

# **Har sociala medier förändrat förutsättningarna för ungdomars partipolitiska deltagande?**

En kvantitativ undersökning om användningen av sociala medier  
bland de politiska ungdomsförbundens partidistrikt.

Examensarbete i Samhällskunskap  
VT 2012  
Emil Eriksson  
Handledare: Mikael Persson  
*Antal ord: 8167*

## **Abstrakt**

### **Titel:**

Har sociala medier förändrat förutsättningarna för ungdomars partipolitiska deltagande? – En kvantitativ undersökning om användningen av sociala medier bland de politiska ungdomsförbundens partidistrikt.

### **Författare:**

Emil Eriksson

### **Handledare:**

Mikael Persson

### **Kurs:**

Examensarbete i samhällskunskap, VT 2012

### **Syfte:**

Att undersöka ungdomsförbundens attityd till- och användning av sociala medier. Samt avgöra huruvida sociala medier som ett nytt kommunikationsmedel underlättat deltagandet i de politiska ungdomsförbunden och därmed påverkat antalet nya medlemmar.

### **Metod:**

Kvantitativ webbenkätundersökning

### **Material:**

Respons från 65 (av 170) partidistrikt

### **Huvudresultat:**

De distrikt som deltog hade överlag en mycket positiv inställning till sociala medier; de ansåg att sociala medier var viktiga för deras verksamhet och användes i stor utsträckning. De flesta instämde också med påståendet att sociala medier kommer att få större betydelse för den politiska diskursen och distrikten var benägna att satsa mer på sociala medier.

Jag kunde konstatera att det fanns en korrelation mellan sociala medier och andelen nya medlemmar; de distrikt som i hög grad använde sig utav sociala medier hade också fått en markant större andel nya medlemmar. Även om man tog hänsyn till partitillhörighet, distriktens storlek och hur viktigt distrikten tyckte rekrytering var. Vidare forskning inom området anser jag vara angeläget.

# Innehållsförteckning

|   |    |
|---|----|
| <b>1. Inledning</b>   | 4  |
| 1.1 Sociala medier och ungdomars partipolitiska deltagande                          | 4  |
| <b>2. Teori och tidigare studier</b>  | 5  |
| 2.1 Teoretisk ansats  | 5  |
| 2.1.1 Hur definierar man sociala medier?  | 5  |
| 2.1.2 Vilka faktorer påverkar ungdomars politiska engagemang?                       | 7  |
| 2.2 Tidigare studier.   | 9  |
| 2.2.1 Studier om ungdomars förhållande till sociala medier och politiskt deltagande | 9  |
| <b>3. Frågeställning och syfte</b>  | 11 |
| 3.1 Problemformulering  | 11 |
| 3.2 Syfte   | 11 |
| 3.3 Frågeställning  | 12 |
| <b>4. Metod design</b>  | 12 |
| 4.1 Forsknings design   | 12 |
| 4.2 Metod   | 14 |
| 4.3 Urval   | 15 |
| 4.4 Reliabilitet och validitet  | 16 |
| 4.5 Etiska riktlinjer   | 17 |
| <b>5. Resultat och analys</b>   | 18 |
| 5.1 Reflekteringar kring enkätens respons   | 18 |
| 5.2 Ungdomsförbundens attityd till sociala medier                                   | 19 |
| 5.3 Sociala mediers påverkan av nyförvärvandet i ungdomsförbund                     | 20 |
| 5.4 Diskussion kring analysens resultat   | 24 |
| <b>7. Sammanfattning</b>  | 24 |
| <b>8. Referenslista</b>   | 26 |
| <b>9. Bilagor</b>   | 28 |
| 9.1 Bilaga 1  | 28 |
| 9.2 Bilaga 2  | 31 |

# 1. Inledning

Inledningsvis vill jag redogöra för studiens utgångspunkt och förklara hur jag påträffade mitt forskningsproblem. Jag beskriver kortfattat min ursprungliga inblick i forskningsfältet och vad som väckte mitt intresse för frågan.

## 1.1 Sociala medier och ungdomars partipolitiska deltagande

I den mån jag följt partipolitik i dagstidningar och annan media har jag under en lång tid fått intrycket att medlemsantalet hos de svenska riksdagspartierna sjunkit drastiskt och att trenden blivit alltmer tydlig. Detta är en upplevelse jag delar med många andra. Hanna Hallin uttryckte sitt missnöje i en artikel i Svenska dagbladet där hon hävdar att partierna saknar insikt om nedgången i medlemsantalen. Hon påpekar att partimedlemmar har en mycket samhällsviktig funktion i och med att de faktiskt väljer vilka som skall få företräda oss i folkvalda församlingar och avgör vilka alternativ vi har att rösta på i val. Därför anser hon, och jag håller med, att vi står inför något av en kris då 5 av 6 partimedlemmar försvunnit de senaste 30 åren. 1979 var 19 % av befolkningen med och påverkade politiken genom partiorganisationerna, 2011 var det 3 %.<sup>1</sup>

Därför blev jag mycket förvånad när jag fick höra att de politiska ungdomsförbunden de senaste åren gjort anmärkningsvärda ökningarna i medlemsantalen.<sup>2</sup> Enligt ett reportage i SVT hade samtliga av riksdagspartiernas ungdomsförbund gjort en medlemsökning med mellan 19-83 %.<sup>3</sup> Hur kunde detta stämma överrens med det annars så tydliga raset i politiskt engagemang? Vilka faktorer kunde tänkas ligga bakom ökningen? Fanns det något nytt fenomen som motiverade ungdomar att gå med i ungdomsförbunden? Istället för att vända mig till de vanliga teserna om socioekonomiska förändringar eller politiska omständigheter som berör personerna i fråga ville jag leta efter en tämligen oprövad förklaring. En mycket aktuell företeelse är sociala medier som fått ett enormt genomslag i Sverige, inte minst bland ungdomar och en betydande andel Svenskar använder sig dagligen av sociala medier så som Facebook.<sup>4</sup> Jag bestämde mig för att ta reda på huruvida sociala medier kan ha spelat en roll i den avsevärda ökningen av medlemmar bland de politiska ungdomsförbunden. Hypotesen ursprung kommer från min egen upplevelse att underlättat kommunikationen mellan

---

<sup>1</sup> SvD. Hallin, H. 2011

<sup>2</sup> DN. Bondesson, M. 2010

<sup>3</sup> SVT. 2011

<sup>4</sup> Sundén, S. 2011

partimedlemmar som numera kan hålla sig uppdaterade och mobiliseras utan större bekymmer tack vare sociala nätverk. Man kan också tänka sig att sociala medier är ett nytt användbart PR verktyg. Skulle det kunna vara så att de mycket uppmärksammade sociala medierna kan ha fått en tidigare oengagerad grupp ungdomar att gå med i ungdomsförbund?

## 2. Teori och tidigare studier

Eftersom sociala medier är ett så pass nytt fenomen och i konstant utveckling är det akademiska utbudet mycket begränsat jämfört med andra forsknings fält och det råder något av en brist på svenska studier. Det finns stora utforskade områden inom området sociala medier och långvariga, interdisciplinära och experimentella undersökningar lyser med sin frånvaro. Väldigt få studier om sociala medier har ett tydligt samhällsvetenskapligt perspektiv och undersökningar om ungdomars politiska deltagande utreder inte huruvida sociala medier är en faktor som kan påverka. Men nyligen har vissa undersökningar faktiskt genomförts och dessa tar jag hjälp av för att få en översikt av forsknings läget och relatera till i mitt eget arbete det råder dock ingen konsensus om hur sociala medier påverkat politiskt deltagande.

### 2.1 Teoretisk ansats

För att ordentligt kunna besvara frågor om de sociala mediernas effekt på ungdomars vilja och förmåga att delta i partipolitik behöver jag först redogöra och definiera vissa vanligt förekommande begrepp, en del mer komplexa än andra. Man har i nuläget tämligen sannolika teorier om hur ungdomar använder sociala medier och varför de engagerar sig politiskt, men jag känner ändå att min studie är befogad då jag bygger vidare på experternas resonemang.

#### 2.1.1 Hur definierar man sociala medier?

Sedan sociala mediers stora genomslag på 2000-talet har Internet förändrats markant. Tidigare liknade innehållet på webben det material som fanns tillgängligt i övriga media; ett fåtal personer publicerade en stor del av innehållet på nätet. Men i takt med sociala mediers framväxt har situationen förändrats och allt fler personer bidrar med allt mer material. Ibland benämns utvecklingen som ”webben 2.0”. Den nuvarande trenden är alltså att

användargenererat innehåll ökar i popularitet och forskare blir tvungna att förhålla sig till företeelsen.<sup>5</sup>

Att definiera sociala medier är problematiskt då det är ett tämligen nytt och mångsidigt fenomen. Nationalencyklopedin beskriver sociala medier som ett ”samlingsnamn på kommunikationskanaler som tillåter användare att kommunicera direkt med varandra genom exempelvis text, bild eller ljud.”<sup>6</sup> Fältet är dock inte utforskat, tvärtom har det genomförts många undersökningar under de senaste åren och området får alltmer uppmärksamhet, men samtidigt studerar forskarna någonting som ständigt förändras och jämfört med andra äldre, mer etablerade forskningsfält är det svårt att utläsa vilka teorier och studier som är gällande och ansenliga. Sociala medier skiljer sig alltså från andra medier eftersom det framförallt är enskilda användare som genererar innehåll och variationen är därmed stor. Men det är inte bara ämnen växlar, även formen skiftar beroende på tjänsten i fråga; sociala medier förekommer i olika format så som nätverks sidor, bloggar, forum, media delnings sidor. Danah m. Boyd är en av dem som bedrivit mycket forskning inom området och hon har undersökt vilka, hur och varför personer använder sociala medier. Jag tar hjälp av hennes resonemang då hon försöker definiera sociala medier, i synnerhet sociala nätverks sidor. Tillsammans med Nicole B. Ellison publicerade Boyd en artikel om sociala nätverks sidors definition, historia och vetenskapliga signifikans. De hävdar i sin inledningsviss att sociala medier och nätverks sidor börjar dra till sig alltmer akademisk uppmärksamhet, men än så länge förblivit jämförelseviss utforskat. De resonerar eftersom sociala nätverks sidor är ett synnerligen mångfacetterat fenomen är en analys där begreppet socialt nätverk definieras och förklaras berättigad. Det finns webbsidor som riktar sig till särskilda grupper så som personer med gemensamma intressen, politiska sympatier, sexuell läggning, nationell tillhörighet eller etnisk bakgrund. Nätverken varierar också i hur man kommunicerar och vissa sidor tillåter medlemmar att chatta, blogga eller dela med sig av media så som bilder, musik eller videos. När forskarna definierar sociala nätverk som en webbaserad tjänst valde man att fokusera på tre stycken punkter; (1) sidan utgår ifrån att medlemmarna konstruerar en egen offentlig, eller semioffentlig, profil. (2) Medlemmarna tillhandahålls en lista med vilka användare de har en förbindelse. (3) Användarna kan överblicka sina egna och andra kontakter, hur detta sker varierar dock som sagt mellan de olika webbsidorna. Boyd påstår att det som gör sociala nätverks sidor unika är inte att de låter folk ta kontakt med främlingar utan snarare att skildra användarnas kontakter vilket kan resultera i att en ny relation uppstår, men detta är inte syftet

---

<sup>5</sup> Agichtein, E. m.fl. 2008:1-2

<sup>6</sup> Nationalencyklopedin, sociala medier

utan ofta består en medlems kontakter av sedan tidigare bekanta personer och det finns latent förbindelser.<sup>7</sup>

Boyd och Ellison utformade med hjälp utav ett flertal källor en tidslinje över de största nätverken där man utgår ifrån 1997, som man argumenterar för var genombrottet för sociala medier, och jobbar sig fram till 2006 då arbetet publicerades. Den SNS kom att slå igenom ordentligt gick under namnet *Six Degrees.com* och lanserades som en sida där medlemmarna fick designa sin profil och lista vänner. Därefter utvecklades en mängd olika nätverks sidor, den ena mer populär än den andra. *LiveJournal* tillät sina användare att föra dagboksliknande bloggar, med tjänsten *Flickr* kunde medlemmar ladda upp och dela bilder och på *Last.FM* gick det att lyssna på musik och få musiktips från vänner och personer med liknande smak. De beskriver ganska utförligt hur de åtskilliga sidorna uppstått och vad som utmärker dem. Sociala medier nådde enligt Boyd och Ellison en ny höjdpunkt med *Friendster* och sedan *MySpace* som på kort tid fick miljontals användare världen över. Den senaste trenden då artikeln skrevs var att tjänsterna *Facebook* och *Twitter* fick allt mer uppmärksamhet ifrån allmänheten. Båda nätverken byggde på ett så kallat ”nyhetsflöde” som skapades av medlemmarnas ”vänner” på nätverket.<sup>8</sup> Med hjälp av Boyd och Ellisons studie får jag ett tidsperspektiv och jag kan konstatera att om sociala medier har påverkat ungdomars politiska vanor så borde man se en effekt nu. Värt att notera är att sociala nätverk inte nödvändigtvis är detsamma som sociala medier, men eftersom jag inte uteslutande kommer att studera sociala nätverk föredrar jag att använda den bredare beteckningen sociala medier.

### **2.1.2 Vilka faktorer påverkar ungdomars politiska engagemang?**

Det andra fältet jag gör anspråk på att uttala mig om är politisk deltagande, vilket jag uppfattar som något mer kartlagt än sociala medier. Enligt William Cross och Lisa Youngs har man kunnat utläsa en distinkt nedgång i de kanadensiska ungdomarnas partipolitiska deltagande och utvecklingen tycks vara är den samma i andra västerländska demokratier. Denna tendens måste betraktas som olycklig med tanke på att partiernas uppgift är att företräda folket och alltför ifrågasätter partiernas funktion som en bro mellan det civila samhället och staten. Cross och Young menar att bristen på unga partimedlemmar gör att partierna blir alltmer avskilda från de medborgare de skall representera och om partierna vill förbli vitala, mångfaldiga organisationer måste de locka yngre väljare som är underrepresenterade. Medborgarna har ett fortsatt högt förtroende för det demokratiska

---

<sup>7</sup> Boyd, D. & Ellison, N. 2007:210-214

<sup>8</sup> Boyd, D. & Ellison, N. 2007:214-219

styrelseskicket, men väljer att inte engagera sig i de organisationer som demokratin bygger på.<sup>9</sup> Statsvetaren Olof Petersson bekräftar att utvecklingen är den samma i Sverige då han redan 2005 antydde i en rapport till demokratirådet att de svenska politiska partierna skulle försvinna inom loppet av ett årtionde. Petersson menade att partierna hade allvarliga rekryteringsproblem. Nedgången av partimedlemmar i Sverige har varit mycket tydlig och de senaste 10 åren har medlemsantalet halverats från 625 000 medlemmar 1991 till endast 329 000 medlemmar 2004.<sup>10</sup>

För att återvända till Cross och Youngs studie, varför vissa ungdomar väljer att engagera sig i partipolitik medan andra låter bli. Forskarna utgick ifrån tidigare litteratur inom området för att reda ut vilka faktorer som antagligen skulle ligga bakom ungdomars politiska intresse och som därmed behövde undersökas. De förväntade sig att sociodemografiska variabler antagligen skulle ha betydelse; flickor och ungdomar som kom ifrån välbärgade familjer skulle i större utsträckning vara partimedlemmar eller benägna att gå med i partier. Likaså trodde Cross och Young att politiskt aktiva föräldrar skulle påverka sina barn att gå med. Det fanns också indikatorer som tydde på att politiska möjligheter, som att till exempel bli tillfrågad om medlemskap, kunde påverka medlemskap därför studerade de också rekryteringsmekanismer hos partierna. Slutligen ville forskarna söka efter samband mellan nyhetskonsumtion och politiskt deltagande.<sup>11</sup>

När de utifrån dessa variabler betraktade vilka som gått med i partier kunde man utläsa en del utmärkande drag som gjorde unga partimedlemmar till en väldigt distinkt grupp. Väldigt många partipolitiska ungdomar hade utsatts för politisk information och ”dragits in” i politiska aktiviteter av sina föräldrar redan som unga, vilket antyder att man socialiseras in i partipolitisk verksamhet; hälften av de tillfrågade hade blivit rekryterade utav en familjemedlem. Partimedlemmar hade också, inte helt oväntat, en positivare syn på partipolitik än övriga medborgare. De föredrog också i större utsträckning ”traditionella” nyhetsmedier. Denna studie påminner om vad jag försöker åstadkomma med mitt arbete, fast i mycket större utsträckning, och forskarna bekräftar vanliga uppfattningar om vilka och varför ungdomar går med i partier. Jag kan alltså konstatera att man redan känner till mycket om vilka avgörande faktorer som påverkar ungdomars beslut att engagera sig i partipolitik och utifrån denna studie resonerar jag att sociala medier rimligtvis inte kan ha mer än en marginell effekt, som jag dock fortfarande tycker är värd att studera. Fastän Cross och Young

---

<sup>9</sup> Cross, W. & Young, L. 2008:345-346

<sup>10</sup> Petersson, O. 2005:9-11

<sup>11</sup> Cross, W. & Young, L. 2008:352-356



tittar på media konsumtion bland partimedlemmar undersöker de inte hur partierna använder sig av sociala medier vilket innebär att min studie alltså är relevant.<sup>12</sup>

## **2.2 Tidigare studier**

När jag läste in mig på mitt forskningsområde upptäckte jag ett antal studier som liknade mitt arbete och som jag därmed var tvungen att förhålla mig till, men fastän temat Internet, ungdomar och politiskt deltagande är väldigt aktuellt kunde jag inte hitta någon som undersökte exakt samma samband som jag.

### **2.2.1 Studier om ungdomars förhållande till sociala medier och politisktdeltagande**

I rapporten "Svenskarna och Internet 2011" har Olle Findahl kartlagt de svenska Internetanvändarnas beteende och aktiviteter. I sin undersökning tillägnar han ett kapitel åt de sociala medierna där man bland annat kan utläsa att drygt två tredjedelar av dem som använde Internet besökte sociala medier 2011, jämfört med en tiondel 2005. Intresset för sociala medier har alltså ökat markant och sociala nätverk så som Facebook är störst, men även traditionella communities förblir populära. Knappt hälften läser bloggar och en relativt liten andel använder sig av Twitter. Findahl tar också upp en del punkter som relaterar till mitt eget arbete; han konstaterar att bland de yngre deltagarna har nästan samtliga besökt sociala medier. Statistiken säger att 14 % diskuterade politik på facebook, 10 % uttryckte politiska åsikter på Internet och 8 % sökte upp politiker på t.ex. Facebook eller Twitter. Inför riksdagsvalet 2010 sökte nästan hälften av befolkningen politisk information på nätet och Findahl uttryckte det som att utvecklingen de senaste åren inneburit "inget genombrott men en ökad roll för politik på Internet".<sup>13</sup> Findahls studie bekräftade min uppfattning att Facebook, twitter och politiska bloggar av allt att döma är de största, och av de svenska politiska ungdomsförbunden mest använda, sociala medierna vilket förstärker mitt beslut att fokusera på dem i min undersökning.

2008 publicerades en intressant artikel som där forskarna precis som jag ville undersöka sociala nätverkssidor och ungdomars politiska beteende. Baumgartner och Morris utgår liksom många andra ifrån att problemet att det politiska deltagandet, både sett till röstdeltagande men även intresse, debatt och direkt deltagande, har minskat för samtliga samhällsgrupper. Den största minskningen har dock skett bland unga vilket är varför

---

<sup>12</sup> Cross, W. & Young, L. 2008:365

<sup>13</sup> Findahl, O. 2011:18-21

undersökningen fokuserar på kategorin 18-24. De menar att tidigare forskning har varit snabb med att diskutera och spekulera om sociala nätverks potential som kanal för att nå unga, informera dessa om politiska frågor samt förenkla deras politiska deltagande. Baumgartner och Morris valde "uses and gratifications" teorin som sin utgångspunkt för studien. Detta betyder att de fokuserar på motivationen bakom mediekonsumtion och att denna motivation är individuell och varierar. Detta är mycket viktigt för undersökningen och dess resultat då författarna lägger stor vikt vid frågan *varför* ungdomar använder sociala nätverk vilket jag anser starkt påverkar de slutsatser som dras.

För att besvara sina frågor genomförde forskarna en enkätundersökning med 3500 deltagare i åldern 18-24. Fastän undersökningen visade att Internet var en vanligt förekommande nyhetskälla för 70% av de tillfrågade och 48% använde sociala nätverk som källa för politiska nyheter och information landade studien tillslut i en skeptisk ståndpunkt där man argumenterar för att unga vuxna som använder sig av Internet för politisk nyhetskonsumention inte har mer eller bättre kunskap om politik än andra. De avfärdar således den växande optimismen om sociala nätverkssidor potential att involvera fler unga i samhällsfrågor och politik. Studien motsäger således min uppfattning att sociala medier har stort potential att mobilisera ungdomar och få dem att delta i politiken. Då jag även fann en del brister i studien kan det också ge mycket inspiration för framtida undersökningar.

För det första är undersökningen ganska "snäv" med tanke på de avfärdande slutsatser man drar. Man frågar sig inte hur situationen sett ut om möjligheten att konsumera nyheter via sociala nätverk inte funnits eller att nyhetskonsumention bara en aspekt av relationen mellan unga, sociala nätverk och politik. Nyhetskonsumention är som sagt bara en aspekt och det säger inget om sociala nätverk som potentiellt forum för politisk debatt. Ett annat problem med studien är att den enbart fokuserar på användarsidan och inte avsändarsidan. Jag tror mycket kan vinnas genom att undersöka detta i relation till hur t.ex. politiska partier eller organisationer använder sig av sociala nätverk för att informera och väcka intresse. Vidare bedömer författarna de utvalda ungdomarnas politiska kunskaper genom att fokusera på kunskap *om* de respektive presidentkandidaterna. Frågor som "vilken av kandidaterna är Mormon?" säger kanske inte nödvändigtvis så mycket om politisk kunskap. Även om ungdomar inte får märkbart större kunskap kan sociala medier fortfarande göra dem mer benägna att gå med i förbund.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Baumgartner, J. & Morris, J. 2010

### 3. Frågeställning och syfte

I detta kapitel förtydligar jag min studies problemformulering och lägger fram skäl till varför fältet fordrar forskning. Jag motiverar också uppsatsen genom att förklara syftet och avsikten med mitt arbete. Slutligen defilerar jag tydligt den frågeställning jag försöker besvara.

#### 3.1 Problemformulering

Att känna till de till de bakomliggande orsakerna till *varför* ungdomar engagerar sig politiskt brukar betraktas som ett viktigt forskningsfält, men jag påstår att förståelse kring *hur* ungdomar väljer att engagera sig politiskt också är av stort, allmännyttigt intresse. Fenomenet blir särskilt beaktansvärt med hänsyn till den plötsliga förändringen i den annars väldigt tydliga nedgången i de politiska partiernas medlemsantal. I ett samhälle där kommunikationsmedlen gjort enorma framsteg det senaste decenniet borde detta rimligtvis underlätta möjligheterna för uppslutning och organisering. Mitt antagande är alltså att förbund som utnyttjar sociala medier fångar upp en grupp ungdomar som annars, av praktiska skäl, inte skulle engagera sig i något av ungdomsförbunden.

#### 3.2 Syfte

Minskningen av medlemmar i partipolitiska ungdomsförbund måste ur ett deltagardemokratiskt perspektiv betraktas som mycket dystert, då allt färre personer är med och aktivt påverkar processen som avgör vilka beslut som fattas utav makthavarna. Man skulle kunna uttrycka det som att allt färre är med och bestämmer vad resten av invånarna har för alternativ att rösta på. Eftersom det därmed handlar om beslutsfattning i gemensamma frågor anser jag att min studie är mycket angelägen. Visserligen spelar inte ungdomsförbunden en stor roll i den reella politiken, men deras uppgift att rekrytera och utbilda potentiella makthavare samt väcka intresse för samhällsfrågor bör enligt mig inte underskattas. Min studie motiveras därför av att om sociala medier har förmågan att mobilisera ungdomar måste företeelsen studeras vidare. Jag söker även svar om huruvida sociala medier kan vara en bidragande faktor till medlemsökningen vilket i sådant fall skulle stärka min hypotes. I vilket fall kommer min undersökning troligtvis inte att ge slutgiltiga besked i frågan, men förhoppningsvis kan arbetet avgöra huruvida området kräver ytterligare forskning och om vidare studier kan vara aktuella. Jag vill poängtera att jag är mycket medveten om att sociala medier knappast är den enda, eller ens en avgörande, faktor till att

ungdomar engagerar sig i politik. Syftet med min studie är som sagt att undersöka huruvida sociala medier har någon effekt alls eller om vissa förbunds tämligen stora satsning på sociala medier är överdriven.

### 3.3 Frågeställning

1. Finns det en attitydmässig skillnad till sociala medier bland ungdomsförbunden?
2. Har sociala medier fått fler ungdomar att engagera sig i partipolitik?

## 4. Metod design

I detta kapitel redogör jag för hur jag gick till väga för att besvara min frågeställning och argumenterar för mitt val av metod. Min forskningsdesign beskrivs i detalj och jag resonerar också kring undersökningens urval samt de frågor som uppstod kring validitet och reliabilitet.

### 4.1 Forsknings design

För att kunna utläsa huruvida min hypotes om att sociala medier förändrat förutsättningarna för deltagandet i partipolitik ansåg jag att en kvantitativ undersökning var bäst lämpad då det kvantitativa tillvägagångssättet är att föredra när man studerar statistik och övergripande mönster. Min frågeställning innebär att min studie större delen blir beskrivande, om än med förklarande inslag. Det är den andra delen av min frågeställning som hamnar inom ramen för teoriprovande studier.<sup>15</sup> Det blev snart klart för mig att en statistisk design passade bäst för min studie, vilket innebär att jag samlar in en mängd analysenheter och fall och sedan jämföra dessa för att dra slutsatser och förhoppningsvis besvara min frågeställning.<sup>16</sup>

Det är synnerligen svårt att bedöma effekten av sociala medier på ungdomars deltagande i ungdomsförbund då vad som skall mätas inte är helt självklart. Informationen som fanns tillgänglig när det gällde ungdomsförbundens medlemmar och deras användning av sociala medier var ytterst begränsad och som jag nämnt tidigare finns det inte såvitt jag vet någon som tidigare undersökt detta samband. Därför beslutade jag mig för att genomföra en ny, unik empirisk undersökning som kunde ge mig den data som jag behövde för att kunna dra

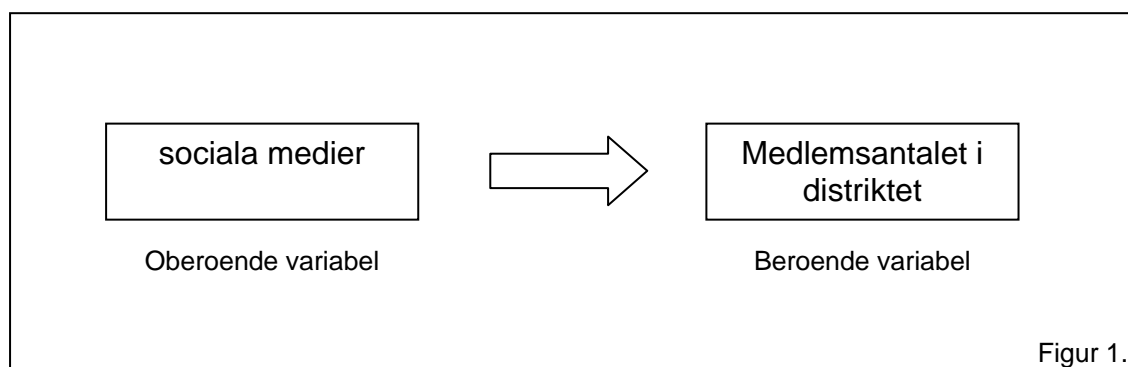
---

<sup>15</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:101

<sup>16</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:96-7

slutsatser om ungdomsförbundens användning av sociala medier och om de förändrat förutsättningarna för ungdomar att delta i partipolitik.<sup>17</sup>

Till sist bestämde jag mig för att undersöka förbundens attityd till sociala medier och antalet nya medlemmar. Jag resonerar att om min hypotes om att sociala nätverk förenklat möjligheterna att medverka i ett politiskt ungdomsförbund stämmer så borde detta i längden leda till att fler ungdomar väljer att engagera sig och det skulle kunna förklara ökningen i medlemsantalet. Detta innebär att min oberoende variabel, eller förklaringsvariabeln, blir ungdomsförbundens användning av sociala medier och den beroende variabeln är förbundens medlemsantal. Om min hypotes stämmer skall alltså de ungdomsförbund som i större utsträckning använder sig av sociala medier ha fått en större ökning än de som sällan eller aldrig utnyttjar sociala nätverkstjänster.<sup>18</sup>

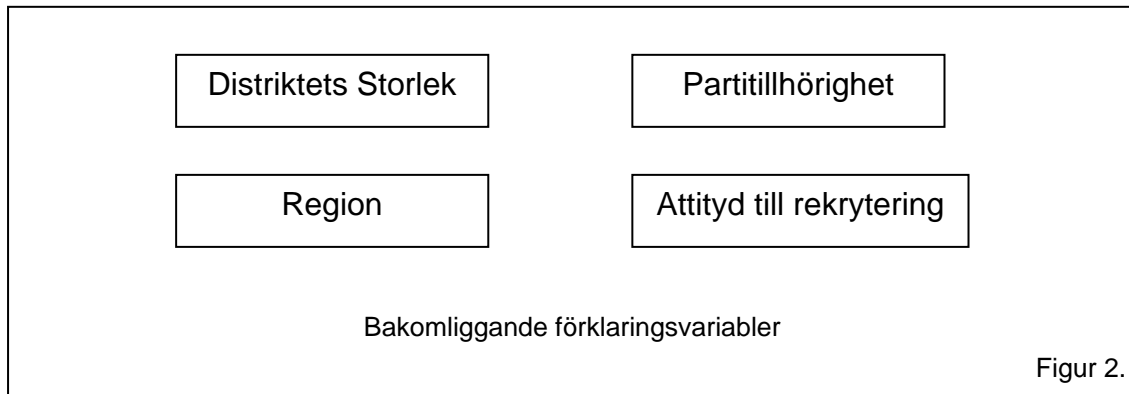


Jag utgår ifrån att det finns en naturlig variation i ungdomsförbundens användning av sociala medier och genom att kontrollera sambandet för effekten av storlek, partitillhörighet, region och viljan att rekrytera hoppas jag kunna utläsa huruvida skillnaderna mellan de olika förbundens tillämpning av sociala medier påverkar medlemsantalet (se figur 2). Jag resonerar att storleken på distrikt rimligtvis påverkar andelen nya medlemmar. Likaså spelar det kanske roll vilken del av landsdel distriktet är i med tanke på landsbygd och storstad. Det skulle även kunna vara så att vissa partier har en tillfällig ökning i popularitet vilket inte beror på sociala medier. Självfallet borde också distrikt som anser att rekrytering är viktigt, och följaktligen mer aktivt rekryterar, få en högre andel nya medlemmar.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:54-56

<sup>18</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:50-52

<sup>19</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:101-104



## 4.2 Metod

För att få insikt i hur ungdomsförbunden förhåller sig till sociala nätverk, om det finns en skillnad mellan dem och hur detta påverkat medlemsantalen utformade jag en enkät bestående av 15 frågor som mäter distriktens attityd till- och användning av sociala medier, samt distriktens storlek och förändring i medlemsantal (se bilaga 1). Eftersom jag riktade mig till ett stort antal enheter och ville uttala mig om hur fenomenet förhåller sig i allmänhet ansåg jag att den statistik man får ut av en enkätundersökning var att föredra framför till exempel intervjuer eller innehållsanalyser då jag tycker den datan är lättare att analysera. För att konstruera och distribuera enkäten använde jag mig av programmet Websurvey. Samtliga deltagare fick enkäten skickad till sin e-mail adress och kunde via en länk besvara frågeformuläret. Varför jag valde distrikt återkommer jag till i diskussionen om urval.

För det första ville jag ta reda på hur distrikten såg på rekrytering; ett distrikt som anser att rekrytering är mycket viktigt borde ju rimligtvis få mer medlemmar än de som inte satsar på rekrytering och då spelar det sannolikt inte särskilt stor roll huruvida de använder sociala medier eller inte. Jag ville också ta reda på hur de olika förbunden gick tillväga för att rekrytera nya medlemmar, framförallt för att avgöra om de betraktade sociala medier som en metod för att värva nya medlemmar. Därefter frågade jag om sociala medier användes i övrig verksamhet, om sociala medier ansågs viktigt för verksamheten och i vilken utsträckning de använde sociala medier. Som jag tagit upp i tidigare forskning finns det generella drag som utmärker sociala medier, men det finns också skillnader mellan tjänsterna och jag ville ta reda på vilka slags medier distrikten använde sig av. För att få lite mer bredd på frågeställningen undrade jag om förbunden trodde att sociala medier skulle få större betydelse för den politiska diskursen, samt om de tänkte satsa mer på sociala medier i framtiden. Slutligen frågade jag

om distriktens medlemsantal och hur många medlemmar de fått under 2011 samt om de hade några övriga uppfattningar om enkäten i sin helhet.

Jag utgick till stor del ifrån en 5-gradig skala vilket har för och nackdelar, det ger till exempelvis inte så exakta mått som möjligen hade varit önskvärt, men å andra sidan är det jag mäter svårt att värdera. Anledningen till att jag valde en 5-gradig skala berodde alltså på att det underlättade min analys, men framförallt kände jag att jag inte kunde begära mer än en uppskattning av förbundets inställning till sociala medier. Likaså resonerade jag att en omfattande enkät som undersökte alltifrån distriktets verksamhet till egenskaper hos medlemmarna skulle innebära många osäkra besked eller ge avskräcka vissa från att svara helt. Jag ansåg att det var för svårt för de enskilda personer jag vände mig till att kunna uttala sig om t.ex. medlemsutveckling eller när man började använda sig av sociala medier. Svaren som lagras i Websurveys nättjänst importerar jag sedan för att med hjälp av programmet SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) analysera. Min datamatrix analysenheter blir därmed ungdomsförbundens distrikt, variablerna utgörs utav användningen av sociala medier, distrikt storlek, partitillhörighet attityden till rekrytering och region.<sup>20</sup>

#### **4.3 Urval**

Jag insåg snart att jag var tvungen att avgränsa min studie och välja vilken nivå av ungdomsförbundens partiorganisation jag ville undersöka. Det finns flera alternativ och de skiljer sig markant. Att iaktta alla de lokala föreningarna var för mig orimligt med tanke på tidsbegränsningen och jag förväntar mig inte heller att så små enheter har ett behov av eller kan utnyttja sociala mediernas fulla potential. Att jämföra de olika ungdomsförbunden i helhet på en nationellnivå skulle också vara intressant, men eftersom jag uppfattat det som att alla förbund använder sig av sociala medier i likartad utsträckning skulle det antagligen inte vara särskilt givande i mitt försök besvara hur sociala påverkar ungdomars deltagande. Därför bestämde jag mig slutligen för att regionala distrikts- eller avdelningsnivå lämpade sig bäst för min undersökning. Jag resonerade att distrikten rimligtvis var väldigt lika varandra i de flesta bemärkelser, men jag förväntade mig samtidigt en naturlig variation i användandet utav sociala nätverkstjänster.<sup>21</sup>

Jag väljer att begränsa mig till de åtta riksdagspartiernas ungdomsförbund, dels av praktiska orsaker, men framförallt därför att de i större utsträckning är jämförbara och

---

<sup>20</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:44-50

<sup>21</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:154-161

relevanta för min undersökning. Alltså utelämnar jag till exempelvis Revolutionär Kommunistisk ungdom, Ung Pirat och Unga feminister.

De totalt 170 distrikten/avdelningarna (se bilaga 2) borde ge mig ett mer än tillförlitligt underlag för att kunna dra slutsatser om de olika förbundens attityd till sociala medier. I och med att jag tog med samtliga av de befintliga distrikten vänder jag mig till nästan hela populationen jag undersöker vilket ger mig goda generaliseringsmöjligheter om responsen är hög. Jag vände mig i första hand till distriktets officiella e-mail adress, men om en sådan inte fanns tillgänglig tog jag istället kontakt med distriktsordföranden, ombudsman eller administratör, i min enkät uttrycker jag att den person som tar emot enkäten gärna får vidarebefordra den till någon som är villig eller anses bättre lämpad att besvara frågorna. Vem som besvarar enkäten och om det påverkar resultatet kvarstår, men jag är av åsikten att det inte borde spela någon större roll eftersom en lämplig företrädare duger och svaren borde bli snarlika oberoende av om det är en administratör eller politisk representant som ger svar på frågeformuläret. I tekniska termer blir kontaktpersonerna en sorts blandning mellan informant och respondent eftersom jag dels begär sanningsenliga uppgifter som bara de kan uppge, men jag är även intresserad av deras personliga åsikter i vissa frågor.

#### **4.4 Reliabilitet och validitet**

Arbetets reliabilitet avgörs utav hur tillförlitlig min forskning är och eftersom mina slutsatser trovärdighet hänger på reliabiliteten är det avgörande att jag reflekterar över eventuella brister och svagheter i min undersökning. Jag vågar hävda att jag varit mycket noggrann och exakt i mina mätningar och min undersökning är såvitt jag vet fri från systematiska fel. Hög validitet förutsätter givetvis hög reliabilitet.<sup>22</sup> Eftersom jag vänder mig till förtroendevalda representanter förväntar jag mig att de besvarar min enkät uppriktigt och jag tycker likaså att det är ett rimligt antagande att företrädarna skall kunna yttra sig sakkunnigt.

En faktor jag inte kommer att ta i beaktelse är att ungdomsförbunden har olika övre åldergränser, vilket kan innebära att vissa har ett högre medlemsantal. På respektive förbunds Internet hemsida kan man läsa att KDU har en åldersgräns på 32 år, LUF 35 år medan CUF uttryckligen saknar övre åldersgräns. I SSU räknas medlem över 35 år som stödmedlem och övriga förbund uppger ingen åldersgräns.

---

<sup>22</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011: 57-58



Jag ser vissa brister i min operationalisering och är medveten om dem, men med tanke på förutsättningarna anser jag ändå att mitt tillvägagångssätt är acceptabelt, inte minst i avseendet att min forskning sker i ett utforsknings syfte.<sup>23</sup>

#### **4.5 Etiska riktlinjer**

Att jag följer de allmänt erkända forskningsetiska principerna är av yttersta vikt för att min studie skall gå att betrakta som god forskning. I enlighet med vetenskapsrådets rekommendationer ser jag till att uppfylla de grundläggande kraven. Informationskravet; i samband med att jag skickar ut enkäten ser jag till att noggrant uppge vem jag är, vad min undersökning går ut på och vad forskningens syfte är. Samtyckeskravet; självfallet förklarar jag att medverkan är helt frivillig och att de medverkande när som helst får dra sig ur. Konfidentialitetskravet; mina svars personer får störst möjliga anonymitet och jag ansvarar för att uppgifterna som utlämnas får största möjliga konfidentialitet. Nyttjandekravet; jag garanterar att informationen som insamlas endast kommer att användas i forsknings syfte.<sup>24</sup>

De personer jag vänder mig till är nästintill offentliga personer då de faktiskt är representanter för sin organisation och jag utgår från att de är medvetna om vad en enkät undersökning innebär. Eftersom frågorna inte berör någon enstaka individs personliga åsikter och ämnesområdet inte är särskilt kontroversiellt vill jag påstå att risken att jag kränkt någons personliga integritet måste betraktas som ytterst liten.

---

<sup>23</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011: 63-65

<sup>24</sup> Humanistisk-samhällsvetenskapliga forskningsrådet 1990:7-14

## 5. Resultat och analys

### 5.1 Reflekteringar kring enkätens respons

Av de 170 distrikt som blev informerade och ombudda att delta i min enkätundersökning svarade 65 stycken (38 %). Jag hade hoppats och förväntat mig ett större deltagande, men jag gjorde bedömningen att svarsfrekvensen är tillräckligt hög för att kunna dra slutsatser med relativt goda generaliseringsmöjligheter och gick därför vidare med min studie. Att antalet respondenter blev såpass lågt kan till viss del skyllas på mig då jag bara gav kontaktpersonerna två veckor att besvara mitt frågeformulär, men som jag argumenterar i min metod del gjorde jag mitt bästa för att i mitt e-mail få med kontaktpersonerna och höll enkäten så kort som möjligt för att främja deltagande, efter en veckas tid skickade jag också en påminnelse till dem som inte redan svarat.<sup>25</sup>

Av dem som svarade var variationen av partitillhörighet mycket representativ för hur fördelningen ser ut i verkligheten, sett till antalet distrikt (se bilaga 1). Likaså fick jag en anseelig geografisk och storleksmässig blandning av distrikt; alltifrån det minsta distriktet GU Helsingborg med sin 11 medlemmar till MUF Stockholm som angav 3188 medlemmar. Jag menar dock att det finns anledning till att hysa misstankar om att responsen på min enkät inte helt rättvist speglar verkligheten. Distrikten hade en, utifrån min uppfattning, oväntat positiv attityd till sociala medier och ansåg sig i förvånansvärt stor utsträckning använda sociala medier i sin verksamhet, men mer om detta i nästa avsnitt. Jag spekulerar att det rimligtvis är så att de distrikt som inte eller i väldigt liten utsträckning utnyttjar sociala medier finns bland de 105 distrikt som inte svarade på enkäten. Det skulle kunna bero på att kontaktpersonerna inte regelbundet kollar sin e-post eller för att de avsiktligt valde att inte svara på enkäten. Likaså är det möjligt att respondenterna uppgett överdrivet bekräftande svar på mina frågor eller angett för höga medlemsantal. Jag hade förväntat mig specifiskare och pålitligare statistik då det gällde medlemsantal och medlemsökning och i många fall gjorde kontaktpersonerna ganska grova uppskattningar. Man kan till exempel konstatera att andelen nya medlemmar i ungdomsförbunden är mycket hög. Allt detta ser jag till att ha i åtanke då jag drar slutsatser av min undersökning och analys.

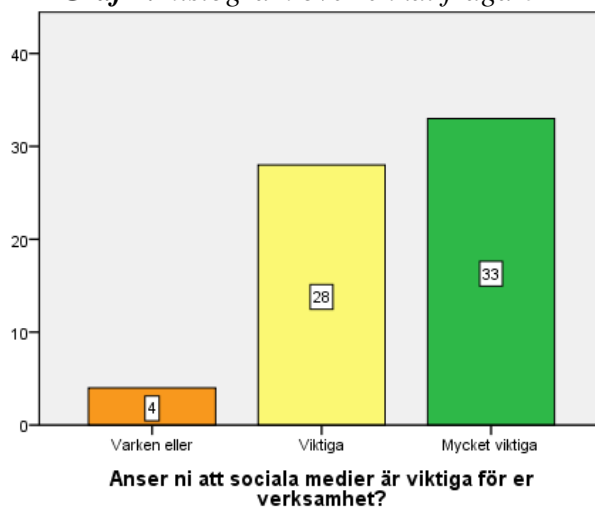
---

<sup>25</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:239

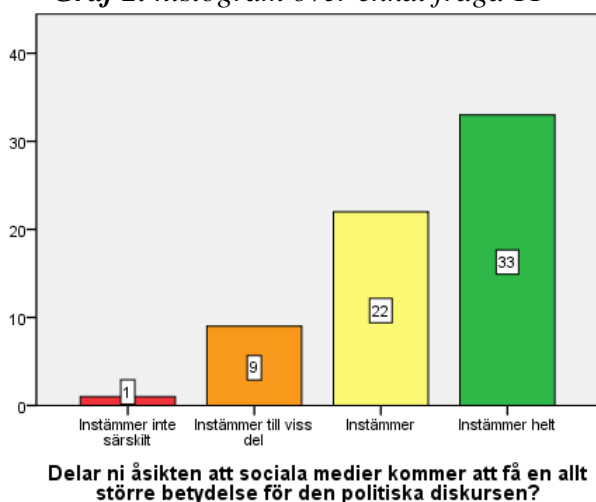
## 5.2 Ungdomsförbundens attityd till sociala medier

Till en början vill jag påpeka att jag är väl medveten om att opinionsmätningen som sådan inte säger så mycket om hur ungdomsförbunden faktiskt förhåller sig till sociala medier och att jag helst skulle mät eventuella attitydförändringar.<sup>26</sup> Men eftersom det inte finns någon tidigare forskning att tillgå får man betrakta denna redogörelse som en slags upptakt till vidare studier. Som jag konstaterade inledningsvis var distrikten överlag mycket positiva till sociala medier. Inte mindre än 98,5% av distrikten använde sig av sociala medier och 93,9% ansåg att sociala medier var viktiga eller mycket viktiga för distriktets verksamhet. Facebook var det

*Graf 1. histogram över enkät fråga 6*



*Graf 2. histogram över enkät fråga 11*



överlägset populäraste mediet då alla utom ett distrikt använde sig utav nätverket. Twitter användes av någon företrädare i 84,6% av distrikten och två tredjedelar av distrikten angav att en företrädare sysslade med en politisk blogg. Vad jag tyckte var särskilt intressant var att såpass många trodde att sociala medier skulle få större betydelse för den politiska diskursen och att ungefär lika många ville satsa mer på sociala medier. Det måste tolkas som ett tecken på att partidistrikten uppskattar sociala medierna och betraktar dem som mer än bara ett tillfälligt påhitt.

Som jag redan förklarat har jag svårt att uttala mig om hur utbredd tillämpningen av sociala medier är bland förbunden, då jag misstänker att de som inte nyttjar sociala medier uteblev från undersökningen. Jag vill ändå hävda att det inom partierna finns en viss skillnad bland distrikten, men jag betraktar skillnaden mellan de olika partierna som ringa. Dock kan man visserligen uttyda att distrikt som tillhörde Moderata ungdomsförbundet i genomsnitt var något mer positiva till och benägna att använda sociala medier än övriga förbund. Likaså var

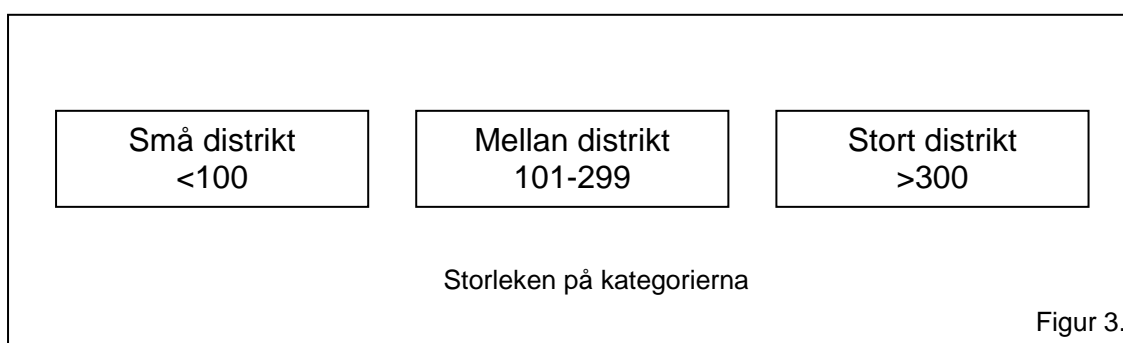
<sup>26</sup> Esaiasson, P. m.fl. 2011:242

de distrikt som svarade för det Kristdemokratiska ungdomsförbundets räkning mer skeptiskt inställda. Exakt hur partitillhörighet påverkade användningen av sociala medier återkommer jag till senare.

### 5.3 Sociala mediers påverkan av nyförvärvandet i ungdomsförbundet

För att undersöka hurvida sociala medier haft en effekt på antalet rekryterade medlemmar 2011 utgick jag ifrån fråga 7 i min enkät samt de medlemsantal som angivits av distrikten. *I vilken utsträckning använder ni er av sociala medier?* Jag ansåg att den frågan lämpade sig bäst för min analys och det fanns dessutom en någorlunda god variation i svaren. Därmed blev fråga 7 alltså indikatorn för min oberoende variabel; sociala medier. När det gällde min beroende variabel räknade jag med hjälp av medlemsantal och medlemsökningen och angav andelen nya medlemmar i procentenheter. Medlemsantalen som distrikten uppgett saknades det som sagt en del och vissa siffror var uppskattningar som jag var tvungen att avrunda. I slutändan hade 56 distrikt angett både medlemsantal och antalet nya medlemmar.

Jag valde att mäta *andelen* nya medlemmar snarare än *antalet* nya medlemmar i de olika distrikten då det ger mig möjligheten att jämföra olika stora regioner. Dock misstänkte jag att storleken på distrikten möjligtvis kunde påverka medlemstillväxten och därför tog jag detta i beaktelse. Jag delade in distrikten i tre kategorier utifrån storleken mät i antalet medlemmar, vilket jag redogjort för i min metod del. Jag vill få en någorlunda jämn fördelning mellan kategorierna och samtidigt sätta rimliga indelningar så jag bestämde att stora distrikt innebär 300 eller fler medlemmar, mellan distrikt består utav 101-299 medlemmar och de små distrikten utgörs av 100 eller färre medlemmar.



Jag gjorde bedömningen att det inte blev aktuellt att jämföra andelen nya medlemmar utifrån en regional storstad-landsbygd skala då det visade sig att de stora distrikten nästan uteslutande tillhörde regioner så som Stockholms, Göteborg och Skåne medan de små

distrikten utgjordes av mer glesbefolkade regioner som Norrbotten, Dalarna och Gotland.

Alltså anser jag att distrikt storlek duger som kontrollvariabel i min regressionsanalys.

För att mäta vilka distrikt som bedrev en mycket aktiv rekryteringsverksamhet vände jag mig till Fråga 3 i min enkät; *Betraktar ni (distriktet/avdelningen) rekrytering som en viktig uppgift för förbundet?*. Jag tyckte att om ett distrikt ansåg att rekrytering var viktigt borde de rimligtvis lägga ner mer tid på att rekrytera nya medlemmar än ett distrikt som inte ansåg att det var lika viktigt. All statistik för de variabler jag använder mig av i analysen redovisar jag i tabell 1.

**Tabell 1. Beskrivande statistik**

| Variabel                     | N  | Medelvärde | Standard-<br>avvikelse | Min  | Max   |
|------------------------------|----|------------|------------------------|------|-------|
| Användning av sociala medier | 57 | 4,35       | 0,834                  | 2    | 5     |
| Är rekrytering viktigt?      | 57 | 4,16       | 0,526                  | 3    | 5     |
| Antalet tidigare medlemmar   | 57 | 296,47     | 464,737                | 11   | 3188  |
| Antalet nya medlemmar        | 57 | 53,79      | 72,932                 | 3    | 400   |
| Distriktens storlek          | 57 | 1,93       | 0,799                  | 1    | 3     |
| Andelen nya medlemmar        | 57 | 20,734     | 10,778                 | 4,39 | 62,96 |

Hur jag skulle ställa mig till partitillhörighet var något besvärligare då variabeln saknar intervallskalenivå och kunde därmed inte ingå i min multivariata regressionsanalys. Jag gjorde därför en regressionsanalys med dummyvariabler (se tabell 2). Referensgrupp blev de 11 SSU distrikten som utnyttjade sociala medier i ganska genomsnittlig grad.

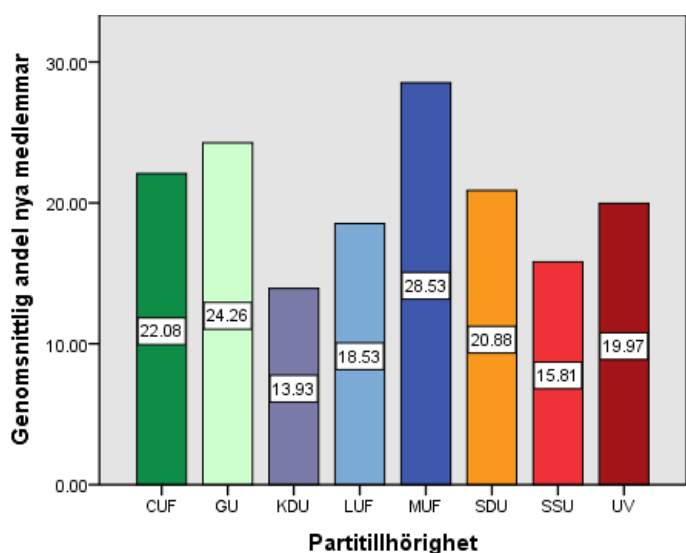
**Tabell 2.** Resultat av regressionsanalys med dummyvariabler.  
Ostandardiserade b-koefficienter, standard fel inom parenteser

|     | <i>N</i> | Användning av SM |
|-----|----------|------------------|
| GU  | 6        | 0,267 (0,190)    |
| SDU | 2        | 0,117 (0,095)    |
| MUF | 11       | 0,090 (0,063)    |
| UV  | 4        | 0,056 (0,055)    |
| LUF | 8        | 0,019 (0,087)    |
| KDU | 8        | -0,267 (0,117)*  |
| CUF | 7        | -0,443 (0,364)   |

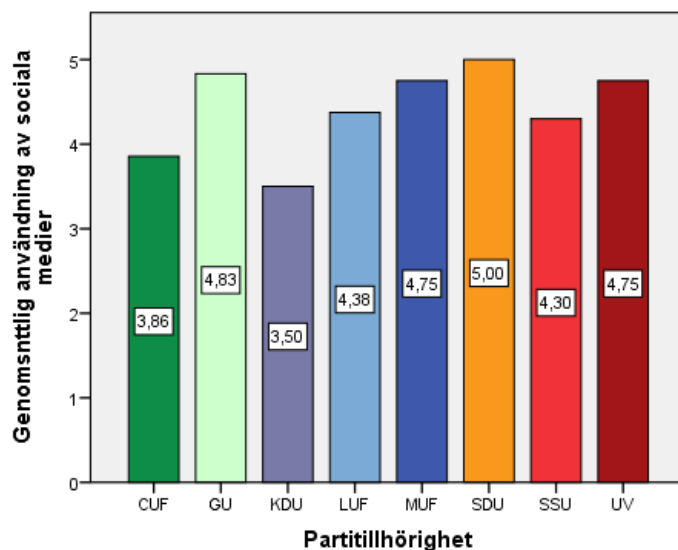
Kommentar: \* $p < 0,05$

Vad man kan fastslå av analysen är att användningen av sociala medier i min uppfattning inte varierar markant; skillnaderna är tämligen små och saknar signifikans. I den utsträckning det förekommer divergenser stämmer de dessutom väl överrens med andelen nya medlemmar så jag gör bedömningen att partitillhörighet i det här fallet inte behöver tas i vidare beaktelse. För att förtydliga korrelationen inkluderar jag två grafer i form av histogram som illustrerar sambanden.

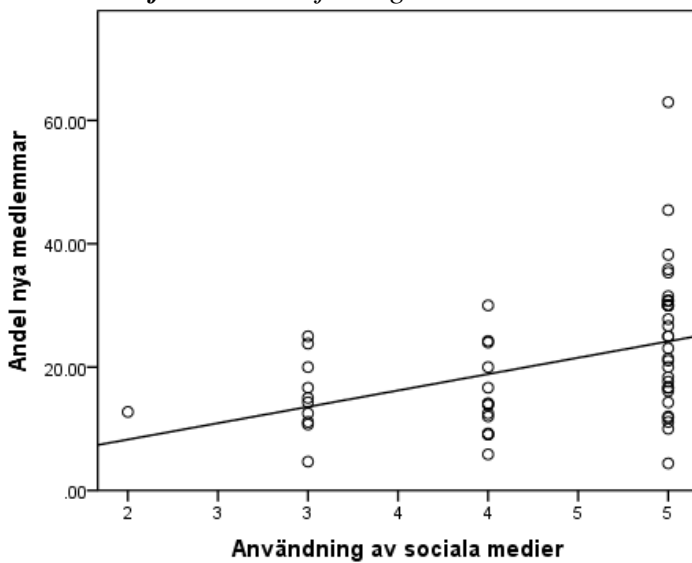
**Graf 3.** Histogram över partitillhörighet och andelen nya medlemmar



**Graf 4.** Histogram över partitillhörighet och användningen av sociala medier



**Graf 6. Enkel linjär regression**



När jag med hjälp av SPSS genomförde en bivariat regressionsanalys blev sambandet mellan i vilken utsträckning distriktet använde sig av sociala medier och medlemsökning tydlig (se tabell 2). Man kan genom att följa regressionslinjen utläsa att för varje steg upp på skalan ökar andelen nya medlemmar med 5,304 procentenheter. Korrelationen var signifikant vilket innebär att sambandet med god sannolikheten stämmer även i större grupper och ett tämligen lågt R<sup>2</sup>-värde (0,153) innebär att

regressionsanalysen har en stark förklaringskraft. Eftersom det uppenbarligen fanns ett någorlunda starkt samband mellan i vilken utsträckning distriktet använde sociala medier och deras andel nya medlemmar valde jag att gå vidare till nästa test vilket var den multivariata regressionsanalysen.

**Tabell 4. Resultat av regressionsanalysen. Ostandardiserade koefficienter, standardfel inom parenteser**

| Variabel                     | Modell 1          | Modell 2          | Modell 3          |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Användning av sociala medier | *5,304<br>(1,588) | *4,755<br>(1,617) | *5,090<br>(1,593) |
| Är rekrytering viktigt?      |                   | 3,743<br>(2,563)  | 4,899<br>(2,588)  |
| Distriktens storlek          |                   |                   | -3,075<br>(1,684) |
| N                            | 57                | 57                | 57                |
| R <sup>2</sup> (justerat)    | 0,153             | 0,170             | 0,205             |

Kommentar: \*p<0,05

Det man kan konstatera av min analys är att användningen av sociala medier fortfarande har en betydelsefull effekt på andelen nya medlemmar fastän man tar synen på rekrytering och storleken på distriktet. Effekten av storlek och inställningen till rekrytering var inte heller signifikant, till skillnad från användningen de sociala medierna vilket gör mig benägen att tro att sociala medier faktiskt kan ha fått ungdomar att gå med i partipolitiska ungdomsförbund.

## 5.4 Diskussion kring resultatet

Min avsikt med studien var att i den mån det var möjligt besvara mina frågeställningar och ge vissa välbehövliga besked inom forskningsfältet och därför tycker jag det är beklagligt att min undersökning fick ett såpass lågt deltagande och vaga besked; jag anser personligen att om min studie tyder på något så är det att vidare forskning inom fältet mycket angeläget. Det går dock inte att förneka att min studie stärker hypotesen att sociala medier främjat politiskt engagemang och ungdomsförbunden tycks instämma, då de uttryckligen uppskattar de tjänster som t.ex. Facebook erbjuder.

Många frågor kvarstår och om man med säkerhet skall kunna avgöra vilken effekt sociala medier har på politiskt deltagande krävs vidare forskning. Undersökningar som är mer omfattande än min studie kommer förhoppningsvis kunna ta hänsyn till fler faktorer och dessutom ge insikt i hur utvecklingen förändras med tiden. Förhoppningsvis kan andra forskare hitta en bättre metod att mäta i vilken grad partipolitiska förbund utnyttjar sociala medier i sin verksamhet och med mer specifik statistik bekräfta eller bestrida min studie. I vilket fall vågar jag påstå att sociala medier inom de närmsta åren kommer att få tilltagande akademisk uppmärksamhet och jag misstänker att det redan i detta ögonblick bedrivs forskning inom området.

## 6. Sammanfattning

Då jag fick höra att ungdomsförbunden 2009-2010 fått en stor andel nya medlemmar blev jag mycket förvånad. Jag var av uppfattningen att medlemsantalet och engagemanget inom de politiska partierna var på nedgång och blev därför nyfiken på vad som kan ha lett till denna plötsliga och drastiska ökning. Jag utgick ifrån min egen upplevelse att sociala medier och nätverk underlättat möjligheterna att kommunicera med, uppdatera och mobilisera medlemmar så till den grad att fler ungdomar blivit benägna att gå med och förbli medlemmar.

Då partipolitiskt deltagande är ett mycket samhällsviktigt forskningsfält ansåg jag att min studie var befogad. Jag var framför allt nyfiken på hur ungdomsförbunden förhöll sig till sociala medier och om det haft en effekt på andelen nya medlemmar.

För att besvara frågorna bestämde jag mig för att vända mig till de olika partidistrikten där jag förväntade mig en viss variation i synen på sociala medier. Med hjälp av en 15 frågor



lång webbenkät undersökte jag hur viktigt man tyckte sociala medier var, i vilken utsträckning man använde dem och vilka medier som var vanligast förekommande. Jag efterfrågade också uppgifter om medlemsantal och andel nya medlemmar.

Av de 170 distrikten jag kontaktade svarade 65 på min enkät. Variationen i form av partitillhörighet, storlek och region var ansenlig. Däremot misstänkte jag att när det gällde inställningen till sociala medier var statistiken inte representativ och de distrikt som inte nyttjade sociala medier i lika hög vidd uteblev. En enkel regressions analys visade på ett tämligen starkt samband mellan sociala medier och andelen nya medlemmar. Även efter att ha uteslutit partitillhörighet som en betydande faktor och kontrollerat sambandet med andra variabler i en regressionsanalys förblev korrelationen signifikant. De resultat man därmed kom fram till går att sammanfatta med följande punkter:

- Ungdomsförbundens distrikt ansåg att sociala medier tillämpades i stor omfattning och var betydande för verksamheten
- Distriktens användning av sociala medier hade en påverkan på andelen nya medlemmar
- För varje steg på intervallskalan i enkätfråga 7 förändrades andelen nya medlemmar med 5,304%
- Jag anser att vidare forskning är både befogad och angelägen

## 7. Referenslista

### 7.1 Litteratur:

Esaiasson, P. Gilljam, M. Oscarsson, H. Wängnerud, L. (2011) *Metodpraktikan*. 4:e upplagan. Stockholm: Nordstedts Juridik.

Humanistisk-samhällsvetenskapliga forskningsrådet (1990) *Forskningsetiska principer*. Vetenskapsrådet  
Tillgänglig på Internet:  
[http://www.ibl.liu.se/student/bvg/filarkiv/1.77549/Forskningsetiska\\_principer\\_fix.pdf](http://www.ibl.liu.se/student/bvg/filarkiv/1.77549/Forskningsetiska_principer_fix.pdf)  
[hämtad 12.05.24]

### 7.2 Rapporter:

Petersson, O. (2005) *De politiska partiernas medlemsutveckling*. Rapport till SNS demokratiråd.  
Tillgänglig på Internet: [http://www.olofpetersson.se/\\_arkiv/skrifter/partimedlemmar.pdf](http://www.olofpetersson.se/_arkiv/skrifter/partimedlemmar.pdf)  
[hämtad 12.05.24]

Findahl, O. (2011) *Svenskarna och Internet 2011*. Rapport till .SE stiftelsen internetsstatistik.  
Tillgänglig på Internet: <https://www.iis.se/docs/SOI2011.pdf> [hämtad 12.05.24]

Intellecta Corporate (2010) *Twitter Census*.  
Tillgänglig på Internet: <http://intellectawebb.se/wp-content/uploads/2011/02/Twittercensus.pdf> [hämtad 12.05.24]

### 7.3 Artiklar i tidskrifter/ vetenskapliga journaler:

Agichtein, E. Castillo, C. Donato, D. Gionis, A. & Mishne, G. (2008) Finding High-quality Content in Social Media. *WSDM '08 Proceedings of the international conference on Web search and web data mining*, 183-194

Baumgartner, J. & Morris, J. (2010) MyFaceTube Politics: Social networking websites and political engagement of young adults. I *Social Science Computer Review* 2010 28:24  
Tillgänglig på Internet: <http://ssc.sagepub.com/content/28/1/24.abstract> [hämtad 12.05.24]

Bondesson, M. (2010, 30 december) Ökat antal medlemmar i de politiska ungdomsförbunden. *Svenska Dagbladet*.  
Tillgänglig på Internet: <http://www.dn.se/nyheter/politik/okat-antal-medlemmar-i-politiska-ungdomsforbunden> [hämtad 12.05.24]

Boyd, D & Elliason, N. (2007) Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. I *Journal of Computer Meditated Communication*, vol. 13 n. 1 210-230

Cross, W. & Young, L. (2008) Factors Influencing the Decision of the Young Politically Engaged To Join a Political Party. I *Party politics* vol. 14 n. 3, 345-369

Hallin, H. (2011, 6 maj) Partierna saknar insikt om krisen kring medlemstappen. *Svenska dagbladet*.

Tillgänglig på Internet: [http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/partierna-saknar-insikt-om-krisen-kring-medlemstappen\\_6134191.svd](http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/partierna-saknar-insikt-om-krisen-kring-medlemstappen_6134191.svd) [hämtad 12.05.24]

#### **7.4 Andra källor:**

Nationalencyklopedin 2012, sociala medier.

Tillgänglig på Internet: <http://www.ne.se/sociala-medier> [hämtad 12.05.24]

Reportage i SVT (2011 9 juni) Ungdomsförbunden lockar allt fler

Tillgänglig på Internet: [http://svt.se/2.22620/1.2448913/ungdomsforbunden\\_lockar\\_allt\\_fler](http://svt.se/2.22620/1.2448913/ungdomsforbunden_lockar_allt_fler) [hämtad 12.05.24]

Sundén, S. Webbsida (2011, 24 maj), *Facebook Sverige Statistik 2011*

Tillgänglig på Internet: <http://www.joinsimon.se/facebook-statistik-2011/> [hämtad 12.05.24]

## 8. Bilagor

### 8.1 Bilaga 1

#### Information till deltagare via e-post

Hej! Mitt namn är Emil Eriksson, student vid Göteborgs Universitet. Jag skriver för tillfället mitt examensarbete I samhällskunskap och undersöker hur sociala medier påverkar ungdomars politiska engagemang. Det tämligen nya fenomenet är spännande att studera då en stor andel ungdomar lägger ner mycket tid på facebook, twitter, bloggar osv. Jag är intresserad av hur ungdomsförbunden ser på företeelsen och skulle vilja be om att en lämplig företrädare besvarar mitt frågeformulär.

Informationen från enkätundersökningen kommer enbart att användas i min studie vars ändamål är att förklara sambandet mellan sociala medier och ungdomars politiska beteende. I enlighet med forskningsetiska principer försäkrar jag att informationen endast kommer att användas i forskningssyfte, samt att uppgifter som anges får största möjliga konfidentialitet. Enkäten som består av 13 frågor borde inte ta mer än 10 minuter att besvara. Tack på förhand!

Du kommer till enkäten genom nedanstående länk.

\$FULLURL

Om du inte kommer in på länken ovan, logga in med följande användarnamn och lösenord:

Användarnamn: \$NAME

Lösenord: \$PASS

Med vänliga hälsningar,


Emil Eriksson

eeriksson@gmail.com

(forts. nästa sida)

# Kopia av Sociala Medier och Partipolitiskt Deltagande

 1. Vilket ungdomsförbund tillhör ert distrikt/avdelning?

 2. Bedriver ert distrikt/avdelning en aktiv rekrytering av nya medlemmar?

Ja  Nej

 3. Betraktar ni rekrytering som en viktig uppgift för förbundet?


Inte alls viktigt

Inte särskilt viktigt

Varken eller

Viktigt

Mycket viktigt

 4. Vilket/vilka tillvägagångssätt använder ni er av när ni rekryterar?

Annonsering  Flygbladsutdelning  Evenemang  Dörrknackning  Annat

 5. Använder ni er av sociala medier i övrig verksamhet?

Ja  Nej

 6. Anser ni att sociala medier är viktiga för er verksamhet?

Inte alls viktiga

Inte särskilt viktiga

Varken eller

Viktiga

Mycket viktiga

 7. I vilken utsträckning använder ni er av sociala medier?

Veldig sällan

Sällan

Ibland

Ofta

Veldig ofta

 8. Har ert distrikt en Facebookgrupp?

Ja  Nej

 **9. Använder någon av distriktets företrädare av Twitter?**

Ja  Nej

 **10. Har någon av distriktets företrädare en politisk blogg?**

Ja  Nej

 **11. Delar ni åsikten att sociala medier kommer att få en allt större betydelse för den politiska diskursen?**

- Instämmer inte alls
- Insämmer inte särskilt
- Instämmer till viss del
- Instämmer
- Instämmer helt

 **12. Tror ni att ni kommer satsa på sociala medier i framtiden?**

- Inte alls
- Mycket lite
- En del
- Ganska mycket
- Mycket

 **13. Hur många medlemmar har ert distrikt?**

 **14. Hur många nya medlemmar uppskattar ni att ni fått under 2011?**

 **15. Övriga kommentarer angående enkäten?**

## 8.2 Bilaga 2

### Lista över medverkande distrikt

#### Deltagare som svarat: (65)

##### **Centerpartiets Ungdomsförbund**

Dalarna  
Göteborg  
Jämtland/Härjedalen  
Jönköping  
Nordvästra Götaland  
Norrbotten  
Skaraborg  
Skåne  
Uppsala

##### **Grön Ungdom**

Helsingborg  
Landskrona  
Mälarslagen  
Stockholmsregionen  
Södermanland  
Örebro

##### **Kristdemokratiska Ungdomsförbundet**

Bohuslän  
Göteborg  
Norrbotten  
Skåne  
Stockholm län  
Stockholms stad  
Sörmanland  
Uppsala län

##### **Liberala Ungdomsförbundet**

Dalarna  
Gävleborg  
Kalmar  
Kronoberg  
Skåne  
Uppsala  
Örebro  
Östergötland

##### **Moderata Ungdomsförbundet**

Dalarna

Gotland  
Jönköping  
Kronoberg  
Norrbotten  
Stockholm  
Södra Älvsborg  
Uppsala  
Västerbotten  
Västernorrland  
Västmanland  
Örebro  
Östergötland

##### **Sverigedemokratisk Ungdom**

Blekinge  
Syd  
Uppland

##### **Sveriges Socialdemokratiska Ungdomsförbund**

Dalarna  
Gotland  
Halland  
Jönköpings län  
Kalmar län  
Stockholm  
Sörmanland  
Uppland  
Värmland  
Västernorrland  
Västmanland

##### **Ung Vänster**

Blekinge  
Dalarna  
Gävleborg  
Halland  
Jönköpings län  
Storstockholm  
Älvsborg

## **Deltagare som inte svarat: (105)**

### **Centerpartiets ungdomsförbund**

Blekinge  
Gävleborg  
Gotland  
Halland  
Kalmar  
Kronoberg  
Storstockholm  
Södermanland  
Värmland  
Västmanland  
Västerbotten  
Västernorrland  
Örebro  
Östergötland

### **Grön ungdom**

Dalarna  
Eskilstuna  
Gotland  
Gävle  
Göteborg  
Jönköping  
Linköping  
Norrbotten  
Norrköping  
Sundsvall  
Syd  
Trestad  
Uppsala  
Västmanland  
Väst  
Västerbotten

### **Kristdemokratisk ungdom**

Östergötland  
Jönköpings län  
Kalmar län  
Halland  
Älvsborg, norra  
Älvsborg, södra  
Värmland  
Örebro län  
Västmanland  
Gävleborg  
Västernorrland  
Jämtland  
Västerbotten

### **Liberala ungdomsförbundet**

Blekinge  
Gotland  
Halland  
Jämtland/Härjedalen  
Jönköping  
Norrbotten  
Stockholm  
Södermanland  
Värmland  
Väst  
Västerbotten  
Västernorrland  
Västmanland

### **Moderata ungdomsförbundet**

Blekinge  
Bohuslän  
Gävleborg  
Göteborg  
Halland  
Jämtland  
Kalmar  
Norra Älvsborg  
Skaraborg  
Skåne  
Södermanland  
Värmland

### **Sverigedemokratisk ungdom**

Stockholm  
Södermanland  
Uppsala  
Värmland  
Väst  
Västernorrland  
Östergötland

### **Sveriges socialdemokratiska ungdomsförbund**

Blekinge  
Bohuslän  
Gävleborg  
Göteborg  
Jämtlands län  
Kronoberg  
Norra Älvsborg



Norrbotten  
Skaraborg  
Skåne  
Stockholms län  
Södra Älvsborg  
Västerbotten  
Örebro län  
Östergötland

**Ung vänster**

Göteborg/ Bohuslän  
Halland  
Jämtland  
Jönköpings län  
Kalmar län  
Kronoberg  
Norrbotten  
Skaraborg  
Skåne  
Södermanland  
Uppsala län  
Värmland  
Västernorrland  
Västmanland  
Örebro län  
Östergötland