

Nät och jämt

En omvärldsanalys kring politikens nya villkor apropå sociala medier

av Niclas Holmberg

Inledning: Det här är nätet	2
Nätets egenskaper	3
Nätet är överallt, fast ändå inte	3
Både på riktigt och på låtsas	3
Konsumtion blir något produktivt.....	4
Alla får vara med - hierarkier faller	4
Större krav på innehåll	5
Nya villkor för politiken.....	7
Nya möjligheter till aktivism	7
Debattartikeln tappar i relevans	8
Ökade krav på öppenhet och ärlighet.....	9
Att våga släppa taget.....	10
Nya politiska frågeställningar.....	11
Diskussion	13
Mer av demokrati och liberalism?	13
Brasklapp.....	14
Några praktiska tips	17
Avslutning	19

Inledning: Det här är nätet

Social interaktion är en naturlig del av mänskligheten. Möten har alltid ägt rum. Det är bara formen som förändras. Sedan mitten av 1990-talet spelar Internet - nätet - en allt större roll. Ibland kallas det lite föraktfullt för "nya medier". Men den där "Internetrevolutionen" är ingenting som kommer att hända. Den har redan hänt. Totalt har hela 90 procent av svenskarna tillgång till nätet idag, 76 procent hemma. Enligt årets Mediebarometer¹, som tas fram av Nordicom vid Göteborgs universitet, återfinns 27 procent av svenskarnas totala mediekonsumtion på nätet. Detta ska jämföras med de åtta procent som utgörs av dagstidningar. Bland 15-24-åringar är siffrorna 28 respektive fyra procent. Den genomsnittliga svensken lägger mer än en timme per dag på nätet. För 15-24-åringarna handlar det nästan om två timmar. Intressant i sammanhanget är också den stora ökningen av nätanvändande bland äldre. I gruppen 45-64-åringar är det nu hela 65 procent som är dagliga nätanvändare. För två år sedan var det 44 procent. Glöm alltså bilden av att det bara är ungdomar som surfar. Idag är nätet på allvar ett brett och folkligt forum.

Till saken hör även nätets sofistikaion. Web 1.0 har blivit Web 2.0. Det är numera ett interaktivt medium i mycket större utsträckning än traditionella medier. Konsumenterna är nu aktiva medproducenter och besöker olika sajter där de själva bidrar till innehållet, snarare än traditionella sajter där de är passiva mottagare. Ett annat namn på dessa sajter är "sociala medier". Något som kan beskrivas som ett paraplybegrepp vilket omfattar de digitala kommunikationsformer som möjliggör för användaren att dela och producera upplevelser, åsikter och annat innehåll tillsammans med andra, till exempel: chattar, sociala nätverk som Facebook, communities, dejtingsajter, bloggar, kommentarsfunktioner, e-mail, webbplatser för nedladdning och delning av video, musik och bilder, online-spel och virtuella världar.²

Ett framväxande fenomen av den här karaktären spelar roll för samhället i stort. Vissa ser det som ett paradigmskifte i hur människor kommunicerar. På så vis påverkar det också samhällets organisationer. Politiken är en av dem. Men hur ska den nya situationen hanteras - och utnyttjas? Syftet med den här omvärldsanalysen är dels att skänka ökad förståelse för vad utvecklingen innebär för politiken och dess aktörer, genom att klargöra vad sociala medier är och hur de kan (bör) användas som redskap i opinionsbildningsarbetet. Detta innefattar också en diskussion kring demokrati och liberalism kopplat till de nya villkoren. För det nya medielandskapet och den nya opinionsbildningsarenan är annorlunda än dess föregångare. Det är mycket mer svårregisserat, mindre förutsägbart. Men mycket mer intressant.

För övrigt utgår jag från att läsaren har förståelse och erfarenhet av vad nätet är och hur det fungerar. Omvärldsanalysen kommer inte heller ta upp de tekniska aspekter varpå nätet vilar.

(Källorna redovisas löpande, mestadels i form av länkar till webbsidor. Alla webbsidor fanns tillgängliga den 28 november 2008.)

Tack till Hans Birger Ekström, Maria Eriksson, Joakim Lundblad och Mats Johansson.

¹ http://www.nordicom.gu.se/?portal=mt&main=om_mediebarometer.php&menu=menu_sve&me=8&

² <http://www.scribd.com/doc/3397599/Cuppsats-VT-2008>

Nätets egenskaper

Nätet är överallt, fast ändå inte

Informationsteknologin har gett oss oanade möjligheter att ta del av information och kommunicera med andra människor. Det är billigt, förhållandevis enkelt och går framför allt väldigt snabbt. Vår tidsuppfattning håller gradvis på att förändras i och med nätet. Förr i tiden var informationsinsamling en tidsödande aktivitet. Idag sker det löpande. Reaktionen och andra avtryck blir till eftersom så många så lätt kan bidra. Ett exempel på det var nu i höstas då fransmannen Jean-Marie Gustave Le Clézio fått nobelpriset i litteratur. Priset aviserades klockan 13.00. Klockan 13.01 uppdaterades svenska Wikipedia med nyheten. 13.02 uppdaterades den franska och den engelska. Omkring en halvtimme senare hade ytterligare information tillkommit på så gott som alla länders Wikipedia. I interaktionens namn hade Le Clézio-fans och andra intresserade bidragit med sitt kunnande. En möjligen mindre sympatiskt följd är likväl att olika typer av politiska skandaler och felsägningar får ännu större konsekvenser idag, helt enkelt eftersom så många så lätt kan bidra. Mer om det senare.

Det faktum att nätet är digitalt innebär också att saker och ting kan delas hur många gånger som helst och spridas hur stor utsträckning som helst utan att tappa i kvalité. Nätet skulle kunna ses som en stor världsomspännande databas, dit alla har tillträde. Vi bjuder in varandra att ta del av varandras information och utveckla ännu mer, tillsammans, oberoende av tid och rum. Det mest sedda Youtube-klippet, musikvideon Girlfriend med Avril Lavigne³ har i skrivande stund setts av 108 746 141 personer. Rent statistiskt innebär det var 60:e person i världen.

Både på riktigt och på låtsas

I och med att vi lägger mer och mer tid på kommunikation och annat informationsutbyte på nätet växer nya roller och identiteter fram. Vi växlar mellan den verkliga och den digitala världen. Vissa resonerar därför kring nätet som en pseudovärld. Genom olika dejtingsajt kan en person bli intresserad av en annans persons presentation. Den identitet som avsändaren skapar är delvis frånskild den verkliga världen. Det är först efter några meddelanden till varandra de två personerna bestämmer sig för att träffas i den fysiska världen. Men det kan också ske det omvända. En MUF:are träffar ett gäng gymnasieelever under en klasspresentation. När hon kommer hem söker hon upp de intresserade eleverna på Facebook, tackar för senast och föreslår att de ska bli vänner. Eller för den delen: att gå på banken skiljer sig inte så mycket från att logga in på Internetbanken. På så vis är nätet inte en ny värld utan en som fungerar parallellt med den fysiska. Vi går in och ut ur den. Principen kan liknas vid ett moln - "cloud computing":

"Informationen ångar från de digitala medborgarna. Ovan oss skapas ett moln, med all vår kunskap, våra relationer, minnen och drömmar. Internet har blivit vårt förlängda medvetande, och vi tvinnas allt närmre ihop med maskinerna. Gamla sanningar faller, men inuti oss är det som det alltid varit. Molnet har förändrat allt – och inget."⁴

När 90-talisterna blir beslutsfattare på de politiska och kommersiella spelplanerna kommer de inte se någon större skillnad på fysiskt och virtuellt. Att läsa en bok i PDF-dokument är samma sak som att bläddra i en pocket. Att prata i telefon och prata på Skype samma sak. Gränserna mellan pseudovärlden och den riktiga världen blir allt mer osynliga. Kanske kommer vi i framtiden ha

³ <http://www.youtube.com/watch?v=cQ25-glGRzI>

⁴ <http://www.fokus.se/2008/04/molnet-forandrar-allt/>

imaginära politiker. Aktiva medlemmar som genom sina digitala identiteter vinner förtroende för sin sak, utan att faktiskt existera i den riktiga världen.

Konsumtion blir något produktivt

Nätanvändningen är inte vanlig mediekonsumtion. En relativt begränsad del av nätanvändningen kan rubriceras som medieanvändning i traditionell bemärkelse. Nätet är en arena för så mycket mer än information om det senaste. Det är kommunikation, konsumtion, umgänge, underhållning, administration m.m. De aktiviteter som ökar mest på nätet är just de med interaktiv användning. De sociala medierna är en del av ett nytt kommunikationssamhälle med nya kommunikationsmönster. På nätet är man aktiv och man är social. Det blogggas, kommenteras och nätverkas. Det läggs tid på Facebook-sidor, fackforum och wikipedia-innehåll. Dessutom letas informationen upp. Den kommer inte alls serverad i samma utsträckning som i traditionella medier. Produktion är den nya konsumtionen.

Fenomenet kallas "Web 2.0". Den unga framväxande generation som vuxit upp med nätet och praktiserar Web 2.0 kallas ibland för digital natives, Generation Z⁵ eller Generation Generate⁶. Visserligen har "gamlingarna" lärt sig använda den nya tekniken, men samtidigt är de betydligt sämre på att skapa innehåll med dess hjälp.

Man brukar prata om användargenererat material. Alltså det material som skapats av personer utan någon uppenbar kommersiell eller politisk agenda. Men det finns mer även flera exempel på motsatsen. Nästan hälften av alla bloggare skriver utifrån special- och fackintressen. Bloggen är allt mindre ett dagboksfenomen. Fördjupningen är bloggans nya ansikte. Här finns alltså en möjlighet att odla intresse, såväl som status och renommé, eller exhibitionism om man så vill. Av bloggarna i rapporten State of the Blogosphere⁷, som amerikanska bloggportalen Technorati ger varje ut år, var 79 procent personliga bloggare, 46 procent ämnesinriktade bloggare och 35 procent politikbloggare. Bloggen blandar det privata med det professionella. Många av dem bloggar i flera av de rollerna; därav överlappningen. Vidare finns det till och med sajter med idén att erbjuda bloggare en möjlighet att ta reda på hur mycket just deras blogg är värd. Riksdagsledamot Fredrick Federleys blogg beräknas till exempel vara värd närmare 2 miljoner kronor.⁸

Enligt Mediabarometern har bloggar och andra sociala medier blivit svenskens nya kvällshobby, på bekostnad av TV-tittande, och i synnerhet nyhetssändningar. Aktuellt, Rapport och Nyheterna får det allt tuffare. Samtidigt ökar TV:s och radios egenskap som lågengagemangsmidier - de står på och brusar i bakgrunden.

Alla får vara med - hierarkier faller

Traditionellt har det varit egenskaper som auktoritär position, finansiella resurser och andra uppenbara maktattribut som gett mandat att föra fram och trovärdiggöra budskap i den allmänna debatten. Politiska partier, intresseorganisationer, fackföreningar och myndigheter byggde sitt kommunikativa mandat på auktoritet av något slag. Den tiden är förbi. På nätet får alla vara med, oavsett tidigare ställning. Klyftan mellan dem som innehar auktoritet och de som egentligen

⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Generation_Z

⁶ <http://jnystromdesign.se/2008/10/generation-generate/>

⁷ <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

⁸ <http://www.bloggvarde.se/>

förtjänar den har minskat väsentligt. När nätet är arenan finns inga givna fördelar med att vara stor, eftersom det inte finns någon central punkt som all information måste passera genom. Det finns ingen som styr information. I framtiden kommer ledande partipolitiker och organisationsföreträdare, företagsledare och biskopar att få konkurrera på samma villkor om mediernas och mediekonsumenternas uppmärksamhet som enskilda medlemmar, medborgare och entreprenörer.

Enligt Googles eget verktyg för att kontrollera sökvolym är det i skrivande stund i genomsnitt 2 900 personer per dag som har sökt med den exakta frasen [fredrik reinfeldt]. 2 400 som har sökt med den exakta frasen [mona sahlén]. Detta kan jämföras med 4 400 sökningar efter [zlatan ibrahimovic] och 60 500 sökningar efter [blondinbella]⁹. Alliansen partiledare med ett utspel om sänkt inkomstskatt i Studio ett och på DN debatt kommer obönhörligen att få mindre genomslag än alla de medborgare och aktivister som bär orange tröjor och pratar på bloggar och med arbetskamraterna i fikarummet om varför det just borde bli mer lönsamt att arbeta. Vem i organisationen som äger ansvaret för kommunikationen blir på så vis också allt mer öppet.

Vidare ger nätet och de sociala medierna oss möjligheter till nätverksskapande. Intresserade personer samlas, planerar aktiviteter och fattar beslut under förbehållslösa förhållanden på nätet, inte via ombud på en tidsödande konferens. Organisationsstrukturen är platt och utgår från att medlemmarna själva gör jobbet. Inte sällan kring förhållandevis tillfälliga och riktade frågor. Målet är att skapa fokus kring någon speciell fråga. Projektet är tidsbegränsat och agerandena snabba. PR-byrån Springtime har kallat fenomenet för Folk rörelse 2.0. Och öppnar därmed också för en demokrati 2.0. Vi får tillgång till verktyg genom vilka vi alla kan göra oss hörda.¹⁰ Carl Shirky's bok *Here comes Everybody: The Power of organizing without organizations* handlar om just vad som händer när människor får verktygen att göra saker och ting tillsammans, utan att behöva traditionella organisationers strukturer. Helt utan egentliga kostnader. Resultatet: Här kommer alla.

Större krav på innehåll

Nätet kan sägas vara en del av tjänstesamhället. Bakom oss har vi det industriella samhället, med dess linjära logik som byggde på kontroll över det man ville ha sagt och samtidigt en förutsägbarhet kring utgången. Men något har hänt. Det som skiljer sociala medier från traditionella medier ("gammelmedier") är bland annat förhållningssättet till mediet. Sociala medier bygger på att användarna själva snappar upp eller skapar budskapen, för att sedan sprida dem vidare. Genom traditionella medier får man budskapen serverade utan interaktion. När mediekonsumtionen flyttar in på nätet och till de sociala medierna handlar kommunikationens framgång om graden av engagemang snarare än frekvens. Den avgörande frågan blir om huruvida (det politiska) budskapet är värt att ta till sig eller inte. Kodordet i sammanhanget är "användarvärde". Kommunikationen kommer att lyckas om den ger möjlighet till acceptans och engagemang och vidare spridning. Som opinionsbildare borde man därför tillämpa mindre av masskommunikation som vi känner den idag. Alltså den variant där samma budskap kablats ut i olika kanaler samtidigt, oavsett om det passar eller inte.

De kommersiella och kommunikativa guldgruvorna finns i det avvikande, det som engagerar mindre avgränsade målgrupper. Ett annat begrepp i sammanhanget är "sociala objekt", alltså anledningen till att människor samlas i sociala nätverk, såväl i den fysiska världen som i den digitala. Fotboll är det sociala objektet för ett gäng fotbollsspelare som har träningsläger. På nätet är

⁹ <http://www.lindqvist.com/b/nya-moderaternas-nya-moderat-se>

¹⁰ <http://springtime.typepad.com/springtimebloggen/2008/05/folkrorelse-20-e.html>

det de sajter som bäst lyckas skapa starka sociala objekt som blir vinnare. Flickr har gjort det med bilder. Youtube med videoklipp och Knuff med blogginläggssammanställningar.

Nya villkor för politiken

Nya möjligheter till aktivism

Varför vann Obama över Hillary? Ett tänkbart svar är att hans kampanj var mycket bättre på att hantera och utnyttja nätet och dess sociala medier. Obama fanns på Facebook. Obama fanns på MySpace. Obama fanns på Digg, Twitter, BlackPlanet och Flickr, plus några ställen till. På Facebook har han en miljon "vänner", på MySpace likaså. Det är fyra gånger så många som Hillary. På mindre Twitter har han åtta gånger så många vänner. Och för att inte tala om Wikipedia. Fyra gånger så många har sökt på honom än på Hillary. Kanske ett resultat av att Obama lade en stor del av sina annonspengar på sökordsoptimering, medan Hillary köpte traditionellt annonsutrymme.

Obama har också nått stort genomslag med hjälp av YouTube. Musikvideon *I Got A Crush On Obama*¹¹, skapad av karaktären Obamagirl, har övergått till att bli en följetong med flera videor. I skrivande stund har de olika filmerna mer än 80 miljoner visningar. Videon *Yes We Can*¹² där ett gäng artister gjort musik av ett Obama-tal med samma namn har visats nära 16 miljoner gånger. Även egna tal av Obama, som hans tal om "ras och politik"¹³ har, trots att det är 40 minuter långt, visats mer än sju miljoner gånger. Enligt en beräkning som tidningen *Advertising Age*¹⁴ genomfört har Obama-klippen på YouTube haft tio gånger så många tittare som Hillary-klippen. Antalet Hillary-klipp är väsentligt färre. I den mån de existerar rör det sig mer om fejk-reklam och andra filmer där Hillary häcklas och vinklas på ett negativt vis.

Obama gick till och med gått så långt i sin nätstrategi att han skapade ett eget Facebook för sina kampanjare, kallat *My.BarackObama.com*, (inom kampanjen "MyBo"). Mer än 350 000 personer har skapat konton. Ännu en möjlighet med nätet. Här kan volontärer gå med i lokala grupper, skapa events och egna insamlingssidor. "In real life" är så klart inte ute ur bilden. Dörrknackningar och personliga möten spelar roll. Men nätet hjälper till. Miljontals personer finns på Obama-kampanjens maillista. Efter att Hillary gett upp som presidentkandidat lät man uppmuntra läsarna till att engagera Hillarys supportrar och bjuda in dem till "Unite for Change-träffar". Närmare 4 000 stycken ägde rum. När moderaterna under hösten lanserade sin nya hemsida var det med tydlig - och uttalad - inspiration från Obama-kampanjen, just på att hemsidan inte bara kommer att vara avsedd för nätbunden mediekonsumtion utan som en plattform och katalysator för engagemang i övrigt. Medlemmar kan bland annat ladda ner flygblad för utskrift.

Obamas nätkampanjande slog två historiska rekord redan under primärvalen. För det första var antalet väljare under 30 år för första gången någonsin fler än de över 65. För det andra lyckades Obama också skapa den finansiellt starkaste kampanjen någonsin i amerikansk historia. När Hillary satt i möte med liberala miljonärer riktade Obama in sig på 3- och 5-dollarsdonatorerna. I skrivande stund har han fått in bidrag från 3,1 miljoner donatorer, som donerat \$200 eller mindre. George W Bush fick av 2 miljoner.¹⁵ Obama ordnade events med folk som köpt t-shirts och knappar och vann på samma gång ambassadörer för sin sak.

¹¹ <http://www.youtube.com/watch?v=wKsoXHYICqU>

¹² <http://www.youtube.com/watch?v=jjXyqcX-mYY>

¹³ <http://www.youtube.com/watch?v=pWe7wTVbLUU>

¹⁴ http://adage.com/campaigntrail/post?article_id=127508&search_phrase=Obama%20%20%20Hillary

¹⁵ <http://www.cbsnews.com/stories/2008/10/22/politics/washingtonpost/main4538028.shtml>

Att använda nätet för att samla små summor av pengar från väldigt många människor - många bäckar små - kallas för crowdfunding. Även detta en del av det sociala mediet där aktörer via webbsidor drar nytta av entusiasterna, får pengar från "virtuella främlingar" genom att samtidigt lova dem något för deras del av rörelsen.¹⁶ Utvecklingen med crowdfunding kittlar fantasin. Om man kan få individer att stödja millenniummålen och attackera global fattigdom borde det finnas mycket annat man kan göra med den enskilda individens vilja att investera, till exempel politiska kampanjer inför val.

"Just det, tror jag, var troligtvis en av kampanjens största överraskningar, just hur kraftfulla våra budskap blev tillsammans med det sociala nätverkandet och kraften i nätet", sa Obama i en intervju till tidningen Time efter att det stod klart att han vunnit primärvalet.¹⁷

Det finns en lång rad andra spännande grepp att ta till, när det kommer till kampanjande på nätet. Det är i princip fantasin som sätter gränserna. Via websändningar kan framtida politiska kongresser nå väsentligt många fler än tidigare. När Tällberg Forum i år samlade 450 världsledare för att diskutera "how on Earth can we live together" direktsändes forumet direkt över nätet från Tällberg Forums hemsida.

En wiki är en webbsida uppbyggd med tanken på att vem som helst kan tillföra och ändra innehållet på sidan. På så vis möjliggör nätet global arbetsdelning, så kallad crowdsourcing. Något som egentligen skulle ta väldigt lång tid för någon att åstadkomma själv, kan nu skapas av många tillsammans. Det mest kända exemplet är lexikonet Wikipedia. Men det finns inget som säger att inte samma princip även skulle kunna tillämpas på politikens område. Vi skulle kunna tänka oss ett wiki över inte bara politiska begrepp, utan också politiska frågeställningar. Ett sätt att engagera partimedlemmar vore att låta dem själva bygga upp fakta och argumentation kring olika politikområden.

Ett annat tänkbart upplägg vore att starta ett parti vars omröstningar i låt oss säga kommun- eller landstingsfullmäktige, eller varför inte riksdagen, helt grundar sig på omröstningar som äger rum på partiets eller kandidatens hemsida, med eller utan medlemskrav. Vi skulle kunna kalla det "DDD - digital direktdemokrati". Nätet ger på ett sådant väldigt konkret vis oanade möjligheter att låta allt fler bidra till politiken.

Även så här efter valet fortsätter nätet spela en stor roll för Obama. Det senaste är en enkätundersökning med rubriken "Help us shape the movement", i syfte att utvärdera aktivisternas erfarenheter från kampanjen och kampanjandet. Enkäten innehåller även öppna frågor där deltagarna själva fritt kan uttrycka sina tankar.¹⁸

Debattartikeln tappar i relevans

Något jag som kommunikationsintresserad observerat, bland opinionsbildare i allmänhet och politiker i synnerhet, är en dogmatism kring vissa varianter av kampanj- och uttrycksformer. Dels pratar jag om debattartikeln. Hos till exempel personalstaben på partiernas riksdagskanslier läggs en väsentlig tid av arbetet på att skriva just dessa. En annan vanlig uppgift är att planera och

¹⁶ <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1838768,00.html>

¹⁷ <http://www.time.com/time/politics/article/0,8599,1811857,00.html>

¹⁸ <http://www.barackobama.com/index.php>

genomföra flygbladsutdelningar. Inte sällan kombineras denna aktivitet med ett torgmöte. Sist men inte minst har vi de köpta kanalerna som utomhus- och tidningsannonser. De är inte ofungerande. Men det är min bestämda uppfattning att det finns en stark övertro till dessa traditionella kanaler som opinionsbildande.

Det nya klimatet kräver uppdaterade kampanjformer. Politiken har blivit mer hi-tech, i dubbel bemärkelse: mer tekniskt orienterad, mer sofistikerad i sin form. Om man har ett berättarvänligt budskap kan man numera lätt få ut det genom paketet av bloggar, forum, gemenskaper, Youtube-klipp, nyhetsbrev via mail, podcasts, Flickr-konton och Facebook-grupper. Nätet ger en möjlighet att på ett billigt, spännande och underhållande sätt nå många människor. Dessutom kan det ske på ett väldigt avslappnat och riktat vis. Obama exemplifierar.

Det kommer handla om att skapa uppmärksamhet snarare än köpa den. Dels genom att släppa ryktesvänliga budskap som åstadkommer positiv spridning i sig själv, dels genom att se till att inte negativ (falsk) information sprids i för stor utsträckning.

Det finns vidare en stor möjlighet för aktörer att rikta sin kommunikation ytterligare. Nätets mångfald av forum och grupperingar gör det lättare för var och att hitta sin nisch. Om det så handlar om ett forum för en viss hundras eller för en viss politisk fråga. Nätet sköter på så vis en stor del av segmenteringen.

Ökade krav på öppenhet och ärlighet

Maria Borelius var handelsminister i åtta dagar. Anledningen var delvis ett bloggavslöjande. Hon satt där i tv-soffan och pratade om att hon inte hade råd att betala barnvakt vitt. Sen framkom det att hon i själva verket var mångmiljonär. Socialdemokratiske Magnus Ljungkvist grävde fram och publicerade avgörande detaljer om Maria Borelius på sin blogg - före alla andra traditionella medier. Något senare fick han tag på uppgiften om att hennes sommarhus ägdes av ett bolag i skatteparadiset Jersey. Ett annat exempel är avslöjandet om Sven-Otto Littorins fejkexamen, också det lanserat på en blogg.

Detta fenomen kallas för övrigt för medborgarjournalistik, en följd av de sociala medierna. Granskande journalistik har alltid funnits. Skillnaden är att idag är granskarna fler. Journalister har kompletterats med bloggare, med mobilkameror. Fler bloggar, i kombination med allt fler medieredaktioner, ökar antalet bevakare. Det leder till ett ökat tryck i jakten på "avslöjanden". Som politiker måste man hålla sig vaken till max. En bra nyhet är en bra nyhet är en bra nyhet. Obama, McCain och de andra kandidaterna har ständigt fått hålla tungan rätt i mun, i ännu större utsträckning än sina föregångare. De har kunnat räkna med att det på varje rally och kampanjmöte har funnits motståndare beredda att slå upp minsta lilla tillstymmelse av för kandidaten missgynnande citat. Det har aldrig varit lättare att hitta brister. Ur det ljuset är det inte särskilt konstigt att Fredrik Reinfeldt av vissa uppfattas som reserverad.

Även kraven på beredning av de politiska besluten ökar. Är inte saker och ting fullt genomtänkta, kommer detta att uppmärksammas. Signalspaningsfrågan är ett givet exempel. Likväl frågan om huruvida vallöften uppfylls eller inte. En maktförskjutning pågår. Folket beväpnas samtidigt som klassiska ekonomiska, politiska och kulturella auktoriteter blir allt mer nakna. Regeringen har tvingats lyssna, den har inte kunnat avfärda röster som den och andra politiker tidigare inte ansåg sig behöva bry sig om. Ur ett realpolitiskt perspektiv är det i sig en sensation.

Medborgarjournalistiken finns också inom organisationer. Idag kommunicerar anställda, utan företagets kontroll, i stor utsträckning med varandra och med resten av marknaden genom de

verktyg som de sociala medierna erbjuder. Som en följd av detta kommer organisationers, partiers och företags intern- och externkommunikation att närma sig. Vi får en arena där gränserna för offentligt och privat suddas ut. Som företag och organisation måste man förhålla sig till att insynsmöjligheterna ökar.

Ett annat faktum är att information som delges inte är lika reglerad som i traditionella medier. Saker och ting efterkorrigeras, snarare än kontrolleras på förhand. Vilket naturligtvis också öppnar för spridande av osanningar och halvsanningar, särskilt om informationen är skvallervänlig. Detta måste man vara extra medveten om.

Politiska bloggar är ett vanligt fenomen. Sommaren 2008 fick bloggofären sitt genombrott som opinionsbildare och agendasättare i och med debatten om signalspaning. Det skapades en bloggbävning, ett lek med orden blogg och jordbävning myntat bloggaren Blogge Bloggelito¹⁹. Ett exempel på de sociala mediernas egenskaper att skapa tyngd och sprida frågor, något som inte ens alliansens partistrateger kunde ana. Bloggstormen med dess tiotusentals inlägg, upprop, aktivistgrupper, grävande och dokumentation har bidragit till att förändra såväl debatten som sakfrågan.

Självklart bidrog det även till att traditionella medier omvärderade frågan. Dels med tanke på att motståndet var så brett, men också för att bloggarna stod för så mycket av saklig argumentation och granskning av problemen med lagförslaget. Bloggsöksföretaget Twingly släppte en rapport i ämnet. Enligt den klassas mer än 1000 inlägg som "argumenterande", vilket fördjupat diskussionen om lagförslagen och väckt nya frågor.²⁰ Medan de traditionella medierna hade en relativt kort och intensiv bevakning av signalspaningsdebatten hade bloggarna hållit liv i frågan under en längre tid. Under en månad (27/5-26/6) hade bloggsöksföretaget Twingly noterat 7 175 blogginlägg om FRA. Skillnaden var tydlig enda in i omröstningsveckan. När det fortfarande bara noterades ett fåtal artiklar i traditionella medier, fanns det mer än 250 inlägg per dag i bloggofären. Vilket steg till 860 på själva omröstningsdagen. Häri ligger det nya. I till exempel fallet med Borelius var traditionella medier redan på spåret, men i signalspaningsfrågan var det bloggofären som uppmärksammade frågan och drev debatten.

Att våga släppa taget

Den ökade graden av öppenhet kan inte betonas för många gånger. Den innefattar nämligen också praktiska konsekvenser för (den politiska) organisationens liv, dess varumärke och agenda. Öppenheten blottar skillnaden mellan hur en organisation förväntar sig att en idé, ett budskap eller en produkt ska fästa i en uttänkt målgrupp och hur samma målgrupp i praktiken uppmärksammar budskapet.²¹ Många kommunikationschefer, marknadschefer eller informationschefer intar en i det närmast polisiär roll som varumärkesägare. De kommer snart att tvingas att bli mer liberal i sin syn. Det kommer mer och mer vara en fråga om att inspirera och motivera, snarare än kontrollera. Att våga släppa kontrollen, till följd av konstaterandet att man egentligen redan har tappat den.

Obama är redan inne på detta spår. Det nämns ofta att kampanjen drog nytta av nätet och de sociala medierna på ett särskilt effektivt vis. Det är sant. Obamas närvaro på nätet var långt mycket större

¹⁹ <http://tianmi.info/blogge/posts/08/06/11/Bloggbavning/>

²⁰ http://blog.twingly.com/wp-content/uploads/2008/09/twingly_fra_report_web.pdf

²¹ Sammeli, Carl Fredrik, *Nån där?*, Premiss förlag, 2008

än för någon annan kandidat. Men egentligen handlar det inte om en väldigt snygg och sofistikerad hemsida, inspirerande YouTube-filmer, miljontals sökningar på Google, en ofantligt lång maillista och miljoner "vänner" på Facebook. Hans syn på ledarskap och organisation var det verkligt avgörande. Vad Obama gjorde var att reducera sin egen makt. Han skapade en ny relation mellan sig själv som kandidat och sina aktivister. Han gav, som beskrivits ovan, stort utrymme för aktiviteterna att själva forma sin kampanj genom att uppmuntra och bana iväg för deras egna aktiviteter. Kampanjen fick i mångt och mycket leva sitt eget liv. Även om aktivister inte följde den grafiska profilen eller omformulerade budskapet något lät han det vara. Istället för att stoppa de ganska sensuella Obama Girl-videorna mötte han istället henne leendes tillsammans med pressen. Attityden gav resultat. Entusiasmen inom de respektive kampanjerna var mycket riktigt större inom Obamas än inom John McCains, även om det blev jämnare efter Sarah Palins inträde.

Signalspaningsdebatten får åter igen stå som ett svenskt exempel, fast på ett annat sätt. Sajten Stoppa FRA-lagen²² var inte skapad av något parti eller etablerad organisation. Genom de sociala medierna och dess verktyg fick en stor grupp människor möjlighet att bilda opinion. Kollektivets kraft skapade tryck i opinionen. Precis som när det är val var fjärde år. Vissa enskilda debattörer blev till och med så pass relevanta att de klev in i rollen som nyckelpersoner i diskussionen, odlade mediala plattformar precis som ministrar och generaldirektörer.

Här finns alltså en möjlighet att engagera fler för sin sak. Fortfarande styrs partierna väldigt mycket från de centrala partikanslierna och utrymmet för en engagerad väljare att ta plats på sitt eget vis i en kampanj är mycket litet.²³ Genom att släppa kontrollen ger man utrymme för fler goda initiativ och slutändan: mer och effektivare kampanj.

Det kan röra sig om att på sin höjd förmedla ett kärnvärde och en logotyp för att samla massan, men i övrigt möjliggöra så mycket som möjligt av vinnande omtolkning av budskap och innehåll från bloggare, medborgarjournalister och andra engagerade. Den som gör allt för att säkra argumentationsmallar och grafiska profiler kommer inte bara framstå som rättshaverist utan också misslyckas som opinionsbildare. Frågan är bara hur långt partier och andra aktörer är beredda att gå. Under ett seminarium om moderaternas ny satsning på nätet refererade bloggaren Dick Erixon: "Per Schlingmann medgav att partierna i den digitala miljön ställs inför en kulturförändring när det gäller kommunikation med medborgarna. Förmår vi vara tillräckligt öppna? Vågar vi? frågade han sig själv [...]"²⁴.

Nya politiska frågeställningar

Nätet ger inte bara upphov till nya krav och möjligheter kring externa och interna arbetet på olika sätt. Det ger också upphov till nya frågeställningar kring själva politikens utformning, inte sällan med svåra gränsdragningsproblem. Hur ska vi se på integriteten på nätet? Det var olika åsikter kring den frågan som signalspaningsdebatten tog sin utgångspunkt i. En annan allmänt rådande diskussion är den om fildelning och upphovsrätt, när allting som kan digitaliseras är tillgängligt när som helst, var som helst. Var drar vi gränsen för äganderätten i en mer och mer virtuell verklighet? Kanske är ett system som Creative Commons²⁵ något att föredra? Creative Commons är en ideell organisation som utvecklat så kallade copyleft-licenser, som bestämmer hur ett verk får hanteras.

²² <http://stoppafralagen.nu/>

²³ http://www.primepr.se/_filer/spaningar/Span20080902.pdf

²⁴ <http://www.newsmill.se/artikel/2008/10/22/darfor-tror-jag-att-alliansen-kommer-att-gora-fiasko-pa-internet-0>

²⁵ <http://www.creativecommons.se/>

Men oavsett det: hur ska det polisiära arbetet gå till? Visst finns det förslag till metoder. Dessa kritiserar inte sällan dock just för att vara integritetskränkande, strida mot mänskliga rättigheter etc.

Ett bokstavligt gränsdragningsproblem skapas av det faktum att nätet är globalt, likaså dess användare. Sak och ting kan produceras och konsumeras överallt. De digitala medborgarna rör sig på en världsomspännande arena, men samtidigt kopplade till ett fysiskt rum där där traditionella lagar och regler fortfarande existerar. Vem är skyldig? I vilket land ska rättegången äga rum? Vidare hamnar offentlighetsprincipen i nytt ljus. Genom nätet kan saker och ting bli offentliga på allvar. Vilket på något sätt inte strider mot den grundläggande tanken om offentlighetsprincipen. Ändå tycks det bli aningen läskigt, när plötsligt obduktionsbilder, taxeringsuppgifter och - för den delen - tidigare så omärkliga blogginlägg finns tillgängliga för allas beskådan. När tekniken blir mer utbredd tenderar politiker att fundera mer på metoden och glömma behovet av ett folkligt mandat till förändringen. Att man i sin iver att uppnå målrationalitet, glömmer det värderationella. En frågeställning som bland annat uppmärksammats av Nicklas Lundblad, fil dr i informatik, som med FRA-lagen som fond diskuterar klyftan mellan mandat och metod i SvD (26/8):

“Det tekniska imperativets skuggsida är en rättslig nihilism, särskilt väl förberedd i den svenska rättsfilosofiska myllan där Axel Hägerström vänt jorden och gödlat. Värdet har sedan länge flytt den svenska rättsordningen. I dess plats finner vi nu metoden, tekniken – ett hur. Diskussionen om informationssamhällets framtid är dock förtjänt av ett varför. Det gäller inte bara integriteten, utan också just upphovsrätten och därtill yttrandefriheten.”²⁶

Dessa typer av frågeställningar kommer att bli fler i takt med att allt vad det innebär att vara människa i en demokrati i allt större utsträckning även innefattar att vara människa på nätet. Vad blir definitionen av det demokratiska samhället när vi i allt större utsträckning lever våra liv på nätet? Behovet av en ny definition växer starkare.

²⁶ http://www.svd.se/kulturnoje/mer/kulturdebatt/artikel_1616691.svd

Diskussion

Mer av demokrati och liberalism?

I enlighet med resonemanget ovan ligger det nära till hands att diskutera en möjlig utökad demokrati i och med nätets och de sociala mediernas utbredning. Och visst måste det någonstans vara så. Den nya verkligheten slår nämligen omkull den inte fullt så platta ordning vi tidigare tagit för given. Hierarkivarianten fungerar inte, inte ens om man är folkvald, tillhör makten eller har stora finansiella resurser och tidningar i ryggen. Nätet tvingar fram öppenhet, transparens och mångfald. Den enda inställningen som i slutändan fungerar är den öppna, lyssnande, ärliga och folkliga. På så vis ökar folkets makt, vilket sett till den grundläggande definitionen på demokrati får sägas vara något positivt.

Komiskt nog kan även makten för de redan mäktiga öka, fast på ett sympatiskt vis. Utrikesminister Carl Bildt har en egen blogg: Alla dessa dagar. I skrivande stund har den haft mer än 4 miljoner besökare. Det sägs till och med att tjänstemän på flera ambassader, däribland den amerikanska, har i uppgift att översätta nya blogginlägg och skicka till administrationen i hemlandet. Tidigare när "gammelmedia" var allenarådande hade dessa tolkningsföreträdare. När Bildt under hösten omnämns i SVT:s Aktuellt, apropå hans ett uttalande kring att FRA:s information kan hamna i vilka händer som helst i världen, såsom hos diktaturer, är det inte enbart Aktuells version som gäller. På sin blogg kunde han ge sin bild av det hela:

“Och enligt webben svarade jag att “det kan säkert inträffa att vi har anledning att utbyta information med någon, men detta sker mycket strikt i sådana fall. Notera “kan inträffa” och i så fall “mycket strikt“.”²⁷

Aktuellt fick be om ursäkt. Med de sociala medierna finns hela tiden möjlighet för publiken att göra sin egen bedömning genom att de som känner sig felbedömda får ge sin bild av läget, direkt till publiken.

Traditionellt går man till Pressombudsmannen eller Granskningsnämnden för att påtala felaktigheter i massmedierna. Bloggosfären håller på att bli ett starkt komplement. Det går för alla parter att påtala fel, detaljgranska uppgifter, komma med avvikande uppfattningar, oavsett om man är direkt berörd eller bara engagerad i fallet. Det blir svårare att ha löpsedlar som “berättar verkligheten”; när alla kan gå direkt till den omskrivna källan och få dennes version. Kanske kommer det att bli en given punkt på PR-byråernas kriskommunikationslista: att upprätta en blogg för att få ut sin information och därmed kunna få stopp på ett eventuellt drev. Det innebär inte automatiskt att man ska tro på dennes versioner; sista ordet eller den som skriker högst vinner inte alltid. Men det finns naturligtvis en enorm poäng i att det nu är upp till läsaren att själv avgöra, utifrån de olika versioner som finns tillgängliga. Ett exempel är det uppmärksammade mordet på Engla. I somras startade hennes mamma Carina Höglund en blogg²⁸ med avsikten att ”kunna få fram vad jag egentligen tycker och inte bli redigerad eller censurerad av pressen”, som hon skriver på bloggen.

Även på andra håll i världen händer det saker i frihetens namn. I och med nätets utbredning ger vi fler och fler ett verktyg för oppositionellt arbete och demokratiarbete. I Afrika har ledare av den gamla sorten – som Etiopiens Meles Zenawi – tidigare haft stor makt, helt enkelt för att medborgarna inte haft röster, varken i vid eller specifik bemärkelse. Ohederligt affärsfolk och

²⁷ <http://carlbildt.wordpress.com/2008/09/14/lognaktig-tv-journalistik/>

²⁸ <http://englasmamma.blogspot.com/>

korrupta politiker har kunnat ägna sig åt sin verksamhet på grund av frånvaron av masskommunikation. Det håller på att förändras. När tiotusentals människor får möjlighet att kommunicera med varandra kan de korrupta inget göra. De är alldeles för svaga för att kunna tygla nätets kraft. På grund av bilder av blodiga aktivister riskerar de att förlora biståndspengar, en annan omistlig del av de gamla ledarnas levebröd.

I Kina reglerar regimen så gott de kan. Men när en sida stängs ner, öppnas två nya. Speciellt de unga kineserna lever och verkar på nätet, för dem ett sätt att uttrycka sig själv. De kollar också väldigt mycket på video online. Enligt en undersökning från 2007 tittade 33 procent på video online, jämfört med exempelvis 18 procent i USA. Bill Clinton lär ha sagt att möjligheterna för Kina att stoppa utbredningen av det fria nätet är som att försöka spika fast gelé på väggen. Det går inte riktigt. Visst är propagandamaskinen alltjämt stark. Det folkliga kravet på frigörelse kommer inte med en Internetuppkoppling. Men vad de sociala medierna gör är att de möjliggör spridning av sunda idéer direkt mellan människor, inta sällan utan myndigheternas kontroll. Förr eller senare blir den kollektiva kraften för stark.

Mångfalden har i vilket fall som helst fått sig ett rejält uppsving. Den digitala ekonomin gör det plötsligt möjligt med ett globalt systemskifte i det avseendet. Den nya produktionen och distributionen gör att mindre grupper är billiga att ta till vara på och utveckla tjänster för. Friheten och möjligheten att skapa och sprida sina alster, och om man vill också tjäna pengar på dessa, kommer fler till del. Inte minst märks detta inom musikbranschen. Det har troligtvis aldrig varit så lätt att hitta musik man gillar. Det är onekligen revolutionerande. Nätet är ur detta hänseende en del av den större globaliseringen, som visserligen ger oss marknadsmässiga Hollywoodproduktioner och repeterande musik på Rix FM. Men det ger oss också miljontals titlar på Amazon, indiemusik på Myspace och diverse subkulturella forum. Bakåtsträvare hävdar att vi går mot likriktning. Men det är i stället mångfalden, friheten att välja från en mängd olika vägar och mål som är verkligheten. Nätet resulterar inte i att alla länders medborgare väljer samma sak, utan att alla valmöjligheter plötsligt ryms inom samma land, inom samma stad, i samma rum.

Brasklapp

Allt är dock inte självklart. Det finns andra sätt att se utvecklingen på. Det finns även risker för mindre önskvärda följder. Även om andra positiva principer i slutändan väger över. Tack vare det faktum att publiken liksom mångfalden är enorm på nätet kan nya väldigt nischade produkter och nätlösningar ta form. Som nätanvändare kan man rikta sitt informationsintag i väldigt stor utsträckning. Främlingsfientliga, kommunister och militanta utomparlamentariska grupperingar får verktyg att frodas och utvecklas på sina håll utan att behöva bli ifrågasatta i medierna de konsumerar, då medierna är deras egna. Detta skulle kunna resultera i en polarisering av människors världsbild till det negativa.

Men hur blir det med det personliga mötet då? Kommer det att dö ut? Man skulle kunna tänka sig ett scenario där våra konversationer på nätet sker allt mer på bekostnad av det personliga mötet i den fysiska världen. Det finns så klart sådana fall. Men generellt är det faktiskt tvärtom. Det finns undersökningar som visar att de personer som är sociala på nätet också är sociala i den fysiska världen. De sociala medierna fungerar som en katalysator för umgänge även i den fysiska världen. I och med mail och Facebookmeddelanden är det lättare att återkoppla och hålla kontakten med folk så väl som att först hitta personer på nätet för att sedan träffa dem i den fysiska världen.

Vidare är framgång på nätet så klart inte synonymt med framgång i samhället i övrigt. Obama var inte först. Redan 2004 bedrev den demokratiska presidentkandidaten Howard Dean²⁹ en genuin och aktiv kampanj på nätet. Han blev tidigt en av favoriterna i opinionsmätningarna och sågs som partiets givna kandidat, tills folk gick och röstade. Det visade sig att aktiviteten i väljarnas vardag inte var lika febril som den på nätet.

Nätet är ett verktyg. Det betyder inte att alla kan utnyttja det till sin fördel som påtryckare i demokratins namn. Det finns fortfarande stora grupper i samhället som inte besitter finslipad retorisk förmåga. Även fortsatt är det förmågan att uttrycka sig i tal och skrift, bild och ljud, som spelar roll. Att på ett vinnande vis kunna presentera en idé för den tänkta målgruppen. Men det nätet och de sociala medierna gör är att ge den möjligheten till fler. Skillnaden ligger i att de tidigare så givna maktstrukturerna för vem som tillåts utforma budskapet, när, var och hur budskapet ska spridas, har förändrats.

Att finnas på nätet är egentligen en lika naturlig som vanskelig uppgift. För att med vinning kunna agera på den sociala mediearenan krävs att man naturligt kan röra sig där. Obama lyckades med det. Kanske för att det, när Hillary hade stöd av etablissemangen, föll sig naturligt för honom att vara underdog. På så vis lyckades han också skapa de gemenskaper vilka utgjorde den viktiga politiska kraften av folkrörelse. Att använda nätet som en del av kommunikationen är inget nytt. Även McCain använde nätet. Men istället för att se det som en kanal för envägskommunikation använde Obama nätet för att ge aktivisterna frihet och värde att kunna bidra själva. Han lät det bli en central del och katalysator för kampanjen för att på så vis kunna utnyttja det fina med interaktivitet. Det möjliggjorde hans dominanta närvaro på nätet.

Internet är till sin natur ett i allra högsta grad liberalt fenomen. Det omfattas av egenskaper som frihet, öppenhet, gränslöshet. Vissa likställer till och med Internets framväxt som skapandet av en helt ny värld, som sociologiprofessorn Manuel Castells. Berättelsen i hans bok *Internetgalaxen*³⁰ är en hyllning till en rad entreprenörer som han menar byggde nätet utifrån drömmar om en friare värld. Men det går att göra diskussionen mer komplex än så. Det krävs fortfarande bandbredd, avgifter och lösenord för att få tillgång till stora delar av nätet. Samtidigt som jakten på fildelarna via nya lagar och regleringar skulle kunna ses som ytterligare frihetsinskränkningar.

Vilken väg ska nätet ta i framtiden? Kommer vi att se mer av demokrati eller inte? En av två utopier är den George Orwell porträtterar i 1984. Med inspiration från det totalitära Sovjetunionen och Nazityskland målar han upp ett samhälle med statterrorism, indoktrinering och revisionism. Uttrycket "Storebror ser dig" är hämtat från boken. Möjligheterna att kontrollera och registrera trafiken på nätet, där vi lever en allt större av våra liv, är stora. Detta kan utnyttjas av staten och dess institutioner i destruktiv utsträckning. Rättsväsendet finns till för att skydda människors frihet, men ibland går det för långt. När övervakningen blir konkret påverkas ens integritet drastiskt. Vi får ett kontrollsamhälle. Privatlivet blir plötsligt inte privat. En motsatt utopi är David Brins "The Transparent Society"³¹. I boken med samma namn målar han upp ett samhälle där information är så tillgänglig att det längre varken är möjligt eller önskvärt att ha något sorts privatliv. Brin menar att den personliga integriteten är förlorad och vi istället borde röra oss mot att avskaffa exklusiviteten i övervakningen. Genom att göra all information tillgänglig för alla kan också uppnå den motsatta effekten, nämligen att medborgare kan övervaka politiker och andra makthavare. Brin ser alltså en möjlig framtid i ett samhälle med "illusionen" av personlig integritet i och med utebliven

²⁹ http://sv.wikipedia.org/wiki/Howard_Dean

³⁰ Casells Manuel, *Internetgalaxen*, Bokförlaget Daidalos, 2002

³¹ <http://www.davidbrin.com/transparent.htm#ts>

exklusivitet i tillgång till övervakningen. Resultatet blir ett helt transparent samhälle där alla har tillgång till denna. Framtiden ligger troligtvis någonstans mellan dessa utopier.

Några praktiska tips

Hur ska man då som politisk aktör kunna ta till vara på dessa nya möjligheter mer konkret? Här följer några uttryckliga tips på hur man bör gå tillväga:

- Nätet är på riktigt. Man ska ta lika seriöst på sitt engagemang på nätet som i traditionella medier. Sett till all den tid som folk lägger på nätet, och på det vis folk spenderar tid där, bör det inte ses på något annat sätt än verkligheten. När bloggtejen Kenza skrev om sina familjeproblem fick hon mer än 1000 artikelkommentarer på en enda bloggpost. Blondinbella har omkring 80 000 unika besökare i veckan, något de flesta tidningssajter bara kan drömma om. Som en följd av detta behandlar redan vissa partier bloggare på samma sätt som journalister. Det är också viktigt att hålla koll på de åsikter som fluktuerar på nätet. Hade Alliansregeringen varit lika lyhörd för det som pågick i bloggosfären apropå signalspanningsfrågan, som i traditionella medier hade debatten troligtvis kunnat formas till Regeringens fördel i ett tidigare skede.
- Våga släpp taget. På nätet handlar det mer om att skapa uppmärksamhet snarare än att köpa den. Därför är det viktigt att kunna ha självdistans och låta idéer vridas och vändas i händerna på andra. Det är bättre att många aktivister och medlemmar gör mycket och att det blir halvdant, än att man centralt gör lite men korrekt. Obamas kampanj är ett tydlig exempel på detta. Vad han gjorde var att reducera sin egen makt. Istället skapade han en plattform för partimedlemmar och aktivister att forma kampanjen själva. Ett exempel är MyBarackObama.com, där aktivisterna kunde skapa gemenskaper kring speciella frågor, bjuda in till events, möten och fundrace - både i den verkliga och digitala världen. Interaktiviteten är en viktig del av nätet som medium. Det är sant. Obamas närvaro på nätet var långt mycket större än för någon annan kandidat. Men egentligen handlar det inte om en väldigt snygg och sofistikerad hemsida, inspirerande YouTube-filmer, miljontals sökningar på Google, en ofantligt lång maillista och miljoner "vänner" på Facebook. Hans syn på ledarskap och organisation var det verkligt avgörande.
- Uttryck dig kort. Det finns i och för sig alltid en vinning i att uttrycka sig kort och koncist, men på nätet är det ännu viktigare. Konkurrenten är mördande. Kan jag inte snabbt ta del av en viss information är sannolikheten stor att jag tröttnar och slutar läsa, alternativt med avsikt att ta del av den senare, vilket troligtvis aldrig sker. Se det som en tävling. I princip all argumentation kan uttryckas kortare än du tror. En vinnande kombination kan vara att erbjuda en visserligen något längre ingress, som sedan följas av hela resonemanget beskrivet mer utförligt i brödtext.
- Gör medlemskapet mer kvalitativt. Genom nätet finns goda möjligheter att den information man skickar ut till medlemmarna och andra intresserade kan göras mer individuell. Vanligt är maillistor. Inte sällan skulle dessa dock kunna göras ännu mer effektiva, till exempel utformas för olika bostadsorter, politikområden och företrädare. (Se dock till att praktisera punkten ovan då dessa produceras, annars kan det i princip lika gärna vara.) Genom kännedom om besökaren/medlemmen kan också olika sajter individualiseras genom att de innehållet förändras utefter den information besökaren lämnar efter sig när denne klickar sig runt. Tekniken kallas cookies³².

³² <http://sv.wikipedia.org/wiki/Cookies>

- Missa inte tekniken. Även om denna omvärldsanalys medvetet inte tar upp alla de tekniska parametrar som finns kring nätet, vill jag ändå höja ett varningens finger. Det finns en rad saker att ta hänsyn till i skapandet av nätlösningar. Jag känner inte till alla. Jag kan dem inte i detalj, men jag vet att de finns. Och ibland kan de vara avgörande för huruvida man ska lyckas på nätet eller inte. Det kan till exempel handla om sökordsoptimering. Om en och samma webbsida har fler än en adress kommer Google att bli förvirrade och sidan kommer att hamna mycket längre ner i sökmotorernas resultat. Eller så kan filmer och annan information inte kan visas då den generella användaren inte har de insticksfiler som krävs.

Avslutning

Få händelser i vår historia har varit så genomgripande och avgörande som nätets uppkomst. Det kanske inte förändrar oss som människor. Våra behov och drivkrafter torde vara konstanta. Däremot förändrar det vårt sätt att kommunicera och förhålla oss till omvärlden. Självklart ger det alla aktörer i ett samhälle nya spelregler och möjligheter. Traditionella affärsplaner har kastats över ända. Likaså idén om hur politisk verksamhet ska bedrivas. Utvecklingen leder till behov av nya kampanjformer, så väl som större krav på platt organisation och öppenhet.

Du kanske fortfarande är skeptisk? Du kanske inte känner att det där med bloggar och Facebook är något som spelar roll? Men som SvD:s tidigare mediereporter Martin Jönsson skriver, också det apropå signalspaningsdebatten: “[...] det betyder otroligt mycket för dem som utnyttjar nätet som sitt uttrycksmedel, och som sin kommunikationsform. Enbart möjligheten att själv styra sin kommunikation – eller hur man tar till sig medieinnehåll – har ett stort värde för individen och får därför ett stort värde även ur ett demokratiskt perspektiv.”³³

Nätet och de sociala medierna kommer hur som helst att fortsätta utvecklas. Vad i består Web 3.0? Vad innebär då det för politikens villkor? Det finns all anledning att hålla koll på utvecklingen.

³³ <http://blogg.svd.se/reklamochmedier?id=7497>