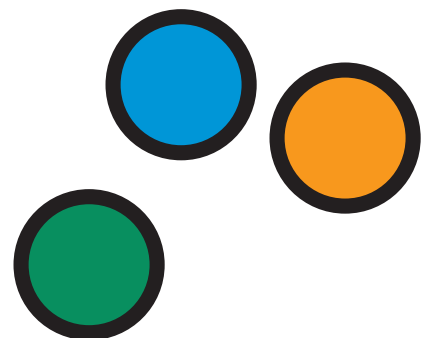




# Politisk blogg

studiematerial



## *Inledning*

Vad har tjuvlyssning, köksbord, Blondinbella och en modeintresserad student gemensamt? De är några av Sveriges mest lästa bloggar när detta skrivs, och har sammantaget över en miljon besökare i veckan. Att nå ut med idéer, tankar och politiska budskap var tidigare förbehållet de som hade turen att bli publicerade i någon tidning. Oftast med en liten förkortad insändare långt bak i tidningen. På 60-talet fick dåvarande finansministern Gunnar Sträng en timme i den enda svenska TV-kanalen, på bästa sändningstid, för att förklara statsbudgeten. I dag får nuvarande finansministern i bästa fall några minuter i en nyhetssändning för att förklara samma sak. Det har hänt en hel del, det politiska utrymmet i tidningar och TV har minskat och där med möjligheten att föra en dialog mellan politiker och väljare i dessa medier. Samtidigt har internet fått en betydligt större roll i människors, inte bara unga, utan hela befolkningens liv.

Internet och bloggar har blivit nya sätt att sprida information och föra dialog med allmänheten och bidragit till en mer demokratisk värld, inte minst när oppositionen i diktaturstater har fått finna sig i att de inte längre kan kontrollera informationsflödet i landet.

Studieförbundet Vuxenskolan bidrag till denna process är att erbjuda dig en studiecirkel i de verktyg som finns för att du själv eller tillsammans med andra ska kunna börja använda internet och börja blogga. Vi kan inte skriva texterna åt dig, men vi kan hjälpa dig att lägga upp en strategi, testa dina planer och starta din blogg. Vi kan också gemensamt i studiecirkeln diskutera hur vi kommunicerar på internet, vad kan jag skriva och hur får jag en bra dialog med mina läsare.

Ett stort tack vill vi avslutningsvis rikta till Stockholms stads kulturborgarråd Madeleine Sjöstedt och hennes två medarbetare Erik Jennische och Anna Wåglund-Söderström för att ha inspirerat oss inom Studieförbundet Vuxenskolan till att ta fram detta material.

Peter Sikström och Linus Olofsson  
Studieförbundet Vuxenskolan Stockholm-Uppsala

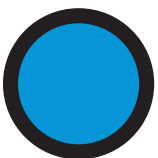
© Studieförbundet Vuxenskolan 2009

Materialet framtaget av Erik Jennische och  
Linus Olofsson.

Redaktör: Sofia Månsson  
Illustrationer och layout: Anna Ingels

## *Innehållsförteckning*

|   | <i>sid</i> |
|---|------------|
| <i>Till dig som är cirkelledare</i>   | <i>1</i>   |
| <i>Vad är en studiecirkel?</i>  | <i>2</i>   |
| <i>Ordlista</i>   | <i>4</i>   |
| <i>Träff 1</i>  | <i>5</i>   |
| <i>Inledning</i>  |            |
| <i>Träff 2</i>  | <i>7</i>   |
| <i>Starta din blogg</i>   |            |
| <i>Träff 3</i>  | <i>9</i>   |
| <i>Innehåll, målgrupp och mål</i>   |            |
| <i>Träff 4</i>  | <i>11</i>  |
| <i>Attityd, ton och privat vikt</i>   |            |
| <i>Träff 5</i>  | <i>13</i>  |
| <i>Hur lockar jag läsare</i>  |            |
| <i>Träff 6</i>  | <i>15</i>  |
| <i>Cirkeln är slut</i>  |            |
| <i>Bilagor</i>  | <i>16</i>  |
| <i>Bilaga träff 5</i>   |            |
| <i>Bilaga På internet handlar politiken<br/>        om att bygga relationer</i> |            |



## *Till dig som är cirkelledare*

Studiecirkeln är en unik pedagogisk form av lärande där deltagarnas erfarenheter, ledarens förmåga och studiematerialets innehåll samverkar. Cirkeln blir en arena som hjälper dig att få kunskaper som leder till nya insikter och ett nytt tänkande kring en frågeställning. En studiecirkel bygger på att deltagandet skall vara fritt och frivilligt. I studiecirkeln är det deltagarna själva som tillsammans beslutar om målet för sina studier, liksom hur de vill arbeta för att nå det. Det är viktigt att alla i gruppen är delaktiga i planeringen av cirkeln och att ni tillsammans kommer överens om hur ni vill genomföra studiecirkeln. Cirkelledarens roll är att inspirera och entusiasmera samt att dela med sig av sina kunskaper och erfarenheter. Du som är cirkelledare bör tänka på hur du kan stimulera deltagarna att lära sig mer, hur gruppen ska närma sig ämnet och hur deltagarna kan behålla sitt intresse. Det är viktigt att du som är ledare vet hur det fungerar med lokaler, avgifter och annat praktiskt.

Före första sammankomsten är det bra att komma i god tid innan. Lägg fram materialet, det vill säga både studieplanen och "Bloggen som politiskt vapen" av Henrik Alexandersson och "På internet handlar politiken om att bygga relationer" av Erik Jennische på allas platser, se också till att det finns material om SV. Alexanderssons text kan beställas hem från [www.filbiblioteket.se](http://www.filbiblioteket.se). Ta emot alla när de kommer och visa dem till rätta. Läs igenom namnen på deltagarna i förväg så att du vet vem som är vem. Se även till att du har med dig en närvarolista där alla deltagarna ska finnas med, annars fyller ni på med namnen på de som inte är med på listan (närvarolistan är en juridiskt bindande handling). Sedan hälsar du välkommen och presenterar dig själv och SV.

## Vad är en studiecirkel

En studiecirkel består av 6 – 12 deltagare som har bestämt sig för att fördjupa sina kunskaper och dela med sig av sina erfarenheter. Cirkelledaren ser till att arbetet kommer igång och har den administrativa uppgiften att föra in närvaron. För att gruppen ska fungera bra är det viktigt att en och en i taget talar och att alla lyssnar på varandra. Ge också tid för eftertanke och att låta alla göra sin röst hörd. Ett sätt att åstadkomma detta framgår av begreppet studiecirkel. Låt ordet gå varvet runt!

### Om studieplanen

Den här studieplanen är tänkt att vara ett stöd och en kunskapskälla till dig som vill starta och driva en egen politisk blogg. Studiecirkeln består av sex träffar och leder fram till att du under slutet av studiecirkeln har en blogg som är redo att visas för allmänheten. Under studiecirkeln kommer alla få starta varsin blogg och diskutera sig fram till vilket innehåll den ska ha och hur den ska se ut. Här nedan kommer en förteckning över vad de olika träffarna kommer att innehålla:

1. Vad är en politisk blogg? Varför starta en politisk blogg?
2. Uppstartande av egen politisk blogg. Hur vill jag att min blogg ska se ut?
3. Vad vill jag ha för innehåll i min blogg?
4. Vilken attityd, ton och privat vikt jag vill lägga i min blogg?
5. Hur inbjuds läsaren till dialog genom bloggen? Hur får jag läsare till min blogg?
6. Diskussion kring deltagarnas egna bloggar. Hur ska jag jobba vidare med min blogg?

### Målet med studiecirkeln

Målet med den här cirkeln är att du som deltagare ska kunna starta och driva en egen politisk blogg. I diskussioner och övningar får du en chans att fundera över hur du vill att din blogg ska se ut och vad den skall innehålla men också hjälp med hur du praktiskt går till väga för att starta och underhålla bloggen.

### Studieplanens upplägg

Studieplanen är upplagd av sex träffar. Men det finns självklart inget som hindrar att gruppen lägger upp cirkeln på fler eller färre träffar än så. Kanske vill ni bjuda in en bloggexpert som berättar om sina erfarenheter från sitt bloggande? Att diskutera vilket innehåll era bloggar ska ha kanske behöver mer tid än bara en träff? Det viktigaste är att ni som cirkeldeltagare är delaktiga och får ut det ni vill av studiecirkeln.



## Ordlista

Här listas de facktermer som kommer att användas under cirkelns gång. Dessa ord kan vara bra att kunna och finns här som stöd inför cirkelns start.

**Arkiv:** Den delen av en bloggsajt som visar vilka inlägg som existerar genom olika delningssystem, till exempel kategori, månad, år och så vidare.

**Backlinks/Tillbakkalänkar:** Länkar på andra webbplatser som länkar tillbaka till dig. Detta är en viktig faktor när det kommer till sökoptimering på Google.

**Blogg:** Webbsajt där författare publicerar sina tankar, idéer och åsikter kring ett valt ämne. Vanligtvis publiceras materialet i små texter som kallas postningar.

**Bloggare:** Person som äger eller är författare till en blogg.

**Blogga:** Själva handlingen att producera en blogg.

**Blogosphere/Bloggofären:** Term som används beskriver det universum som skapas av det sammanbundna nätverket av bloggar, deras konversationer och kommentarer.

**Bloggroll/Bloggroll:** En lista av rekommenderade bloggar på en sajt.

**Categories/Kategorier:** Helt enkelt kategoriska indelningar.

**Comments/Kommentarer:** Kommentarer och feedback på blogginlägg.

**Feed/Webbflöde:** Detta kallas även för webbflöde eller nyhetsflöde och är alltså data i form av sajtuppdateringar som når användaren genom prenumerationer så fort ny information läggs ut på en hemsida.

**Pingback:** Detta är en nätverkstjänst som meddelar en webbsajt så fort någon utomstående refererar eller länkar till den.

**Page Views/sidvisningar:** Varje gång en användare öppnar en sida på nätet genereras en page view.

**RSS:** Står för Really Simple Syndication. RSS tillåter användaren att prenumerera på sajter och information som uppdateras regelbundet. RSS är alltså ett format som gör att användarna kan hålla koll på olika sajter utan att behöva besöka dem.

**Subscribers/Prenumeranter:** Användare som prenumererar på information från olika hemsidor. Varje gång en sajt uppdateras med nytt material får prenumeranten informationen via en RSS-läsare eller via ett mail.

**Tags/Taggar:** taggar är nyckelord som relateras till olika typer av information, alltså till exempel en bild, film eller andra typer av filer. Taggen är en slags digital etikett som gör att materialet blir sökbart i relation till nyckelordet.

**Twitter:** Twitter är en social nätverks och mikrobloggningstjänst. Mikrobloggning innebär i det närmaste en blandning mellan instant messaging och bloggning och baseras på små korta inlägg som det sedan kan växa upp en diskussion kring. Ett annat exempel på samma typ av tjänst är Jaiku.

**Uniques/Unika besökare:** Refererar till hur många besökare en sajt har haft under en given tidsram. Antalet unika besökare räknas alltså bara i förstabesökare.

Källa: [www.mindpark.se](http://www.mindpark.se), Daniel Nüüd.

## Träff 1 - Vad är en politisk blogg?

Välkommen till denna studiecirkel som ska handla om hur man startar en egen politisk blogg! Vi på SV hoppas att den här cirkeln ska ge dig som deltagare många stimulerande diskussioner och nya givande erfarenheter.

På den första träffen är det viktigt att alla får presentera sig och gärna berätta lite om varför de är med i cirkeln och vad de förväntar sig av den. Gå igenom denna studieplan och diskutera hur ni vill lägga upp era studier, kanske vill ni lägga träffarna i en annan ordning än vad som föreslås här.

Fundera också på om ni i cirkeln vill bjuda in någon sakkunnig till en av träffarna. Cirkelledaren har här en central roll genom att se till att alla i gruppen får en möjlighet att säga vad han eller hon tycker.

### Att diskutera:

Varför vill du gå den här cirkeln?

Vad har du för förväntningar?

Vad har du för erfarenhet av bloggar? (skriver, läser, sett, hört talas om?)

Varför vill du starta en politisk blogg?

### Övning:

Läs inlägg från tre olika bloggar. Arbeta i par. Vad finns det för likheter/skillnader mellan bloggarna? Går det att urskilja om blogginläggen har någon speciell inriktning? Kan man säga något om bloggarna som personer? Vad vill bloggaren få fram?

### Här hittar du bloggar:

[www.bloggtoppen.se](http://www.bloggtoppen.se) – här kan du leta bloggar inom olika kategorier. Om du går in under menyn "alla bloggar" i vänsterspalten ser du vilka bloggar som är mest lästa i Sverige.

### Något har hänt

Till nästa gång ska du få läsa texter som behandlar politiskt bloggande. Men börja gärna redan nu att själv fundera kring hur bloggande, internet och politik hänger ihop.

### Att diskutera:

Vad tror du det är för förändringar som har skett i samhället som gör att politiker måste hitta nya kanaler för att sprida sina tankar och åsikter?

Hur och var har du spridit din politik fram tills nu?

Kan du ge några exempel på hur internet har påverkat ditt politiska arbete?

Vad tror du en blogg kan innebära för den politik du för?

#### *Till cirkelledaren*

Fler tips hittar du i materialet "Leda cirkel" som SV tillhandahåller

#### *Till cirkelledaren*

Leta upp ett par bloggar, skriv ut en post från varje blogg





## Träff 2 - Uppstartande av egen politisk blogg.

Ta en runda i gruppen och hör om det är någon som har några funderingar eller reflektioner från förra träffen. Det kan vara något som han eller hon undrar över eller vill delge övriga gruppen.

Under den andra träffen kommer alla få starta upp sin blogg. Börja med att diskutera Alexanderssons och Jennisches texter, vad väckte de för några tankar och idéer? Återgå till frågeställningarna från förra gången om ni vill ha hjälp i diskussionen. Efter detta går ni tillsammans med cirkelledaren igenom hur man startar upp en blogg, hur man skriver inlägg och redigerar dem, var man hittar de olika funktionerna med mera.

*Till cirkelledaren*

Tips finns i guide  
och video på  
[www.blogspot.com](http://www.blogspot.com)

### De vanligaste bloggverktygen

[www.blogger.com](http://www.blogger.com)

[www.blogg.se](http://www.blogg.se)

[www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)

Gör en lista på varandras bloggar så att ni kan följa dem till nästa gång :

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

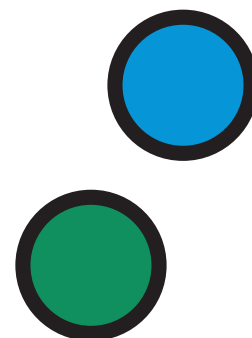
-----

#### Till nästa gång:

Läs de resterande sidorna i Erik Jennisches text. Vad var mest intressant att läsa om och varför? Var det något som var helt nytt för dig eller som du inte kände igen? Vad kommer du ta med dig från texten i ditt fortsatta arbete med din politiska blogg?

Finslipa din bloggs utseende, du kanske vill lägga in en bild eller skriva en beskrivning av dig själv?

Skriv gärna ett inlägg i din blogg som övriga deltagare och cirkelledaren kan kommentera, det kan exempelvis handla om de tankar som väcktes hos dig efter att ha läst Alexandersson och Jennisches texter, eller varför du vill blogga. Kika också in på de andra deltagarnas bloggar.





## Träff 3 - Vad vill jag ha för innehåll i min blogg?

Under den tredje träffen kommer du få börja fundera på vilket innehåll du vill ha i din egen blogg. Ska du ha någon särskild inriktning på din blogg som exempelvis kulturpolitik eller skolpolitik? Ska du blogga om flera frågor men ur ett bestämt perspektiv?

Börja med att prata om Jennisches text. Vad var intressant och nytt? Påverkade texten dina tankar om din blogg och dess innehåll?

### Att diskutera:

Vad vill du att din blogg ska leda till?

Vilken målgrupp vill du att din blogg ska locka?

Vilket innehåll vill du ha i din blogg?

### Övning:

Läs Alexanderssons text "Att vässa budskapet" och diskutera den två och två, hur kan du ta hjälp av det du läst när du skriver dina blogginlägg? Skriv nu ett nytt ett inlägg i din blogg.

### Mål

-----  
-----

### Målgrupp

-----  
-----

### Innehåll

-----  
-----  
-----  
-----

#### Till nästa gång:

Färdigställ det inlägg du började arbeta med under den tredje träffen.

Leta upp en politisk blogg och följ den under några dagar. Fundera över: Vem är författaren? Är hon eller han anonym? Vad ger författaren för intryck? Vad vill hon eller han få fram i sin blogg? Är författaren privat/personlig i sina inlägg? Varför tycker du att bloggen är intressant/ointressant?

Lämna gärna kommentarer på de blogginlägg som övriga deltagare har skrivit!

Tips! Man kan söka efter politiska bloggar på:

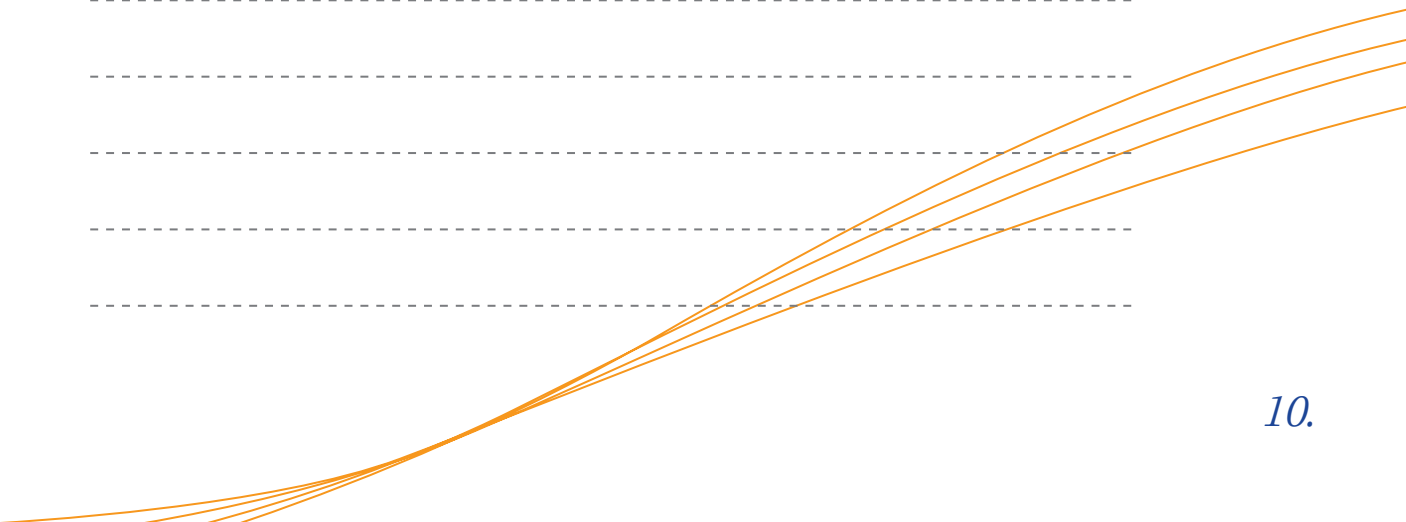
[www.bloggtoppen.se](http://www.bloggtoppen.se)

[www.bloggportalen.se](http://www.bloggportalen.se)

[www.blogg.se](http://www.blogg.se)

# *Anteckningar*

A series of horizontal dashed lines for writing notes, spanning most of the page width.



## Träff 4 - Attityd, ton och privat vikt

Fjärde träffen handlar om vilken attityd, ton och privat vikt du vill lägga i din blogg. Det finns bloggar där författaren är väldigt öppen kring sitt privatliv och andra där författaren är helt anonym. Börja med att prata om de bloggar ni har tittat på utifrån de frågor ni fick. Vad har ni kommit fram till?

### Att diskutera:

Vad finns det för fördelar och nackdelar med att vara privat i sin blogg?

Vill du vara privat i din blogg? Varför/Varför inte?

Hur vill du att folk ska uppfatta din blogg? Hur kan du åstadkomma detta?

*Plus*

*Minus*

*Intressant*

|       |       |       |
|-------|-------|-------|
| ----- | ----- | ----- |
| ----- | ----- | ----- |
| ----- | ----- | ----- |
| ----- | ----- | ----- |
| ----- | ----- | ----- |
| ----- | ----- | ----- |
| ----- | ----- | ----- |

### Övning:

Arbeta två och två. Läs de två exempelbloggarna. Vad finns det att säga om språket som bloggarna använder? Är det högravande, talspråkligt, svårt att förstå? Vad tror ni att språket har för betydelse för läsarna till deras bloggar? Vilket är viktigast enligt er, språk eller innehåll?

### Till nästa gång:

Läs bilagan som är märkt med träff 5 "Hitta dina läsare", där finns massa tips och idéer för hur du kan locka läsare till din blogg. Under nästa träff ska vi diskutera just detta!

Leta upp en politisk blogg och titta på kommentarerna. Vilka är det som skriver kommentarer? Vad kommenteras? Fungerar kommentarerna som en diskussion? Svarar författaren på kommentarerna?

Och som alltid, skriv gärna ett inlägg i din blogg som de andra deltagarna och cirkelledare kan kommentera och ge feedback på! Glöm inte heller att kika in på de andras bloggar.



## Träff 5 - Hur inbjuds läsaren till dialog genom bloggen?

Den femte träffen handlar om hur man lockar läsare till sin blogg och sedan startar en dialog med dem.

### Att diskutera:

Hur får jag läsare till min blogg? Skriv ner de tips ni kan komma på och som ni har fått tips på från texten du läst till dagens träff:

- Vad vill jag ha för läsare?
- Vill jag bli ett med min blogg?

Diskutera sedan de bloggar ni har läst till denna träff:

- Vilka är det som skriver kommentarer?
- Vad kommenteras?
- Fungerar kommentarerna som en diskussion?
- Svarar författaren på kommentarerna?
- Jämför kommentarerna mellan de bloggar ni har läst, skiljer de sig åt på något sätt?

### Övning:

Hur får du folk att vilja kommentera dina inlägg?

Hur vill du göra med de kommentarer du får?

Hur kan man ta itu med de kommentarer som är otrevliga, kränkande eller hotfulla?



### Till nästa gång:

Skriv ett inlägg i din blogg. Vid nästa tillfälle ska alla ge feedback på varandras inlägg men också på bloggarna som helhet. Vad ger bloggen för intryck?







*Tidsplan och målkontrakt för min blogg:*

(titta igenom anteckningarna från tidigare träffar)

*Detta ska jag göra nu:* .....

.....  
.....

*Om en vecka:* .....

.....  
.....

*Om en månad:* .....

.....  
.....

*Om ett halvår:* .....

.....  
.....

*Dessa personer ska jag tipsa om min blogg:*

.....  
.....  
.....

*Jag har som mål att uppdatera min blogg:*

.....

*Dessa ämnen vill jag skriva om:* .....

.....  
.....

*Mitt mål är att komma upp i ..... unika läsare  
inom ett halvår.*

*För att nå detta mål kommer jag att:* .....

.....  
.....

## Bilaga träff 5 - Hitta dina läsare

### Blogga regelbundet

Ett grundläggande tips för att öka din publik är att blogga regelbundet, och någorlunda ofta. Detta har flera fördelar:

- Genom att skriva ofta och regelbundet så glömmet dina läsare inte bort din blogg. Ofta krävs det ett antal uppskattade inlägg innan läsaren lägger bloggen på minnet och börjar besöka den mer regelbundet.
- Varje gång du skriver ett nytt inlägg och "pingar" exempelvis [bloggar.se](http://bloggar.se) eller [nyligen.se](http://nyligen.se) ökar chansen att nya läsare får upp ögonen för dig och din blogg.
- Ju mer bra material du skapar, desto fler kommer att hitta detta via exempelvis sökmotorer och andra webbplatser som länkar till dig. Har du bara ett fåtal inlägg om ett visst ämne riskerar du att missa många av dina potentiella läsare.
- En blogg växer och får liv genom interaktion med dina läsare. Återkommande inlägg med nya vinklingar eller fakta om det ämne som ni gemensamt intresserar er för skapar ofta sådan interaktion. Uppdaterar du din blogg ofta så uppmanar du i högre utsträckning dina besökare att komma med kommentarer och kanske själva blogga om ditt inlägg.

### Tagga dina inlägg

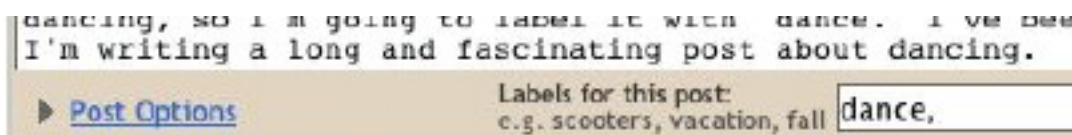
Webbplatsersom Technorati och [bloggar.se](http://bloggar.se) klasificerar bloggar utifrån vilken typ av etiketter (eller "taggar") som bloggaren har valt att sätta på sina inlägg. Dessa tjänster används sedan av människor som snabbt vill hitta bloggar om ett visst ämne, och det är därför ett utmärkt tillfälle för dig att hitta nya läsare.

När bloggaren publicerar ett nytt inlägg kan hon välja att pinga dessa webbplatser, som därefter automatiskt undersöka vilka etiketter som är satta på det nya inlägget.

Etiketterna du som bloggare sätter på dina inlägg avgör vilken kategori det nya blogginlägget listas i på webbplatserna ovan (exempelvis "politik"). Som bloggare väljer du själv vilka etiketter du vill använda. Det kan dock vara klokt att se efter vilka kategorier som redan finns, och var din blogg passar in, så att dina läsare hittar din blogg i där dom förväntar sig.

### Hur skapar jag etiketter för mina inlägg? (blogger)

När du skriver ett inlägg finns ett särskilt utrymme längst ned i formuläret där det står "Etiketter för det här inlägget". Du kan ange de etiketter som du själv väljer. Avgränsa dem med kommatecken. Du kan även klicka på länken "visa alla" för att visa en lista över de etiketter som du tidigare har använt. Då behöver du bara klicka på en etikett för att lägga till den.




När du publicerar ditt inlägg kommer etiketterna att listas tillsammans med det. När du klickar på någon av dessa etiketter kommer du till en sida som endast innehåller inlägg med den etiketten.

WEDNESDAY, JULY 19, 2006

## ➔ So You Think You Can Dance?

This show rocks. I'm voting for Benji to win, though I'd put Donyelle close second. Too bad we can't have two winners.

Posted by Graham at [12:06 PM](#) [0 comments](#) 

Labels: [dance](#), [tv](#)

Du kan enkelt ändra den formatering du använder genom att redigera din bloggslayout. Du kan också lägga till en lista över alla dina etiketter i din bloggs sidomeny och sortera dem alfabetiskt eller efter användningsfrekvens.

### View Posts By Topic

➔ [personal](#) (3)

➔ [dance](#) (2)

➔ [general](#) (1)

➔ [silly](#) (1)

➔ [tv](#) (1)

Etiketter är praktiska om du bloggar om en mängd olika ämnen, eftersom dina läsare då kan välja att visa alla dina inlägg om ett visst ämne, t.ex. dans, samtidigt. Eller politik, eller stickning eller vad du nu råkar skriva om. Om du har en teamblogg kan du också ge varje medlem en egen etikett så att du enkelt kan läsa valfri medlems alla inlägg. Du har friheten att själv hitta på andra kreativa lösningar!

## Fler läsare med RSS

Som du kanske noterat på andra bloggar så finns det ofta en länk till "RSS", "feed" eller liknande. Denna länk leder till ett XML-dokument med bloggens senaste inlägg beskrivna.

Detta XML-dokument spelar en central roll i hur många bloggare meddelar sig med sina regelbunda läsare. XML-dokumentet kan nämligen enkelt läsas av en dator, och med hjälp av tjänster som exempelvis Bloglines kan dina besökare genom att ange länken till ditt RSS-flöde välja att "prenumerera" på din blogg.

Så fort bloggen uppdateras upptäcker Bloglines detta och markerar det för prenumeranten. Där efter kan läsaren själv välja om han vill läsa ditt nya blogginlägg direkt i Bloglines (som översätter RSS-flödet till en läsbar HTML-sida) eller om han vill besöka din blogg direkt. Genom att meddela dina läsare varje gång du uppdaterar bloggen, istället

för att förlita dig på att dom surfar in själva tillräckligt ofta, försäkrar du dig om att ingen missar något viktigt och du skapar dessutom ökad lojalitet bland dina läsare.

De allra flesta tjänster och program för att blogga erbjuder möjligheten att använda ett RSS-flöde. Om du använder Wordpress skapas ett flöde automatiskt på adressen [www.dinblogg.com/feed](http://www.dinblogg.com/feed) som du kan länka till. Bäst utnyttjar du ditt RSS-flöde genom att presentera en tydlig länk till det på din blogg. På så sätt hittar läsare, som känner till principen, det. Det är också en bra idé att nu och då skriva om att du erbjuder RSS och förklara för dina läsare hur dom kan utnyttja det. Sammanfattningsvis så kan ett RSS-flöde vara ett utmärkt sätt att skapa en bas av återkommande läsare till din blogg!

## Pinga andra bloggar och tjänster

Att "pinga" (engelska "ping" - ungefär att uppmärksamma någon på...) är ett centralt begrepp i bloggvärlden. Att en blogg pingar andra bloggar och webbplatser har till syfte att göra dem uppmärksamma på att du skrivit ett nytt inlägg.

Detta kan och uppmuntras du utnyttja för att dra läsare till din blogg! Det finns många webbplatser vars syfte är att kategorisera (antingen manuellt eller automatiskt) bloggar och att presenterade de som nyligen blivit uppdaterade. Ett svenskt exempel på en sådan webbsida är [nyligen.se](http://nyligen.se), och ett känt internationellt exempel är Technorati. Många bloggtjänster och bloggprogram har funktioner för att automatiskt pinga olika webbplatser när du skriver ett nytt inlägg.

Här nedan hittar du en lista över webbplatser du kan lägga till på din ping-lista.

Svenska:

<http://www.nybloggat.se/ping/009>

<http://svensk.lemonad.org/ping/>

<http://nyligen.se/ping/>

<http://intressant.se/ping/>

<http://ping.weblogs.se/>

[rpc.pingomatic.com](http://rpc.pingomatic.com)

## *På internet handlar politiken om att bygga relationer*

Det var inte många år sedan vi hade en kulturminister som tog strid mot ägarkoncentrationen på massmediemarknaden, och förklarade att den var ett hot mot mångfalden i medierna. Massmedieägarna tog högljutt striden tillbaka och förklarade att kulturministerns lagförslag var ett hot mot yttrandefriheten.

Sammanhanget den debatten fördes i har förändrats radikalt. Nu är det tydligt för de flesta att vi lyssnar allt mindre på såväl etablerade politiker som massmedier, och att deras oligopol på opinionsbildningen är över. Något har hänt i partipolitiken och i massmedierna som förändrat förutsättningarna för politiskt arbete för alltid.

Den här studiecirkeln handlar därför inte i första hand om hur man gör för att blogga eller vilka tekniska verktyg som är de viktigaste. Utgångspunkten är istället att något har hänt, och att detta ställer helt nya krav på politiker som vill nå framgång.

### **Något har hänt**

Vad är det då som har hänt i medierna och i politiken? Fram till nyligen bestämdes förutsättningarna för den politiska diskussionen i stort sätt av mediernas politiska rapportering och av de politiska partierna, tillsammans med ett och annat särintresse.

De byggde tillsammans politikens kontaktyta gentemot medborgarna. Partierna fungerade som mediernas underleverantörer av nyheter, och samlade dessutom medlemmar som spred partiernas budskap vid fikabord och bland vänner.

Denna struktur var stabil sedan 1930-talet fram till alldeles nyss. Partierna, medierna och särintressena var de samma - även om public service-teve och reklamteve tillkom med tiden.

Strukturumvandlingen på mediemarknaden sedan internet slog igenom har nu lett till att de traditionella medierna och partierna snabbt förlorat greppet om svenskarnas bild av politik.

Utmaningen för politiker är därför inte längre att hitta rätt politiska frågor att driva i de stora medierna, eller definiera sina väljargrupper, utan att hitta fram till medborgarnas politiska medvetande.

I boken "I mänsklig makt – Om politikens vardagar" (Brombergs, 2008 med stöd av SKL) intervjuar de garvade politiska reportrarna Claes-Göran Kjellander och Margit Silberstein olika starka lokalpolitiker runt om i Sverige om det politiska vardagsslitet. Göteborgs starke man Göran Johansson är frustrerad över bristen på engagemang för partipolitiken på arbetsplatserna och i lokalsamhället, och skyller på just medierna:

"Förfallet började med TV2, tror Göran Johansson. 'Tidigare hade alla sett samma teveprogram och man diskuterade dem på rasten. Varje paus var en liten studiecirkel. När vi fick fler tevekanaler 1968 hade alla sett olika program. Då blev det tyst. Man slutade diskutera.'"

Med den ingången till framtiden, är det lika bra att ge upp. Men ändå känns det som att många politiker tänker precis så, och när en dröm om att den gamla ordningen ska återuppstå. Det var ju i den de kunde orientera så väl, och som gav dem makt och positioner.

Jag tror att valet 2002 var det sista där ett utspel om krav på språkkunskaper för medborgarskap, eller ett scoop om rasism i valstugor, kunde förändra en hel valrörelse. En förutsättning för att det skulle ske var nämligen att några få massmedier dominerade det offentliga samtalet, och att det var svårt för dem utan journalisternas öra att göra sina röster hörda. Nu är det annorlunda.

## Och det har hänt i medierna

Företaget MMS erbjuder på sin hemsida den utmärkta gratistjänsten Hottop som visar tittarsiffror för olika teveprogram i Sverige. Jag undersökte vilka som var de hundra mest sedda programmen för olika åldersgrupper under 2 till 8 maj 2009. För dem som vill använda Sveriges televisions tevenyheter för att kommunicera med medborgarna i framtiden var det deprimerande läsning:

- Bland de hundra mest sedda programmen på kanal 1 till 5 för gruppen 15 till 24-åringar fanns varken Aktuellt eller Rapport med.
- I gruppen 15 till 39 år fanns fyra Rapport- eller Aktuellt-sändningar. Den som sågs av flest nådde 3,9 procent av målgruppen.
- För svenskarna över 60 år var däremot åtta av de tio mest populära programmen Rapport eller regionala nyheter, och varje Rapportsändning sågs av 30 procent av målgruppen.

Det är inte heller så att människor under 40 ser andra program. Det mest sedda programmet bland dem över 60 (Rapport) hade mer än dubbelt så många tittare som det mest sedda bland dem mellan 15 och 39 (Wipeout). Människor under 40 håller på att överge teven.

Och papperstidningar är inte heller ett alternativ om man vill prata till framtidens medborgare. Att dagstidningsläsandet minskar snabbt är inte en nyhet. Men att det skulle gå så högt upp i åldrarna som Arne Ruth och Bjarne Stenquist skriver, är fortfarande en överraskning för många: "I åldersgruppen 60 till 85 år läser fortfarande 85 procent av alla svenskar en prenumererad morgontidning. Men i åldersgruppen 15 till 29 år är det inte ens hälften så många. Och det nya är att även åldersgruppen upp till 44 år i växande utsträckning överger den tryckta tidningen." (DN 10 december 2008)

Förutsättningarna för att smarta utspel eller reportage ska få genomslag minskar förstås när allt färre medborgarna tittar på teve eller läser de stora tidningarna.

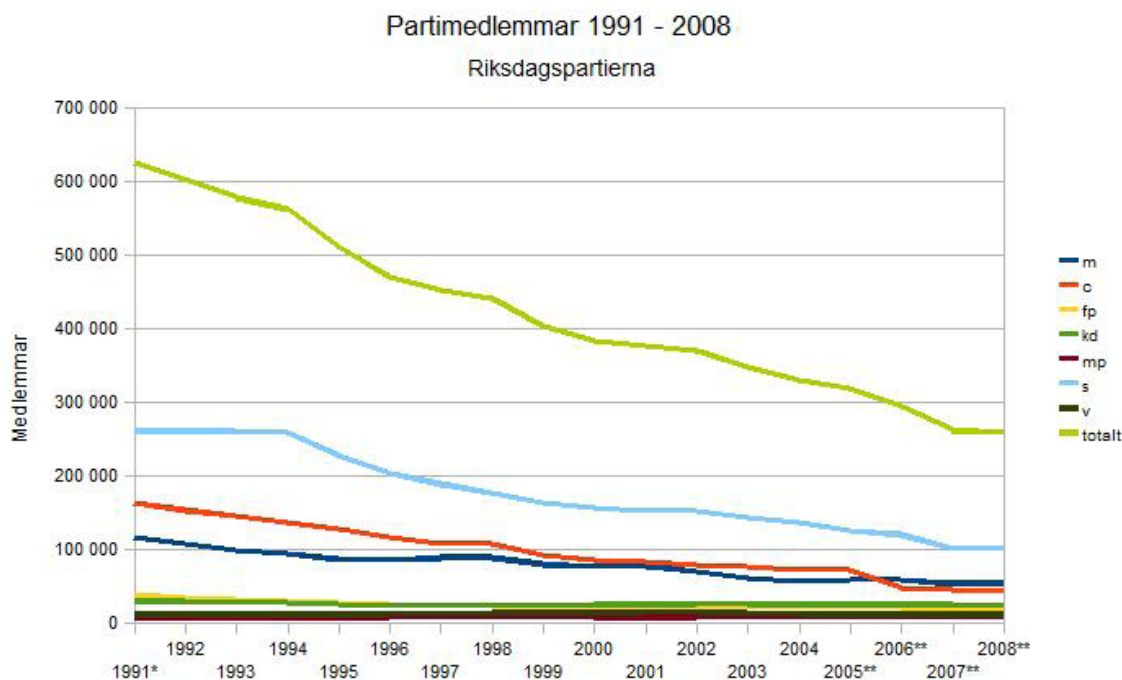
## Och det har hänt i partierna

Under 1990-talet utvecklade de politiska partierna i Sverige allt mer avancerade metoder och strategier för att förmedla sina budskap till väljarna via massmedierna. Om man skruvade budskapet så att det blev lagom provokativt och spännande kunde ett lyckat utspel i något av massmedierna skapa ringar i de andra, och partiet dominera medierna i flera dagar. Därmed satte man bilden av partiet i väldigt många



fler medborgares medvetande än vad medlemskåren skulle kunna nå i en traditionell kampanj.

Konsekvensen av att partierna koncentrerade sina resurser på att nå medborgarna via massmedierna blev att de lämnade medlemsorganisationerna vind för våg. Det går inte att ha en demokratisk diskussion i ett parti först, och sedan tro att det finns något nyhetsvärde kvar i det man vill presentera. Få ansträngningar gjordes därmed för att det skulle vara meningsfullt att vara partimedlem, och konsekvensen av det blev att antalet partimedlemmar i Sverige mer än halverades. (Fig 1)



Trenden gäller alla partierna i riksdagen. Om man tittar på åren för riksdagsval ser man att kurvan för det totala antalet medlemmar planar ut lite. Men sedan dyker den snabbt igen.

Piratpartiet däremot ökade sitt medlemsantal från knappt 10 000 i början av 2009 till drygt 50 000 i oktober. På ett drygt halvår blev partiet tredje störst i Sverige med nästan lika många medlemmar som Moderaterna. Det är inte bara för att internetpolitiken har blivit intressant, utan också för att Piratpartiet har en helt annan relation till sina medlemmar än de traditionella partierna. Gå in på deras hemsida och titta efter.

## Och det händer på internet

Den tredje kontaktytan till medborgarna som partierna skulle kunna använda är internet. Men inte heller partiernas hemsidor har lyckats skapa en relation till medborgarna. Mellan den 9 september och 9 oktober hade folkpartiet.se ca 22 000 visningar, dvs klick, moderat.se 28 000, mp.se 30 000, socialdemokraterna.se 40 000, medan piratpartiet.se hade 121 000 (siffrorna är från [trafficestimate.com](http://trafficestimate.com)).

Det är svårt att veta vad antalet klick egentligen betyder, mer än att det innebär aktivitet. Det är ungefär som antal steg i en partilokal. De behöver inte åstadkomma något, men de innebär att någon är där och gör något.

Men ännu intressantare än aktiviteten på partiernas hemsidor är intresset för partierna bland människor som söker information på internet. Google har en grätjänst som heter Google insight, och som mäter hur många som googlar ett visst ord. Tjänsten är gjord för exempelvis företag som vill göra marknadsundersökningar och vill veta när på året, och var, som många människor söker efter en viss produkt.

Om man undersöker hur ofta någon googlar de olika partierna finner man också här att intresset är lågt. (Fig 2.)



Intresset för de traditionella partierna följer precis samma kurvor, och vi som använder Google som sökmotor söker ungefär lika ofta på de olika partiernas namn. Utrymme i de traditionella medierna som partierna får ger inte utslag i hur människor sedan aktivt söker information. Piratpartiet däremot var mycket mer intressant bland internetanvändare under våren.

Om man istället söker på en internetrelaterad politisk fråga som debatterats det senaste året märker man också stort intresse. Det är till exempel betydligt fler som har sökt på ordet "ipred" - alltså namnet på den lag som gör det möjligt för upphovsrättsinnehavare att avkräva namnen på misstänkta fildelare från internetleverantörer - än på "reinfeldt".(Fig 3)



Så länge de politiska partierna negligerar sina medlemsorganisationer, använder de traditionella massmedierna som sin huvudsakliga kommunikationsmetod och låter bli att skapa en politik för den verklighet som många människor lever i, kommer kontaktytan gentemot medborgarna att fortsätta minska.

## Strukturomvandlingen

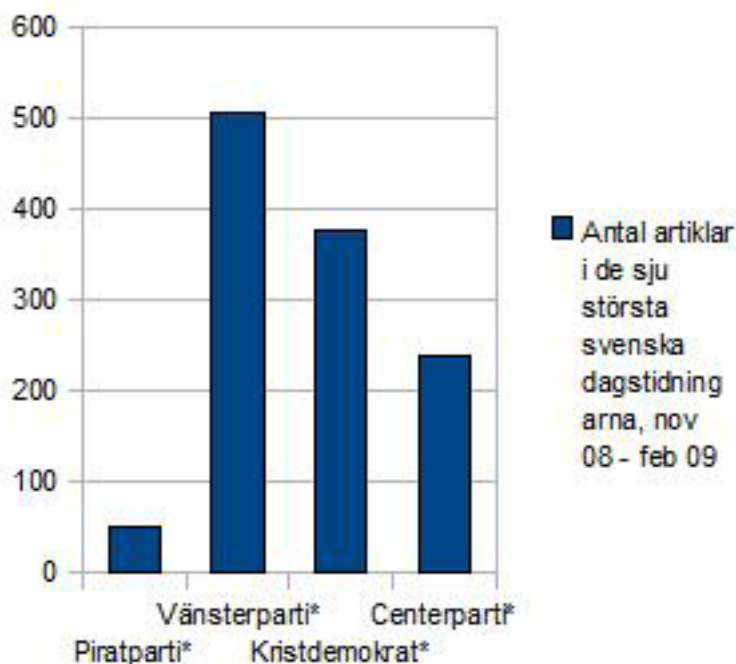
Det finns dock inte heller någon anledning att tro att intresset för politik skulle ha minskat; valdeltagandet är relativt konstant och på internet är politik ett av de absolut största ämnena (titta på bloggar.se). På en marknad skulle därför en slipad entreprenör se partiernas reträtt från medborgarnas politiska medvetande och lansera en helt ny produkt, som bättre uppfyller vad medborgarna efterfrågar.

Och det är precis vad som hänt sedan 1990-talet: Efter Miljöpartiet och Kristdemokraterna kom Ny demokrati, och sedan har antalet nya parter exploderat: Sjukvårdspartiet, Pensionärspartiet, alla Skånepartierna, mängder av kommunpartier, Sverigedemokraterna, Feministiskt initiativ, Junilistan - och nu senaste Piratpartiet.

De flesta försök misslyckas, men ibland lyckas någon fylla ett tidigare oidentifierat behov. Och i takt med att det blir allt enklare och billigare att starta ett parti kommer försöken att bli fler. Med internet som organisatorisk plattform kan man snabbt bygga en nationell struktur för ett partis alla viktiga funktioner; partiprogramsarbete, interna val, debattforum, kunskapsdelning, kampanjarbete och så vidare.

Piratpartiets sämsta resultat i EP-valet var i Jönköpings län, där man fick 5,6 procent. Bäst gick det i Östergötlands län där man fick 8,1. Inget annat parti kommer i närheten av den jämna fördelningen i valresultat över landet, trots att de har kontor och lokalavdelningar nästan överallt och har funnits i hundra år.

Piratpartiet hade inte heller stor närvaro i de etablerade medierna förrän precis de sista veckorna före valet. Johan Karlsson som driver bloggen Mothugg gjorde i våras en sökning på hur många artiklar som de sju största dagstidningarna skrev om de svenska partierna mellan november 2008 och februari 2009 ("Gammelpartierna vs Piratpartiet 2" 090303). V, C och Kd hade betydligt större genomslag i tidningarna under denna period, men fick ändå se sig slagna av Piratpartiet i valet drygt tre månader senare. (Fig 4)



Förutsättningarna för det partipolitiska arbetet har alltså ändrats snabbt och radikalt. Det går uppenbarligen att lyckas utan lokaler, lokalavdelningar eller utrymme i massmedierna. Piratpartiet var först med att utnyttja detta, runda medierna och flytta organisationen till internet. Men det är fullt möjligt att göra för alla andra. Vad som är säkert är att tiden när Göran Johansson visste vad alla hade sett på teve kvällen innan för alltid är över.

## Vad göra?

### *Välj dina verktyg*

Frågan för hugade politiker är förstås: Om de traditionella medierna inte når lika många som förr, och de partimedlemmarna som kan prata gott om partiet blir allt färre, hur gör jag då för att vinna förtroende hos medborgarna så att jag kan vinna mandat till en folkvald församling?

Det första svaret är att inte överge de traditionella medierna. Även om de inte når alla så når de många. Det övergripande svaret är nämligen att inget har försvunnit, det är bara väldigt mycket som har tillkommit. Vill man kommunicera med många måste man använda många metoder; dörrknackning, debattartiklar, utspel, affischer, valstugor och internet.

De politiska partierna kan allt om traditionella kommunikationsmetoder. Det vi ska prata om i denna studiecirkel är därför hur man kan använda internet, och det kanske enklaste och effektivaste internet-verktyget som finns: bloggen. Fokus i diskussionerna bör ligga på hur man lägger upp sin strategi, och hur den hänger ihop med tekniken. Det går nämligen inte att arbeta med en blogg på samma sätt som med pressmeddelanden, eller debattartiklar i tidningarna.

I den nyvakna diskussionen i många partier om hur man ska använda internet i arbetet har det ofta blivit viktigare att försöka finnas med överallt, än att fundera på vad man vill använda tekniken till.

”Obama vann valet på internet. Vi måste också ha en kanal på Youtube. Vi måste använda Facebook och Twitter. Alla politiker måste ha en blogg”, sägs det.

Risken är då att man missar det som är annorlunda med internet, och använder samma tilltal och samma utspelsmetoder på internet som på affischer och i reklambroschyrer. Det har man inget för. Precis som att man inte kan vara resonerande på en affisch, kan man inte vara propagandistisk på en blogg med framgång. Det är alltså viktigt att välja verktyg efter vad man vill uppnå.

### *Välkomna kritik och beröm*

Det som skiljer en blogg, och alla andra så kallade sociala medier, från traditionella hemsidor och debattutrymmen är att de är interaktiva. En blogg är beroende av sina läsare för att bli intressant. Faktumet att läsare kan kommentera gör att skribenten öppnar sig för såväl kritik som beröm. Men bloggaren har dessutom möjligheten att direkt svara dem som kommenterar, och därmed skapa en dialog om politiken.

Detta gör att man inte kan skruva fakta, skriva mycket mellan raderna, vara ensidig i argumentationen eller undanhålla viktiga resonemang. Antingen resulterar det i få läsare, eftersom ingen vill läsa propaganda, eller så kommer läsarna att påpeka bristerna i kommentarsfältet, och

då måste man förklara sig. Var därför inte rädd för offentlig kritik. Om du har fakta och argument på hand kommer meningsutbytet att vara berikande för läsarna och för dig.

Utbudet av bloggar, spel, underhållning, musik, film, sociala communities med mera på internet i det närmaste oändligt. Så om det man skriver inte är intressant och viktigt, och om bloggaren inte bryr sig om dem som kommenterar, finns det ingen anledning för någon att komma tillbaka till bloggen. Det intressanta med en blogg är att ingen riktigt har kontroll över vad som händer i de möten som skapas.

#### *Bygg relationer*

Det räcker inte heller med att bejaka kommentarer, och svara själv. Sannolikt finns det också mycket kompetens hos dem som läser och kommenterar, och hos många andra bloggar som skriver om samma ämnen. Detta ska man dra nytta av. Om du själv är generös med beröm och feed back när du läser andras bloggar, får du med största sannolikhet det samma tillbaka.

Själva poängen med att ta sig an en blogg är just detta. Tekniken gör det möjligt för en politiker att själv hålla direktkontakt med hundratals personer samtidigt, och dra nytta av deras kunskaper och nätverk. Förr var det omöjligt eftersom det inte fanns tid för så många möten eller telefonsamtal. Men genom att skriva en bra blogg, och bygga ett stort och aktivt nätverk av läsare och andra bloggare, kommer kunskapsutbytet naturligt och mycket snabbt. Bloggen är ditt verktyg för att skapa ett nätverk av goda relationer.

Det finns inga allvetande politiker. Men de som är ödmjuka inför andras kunskaper och som lyssnar ordentligt kommer att veta mer än andra.

#### *Var trevlig*

En annan viktig aspekt på bloggandet är själva tonen, att man är trevlig och positiv. Det är enkelt att skriva för hårt och elakt, särskilt om man försöker var snitsig. Och ännu värre är det om man sitter framför datorn sent på kvällen och gärna vill blir klar. Bättre då att spara inlägget till nästa morgon. Ironi, sarkasmer och hårda ord gör sig inte på internet. Följ istället lagen för Rövarena i Kamomilla stad:

”Man får inte plåga andra,  
man ska alltid bjuda till,  
men för övrigt får man göra som man vill”

#### *Var personlig*

Personen som skriver en blogg är viktigare än partiet han eller hon företräder. Därför är det viktigare att marknadsföra sig själv, än partiet. Jämför själv: Vem lyssnar man på helst, en person som håller upp partimärket varje gång han eller hon pratar, eller en person som litar på sina egna argument och har något att berätta?

Visst ska du berätta vilket parti du arbetar för, men låt inte det stå i vägen för din egen person. En läsare som vill veta vad ett parti tycker, kommer att gå till partiets hemsida. Din blogg däremot, besöker man för att veta vad *du* har att berätta.

## Förhållningssättet är det viktiga

De traditionella medierna kommer att vara viktiga även i fortsättningen för alla politiker. Men det som är fantastiskt med internet är att det är enkelt och billigt att skapa en plattform som varje internetanvändare i hela världen kan nå, bara de vet om att du finns. Man behöver inte be om lov, be om pengar, fatta formella beslut eller gå en lång utbildning.

En flitig och god skribent som har mycket att berätta kan skaffa sig många läsare. Faktumet att de läser just din blogg, i ett närmast oändligt utbud, innebär att er relation är mycket starkare än relationen man få till medborgarna genom en dagstidning eller någon teve-kanal. För att bygga ett stort nätverk av goda relationer, måste man därför ha ett annat förhållningssätt till medborgarna än det som dagens politiker har vuxit upp i.

Internet bygger på interaktivitet. Och för den generation som växer upp med internet kommer detta att vara ett krav även i andra delar av samhället. Vem vill lyssna på någon som inte lyssnar på andra?

Här finns nyckeln till en bra strategi. Som politiker kan man inte göra något åt förändringarna på massmediemarknaden, och politiska partier är svåra att förändra. Men genom att skriva bra, lyssna på kommentarer, ställa frågor till läsarna och bygga egna nätverk av läsare och bloggare, kan man ersätta en stor del av den kontaktyta till medborgarna som gått förlorad sedan 1990-talet, och dessutom stärka hela sitt nätverk. Receptet är inte att kräva av andra vad de ska göra, utan att göra det själv.

Erik Jennische  
Oktober 2009

[erik.jennische@liberal.se](mailto:erik.jennische@liberal.se)



[www.sv.se](http://www.sv.se)

