



FOTO: ANDERS LARSSON

Anders Larsson följer valrörelsen på webben.

## Sociala medier i valrörelsen

Sociala medier är populära – inte minst i den svenska valrörelsen.

– Allt fler partier ser sociala medier som ett effektivt sätt att föra ut sitt budskap, säger Anders Larsson, doktorand vid Uppsala universitet.

**I SOMMAR HÅLLER** Anders Larsson en kurs i sociala medier vid Uppsala universitet. Samtidigt pågår hans forskningsprojekt om hur de olika partierna använder sociala medier i valrörelsen.

Sommarkursen har lockat många sökande och 60 studenter har antagits. Det är mest studenter men också yrkesverksamma.

– Fortfarande förknippas sociala medier med privatlivet, men idag används de också inom organisationer. Kursen tar upp vad det får för följder för arbetslivet, för privatpersoner och organisationer. Det är en kurs som försöker förstå hur sociala medier används och vad det får för konsekvenser.

### Trevande steg

Anders Larsson jobbar själv med ett projekt kring det svenska riksdagsvalet och hur partierna använder sina webbplatser före, under och efter valet i september 2010. Redan i november 2009 började han ladda ned partiernas hemsidor en gång i månaden.

– Om man kollar på hur sidorna ser ut nu märker man att de vill ta de första trevande stegen. Men det här är ett medium som vilket annat som helst, man måste lära sig att behärska det först.

USA:s president Barack Obama använde framgångsrikt sociala medier i sin valkampanj och hade en hel stab som twittrade. Så vann han också presidentvalet.

– Även i Sverige, där vi ju har en hög Internetanvändning, borde det vara ett vinnande koncept. Det blir också intressant att se vad som händer efter den 19 september. Fortsätter den täta kontakten med väljarna? säger Anders Larsson.

– För en politiker kan det vara svårt att hinna upprätthålla en nära kontakt med väljarna, men det går att skapa den känslan. Exempelvis har Göran Hägglund visat sig vara synnerligen aktiv på Twitter.

ANNICA HULTH