

Hypen.slut – verklighet.nu

| av Gunilla Sjöberg

Internet är inte längre nytt och nyfikenheten har ersatts av vardag. aftonbladet.se kommer att ge politisk information åt allmänheten snarare än moderat.se. För partierna öppnar sig andra nya möjligheter.

The screenshot shows the 'ELECTION 2000' archive page on CNN.com. It features a navigation bar with 'ELECTION 2000' and 'allpolitics.com TIME'. The main content area includes a large photo of George W. Bush and a 'RESULTS' section with a table of election results.

PRESIDENT	EV	States Won	Vote %	Votes
BUSH	271	30	48%	50,456,169
GORE	266	21	48%	50,996,116

Other sections visible include 'VIDEO', 'DECISION NIGHT', 'FEATURES ARCHIVE', 'LEGAL BATTLE', and 'STORY ARCHIVE'.

Det var inte till partiernas hemsidor man vände sig för information om förra årets amerikanska presidentval, utan till CNN.

UNDER DET AMERIKANSKA presidentvalet 1996 besökte så många som en fjärdedel av Internet-användarna kandidaternas hemsidor för att söka information. Det öppnade helt nya möjlig-heter för kandidaterna och partierna att kommunicera direkt med väljarna, utan att filtreras via massmedia.

Inför valet förra året trodde många därför att nätet skulle få sitt riktigt stora politiska ge-nombrott, att det kanske helt och hållet skulle komma att revolutionera valrörelserna.

Men så blev det inte. En studie från Pew Internet & American Life Project, med titeln "Internet election news audience seeks convenience, familiar names" visade att intresset för kandidaternas hemsidor hade minskat högst betydligt sedan 1996.

Andelen Internetanvändare som besökte någon av kandidaternas hemsidor föll från 25 procent 1996 till 7 procent år 2000. Orsaken till detta är inte att George W. Bush eller Al Gore skulle vara mindre intressanta kandidater än Bill Clinton eller Bob Dole. Orsaken ligger i att nätet mellan 1996 och 2000 gick från att vara ett rela-

tivt exklusivt medium till att bli ett allemansmedium. Precis som tidningen, radion och TV:n i sin barndom endast nådde smala och snäva målgrupper nådde även nätet i sin barndom en exklusiv skara.

I dag är ungefär hälften av de amerikanska väljarna on-line. I de städer som ligger i front-linjen – San Francisco, Seattle och San Diego – börjar andelen att närma sig 70 procent. När basen för Internetanvändningen ökar så påtagligt förändras också bevekelsegrunderna för att söka information. För även om det var färre som sökte sig till kandidaternas hemsidor så var det desto fler av väljarna som använde sig av nätet för att söka politisk information, en ökning från 4 procent 1996 till 18 procent år 2000.

1996 sökte man politisk information via nätet för att man där fick ny och annorlunda information. År 2000 var det främsta skälet bekvämlighet. Med det som bakgrund är det föga förvånade att amerikanernas klick i hälften av fallen antingen tog dem till CNN eller New York Times. Till skillnad mot vad många trodde 1996 minskade inte nätet massmedias makt. Istället gav nätet mäktiga massmedia nya möjligheter att fungera som gatekeepers.

DET ÄR LÄTT ATT AV de amerikanska erfarenheterna dra slutsatsen att Internet inte kommer att förändra hur väljarna söker politisk information. För de alla flesta kommer det att vara mer naturligt att klicka på www.aftonbladet.se än på www.moderat.se för att hämta information, precis som det för de allra flesta ligger närmare till hands att läsa en dagstidning än ett partiprogram.

Inte heller kommer Internet att förändra hur väljarna bestämmer sitt partival. Även om det är allt fler som svarar att den information de tar del av på nätet påverkar deras partival är det fortfarande en majoritet som svarar att de inte låter sig påverkas.

Men nätets riktigt stora potential ligger snarare i partiernas än i väljarnas händer. Att partierna i dag har svårt att hitta arbets- och verksamhetsformer som fungerar i en ny tid är ingen nyhet.

Internet är den moderna injektion som partierna såväl behöver och dess betydelse skall inte underskattas. Nätet ger inte bara partierna möjlighet att kommunicera med stora grupper av väljare, utan det ger också möjlighet att aktivera de egna väljarna. Möjligheten för ett litet parti, med sin databas fullmatad med e-postadresser och fingerfärdighet med tangenterna, är minst lika stora som för ett gammalt och trött parti med sido- och underorganisationer och fackförbund i ryggen. Internet

ger inte nya eller revolutionerande metoder att övertyga väljare, men väl nya och effektiva vägar att kommunicera och interagera med väljarna.

Det är inte så länge sedan, faktiskt inte mer än 10 år sedan, som den förtroendevalde ute i någon kommun i Sverige befann sig på mångmilavstånd från partihögkvarteret. Fick man reda på att partiet presenterat en rapport fick man efter bästa förmåga med hjälp av telefonen försöka att beställa ett exemplar, som förhoppningsvis dök upp ett par dagar senare. I dag kan Karl-Gunnar i Kalix tanka hem rapporten i samma sekund som den läggs ut på nätet.

OCH INTE NOG MED DET, den som har åsikter, synpunkter och tankar kan enkelt och billigt föra en dialog direkt med de ledande partiföreträdarna. Eller utbyta erfarenheter med andra förtroendevalda runt i Sverige.

För även om det så gott som aldrig är helt ny information som förmedlas via nätet utan sådant som tidigare förmedlats via brev och fax, så kan inte betydelsen av bytet av kanal nog understrykas. Minskade kostnader, minskad byråkrati och minskat tidsspill. Ökad snabbhet, ökad aktualitet och kortare avstånd.

Ytterligare en viktig funktion för nätet är att det kan bli en väg att

samla in ekonomiska stöd till kampanjverksamheten. Kanske innebär lättillgängligheten på nätet att vi svenskar äntligen får den injektion som behövs för att vi skall börja öppna våra egna portmonnärer för att stödja det vi tror på och inte överlämna åt statskassan att stå för fiolerna. Det här är ett viktigt användningsområde för de politiska partierna i USA. Att det fungerar utmärkt att samla in pengar på nätet visade sig inte minst i republikanernas primärval, då John McCain lyckades samla in 1 miljon USD på ett dygn – enbart via nätet. Här har vi svenskar mycket att lära. Tekniskt och ideellt.

Undersökningen från USA visar även att nätet föder aktivitet. Av dem som sökte information på nätet, främst om kandidaternas ställningstagande, deltog även 35 procent i olika opinionsundersökningar on line. 22 procent skickade e-post till kandidaterna. Fem procent lämnade ekonomiska bidrag till kampanjerna via Internet.

Nätet gör det enkelt att gå från ord till handling. Att ta ställning, att engagera sig. På sina egna villkor. Internet är en stor utmaning för de politiska partierna.

Gunilla Sjöberg (gunilla.sjoberg@moderat.se) är opinionsanalytiker vid moderaternas riksorganisation.

”Internet är den moderna injektion som partierna såväl behöver och dess betydelse skall inte underskattas.”