då det bara rör sig om 10 000 svenskar som är politiskt aktiva på Twitter. Lind (2012) argumenterar dock för att dessa utgör en mycket större grupp än det sammantagna antalet ledarskribenter på de ledande morgontidningarna. Vidare tror Lind (2012) att alla samhällsgrupper finns representerade i bloggsfären men att pensionärer är underrepresenterade.

Enligt Per-Anders Forstorp tyder mycket på att tillgängligheten till det offentliga rummet har blivit mer distribuerad och ökat genom sociala medier, i den meningen innebär de sociala medierna en demokratisering. Redan nu visas det dock tecken på hierarkisering bland de politiska bloggarna då vissa bloggar och aktörer är mer inflytelserika än andra. Hierarkiseringen syns primärt bland bloggarna snarare än på andra sociala medier (Forstorp, 2012). Det rör sig om olika typer av positioneringar i det fält som utgörs av det offentliga rummet där vissa bloggar får större inflytande än andra till följd av kändisskap, uppmärksamhet baserad på åsikter liksom den formuleringskonst som de enskilda bloggarna besitter, säger Forstorp (2012).

Den tabloidisering som har präglat de traditionella medierna en längre tid beror inte på bloggarna och den drabbar inte heller dem i samma utsträckning, framför allt inte de gräsrotsorienterade bloggarna (Forstorp, 2012). De vanliga tidningarna tvingas enligt Forstorp (2012) att låna lite av sin retorik och sitt formspråk från tabloiderna, utan att för den skull bli en av dem, och detsamma syns kanske i audiovisuella medier. Det är en allmän tendens, fortsätter Forstorp (2012), att politiken numera tenderar att bli uppstyckad i *sound-bites* och häftiga vinklingar och perspektiv vilket är något som drabbar vår tillgång till politiken överlag. Det har att göra med konkurrensen i

det offentliga rummet och att fördelar vinnas genom slagkraftiga formuleringar och intressanta vinklingar (Forstorp, 2012). Forstorp (2012) tror att det är den allmänna medieutvecklingen som kanske inte riktigt gynnar det demokratiska samtalet eller den demokratiska kulturen just för att medierna av olika skäl tvingas att anpassa sig till en ganska svart-vit och polariserad bild av olika politiska alternativ.

På frågan om ifall det går att jämföra dagens sociala medier med 1700-talets kaffehus väljer Forstorp (2012) att hävda att det rör sig om *remediering*, vilket innebär att nya medier som växer fram bär med sig de gamla i utvecklingen¹. Bara för att Internet har introducerats så betyder det alltså inte att teve och tidningar har försvunnit. Och samma sak gäller enligt Forstorp (2012) för kaffehusen, de nya medierna som har växt fram kanske fyller en funktion som liknar den som fanns i kaffehusen: Människor träffas utifrån något slags gemensamt intresse. Men den kultur som var typisk för den tidens kaffehus var kanske också ett slags hierarkisering som byggde på sociala strukturer (Forstorp, 2012). Om de sociala medierna beskrivs som en mer demokratisk form av offentlighet så kanske kaffehusen var en något mindre demokratisk offentlighet, säger Forstorp (2012). De förekom i ett samhälle där den sociala strukturen var hierarkiserad på ett annat sätt än vad den är i dag. Forstorp (2012) tror att det är ett allmänt bekymmer för den demokratiska kulturen att den som vill läsa genomtänkta analyser i dagens medieklimat måste vända sig till särskilda publikationer eller bloggar. De politiska bloggarna är enligt Forstorp (2012) inte indragna i samma utsträckning i dagens *mediedramaturgi*.

Huruvida de politiska bloggarna har ökat den demokratiska representationen av olika grupper i samhället beror enligt Björn Ottosson (2012) på vilka bloggar som avses. De stora nationella politiska bloggarna kan Ottosson (2012) tänka sig att journalister, som skriver i tidningar eller på andra bloggar, rutinmässigt läser. Men det finns samtidigt en enorm uppsjö av lite mindre politiska bloggar som kanske inte blir nationellt kända eller får den statusen (Ottosson, 2012). Många människor som är politiskt intresserade på lokal eller regional nivå kanske kan få hjälp av dessa mindre bloggar (Ottosson, 2012).

Den unga generationen hämtar i större utsträckning än den äldre sina politiska nyheter från bloggar och elektroniska medier enligt Ottosson (2012). I regel, säger Ottosson (2012), går det att tänka sig att högutbildade konsumerar både fler Internetnyheter och fler traditionella nyheter. Enligt Ottosson (2012) kan även många av bloggarna bevaka makten, men fragmentisering och

¹ Begreppet remediering brukar användas i bemärkelsen att innehåll från ett medium presenteras i ett nytt medium. Principen bakom begreppet är dock att nya medier inte uppstår helt fristående från andra medier.

polarisering kan bli ett demokratiskt problem på sikt om olika grupper i hög utsträckning konsumerar olika typer av medier.

Att sändningarna på de stora nyhetskanalerna och de stora tidningarna utgör ett slags centrum som alla kan förhålla sig till och följa är mycket bra för sammanhållningen i ett land, för solidariteten och för känslan av en gemensam nationell identitet då det innebär ett slags gemensam utgångspunkt för att kunna diskutera olika typer av politiska meningsskiljaktigheter (Ottosson, 2012). Det går enligt Ottosson (2012) att tänka sig att om det inte längre finns något centrum för nyheter så kommer människor primärt att läsa sina favoritbloggar. Sedan kanske de läser en del andra nyhetsbloggar och nyheter, vilka de är jäviga när de läser (Ottosson, 2012). Detta då de redan har fått sina ”riktiga” politiska idéer bekräftade av de sidor som de följer. Ottosson (2012) gör gällande att detta medieklimat på sikt kan leda till en hätskare debatt, men även till en fragmentering av samhället.

4.3 I vilken utsträckning påverkar sociala medier vilken typ av politiker som får medial uppmärksamhet?

I vilken utsträckning sociala medier påverkar vilken typ av politiker som får medial uppmärksamhet är nära knutet till frågan om hur politiker använder sig av sociala medier. Detta då de sätt på vilka sociala medier kan användas politiskt säger något om varför politiker väljer att använda sig av sociala medier och vad de kan uppnå genom ett bruk av dessa. När politiker själva bloggar är den primära målgruppen enligt Johan Ingerö (2012) väjare och de egna gräsrotterna. Det huvudsakliga syftet med att blogga politiskt är att nå ut med ett budskap utan den filtreringseffekt som media tenderar att ha (Graber, 2010, s. 330). För de politiska kampanjstaberna är det kortsiktiga syftet med användandet av sociala medier att vinna det kommande valet. Det långsiktiga målet är att samla information om de egna potentiella väljargrupperna. (Hendricks et al, 2010, s. 140) I artikeln *Web 2.0 and politics* (Eb, W., Residential, P.O.T.H.E.U.S.P., Lection, E., Olitics, A. N. E.-p, Genda, R. E. A., Schuff, D., & Williams, C. B. (2010). ISSUES AND OPINIONS. *MIS Quarterly*, 34(4), 669-688) beskrivs Internet som ett komplement till snarare än som en ersättning för traditionella medier, inte minst inom den politiska sfären.

Ingerö (2012) hävdar att en politiker som Ron Paul har varit helt beroende av sociala medier för det genomslag han har fått bland gräsrotter, han är ett gräsrotsfenomen. Gräsrotterna finns enligt i betydande utsträckning på Internet (Ingerö, 2012). Inte åsiktsmässigt men stilmässigt, säger

Ingerö (2012) att det finns likheter mellan Ron Pauls fans och Sverigedemokraterna. De huserar främst på Internet och har ofta en paranoid bild av vad som ”får sägas”. De lever i en föreställning att alla medier förtrycker och censurerar dem. De båda grupperna är lika i så mån att de hävdar att de i själva verket har ett enormt stöd men att detta förtigs av ett slags etablissemang (Ingerö, 2012). För att en kandidat som Ron Paul ska kunna tävla mot de dominerande kandidaterna är han helt beroende av att det finns alternativa mediekanaler. I hans fall gör de sociala medierna således en stor skillnad, säger Ingerö (2012).

Även Björn Ottosson (2012) hävdar att en kandidat som Ron Paul har varit beroende av sociala medier vilka har spelat en stor roll för det genomsåg han har fått bland gräsrotter. De som traditionellt sett har följt honom är enligt Ottosson (2012) Internetpionjärer som försvarar honom överallt där de ser honom nämnas. Detta samtidigt som de libertarianerna som stödjer honom ofta håller sig för sig själva. Utan sociala medier skulle många nog inte veta vem Paul är, varför Ottosson (2012) fastslår att de spelar en stor roll för att få ut hans budskap, varumärke och bitvis hans idéer. Framför allt har de sociala medierna spelat en roll i ett initialt skede (Ottosson, 2012). När Paul väl hade börjat synas i teve under primärvalet 2012 uppstod den verkliga effekten. De sociala medierna spelade en stor roll men ska inte överskattas, Paul har enligt Ottosson (2012) även ägnat sig åt traditionell organisering i olika delstater i en mycket högre utsträckning 2012 än under primärvalet 2008. Ottosson (2012) tror att det även fortsättningsvis inte kommer att räcka för gräsrotskandidater att nå ut enkom via sociala medier.

Amerikanska politiker är enligt Ingerö (2012) proffsigare i relationen till alla medier oavsett om det rör sig om bloggar eller tevesända intervjuer. Svenska politiker är spontana på ett sätt som amerikanska politiker inte vågar vara eftersom deras motståndare hugger direkt om de säger något fel (Ingerö 2012). Svenska partiledare kan genomföra en intervju på stående fot och besvara fyra av fem frågor, förklara att de inte har järnkoll på den femte och be att få ringa upp journalisten (Ingerö 2012). En händelseutveckling som enligt Ingerö (2012) vore otänkbar i USA. När amerikanska politiker sätter sig framför en journalist ser de enligt Ingerö (2012) till att vara ohyggligt förberedda vilket leder till en högre kvalitet på det de säger och en bättre faktakoll, men samtidigt blir intervjuerna mindre spontana och personliga. Det leder enligt Ingerö (2012) till att det inte finns något utrymme för att resonera framför en journalist i USA.

Enligt Per-Anders Forstorp (2012) har *tabloidiseringen* i hög utsträckning påverkat vilken typ av politiker som får medial uppmärksamhet. Tabloidiseringen föder fram en typ av politiker som kan anpassa sig och göra sig synlig och hörd i ett mer konkurrensutsatt medieklimate där

mediedramaturgin leder till att både innehållsfrågorna och utseendefrågorna ses som viktiga (Forstorp, 2012). Forstorp (2012) gissar att även sociala medier kan ha bidragit till denna utveckling genom att bloggare som når många läsare kan ha nått den position de har för att de har kunnat anpassa sig till en tabloidiserad mediedramaturgi.

4.4 Vad är de sociala mediernas roll i relation till de traditionella medierna i dagens medieklimat?

I *Communicator in chief: How Barack Obama used new media technology to win the White House* står att läsa att de primära skillnaderna mellan bloggar och traditionella medier dels är att de senare har redaktörer, och dels att journalister måste upprätthålla ett professionellt beteende i en annan utsträckning än vad bloggare måste göra. Vidare konstateras att politiska bloggar fungerar som ett slags ekokammare för traditionella medier. Det mesta som skrivs på dessa har redan behandlats av traditionella medier. (Hendricks et al, 2010, s. 71) Detta bekräftas av W. Lance Bennett (2012 s. 245) då denne skriver att stora delar av det material som presenteras på politiska bloggar är hämtat från traditionella medier. Samtidigt hävdar både Graber (2010, s. 204) och Bennett (2012, s. 153f) att traditionella medier plockar upp nyheter som från början dykt upp på politiska bloggar. Politiskt intresserade läsare tycks vidare kunna finna det material som presenteras på bloggar mer trovärdigt än det som traditionella medier framför (Hendricks et al, 2010, s. 28).

Barack Obamas förmåga att använda sociala medier för att nå Vita Huset 2008 har jämförts med hur John F. Kennedy på sin tid lyckades använda det då nya mediet televisionen för att charma väljarna. Genom den interaktivitet som har uppstått genom Web 2.0 finns det dock numera helt andra möjligheter än under Kennedys tid för politiker att nå ut direkt till väljare utan att gå via traditionella medier. (Hendricks et al, 2010, s. 7f) Genom de framgångar som Obama har uppnått genom sociala medier har dessa numera, men sannolikt även framöver, en given roll under amerikanska val (Hendricks et al, 2010, s. 52). Teve-mediet är enligt Graber fortfarande den dominerande källan för medborgares informationsinhämtning inför val (Graber, 2010, s. 202). Men Internet är numera, sedan 2008, den näst största källan för politiska kampanjnyheter (Hendricks et al, 2010, s. 144).

Den sociala nätverkssajten Facebook var 2006 den första sidan inom sin genre att starta ett slags valplattform i form av vad företaget kallade *election pulse*. När Facebook kommande år skapade en möjlighet för exempelvis offentliga personer att bygga ett slags plattform på sajten var Obama

den enda av de tyngre presidentkandidaterna som gjorde detta endast några veckor efter lanseringen. (Hendricks et al, 2010, s. 54ff) Internet hade under presidentvalet 2008 primärt rollen som mobiliserande kraft och sociala medier medverkade till att aktivera väljare och valarbetare som annars med stor sannolikhet hade förblivit passiva (Hendricks et al, 2010, s. 141).

Johan Ingerö (2012) hävdar att Internet har inneburit i huvudsak två utmaningar för medier som är annonsfinansierade. Till att börja med har de det ekonomiskt knepigt, Ingerö (2012) tror inte att det är någon av dem som har hittat en vattentät modell för att ta betalt på nätet. De tidningar som läser sina sidor för icke-prenumeranter och dylikt är inte de som är med i Internetdebatten. Men det finns inte heller någon lösning för hur tidningarna ska ta betalt för nyheter som endast finns med i pappersupplagor då lösnummerförsäljningen sjunker, fortsätter Ingerö (2012).

De stora bloggarna och Internetsajterna är oerhört måna om att faktagranska det som sägs i de stora traditionella medierna (Ingerö, 2012). De senare måste vara oerhört noggranna eftersom de kan avslöjas med faktafel på ett sätt som de inte riktigt kunde tidigare. Ingerö (2012) exemplifierar denna faktagranskning genom att berätta om hur den svenska USA-bevakningen förbättrats genom bloggarnas inverkan. Åren 2004 till 2006 var det, enligt Ingerö (2012), flera svenska politiska bloggar som lästes av journalister. De som drev bloggarna kunde amerikansk politik på djupet och kunde peka på felaktigheter i de traditionella medierna. Denna bevakning tvingade de traditionella medierna att bli bättre i sin bevakning och bidrog till en seriösare bevakning än tidigare (Ingerö, 2012). Kontentan är således att bloggarna har bidragit till kvalitén samtidigt som Internetförmedling av nyheter och åsikter är ett ekonomiskt hot mot de traditionella medierna.

Även Martina Lind (2012) bekräftar synen på bloggarna som faktagranskare då hon hävdar att bloggarna fungerar utmärkt som en källkritisk institution av medierna. Många bloggar ägnar sig åt mediekritik, det vill säga de kritiserar mediebevakning som är felaktig eller ensidig (Lind, 2012). Bloggarna skulle kunna sägas ha en kontrollerande funktion för medierna enligt Lind (2012), hon fortsätter med att konstatera att det snarare är så att bloggarna är mediekritiska än att medierna är bloggkritiska. De politiska bloggarna är ett slags vakthund gentemot den politiska journalistiken (Lind, 2012).

Per-Anders Forstorp (2012) fastslår att de traditionella medierna genom remedieringen har en fortsatt viktig roll även i dagens medieklimat, han tror att de fortsätter att vara viktiga då de betraktas som stjärnbilder som vi orienterar oss efter. Vi vill enligt Forstorp (2012) veta vad som

sågs på DN Debatt och SvD Brännpunkt, det vill säga Svenska dagbladets respektive Dagens nyheters debattsida. De traditionella medierna kommer enligt Forstorp (2012) inte att bli betydelselösa än på länge då det i offentligheten kanske behövs några punkter som medborgarna kan orientera sig kring. Det svenska debattklimatet beskrivs ibland som en ankdamm och jämförs de stjärnbilder som finns här med dem i exempelvis Nordamerika syns naturligtvis en stor skillnad (Forstorp, 2012). Här har vi några få och där har de många, men det kanske är lättare att känna till och förhålla sig till alla positioner i den svenska debatten sammanfattar Forstorp (2012).

Det finns enligt Forstorp (2012) ett slags allmän rivalitet mellan traditionella medier och bloggar då de senare går förbi de traditionella distributionsvägarna. Det finns således, konkluderar Forstorp (2012), ett slags strukturell rivalitet mellan dem vilken medför att de traditionella medierna delvis på grund av bloggarna förlorar både pengar, läsare och inflytande. De traditionella medierna kan fortsätta att vara viktiga om de hanterar situationen på rätt sätt säger (Forstorp, 2012). Bloggarna kan ses som en motkraft, fortsätter Forstorp (2012), men inte nödvändigtvis i ideologisk mening. Det finns bloggare som är aktiva och som tycker att de bör ta chansen att manifesteras som en motpol till de traditionella medierna och sedan finns det andra som är mer konforma ideologiskt sett och ser sig själva som ett komplement till de traditionella medierna (Forstorp, 2012).

Enligt Björn Ottosson (2012) finns det en hel del forskning som visar att det finns en kategori som brukar benämnas *news junkies* som i stor utsträckning konsumerar både politiska bloggar och traditionella medier. Detta innebär att de som läser många tidningar ofta även läser politiska bloggar. Det är alltså inte så att det finns personer som bara tittar på de stora politiska bloggarna utan de som söker sig till dem läser vanligtvis även tidningarna (Ottosson, 2012). Huruvida amerikanska journalister tar del av det som skrivs på de politiska bloggarna varierar enligt Ottosson (2012) beroende på vilken typ av politiska bloggar och Internettidningar som avses. En del av de större bloggarna följs tämligen frekvent av journalister som skriver om politik och ibland hittar journalisterna nyheter på de här bloggarna som så småningom letar sig upp till traditionella medier så som teve, radio och tidningar (Ottosson, 2012).

På tidningar finns det enligt Ottosson (2012) en annan redaktionell kontroll än på bloggarna men genom att de som skriver i tidningarna ofta även skriver på de politiska bloggarna finns det en koppling dem emellan. Mycket av det som skrivs på de politiska bloggarna säger Ottosson (2012) är av så kallad *opinionskaraktär*, det vill säga bloggarna förmedlar sina åsikter. De kommer sällan med faktauppgifter, varför inte samma källgranskning är nödvändig på de politiska bloggarna som

i de traditionella medierna. Den fakta som bloggarna presenterar kommer vanligtvis från traditionell media, exempelvis från en nationell tevesändning eller från någon artikel i en nationell tidning (Ottosson, 2012).

Ibland skapar bloggarna, enligt Ottosson (2012), även egna nyheter om de har hittat något intressant. Vissa historier har så kallade *citizen journalists*, i det här fallet bloggjournalister, skapat. Skribenter etablerade på tidningar, vanligtvis av en äldre generation, tycks ofta vara upprörda över att de utsätts för en sådan konkurrens från bloggsfären (Ottosson, 2012).

Tidningarna de arbetar på håller på att gå under och tas över av citizen journalists och personer utan en gedigen journalistisk utbildning, dessa ses som illegitima aktörer. Överlag så uppdateras bloggarna mer frekvent än traditionell media och inlägg tas bort och revideras ifall bloggaren råkat göra ett misstag (Ottosson, 2012). Ofta är det så att en politisk aktör säger något i ett teveinslag eller att en politiker gör ett uttalande varpå det inom några minuter dyker upp en tolkning av utspelet i ett blogginlägg (Ottosson, 2012). De konservativa tolkar på ett sätt, de liberala på ett annat sätt och sedan pågår ett slags strid över hur det sagda ska tolkas och förstås, sammanfattar Ottosson (2012).

Bloggarna rapporterar enligt Ottosson (2012) vanligtvis inte felaktigt vad någon sa men de tolkar innehållet subjektivt, vidare felciterar de inte men kan på ett diskutabelt sätt välja att enkom presentera vissa bitar av ett citat. Bloggarna gör politiska tolkningar av material, framför allt av massmedialt material då det är så pass lättillgängligt (Ottosson, 2012). Många av bloggarna blir slöa i den bemärkelsen att de inte skaffar några egna resurser, utan egentligen primärt ägnar sig åt att kommentera media. De tittar på och läser nyheter, sedan kommenterar de enligt Ottosson (2012) vad de ser. Ottosson (2012) tror vidare att allt större del av traditionell media sannolikt kommer att flyttas ut på nätet av kostnadseffektivitetsskäl.

5 Diskussion

I diskussionsdelen avhandlas resultatet av undersökningen utifrån uppsatsens teorier. Upplägget är tematiskt indelat utifrån problemformuleringens delfrågor.

5.1 Vad är den största inverkan som sociala medier har haft på politiken?

Web 2.0 har genom sitt användargenererade innehåll varit en förutsättning för att de politiska bloggarna har kunnat växa fram. Fenomenet har bland annat fått till följd att politiker själva liksom privatpersoner har börjat blogga om politik. Enligt W. Lance Bennett har detta lett till att de traditionella medierna inte längre har en lika utpräglad portvaktsfunktion som tidigare (Bennett, 2012, s. 252ff). Sociala medier har även inneburit en individualisering av nyhetsflödet (Bennett, 2012, s. 254). En konvergens av olika medieformer har även kommit till stånd enligt Henry Jenkins (Bennett, 2012 s. 253), vilket inte är så konstigt om Jostein Gripsruds (2008, s. 332) konstaterande att Internet är ett multimedium snarare än ett medium tas i åtanke.

De sociala medierna har även inneburit en förändring av nyhetsflödet. Martina Lind (2012) talar om en helt ny nyhetscykel där nyheter utvecklas var femte minut snarare än en gång per dygn. Även Lind (2012) får antas åsyfta en förlorad portvaktsfunktion när hon talar om att det numera inte bara är redaktioner som bestämmer vad som blir stort i den politiska debatten. Detta bestäms enligt Lind (2012) numera snarast i ett socialt sammanhang tillsammans med politiskt intresserade tillika politiskt aktiva. Även Per-Anders Forstorp (2012) bekräftar synen på sociala medier som en bidragande faktor till att portvaktsfunktionen är på väg att gå förlorad för de traditionella medierna. Detta då han säger att sociala medier har brutit upplevelsen av att medierna utgör ett slutet rum där bara privilegierade röster får höras. Uppdateringsfrekvensen på Internet liksom det faktum att det är ett multimedium kanske har bidragit till den utveckling av politiska nyheter gentemot sound-bites och news on the go som Forstorp (2012) respektive Bennett (2012, s. 224f) talar om.

5.2 Utgör sociala medier en demokratisering av det offentliga rummet?

Den normerande effekt som redaktioner enligt Gripsrud (2008, s. 395) har haft på vad som anses vara nyheter tycks enligt Martina Lind (2012) vara på väg att gå förlorad. Lind (2012) konstaterar att nyhetsvärderingen numera görs i en social sfär, något som enligt henne definitivt innebär en

demokratisering jämfört med när debatten enkom dominerades av anställda elitdebattörer på redaktioner.

Gripsrud skriver om hur teve som medium har utgjort ett slags ceremonimästare som nationen har samlats vid kring högtider (Gripsrud, 2008, s. 46f). Han konstaterar även att de traditionella medierna är viktiga i skapandet av en social identitet (Gripsrud, 2008, s. 18ff). En tanke som även Björn Ottosson (2012) ger uttryck för då han hävdar att de dominerande medierna har en stor betydelse för sammanhållningen i ett samhälle. Genom att de politiska bloggarna har bidragit till en individualisering av politiska nyheter riskerar denna roll som sammanhållande kraft dock att gå förlorad. Något som i värsta fall kan leda till en fragmentisering av samhället då den gemensamma värdegrunden, så att säga, går förlorad (Ottosson, 2012).

Habermas analys av offentligheten innefattar en oro för vad massmediernas intåg i hemmet har inneburit. Detta då det politiska samtalet mellan familjemedlemmarna har ersatts av ett tittande på andra som debatterar (Habermas, 2003, s. 157ff). Ur den här synvinkeln skulle de sociala medierna kunna ses som en återupplivning av det debattklimat som rådde innan massmediernas uppkomst. Per Anders Forstorp (2012) tror att de politiska bloggarna är för hierarkiserade för att kunna bidra till en direkt demokratisering av debattklimatet. Däremot tyder mycket på att tillgängligheten till det offentliga rummet har blivit mer distribuerad genom sociala medier, i det avseendet medför de en demokratisering (Forstorp, 2012). Enligt Habermas har medierna med tiden blivit avpolitiserade (Habermas, 2003, s. 163), en bild som bekräftas av Forstorp (2012) då han beskriver den tabloidisering som lett till att politiken framställs polariserad i svart och vitt.

5.3 I vilken utsträckning påverkar sociala medier vilken typ av politiker som får medial uppmärksamhet?

Graber konstaterar att Web 2.0 har lett till att det finns nya billiga kanaler genom vilka politiker kan sprida sitt budskap till en stor publik (Graber, 2010, s. 195). Internet har enligt både Johan Ingerö (2012) och Björn Ottosson (2012) varit en förutsättning för att en kandidat som Ron Paul har kunnat få det genomslag bland gräsrotter som han har fått. I artikeln *Web 2.0 and politics* (Eb et al, 2010) beskrivs Internet dock som ett komplement till, snarare än som en ersättning för, traditionella medier. Inte minst gäller detta inom den politiska sfären. Ottosson (2012) bekräftar denna syn då han beskriver hur sociala medier förvisso har varit en förutsättning för Ron Paul att nå ut, men samtidigt primärt fungerat som en språngbräda till de traditionella medierna genom vilken Paul har kunnat nå ut till en mycket större publik.

Det faktum att Paul genom sociala medier har fått en sådan genomslagskraft är sannolikt en följd av att han genom de sociala medierna har kunnat påverka de traditionella mediernas portvaktsfunktion. De sociala medierna skulle kunna sägas ha varit utsatta för påtryckningar från de politiska bloggarna att släppa fram Paul och hans budskap. Frågan är då bara om detta verkligen kan ses som ett nytt fenomen. Förvisso finns det genom Web 2.0 i dag helt nya möjligheter att nå ut med ett budskap till en stor publik, men å andra sidan har politiskt arbete i någon mån alltid tagit sin utgångspunkt i gräsrotskampanjande innan det nått ut i traditionella medier.

Utöver att släppa fram kandidater som har svårt att nå fram med sitt budskap i de traditionella medierna kan sociala medier även ha bidragit till den nu pågående tabloidiseringen av media (Forstorp, 2012). Tabloidiseringen föder fram en typ av politiker som kan anpassa sig och göra sig synlig och hörd i ett mer konkurrensutsatt medieklimat där mediedramaturgin medför att både innehållsfrågorna och utseendefrågorna ses som viktiga (2012).

5.4 Vad är de sociala mediernas roll i relation till de traditionella medierna i dagens medieklimat?

Gripsrud konstaterar att ett av de sätt på vilket civilsamhället kan värna ett i demokratisk mening fullvärdigt medieutbud vid minskat inflytande över detsamma är genom att få så många som möjligt att kritiskt värdera det som medierna skriver (Gripsrud, 2008, s. 400). Att politiska bloggar blivit ett slags granskare av medierna är något som bekräftas av både Johan Ingerö (2012), Martina Lind (2012) och Björn Ottosson (2012). Ingerö (2012) säger att de stora bloggarna och Internetsajterna är oerhört måna om att faktagranska det som medierna skriver. Lind (2012) går så långt som att kalla de politiska bloggarna för ett slags vakthund gentemot den politiska journalistiken. Detta medan Ottosson (2012) konstaterar att det de politiska bloggarna primärt tycks ägna sig åt är politiska tolkningar av massmedialt material.

Läsare tycks i viss utsträckning ha en större tilltro till de politiska bloggarna än vad de har till de traditionella medierna (Hendricks et al, 2010 s. 28). Något som är intressant ur aspekten att det material som förekommer på bloggarna primärt är hämtat från de traditionella medierna och ofta är direkta åsikter om vad som skrivs på dessa (Ottosson, 2012).

5.5 Brister i undersökningen

De resultat som redovisas i undersökningen skulle behöva verifieras i en kvantitativ studie i vilken resultatet skulle kunna förankras genom en datamängd i större skala. Givetvis skulle även ytterligare kvalitativa intervjuer och litteraturstudier verifiera resultatet. Det har dock inte funnits plats för detta inom ramarna för studien.

Utgångspunkten vid utformandet av intervjufrågorna har varit att skapa en bredd för att täcka in studiens alla delar. I efterhand kan det konstateras att vissa frågor var överflödiga och att det sannolikt hade varit mer givande att fokusera på fler följdfrågor. Vidare visade sig intervjuformatet för den här typen av studie lämpligare än litteraturstudieformatet, kanske hade det därför varit mer givande att genomföra fler intervjuer och fokusera mindre på den tvärvetenskapliga litteraturen. Dock får den teoretiska litteraturen sägas ha kommit väl till användning.

6 Slutsatser

I slutsatsen diskuteras utifrån uppsatsens problemformulering de slutsatser som dragits.

6.1 Hur påverkar politiska bloggar traditionella mediers rapportering?

Politiska bloggar har primärt haft två effekter på de traditionella mediernas rapportering. Till att börja med har de med tiden kommit att fungera som ett slags granskningsorgan av de traditionella medierna. De bidrar därigenom till att kvalitetssäkra dem. Å andra sidan är de även en bidragande faktor till de traditionella mediernas ekonomiska kris. Genom att de tillför kvalitativt gratismaterial gör de situationen än värre för redan hårt konkurrensutsatta och prispressade medier. Samtidigt hämtar de politiska bloggarna mycket av sitt material från dessa medier. De kommer sällan med nya uppgifter utan opinionsbildar snarare utifrån redan existerande nyheter.

De politiska bloggarna präglas i viss mån även de av den tabloidisering som de traditionella medierna har genomgått, men de är inte orsaken bakom den. Däremot bidrar de till en allt snabbare nyhetscykel vilken i sin tur skapar fragmenterade nyheter. De politiska bloggarna är med och bidrar till ett professionaliserande och härdande av politikerrollen, något som på sikt kan påverka vilka som väljer att bli politiker. Det grävande journalistiska arbetet görs vid i viss mån av de politiska bloggarna vid tidpunkten för när denna uppsats skrivs. Men samtidigt är många traditionella medier försiktiga med att förlita sig till information från bloggarna. När en nyhet från de traditionella medierna får spinn på de politiska bloggarna leder det vidare ofta till att den lever längre.

Sammanfattningsvis är de flesta av de tendenser som politiska bloggar bidrar till inte enkom en följd av bloggarnas intåg. Den enda effekt som nog direkt kan hänföras till dem är det kvalitetssäkrande av de traditionella medierna som de tillför. Något som är nog så viktigt i tider av nedskärningar på redaktionerna och en tabloidiserad mediedramaturgi.

6.2 Rekommendationer rörande vidare studier

En fråga som inte har kunnat beröras inom den här uppsatsens ramar, men som får ses som relevant i sammanhanget, är i vilken utsträckning som politiska bloggar bidrar till att på sikt öka det politiska engagemanget hos unga. En annan fråga som tangerades i intervjuerna men inte besvarades inom uppsatsens ramar är hur framtiden ser ut för politiska bloggar med ambitionen

att ersätta nyhetstidningar. Har dessa eller andra nyhetstidningar de bästa förutsättningarna för att lyckas på Internet?

Frågeställningen i den här uppsatsen är tvärvetenskaplig i så mån att den spänner över medieteknik, kommunikationsvetenskap och statsvetenskap, inom dessa respektive områden skulle det sannolikt gå att ytterligare specificera frågeställningen. Exempelvis genom att titta enkom på den påverkan på demokratin som de politiska bloggarna har, hur pass viktigt Web 2.0 med kommentatorsfunktioner har varit för dess framväxt eller i vilken utsträckning diskussionsklimatet i politiska bloggarna skiljer sig från det i kaffehuset.

Källförteckning

7.1 Böcker

Bennett, W. Lance, *News: the politics of illusion*, 9:e uppl., (2012), Boston; Longman, ISBN 978-0-205-08241-4

Communicator-in-chief: How Barack Obama used new media technology to win the White House, (2010) Red. John Allen Hendricks and Robert E. Denton, Jr. Lanham, Plymouth; Lexington Books, ISBN 978-0-7391-4105-2

Esaiasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik och Wängnerud, Lena, *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad* 4:e uppl. (2012), Stockholm; Norstedts juridik, ISBN 978-91-39-11217-4

Gripsrud, Jostein; *Mediekultur, mediasamhälle*, (2002), 2:a uppl. Göteborg; Daidalos, ISBN 91-7173-169-5

Graber, Doris A. *Mass media and American politics*, (2010) 8:e uppl. Washington D.C; CQ Press, ISBN 978-1-60426-460-9

Habermas, Jürgen; *Borgerlig offentlighet : kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället* 4 uppl., (2003) Lund; Arkiv, ISBN 91-7924-163-8

Nye, Joseph S Jr, *Att förstå internationella konflikter* 2:a uppl., (2007), Malmö; Liber, ISBN 978-91-47-08739-6

Østbye, Helge, *Metodbok för medievetenskap* 1:a uppl., (2004) Malmö; Liber ekonomi, ISBN 91-47-07350-0

Steinar, Kvale, *Den kvalitativa forskningsintervjun*, (1997), Lund; Studentlitteratur, ISBN 91-44-00185-1

7.2 Artiklar

Eb, W., Residential, P. O. T. H. E. U. S. P., Lektion, E., Olitics, A. N. E.-p, Genda, R. E. A., Schuff, D., & Williams, C. B. (2010). ISSUES AND OPINIONS. *MIS Quarterly*, 34(4), 669-688

OReilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software

Specialreportage Back to the Coffee House. 2011. *The Economist*. 28

8 Bilaga

8.1 Intervjufrågor - Johan Ingerö (21:a mars 2012)

Hur skulle du beskriva skillnaden mellan det amerikanska och det svenska medieklimatet?

Vad är din bild av kvalitén på den amerikanska nyhetsförmedlingen?

Du har vid flera tillfällen kritiserat den svenska bevakningen av amerikansk politik, var tycker du att man finner bäst eller mest relevant information om amerikansk politik, i amerikanska eller europeiska medier eller kanske i några andra?

- Skulle du säga att Sverige hade en mer rättvis bild än vad USA hade?

Vilka grupper upplever du som pådrivande i debatten i den amerikanska bloggsfären?

Vilka grupper skulle du säga att amerikanska politikernas egna bloggar riktar sig till?

- Men skulle du säga att det är främst då till väljare de riktar sig och inte till journalister?

Hur pass källkritiska bedömer du att politiska skribenter är gentemot politikernas bloggar i USA?

- Hur pass källkritiska skulle du i så fall säga att skribenter är gentemot politiska bloggar i USA som drivs av politiker?

Upplever du att det finns en distinktion mellan hur journalister bemöter den information som Obamaadministrationen förmedlar via sociala medier gentemot den information som de republikanska primärvalskandidaterna förmedlar?

Uppfattar du det som att annonsörerna har fått mer inflytande över innehållet i tidningar till exempel i och med Internet och dess i stor utsträckning reklamfinansierade material?

Hur skulle du beskriva särdragen i amerikansk politik jämfört med Europa, men kanske primärt Sverige?

I USA är ju donationskulturen mer utpräglad än i Sverige, vilket inflytande skulle du säga att dessa donatorer har på politiken?

- Uppfattar du det som att amerikanska intresseorganisationer satsar på att försöka nå ut via sociala medier?

I USA är tankesmedjor betydligt vanligare än i Sverige, hur påverkar detta idé- och debattklimatet där?

Skulle du säga att det är högre i tak i den amerikanska debatten än i den svenska?

- Du nämnde Ron Paul, hur pass beroende av sociala medier uppfattar du han har varit för det genomslag han har fått bland gräsrotter?
- Du nämnde tidigare att amerikanska politiker använder sociala medier på ett annat sätt än svenska, egentligen i mindre utsträckning. Men skulle du säga att de är bättre på att använda sociala medier?
- Gäller detta oavsett nivå?

Skiljer det sig åt vilken nivå som politikerna som exempelvis bloggar befinner sig på i Sverige respektive USA?

Vad skulle du säga är den största effekten som sociala medier har haft på amerikansk politik?

- Har sociala medier haft något liknande inflytande på svenska mediers bevakning?

8.2 Intervjufrågor - Martina Lind (30:e mars 2012)

Vilka grupper skulle du säga att det är som primärt som använder sig av Politometern?

- I vilken utsträckning använder sig journalister av sajten?

Vilka grupper upplever du som pådrivande i debatten i bloggsfären?

Vilka grupper är det som väljer att opinionsbilda på Internet?

- Hur skulle du säga att näringskedjan bland dessa ser ut?

Vilka grupper skulle du säga att politikernas egna bloggar riktar sig till?

Hur har utvecklingen sett ut över tid i bloggsfären?

Hur påverkas den svenska bloggsfären av internationella trender?

Startar människor generellt sett med att blogga politiskt individuellt eller i flock?

- Hur påverkas den politiska bloggsfären av att en enskild bloggare får mycket uppmärksamhet för sin blogg?

Vad blir effekten om en nyhet får spinn på Politometern?

Vad skulle du säga är den största effekten som sociala medier har haft på politiken?

Hur pass källkritiska bedömer du att politiska skribenter är gentemot politiska bloggar?

- Skulle du säga att möjligheten att få spinn på en kontroversiell nyhet som dykt upp på en politisk blogg påverkar källkritiska beteende hos journalister?

Om man ser specifikt till politikernas bloggar, upplever du att det finns en distinktion mellan hur journalister bemöter den information som Regeringens representanter förmedlar via sociala medier gentemot den information som oppositionen förmedlar?

I vilken utsträckning länkar traditionella medier till politiska bloggar?

- Hur ser situationen ut gällande bloggar kopplade till traditionella medier till andra bloggar?

I hur stor utsträckning skulle du säga att det som skrivs på politiska bloggar är hämtat från traditionella medier?

Sociala medier brukar kallas ofta ett slags demokratisering av det offentliga rummet, håller du med om den analysen?

- Vilka grupper skulle du säga finns representerade i bloggsfären?

I vilken utsträckning skulle du säga att sociala medier har påverkat vilken typ av politiker som får medial uppmärksamhet?

- Hur pass beroende av sociala medier uppfattar du att en politiker som Rick Falkvinge har varit för det genomslag han har fått bland gräsrotter?

Skulle du säga att bloggläsarna överskrider ideologiska skiljelinjer och partigränser, det vill säga följer de bloggar av mer än en politisk färg?

- Är det någon skillnad på dessa tendenser beroende på partifärg?
- Men bloggarna själva, läser de andra färger och länkar till dem?

I vilka ålderskategorier skulle du säga att de som bloggar om politik befinner sig?

- Skiljer sig detta från de politiker som bloggar?

8.3 Intervjufrågor Per-Anders Forstorp (10:e april 2012)

Sociala medier brukar kallas ett slags demokratisering av det offentliga rummet, håller du med om den analysen?

- Du pratar om hierarkier, hur skulle du säga att dessa hierarkier tar sig uttryck hos primärt bloggarna?

Habermas skriver i Borgerlig offentlighet om kaffehus där den folkliga diskussionen ägde rum under 1700-talet, tidningen Economist hade förra året ett temanummer där de ifrågasatte huruvida sociala medier innebär en återgång till det debattklimatet som var innan massmediernas tid. Hur skulle du se på saken?

Vilka grupper tror du läser exempelvis politiska bloggar i dagens samhälle?

Hur skulle du beskriva nivån på den demokratiska debatten i traditionella medier i dag?

Så du skulle säga att det här inte drabbar bloggar på samma sätt?

- Skulle du säga att politikens innehåll är mindre viktig i dagens medieklimate än vad den har varit tidigare?

I vilken utsträckning skulle du säga att den här tabloidiseringen har påverkat vilken typ av politiker som får medial uppmärksamhet?

- Har även sociala medier, primärt bloggar bidragit till vilken typ av politiker som får medial uppmärksamhet?

Hur väl skulle du säga att Habermas analys gällande att vi går mot en utveckling mot väljare som konsument överensstämmer med dagens bild som politiker har av väljare?

- Tror du att det här även är traditionell medias bild av väljare, att de är konsumenter?

Hur skulle du beskriva traditionella mediers roll i dagens medieklimate?

- Vad skulle du säga att de politiska bloggarna har för roll gentemot medierna som du beskriver dem?

Vad skulle du säga är den största effekt som politiska bloggar har haft på den politiska diskussionen?

Du har tidigare skrivit om vikten av varumärken liksom marknadsföring inom politiken i dag. Hur skulle du säga att traditionella medier förhåller sig till politikernas försök till marknadsföring av sig själva via de traditionella medierna?

Skulle du säga att politiker främst marknadsför sig själva genom traditionella medier eller marknadsför sig själva genom exempelvis bloggar?

Skulle du säga att det är en skillnad på hur traditionella medier utformar politiska nyheter i dag jämfört med tidigare?

- Tror du att även icke-kommersiella medier väljer att lansera politiken i det här mer lättsmälta formatet?

Hur pass viktigt skulle du säga att det är för traditionella medier i det här medieklimatet du beskriver att få spinn på nyheter?

Vissa debattörer ser en fara i att dagens unga tycker saker på Facebook snarare än att exempelvis gå ut och demonstrera, vad är din åsikt om det sätt som många unga väljer att aktivera sig i den politiska debatten i dag?

Vad tror du att det får för implikationer på den demokratiska debatten?

8.4 Intervjufrågor - Björn Ottosson (16:e april 2012)

Hur skulle du beskriva skillnaden mellan det amerikanska och det svenska medieklimatet?

- Om du skulle jämföra Europa och USA i stället, skulle bilden skilja sig då?

Vad är din bild av kvalitén på den amerikanska nyhetsförmedlingen?

Skulle du säga att det är samma personer som konsumerar politiska bloggar i USA som konsumerar traditionella medier?

I vilket utsträckning skulle du säga att amerikanska journalister tar del av det som skrivs på politiska bloggar?

- Hur ser det ut inom befolkningen i stort?

Skulle du säga att politiska bloggar har ökat den demokratiska representationen av olika grupper i samhället som uttrycker sina åsikter?

Vilka grupper upplever du som pådrivande i debatten i den amerikanska bloggsfären?

Du var inne på att journalister primärt på de stora tidningarna läser politiska bloggar, hur pass källkritiska bedömer du att de här skribenterna är gentemot de här bloggarna?

- Hur pass källkritiska skulle du säga att bloggar är gentemot traditionella medier?

Du är själv en frekvent skribent på sajten Newsmill, hur skulle du beskriva den typen av sajters roll i dagens medieklimat?

- Hur tror du att framtiden ser ut för den typen av sajter?

Hur skulle du beskriva särdragen i amerikansk politik? Det jag främst är ute efter är hur särdragen i amerikansk politik påverkar den amerikanska medierapporteringen.

Uppfattar du det som att amerikanska intresseorganisationer satsar på att försöka nå ut via sociala medier, då främst bloggar?

Men om politiker använder sig av sociala medier, skulle du säga att de gör det för att bilda opinion eller för att vinna anhängare?

Jag tänker på det du säger om donatorer, vilket inflytande skulle du säga att de har på politiken?

I USA så finns det ju många tankesmedjor, hur skulle du säga att dessa påverka idé- och debattklimatet?

Hur pass beroende av sociala medier, då primärt bloggar uppfattar du att en kandidat som Ron Paul har varit för det genomslag han har fått bland gräsrotter?

- Tror du att det finns en framtid för kandidater med bas bland gräsrotter att vinna val men primärt att påverka politiken?

Skulle du säga att det finns en distinktion mellan vilka grupper som läser olika typer av medier, det vill säga om du skiljer mellan till exempel sociala medier och traditionella medier?

- Vad tror du att det får för implikationer för demokratin på sikt om unga läser mer på sociala medier och äldre läser mer traditionella medier med tanke på traditionella mediers roll som bevakare av makten?

Vad skulle du säga är den största effekten som sociala medier, då primärt bloggar, har haft på amerikansk politik?

