

Stockholms universitet
Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
C-uppsats VT - 2000
Rafael Altez Calderon
Handledare: Sven Ross

FRÅN INTERNETREVOLUTION TILL INTERNET FÖR **EKO-**
SOCIALISTISK REVOLUTION?

**Innehållsanalys av 16 av Miljöpartiets och Vänsterpartiets
lokalavdelningars webbplatser**

SAMMANFATTNING

Olika rapporter visar att Internet är en virtuell värld som liknar den verkliga. Detta betyder att marknaden också är dominerande på nätet. Tillgång till Internet har fortfarande direkt anknytning till klass, ålder, kön och etnisk tillhörighet, d v s att rika, högutbildade, unga, män och vita är de mest frekventa användarna.

Denna uppsats har till syfte att undersöka Internet som ett verktyg för eko-socialistiska rörelser med utgångspunkt från bl.a. teoretisk undersökning, deltagande observation, enkätundersökning och en innehållsanalys av 16 webbplatser som tillhör Miljöpartiets och Vänsterpartiets lokalavdelningar (PLA)

Frågorna som uppsatsen försöker svara på är: Hur mycket används Internet i politisk verksamhet? Hur påverkar Miljöpartiet och Vänsterpartiet sina lokala organisationer vad gäller Internetverksamhet? Hur mycket satsar Vänsterpartiets och Miljöpartiets lokala avdelningar på Internet utifrån sina förutsättningar som gräsrotsorganisationer? Hur ser de utvalda organisationernas satsningar på webbplatser ut? Är det möjligt att kartlägga en organisations satsningar på Internet genom att sätta betyg på dess webbplats?

I metoden som använts ingår två faser. Den förberedande fasen består huvudsakligen av en empirinära undersökning med ett förberedande syfte för den andra fasen. Den empirinära undersökningen inkluderar en blandning av olika flexibla vägar såsom korta intervjuer, deltagande observation, litteraturundersökning (även icke-vetenskapliga tidningar) och kvantitativa metoder. I den andra fasen görs bl.a. preliminära och informella intervjuer med Miljöpartiets och Vänsterpartiets IT-ansvariga, en enkätundersökning som besvarats av 16 webbmästare och poängsättning av 16 undersökta webbplatser genom tillämpning av ett mätinstrument som jag kallar *webbskala*.

Resultaten verifierar ganska väl mina ursprungliga hypoteser, besvarar mina frågeställningar och kan sammanfattas på följande sätt: Internet blir mer och mer ett verktyg för politisk verksamhet både i Sverige och globalt. Även gräsrotsorganisationer har börjat använda detta verktyg. Miljöpartiet satsar mer än Vänsterpartiet på Internet, men båda använder nätet flitigt, vilket påverkar deras lokalavdelningar på ett positivt sätt. De undersökta partiernas 16 lokalavdelningar använder Internet bristfälligt, dels för att webbmästarna satsar på ideell basis och organisationerna satsar lite eller inga ekonomiska resurser. Det finns ett direkt samband mellan den ekonomiska satsningen på webbplatser och resultatet i webbskalepoäng, men det finns vissa undantag på grund av webbmästarens insatser.

Det är svårt att analysera effekterna av enbart Internetverksamheten i t.ex. politiska valresultat eftersom Internet framför allt används som ett komplement till andra propagandaformer på lokal- såväl som riksnivå.

I dagens politiska utveckling är det knappast troligt att de gräsrotsrörelser som använder sig av Internet har vuxit snabbt eller blivit en fara för kapitalismens stabilitet. I framtiden, när tillgången till Internet blir billigare och lättare, kan mycket hända. Den nuvarande Internetrevolutionen kan utvecklas till en ny fas, där Internet kan förvandlas till ett strategiskt verktyg för en eko-socialistisk revolution för att rädda *den mänskliga civilisationen* från neoliberalismens omänsklighet.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING	1
1.1. Problemformulering	1
1.2. Syfte	1
1.3. Frågeställningar	1
1.4. Hypoteser	1
1.5. Avgränsningar	2
1.6. Disposition	2
2. DISKUSSION OM KOMMUNIKATION OCH IDEOLOGISKA FRÅGOR	3
2.1. Ideologi och makt.....	3
2.2. Symbolisk och kulturell makt	4
2.3. Populär kultur och den hegemoniska processen	5
2.4. Kulturellt och ideologisk motstånd	6
2.5. Eko-socialism som ett nytt alternativt motstånd	7
2.5.1. Miljöpartiets och Vänsterpartiets förhållande till eko-socialism	7
2.5.2. Miljöpartiets grundvärderingar	8
2.5.3. Vänsterpartiets mål.....	8
3. INTERNET SOM POLITISKT VERKTYG?	9
3.1. Internationellt	9
3.2. I Sverige	10
4. DIGITAL TEKNIK OCH INTERNETS MÖJLIGHETER	13
4.1. Den digitala revolutionen	13
4.2. korta fakta om Internet och BBS	13
4.2.1 Om Internet	13
4.2.2. Om BBS	14
4.3. Internet och andra medier.....	14
4.4. Information kontra Interaktion	15
5. MATERIAL OCH METOD	17
5.1. Teoretiska grunder för metod första delen	17
5.2. Material	18
5.3. Metod	18
5.3.1. Den första fasen.....	18
5.3.2. Den andra fasen	20
5.4. Kriterier och/eller rekommendationer för webbplatser som används i politiskt syfte .	21
5.4.1. Verksamhetsinformation	21
5.4.2. Partiinformation.. ..	22
5.4.3. Interaktivitet	23
5.4.4. Aktualitet.....	24
5.4.5. Utnyttjande av mediets potential.....	25
5.4.6. Hemsidans layout	26
6. RESULTAT	28
6.1. Miljöpartiets och Vänsterpartiets IT-satsningar som påverkar deras lokalavdeln.	28
6.1.1. Miljöpartiet och Internet.....	28
6.1.2. Vänsterpartiet och Internet	30

6.2. Satsning på Internet i Miljöpartiets och Vänsterpartiets 16 Lokalavdelningar (PLA)...	29
6.2.1. Mänskliga resurser för webbplatser inom PLA.....	31
6.2.2. Partiernas lokalavdelningar och Internet.....	32
6.3. Webbskalepoängsresultat	33
6.3.1. Kommentarer utifrån resultattabell för Miljöpartiets lokalavdelningar webbskalepoäng (bilaga 6).....	33
6.3.2. Kommentarer utifrån resultattabell för Vänsterpartiets lokalavdelningar webbskalepoäng (bilaga 7).....	34
6.3.3. Kommentarer för komparativ resultattabell av webbskalepoäng (bilaga 9)	34
6.4. Förenklad och omfattande resultat	35
7. SLUTSATSER OCH DISKUSSION	37
7.1. Teoretisk delen	37
7.2. Miljöpartiets och Vänsterpartiets IT- satsningar	38
7.3. Partiernas lokalavdelningars (PLA) IT- satsningar	39
7.4. Webbskalepoängsresultat	39
7.5. Sammanfattande slutsatser	40
7.6. Internet och politik i framtiden?.....	40
7.7. Rekommendationer för vidare forskning	41
8. KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING	42
BILAGA 1- BILD PÅ EKO-SOCIALISMENS OMFÅNG	44
BILAGA 2- GRAFIK OM WEBBEN I JÄMFÖRELSE MED ...OCH GRAFIK OM ...	45
BILAGA 3- ENKÄTUNDERSÖKNINGS BLANKETT	46
BILAGA 4- WEBBSKALA	49
BILAGA 5- RESULTAT AV ENKÄTUNDERSÖKNING	51
BILAGA 6- RESULTATTABELL FÖR MILJÖPARTIETS LOKALAVD	53
BILAGA 7- RESULTATTABELL FÖR VÄNSTERPARTIETS LOKALAVD	54
BILAGA 8- BESKRIVNING AV MILJÖPARTIETS (M1-M8) OCH V... (V1-V8)	55
BILAGA 9- KOMPARATIVA RESULTAT AV WEBBSKALEPOÄNG	60
BILAGA 10-ORDLISTA	61

1. INLEDNING

1.1. Problemformulering

Tillgång till Internet har fortfarande direkt anknytning till klass, kön och etniska klyftor d v s att rika, unga, högutbildade, män och vita är de mest frekventa användarna. Eko-socialistiska rörelser kan huvudsakligen betraktas som gräsrotrörelser på grund av deras bristfälliga ekonomiska tillgångar och deras verksamhet i samhället, men de är ganska heterogena, vilket ger olika förutsättningar för att använda Internet som verktyg. I dagens politiska utveckling är det knappast troligt att de gräsrotrörelser som använder sig av Internet har vuxit snabbt eller blivit en fara för kapitalismens stabilitet.

Att sätta betyg på webbplatser som finns på nätet kan vara ett bra sätt att försöka hitta samband mellan Internets möjligheter och dess betydelse för organisationer som använder sig av Internet. Men betygets tillämpning skulle inte bli generaliserbart på alla webbplatser om mätinstrumentet inte är utvecklat efter vissa vetenskapliga krav. Utvecklingen av mätinstrument för studier på Internet kräver bl.a. kännedom och analys av olika aspekter såsom ekonomiska, tekniska och organisatoriska. Därför kan en begränsning till en viss sorts organisation underlätta denna process.

1.2. Syfte

Mitt syfte är att undersöka Internet som ett verktyg för eko-socialistiska rörelser med utgångspunkt från bl.a. teoretisk undersökning, deltagande observation, enkätundersökning och en innehållsanalys av 16 webbplatser som tillhör Miljöpartiets och Vänsterpartiets lokalavdelningar (PLA)

1.3. Frågeställningar

- Hur mycket används Internet i politisk verksamhet, i synnerhet av Miljöpartiet och Vänsterpartiet?
- Hur påverkar Miljöpartiet och Vänsterpartiet sina lokala organisationer vad gäller Internetverksamhet?
- Hur mycket satsar Vänsterpartiets och Miljöpartiets lokalavdelningar på Internet utifrån sina förutsättningar som gräsrotorganisationer?
- Hur ser de utvalda organisationernas satsningar på webbplatser ut?
- Är det möjligt att kartlägga en organisations satsningar på Internet genom att sätta betyg på dess webbplats?

1.4. Hypoteser

Jag har haft två ursprungliga hypoteser:

1. De eko-socialistiska rörelserna, liksom andra gräsrotrörelser, använder Internet som verktyg, men inte optimalt med tanke på alla enorma möjligheter Internet har.
2. De finns klyftor mellan etablerade eller rikare organisationer och små vad gäller professionalisering av användandet av Internet ungefär som i andra sorters massmedia.

1.5. Avgränsningar

Uppsatsens första fas avgränsas till utveckling av ett mätinstrument som görs huvudsakligen från ett kommunikations och politiskt perspektiv, inte tekniskt. En pilotundersökning gjordes av två webbplatser som tillhör Miljöpartiets och Vänsterpartiet. Andra fasen begränsas till innehållsanalys av 16 av Vänsterpartiets och Miljöpartiets lokala avdelningars webbplatser. Jag behandlar inte dessa webbplatserns besökare.

1.6. Disposition

I kapitel 2 diskuterar jag, som bakgrund, relevanta teoretiska aspekter som handlar om kommunikation och ideologiska frågor med syftet att klargöra Eko-socialism som ett nytt alternativt motstånd.

I kapitel 3 presenterar jag resultatet av min litteraturundersökning om politiskt motstånd via Internet med frågetecken, därför att det finns fakta som visar lite osäkerhet om Internet som verktyg för motstånd.

I kapitel 4 behandlar jag relevant litteraturundersökning och min bearbetning om digital teknik och Internets möjligheter.

Kapitel 5 handlar om material och metod för uppsatsen.

I kapitel 6 presenterar jag resultatet av mina frågeställningar.

I kapitel 7 presenterar jag mina slutsatser och min diskussion ungefär i samma ordning som resultatet.

Slutligen skriver jag uppsatsens käll- och litteraturförteckning, samt flera bilagor.

2. DISKUSSION OM KOMMUNIKATION OCH IDEOLOGISKA FRÅGOR

Mitt uppsatsskrivande inspireras av det som kallas för ”kritisk teori”. Enligt Brian Fay, finns det följande krav på forskningskriterier för att den ska kallas för ”kritisk teori”: vetenskaplig, kritisk, praktisk, icke-idealisk. Det andra och det tredje är mest relevanta i min uppsats. Kritisk, vilket betyder att på ett systematiskt sätt försöka visa att självförståelsen hos en viss grupp, liksom den härskande borgerliga klassens, är falsk, och att deras nuvarande liv är otillfredsställande. Praktisk, som ska ge de förtryckta kunskaper som får dem att inse sin situation och som kan hjälpa dem att aktivera sina inneboende förmågor till att av egen kraft förändra sin situation.¹

2.1. Ideologi och makt

Begreppet ideologi är, liksom kultur, ganska svårt att definiera. Olika författare använder ordet annorlunda beroende på sammanhang och användningssyfte. Enligt en marxistisk uppslagsbok kan ideologi definieras som *ett system av bestämda åsikter, idéer, uppfattningar, föreställningar som omfattas av den ena eller andra samhällsklassen eller det ena eller andra politiska partiet. Politiska åsikter, filosofi, konst, religion, allt detta är former för ideologi.*²

John Fiske påstår att det finns ett antal definitioner av ideologi beroende på författare och användningssyfte. Han använder sig av Raymond Williams tre huvudanvändningar för att utveckla vidare ideologins betydelse:

- 1 *Ett system av föreställningar som är karakteristiska för en viss klass eller grupp.*
- 2 *Ett system av illusoriska föreställningar –falska idéer eller falskt medvetande- som kan jämföras med sann eller vetenskaplig kunskap.*
- 3 *Den allmänna processen av produktion av betydelser och idéer.*³

Utifrån den första och den andra huvudanvändningar försöker han att definiera och anknyta ideologi till maktförhållanden i samhället, där en härskande klass och arbetarklassen finns sida vid sida: *Ideologi blir då den kategori av illusioner och falsk medvetenhet med vilken den härskande klassen vidmakthåller sin dominans över arbetarklassen. Eftersom härskande klassen kontrollerar de viktigaste medlen med vilka ideologin fortplantas och sprids genom hela samhället, kan den få arbetarklassen att se sin underordnade ställning som ”naturligt” och därmed riktig. Här ligger falskheten. Dessa ideologiska medier inkluderar utbildnings-, politiska och juridiska system samt massmedier och förlagsverksamhet.*⁴

Enligt Fiske finns olika ideologier som tillhör olika kulturer och samhällen. Kultur och ideologi har mycket gemensamt eller överlappar varandra beroende på vem som använder dem. I kapitalismen ses ideologin, t.ex. historien som framsteg eller progressiv utveckling, kanaliserade av vetenskap och teknik, medan man i andra kulturer som den traditionella

¹ Fay, Brian (1987) *Critical social science*. Cambridge: Polity press

² Gustafsson, Bo (red. (1974) *Marxistisk Uppslagsbok*, Finland. Gidlunds förlag (s.119)

³ Fiske, John. (1998) *Kommunikations teorier. En introduktion*. Stockholm. Wahlström & Widstrand (s.218)

⁴ ibid s.219

indienska ideologin i Peru ser historien som cyklisk, alltså mer ekologi anpassad. Vetenskap, teknik och vetenskapsmäns roll är förbundna med den patriarkaliska kapitalismen och dess maktstruktur. Han skriver att: *Det är inte bara det att vetenskap används för att öka vinsterna för storfinansen och den medelklass som har störst fördelar av den, vetenskap är dessutom ett av flera olika sätt att utöva mer odefinierad social makt. Vetenskapsmän utbildas av universitet, och de som lyckats bäst i universitetssystemet kommer ofta från medelklassfamiljer. Därför bidrar vetenskapen till att upprätthålla den rådande maktstrukturen.*⁵

Andrew Heywood utvecklar teorier om makt i samhälle i tre faser: den direkt maktutövande, den indirekta formen genom att sätta dagordningen och den tredje genom att kontrollera folkets tanke eller ideologi.

*In this light, power can be said to have three faces: First, it can involve the ability to influence the making decisions; second, it may be reflected in the capacity to shape the political agenda and thus prevent decisions being made; and the third, it may take the form of controlling people's thoughts by the manipulation of their needs and preferences.*⁶

2.2. Symbolisk och kulturell makt

Lull använder sig av Thompsoms definition för att skilja olika former av makt i samhälle: ekonomisk, politisk, militär och symbolisk och kulturell makt. Men alla sorters makt samarbetar med varandra. Symbolisk makt kan definieras som förmågan att använda symboliska former för att intervensera och påverka inriktning av händelser som t.ex. massmedieorganisationer gör. Men symbolisk och kulturell makt har anknytning till varandra. *Power takes many forms. Economic power is institutionalized in industry and commerce; political power is institutionalized in the state apparatus; coercive power is institutionalized in military and paramilitary organizations... But symbolic power is of great interest to us here, is far more ephemeral, plastic, and democratic. Symbolic power can be defined as "the capacity to use symbolic forms...to intervene in and influence the course of action or events."* (Thompson, 1994) "⁷

Symbolisk och kulturell makt spelar en central roll i vardagslivet genom att hjälpa oss skapa, klara av, anpassa oss till och förändra den miljö som är strukturerad av ekonomiska, politiska och militära krafter. Lull menar med kulturell makt förmågan att definiera situationen kulturellt, vilket innebär individers eller gruppers förmåga att skapa meningar och bygga vägar för livet. Dessa vägar tilltalar sinnen, känslor och tankar av en individ själv och andra som umgås med honom/henne.

Den kulturella makten har sin ursprungliga betydelse och verkan i ekonomin och politiken. Att bli en framgångsrik kulturproducent i en konkurrerande marknad kan belönas med högre status eller rikedom. Kulturell makt utövas när folk använder symbolernas innehåll genom att inkludera det ideologiska systemet och kulturella associationer, politisk maktstruktur, regler som gäller dem och deras kulturagerande strategier .

⁵ Fiske, John. (1998) *Kommunikations teorier. En introduktion*. Stockholm. Wahlström & Widstrand (s.227)

⁶ Heywood , Andrew (1998) *Political theory: An Introduction*. London. Mackmillan press LTD. (s.123-124)

⁷ Lull, James. (1995) *Media, Communications, Culture. A Global Approach*. Cambridge. Polity Press. (s.71)

2.3. Folklig kultur och den hegemoniska processen

Uttrycket *folklig kultur* brukar användas för att beskriva kultur som kommer från vanligt folk, inte den som ges till dem. Alla människor (individuellt eller i grupper) producerar kultur och därmed utövas kulturell makt. Men Fiske påstår att populär kultur aldrig blir dominant därför att den skapas som en reaktion mot de härskande klassernas kultur och inte som en del av dem. Att skapa en folklig kultur betyder i praktiken en sorts social kamp mot etablissemangets hegemoniska ideologi.

Massmedia är en aktiv hjälp till den hegemoniska processen mot folket, men samtidigt blir medias budskap en källa för skapandet av den folkliga kulturen. Folket använder mediebudskapet för att planera den taktik och strategi som passar för att skapa sin motståndskultur. Den folkliga kulturskapande processen kan man förklara vidare genom att använda alla begrepp och den diskussion som Lull bl.a. gör i sin bok när han utvecklar begreppet *den aktiva publiken*.

Fiske bidrar också genom att använda ordet *myt* till förklaring av den folkliga kulturens skapande. Han påstår att det givetvis finns en motmyt med lämpliga mot - konnotationer i omlopp inom subkulturen ekologi/naturvård, men vår dominerande myt innehåller den sortens föreställningar. När han fortsätter att behandla ämnet *motstånd* påstår han, enligt hegemoniteorin, att dominanta krafter alltid försöker inkorporera motståndet (t ex populär kultur) men tvivlar på strategins slutliga effektivitet och hävdar att vissa rester av motståndet ovillkorligen kommer att finnas kvar.

Ett effektivt sätt att locka mediepublik är att producera en *populär kultur* som utnyttjar en folklig miljö och som anpassas till producenternas intresse genom att förvandla en del av verkligheten. Sedan lanseras programmet som *äkta* folklig kultur och det kan bli framgångsrikt beträffande popularitet fast den härskande klassens ideologi genomsyrar programmet. Detta program sprids som kulturell makt av individer eller sponsorer. Sådan anpassad och färdigpaketerad masskultur som sprids av de etablerade producenter skapar också motstånd hos folket, som aktivt kan granska dem för att göra nytt motstånd.

Den italienske marxisten Antonio Gramsci är den mest kände teoretiker som har utvecklat begreppet om den härskande klassens kulturella hegemoni. I sin tes menade han t ex att i västvärden behåller borgarklassen makten i samhället genom att deras idéer genomsyrar hela samhället. Dessa idéers funktion är att hålla samman det kapitalistiska samhället och att inpränta en passiv underkastelse hos arbetarklassen.

McQuail behandlar kortfattat begreppet hegemoni. Hans uppfattning kan ge oss en idé om begreppet hegemoni i Gramscis mening:

*Hegemony refers to a loosely interrelated set of ruling ideas permeating a society, but in such a way as to make the established order of power and values appear natural, taken for granted an common-sensical. A ruling ideology is not imposed but appears to exist by virtue of an unquestioned consensus. Hegemony tends to define unacceptable opposition to the status quo as dissident and deviant.*⁸

⁸ Mc Quail, Denis. (1994) *Mass communication theory. An Introduction*. London. Sage. (s.99)

Enligt Lull är aldrig den hegemoniska processen komplett, vilket betyder att hegemoniska processen måste förstärkas eller anpassas beroende på olika politiska kontexter. För att bekräfta detta skriver han: *Two of our leading critical theorists, Raymond Williams and Stuart Hall, remind us that hegemony in a political context is indeed fragile. It requires renewal and modifications through the assertion and reassertion of power.*⁹

Enligt Fiske förekommer ett ständigt växande motstånd mot denna hegemoni som kan besegras tillfälligt men aldrig utplånas. Därför är en av de viktigaste hegemoniska strategierna för härskande klasser att konstruera ett "sunt förnuft" som passar deras intresse och kan bli accepterat i hela samhället som "vanligt förnuft". Fiske exemplifierar på följande sätt: *Det är till exempel "sunt förnuft" i vårt samhälle att brottslingar är onda eller bristfälliga individer som måste bestraffas eller fruktas. Sådant "vanligt förnuft" döljer det faktum att proportionerligt många lagöverträdare är män från missgynnade eller svaga socialgrupper - eller tillhör "fel" ras, klass eller ålder.*¹⁰

2.4. Kulturellt och ideologiskt motstånd

Trots att det kan låta nästan omöjligt att göra motstånd gör faktiskt folk redan på något sätt motstånd mot den härskande klassens hegemoniska process, direkt eller indirekt, medvetet eller omedvetet. Detta händer i olika former och sammanhang. Vissa rörelser såsom vegetarianer, *hippies* och *punkare*. försöker hitta alternativ till det kapitalistiska konsumtionssamhället och lever många gånger mer eller mindre utanför resten av samhället. Andra mer revolutionära rörelser försöker även att arbeta för en total förändring av hela samhället genom någon form av befrielse, självständighet eller socialistisk revolution.

Peter Rundkvist behandlar i sin artikel om *kultur, motkultur och antikultur* motkultur i tre olika perspektiv, kunskaps sociologiskt, strukturellt och socialpsyklogiskt. När han behandlar motkultur i ett strukturellt perspektiv och försöker definiera motkultur som *uttryck för en sorts "förförståelse" för ett alternativ som man har en vision av*. Och han fortsätter och påstår att *Den etablerade kulturen bär i sitt sköte sitt eget upphävande i form av en motkultur; ett oppositionellt negativ av de rådande omständigheterna. Dess främsta uppgift blir att kritisera och utveckla alternativ. Så får vi en "alternativrörelse" som betraktar det mesta i den dominerande kulturen som "dåligt"*¹¹

Rundkvist beskriver också utvecklingen av vissa motkulturrörelser i Europa och behovet av att reagera i en bred och politiserad alliansrörelse med tydligt ställningstagande mot den etablerade kulturen.

Denna allians är en logisk följd av att de intellektuella, precis som ungdomsgrupper, kvinnor, arbetslösa, eller invandrare, hör till dem för vilka den kulturella alienationen blir mest påtaglig och uppenbarad. De intellektuella drabbas minst lika hårt av den förtingligade kulturproduktionen som alla andra grupper i samhället, och eftersom deras uppgift är att

⁹ Lull, James. (1995) *Media, Communications, Culture. A Global Approach*. Cambridge. Polity Press. (s.38)

¹⁰ Fiske, John. (1998) *Kommunikations teorier. En introduktion*. Stockholm. Wahlström & Widstrand (s.232)

Lull, James. (1995) *Media, Communications, Culture. A Global Approach*. Cambridge. Polity Press. (s.232)

¹¹ Hannerz, Ulf, Liljeström, Rita, Löfgren, Orvar (red.), (1983) *Kultur och medvetande: en tvärvetenskaplig analys*. Akademilitteratur AB. Angered. (s.185)

tydliggöra och kritisera detta, blir ett konsekvent ställningstagande för motkulturen ofta den logiska följden.¹²

Peter Willetts utvecklar hur olika aktörer agerar eller interagerar på den globaliserade politiska arenan. Han beskriver olika oberoende organisationer som agerar internationellt, både i legala (legitima) eller illegala former. I legala former agerar organisationer såsom multinationella företag, biståndsorganisationer (NGO:s), miljöorganisationer och mänskliga rättighetsorganisationer. Den andra formen av organisationer som kan betraktas som *icke-legitima* kan utgöras av *terrorister*, gerillagrupper och nationella befrielseörelser. Men Willett bekräftar att det finns ett stort inflytande av de oberoende organisationerna som agerar från motståndshållet, trots att en del betraktas som icke-legitima.¹³

2.5. Eko-socialism som ett nytt alternativt motstånd

Enlig Rudolf Bahro (1984), som refereras av Andrew Heywood, skulle den ledande ideologin i en eko-socialistisk rörelse vara en dynamisk blandning i olika grader av ekologismens och socialismens teorier och erfarenheter, d v s olika kombinationer av *röda* och *gröna* ideologier och/eller rörelser som kan anpassas till olika situationer i tid och rum. Detta skulle i praktiken betyda att olika socialistiska- och miljörörelser och/eller organisationer skulle samarbeta i någon sorts *ny motståndsrörelse* mot neo-liberalismen och världskapitalismen. Internet skulle bli ett uppskattat kommunikationsverktyg för deras verksamhet.

Ekologismen och socialismen har var för sig djupa teorier, eller så tillhör de olika paradigmen från ett kunskapsteoretiskt perspektiv. Men deras misslyckande, åtminstone i dagens läge, gentemot kapitalismen har tvingat dessa rörelser att närma sig varandra, i praktiken. Dessutom verkar det som att eko-socialismen är ett krav för ett mer civiliserat samhälle och en hållbar utveckling för mänskligheten i harmoni med naturen. En vid behandling och diskussion om behovet av eko-socialism som motsats till kapitalism finns i en bok redigerad av Ted Benton. Han skriver att *The Greening of Marxism explores the influence of green politics on Marxism, examines the new politics emerging from these movements, and shows how red-green alliances can transform the political landscape.*¹⁴

2.5.1. Miljöpartiets och Vänsterpartiets förhållande till eko-socialism

Det är inte meningen att här djupt analysera partiernas ideologi, men det bör åtminstone refereras till deras huvudvärderingar (grundvärderingar för Miljöpartiet och målet för Vänsterpartiet) som har något samband med en eko-socialistisk vision eller ideologi. En enkel förståelse kan fås genom att titta på bild eko-socialismens omfång (se bilaga 1 sidan 44). Bilden inspirerad av Kilbournes figur *Levels of Ecological Concern.*¹⁵

¹²Hannerz, Ulf, Liljeström, Rita, Löfgren, Orvar (red.), (1983) *Kultur och medvetande: en tvärvetenskaplig analys*. Akademilitteratur AB. Angered. (s.186)

¹³Baylis, John. & Smith, Steve. (Ed.) (1997) *The Globalization of World Politics. An Introduction to International Relations*. Oxford University Press. (s.287-315)

¹⁴Benton, Ted (Ed.). (1996) *The Greening of Marxism*. The Guilford Press. New York London.

¹⁵Journal of advertising. (1995) *Green Advertising: Salvation or Oxymoron?* Vol. 24, No. 2, pp. 7-19

2.5.2. Miljöpartiets grundvärderingar

Detta parti bildades som ett nytt alternativ till de traditionella partierna, från höger till vänster, som skiljer sig främst i sitt förhållande till ägande och fördelning av samhällsresurser. Men både höger och vänster förespråkar traditionellt ett ökat materiellt välstånd för människorna som kan kallas för *antropocentrism*, d v s lite eller ingen hänsyn till naturen och det ekologiska systemet. Miljöpartiet vill utveckla en långsiktig strategi som genomsyras av kretsloppstänkandet och hushållning av naturresurser i ett globalt perspektiv. Miljöpartiets ideologi är ett bra exempel på *ekologism*, men de samhällets förutsättningar i ett rikt land som Sverige gör att det konkreta programmet ska ta hänsyn till olika punkter i den politiska och ekonomiska verkligheten. Detta medför att den miljövänliga ideologin måste anpassas till det kapitalistiska samhället för att få folkstöd. Denna anpassning kräver att miljöpartiet måste ta ställning till vissa frågor som är traditionella för vänster- och högerpartier, till exempel om privatiseringar av statliga företag och multinationella företags inflytande. Men huvuddelen av Miljöpartiets grundläggande idéer kan klassificeras åt vänster eller åtminstone i mitten eftersom de i sitt partiprogram förespråkar *fyra solidariteterna* som hör delvis till socialistiska principer. *Vår politik vilar på en fyrkantig solidaritet*

- *Solidaritet med djur, natur och det ekologiska systemet*
- *Solidaritet med kommande generationer*
- *Solidaritet med världens folk*
- *Solidaritet med människor i vårt eget land*¹⁶

Det finns flera punkter i partiprogrammet som överlappar med socialistiska principer, inte minst med en del av Vänsterpartiets partiprogram som förespråkar mot de multinationella företagens inflytande. Men för Miljöpartiet är några aspekter av marxism, som kollektiv ägarförhållande och klassfrågor är oacceptabla.

2.5.3. Vänsterpartiets mål

Enligt det centrala dokumentet som Vänsterpartiet sprider, *partiprogram & stadgar*, är partiets mål grundat på socialism (reviderad marxism), feminism (mot den patriarkaliska kapitalismen), ekologism (miljöanpassat samhälle) och internationalism (solidaritet med den fattiga världens förtryckta folk) och innehåller ungefär samma aspekter som Miljöpartiets men är skrivna på olika sätt. Trots att Vänsterpartiet inte utvecklar de olika aspekterna av ekologi utförligt i sitt partiprogram har jag fått upp till fyra broschyrer som behandlar de ekologiska aspekterna ungefär lika djupt som Miljöpartiet. Sammanfattningsvis kan man säga att för Vänsterpartiet är socialismen mer central än *ekologism* och andra aspekter.¹⁷

¹⁶ Miljöpartiets de gröna. (1997) *Partiprogram*. Stockholm. Svenska Tryckcentralen AB.

¹⁷ Vänsterpartiet. (1998) *Partiprogram & stadgar*. Stockholm. Tryckeri TABS.

3. INTERNET SOM POLITISKT VERKTYG?

Det finns olika rapporter om opposition och motståndsrörelser via Internet mot neoliberalismen. Genom att söka efter webbplatser på nätet som förknippas med ord såsom socialism, kommunism, ekologi, miljö, marxism, leninism, anarkism, revolution och vänster, är det sannolikt att man kan hitta tusentals webbplatser av lika många rörelser eller organisationer. För uppsatsens syfte är det mer intressant att behandla Internetverksamheten hos organisationer som kan förknippas med, demokrati, vänster och eko-socialism, m.m.

3.1. Internationellt

Max Elger, konsult på informationsföretaget Idé Torget AB har studerat Internets roll i valkampanjerna i USA och Storbritannien. Han förklarar Internets växande roll i USA idag genom att göra en parallell med TV:s roll i USA:s politik under 50-talet. Enligt Elger har Internet i Storbritannien en växande roll, men den används som ett komplement till andra medier. Hans sammanfattning är följande: *Internet har använts i både den amerikanska och den brittiska valrörelsen. Statistik och enskilda händelser under valkampanjerna tyder på att nätet blir allt viktigare som politiskt medium. De intervjuade är ense om att Internet underlättar administrationen av kampanjorganisationer. Än har vi dock inte sett ett val där alla kan enas om att användningen av interaktiva medier avgjorde utgången. Internet ersätter inte traditionella kampanjmetoder men kompletterar dem.*¹⁸

Hill och Hughes, båda lärare vid Florida University, rapporterar i sin bok resultat av olika studier som de utfört för att få veta hur folk använder Internet för att kommunicera med varandra. De tar upp och analyserar olika aspekter, bl.a. diskussionsgrupperna i Usenet, Internet som instrument för en global demokratisering, webbplatser och hur politiken och Internet påverkar varandra. I kapitel sex, *Web sites, Interest Groups, and Politics*, presenteras en studie av Internetverksamheten hos olika politiska intresseorganisationer, bl.a. höger- och vänster. En av studierna, *Using the Web for Politics: Six Case Studies*, analyserar olika organisationers webbplatser. En av de sex grupperna är vänsterorganisationen *Democratic Socialists of America* (DSA). Innehållsanalysen av DSA:s webbplats visar att den är minst professionellt designad av de studerade sex webbplatserna på grund av olika brister som beskrivs i följande citat: *The DSA provides an interesting history of itself and the rest of the American left, a massive number of links to other left-wing sites all across the globe, and even its bylaws and constitution, written in a bewildering combination of legalese and obscure Marxist jargon. If anything, this site focuses itself on organizational maintenance and justifying its place in the American political spectrum. None of the pages employs a textured background image, although the site does consistently use a white background throughout. There are very few graphics, which is not in itself bad, since too many graphics can bog down a site, especially for users with slower Internet connections. The one graphic element that is present on most pages is the DSA's red-rose-in-a-fist logo, which is rather striking. No part of the site is keyword-searchable, an unfortunate omission for such a relatively large site that is so text-intensive. Other design problems include the absence of toolbars and other navigational aids at the tops and bottoms of pages,*

¹⁸Elger, Max. (1998) *Politik.se. Opinionsbildning på Internet*. Stockholm. Ekerlids Förlag. (s. 176)

which would help the user to negotiate this large series of pages. The one "table of contents" that does provide such linkages is to be found in the middle of the first page, which is not where a long-time Web surfer would expect to find such a navigational aid. In our opinion, the Democratic Socialists of America site is the least professional-looking site of our six case studies.¹⁹

3.2 Sverige

Krister Thelin har skrivit en rapport *Internet och politik -vänsterdröm eller högerspöke?* åt Timbro, det svenska näringslivets tankesmedja. Rapporten analyserar olika aspekter omkring Internet och politik, såsom marknaden och Internet, frihet och marknad, integritet och offentlighetsprincipen. Han påstår att marknaden inte spelar en antidemokratisk roll i Internets utveckling, tvärtom hjälper den demokratiseringen genom att leda till accelererande sjunkande priser på apparater och anslutningar. Enligt Thelin påskyndar nätet demokratisering genom att skapa en ny virtuell verklighet, och uppfylla klassiska grekiska demokratiideal med ökat inslag av direkt demokrati. Han påstår att: *Tiden för de kvarvarande diktaturerna, från Kina till Kuba och Irak, börjar rinna ut. Kraften i nätets förmåga att sprida information, skapa delaktighet och insyn är helt enkelt övermäktig.*²⁰ Enligt Thelin har vänster- och högerströmningar ett gemensamt intresse, att försvara yttrandefrihet på nätet, *Känslan för integritetsskydd är påtaglig, och höger och vänster förenas i försvar för yttrande frihet och mot intrång från den allmänna sidan...Kommers och demokrati får båda rum i cybervärlden.*²¹

Thelin försöker förklara anledningen till varför vänsterkrafter satsar så lite på Internet eller betraktar Internet med skepsis; *Internet har sitt ursprung i USA, liksom informationsteknik över huvud taget. IT kom att ses som ett "Högerprojekt" ... Utvecklingen möjliggörs genom den avreglering som bl.a. telekommunikationerna nu genomgår...vilken i praktiken innebär en förstärkning av den amerikanska dominansen. Användare av Internet i Sverige, liksom i övriga världen, är ung och väl utbildad medelklass. Alla nu angivna faktorer är var och en tillräcklig för att vänstern i Sverige ska betrakta Internet med skepsis.*²² Slutligen försvarar Thelin Internet genom att kalla Internet för *revolution* som sätter strålkastaren på gamla frågeställningar om demokrati, frihet och integritet. Han påstår att *klasskampen går inte, lika lite som revolutioner, i repris på nätet. Internet är revolutionen. Hotad är inte demokratin, men väl dess nuvarande strukturer inom nationalstatens ram. Inför detta finns det inga automatiska höger- eller vänsterreflexer.*²³

Gull-May Holst beskriver och analyserar i sin bok *interaktivt i riksdagen* (TeLDOK rapport 127) användningen av ny informationsteknik i politisk verksamhet. Hon undersöker och rapporterar om IT-satsningar av alla svenska partier som har representation i riksdagen, i samband med bl.a valet 1998. Ett utdrag ur hennes *Snabba intryck av partierna på Nätet* är följande:

¹⁹Hill, Kevin A. and Hughes, John E. (1998) *Cyberpolitics citizen activism in the age of the Internet*. Boston, USA. Rowman & Littlefield Publishers, INC. (s. 171-172)

²⁰ Thelin Krister, (1997). *Internet och politik –vänsterdröm eller högerspöke?* Timbro. Stockh. Rapport nr 8 (s.6)

²¹ ibid s.19

²² ibid s.19

²³ ibid s.20

-För det första behandlas detta nya medium som ytterligare en kanal för att sända information, även om några försök att kommunicera görs på flera webbplatser. Ett sätt är att be hemsidornas besökare svara på väl tillrättalagda ja- eller nejfrågor.

-För det andra hade bara ett par partier tagit möjligheterna med interaktivitet till sig. Chatting som en interaktiv kommunikationsform via Internet användes främst av socialdemokraterna och miljöpartiet. Den 21 september 1998 blev socialdemokraternas hemsida listad bland världens tio bästa politiska webbplatser av det amerikanska Nät-nyhetsbrevet netpulse.

Miljöpartiets språkrör ställde under senare delen av valrörelsen på bestämda tider varje dag upp för ett par timmars chatt via partiets hemsida i partiets virtuella valstuga.

-För det tredje var innehållet på de olika webbplatserna förvånansvärt likartat.

-För det fjärde verkar det som om ingen webbmaster vill missunna sig att skapa mer eller mindre märkliga spel.

-För det femte fanns på varje partis hemsida en uppsjö av intressanta länkar, en för varje besökare mycket användbar funktion. Framför allt erbjuds länkar till diverse närstående organisationer och individer. Vänsterpartiet har t.ex. en mycket effektiv lista över länkar till samtliga lokala partiorganisationer över hela Sverige.

-För det sjätte bjöds det på några tekniskt avancerade funktioner som ställde stora krav på webbplatsbesökarens system och Internetuppkoppling, tillgång till mjukvara och kunskap.

-För det sjunde, och slutligen, bjöds det inte direkt på några innovativa grepp, om man bortser från de ljud- och videofiler som var åtkomliga via Real Player-mjukvaran.

-Till syvende och sist måste man medge, att det faktum att samtliga svenska riksdagspartier "vågat" sig ut i cyberrymden trots bristande ekonomiska resurser, tid och kunskap är något som är värt att hedras och beundra.²⁴

Holst visar i sin bok bilder av alla riksdagspartiernas hemsidor utseende och ger även en kort beskrivning av vissa aspekter om webbplatserna. Enligt Holst har Miljöpartiet effektivt använt IT-tekniken, chatt, ljudsändning, interaktiva möjligheter, etc. Hon uttrycker på följande sätt de mest positiva aspekterna på webbplatsen:

Miljöpartiet är ett av de mera aktiva då det gäller att utnyttja sig av de nya informationstekniska verktygen...Miljöpartiet var tillsammans med socialdemokraterna ensamt om att använda sig av chattprogram kopplat till webbplatser i någon större omfattning. Företeelsen att föra fram sitt budskap via direktuppspelade ljudfiler över Internet delade de med moderaterna och socialdemokraterna.²⁵

Vänsterpartiets webbplats har enligt Holst inte varit lika bra som Miljöpartiets, på grund av vissa brister såsom svårt politiska språk för allmänheten och lång nedladdningstid av webbplatsen på grund av färgrika bilder. Men Holst påstår att vänsterpartiet har utnyttjat länk-möjligheter för att kunna samarbeta med sina lokala avdelningar på ett effektivt sätt. *Det verkligt intressanta med vänsterpartiets röd-gröna webbplats var, att man direkt kunde länka till partiets samtliga lokala partiorganisationer, ett drygt 80-tal - över Sveriges hela avlånga land. Varje lokalorganisation hade lagt upp sina egna webbplatser. Via dessa fick man veta vilka personer som ledde det lokala partiarbetet och vilka de lokala politiska prioriteringarna var. På lokalorganisationernas hemsidor fanns mycket information att hämta.²⁶*

²⁴Holst, Gull-May (1999) *Interaktivt i riksdagen*. Stockholm. Teldok rapport 12. (s.45-48)

²⁵ ibid s. 38

²⁶ ibid s. 44

På uppsatsnivå i Media och kommunikation vid Stockolm universitet, kan man hitta några som tar upp Internet. Bl.a. hur Internet används som ett verktyg för demokratiska frågor, användning med kommersiellt syfte och användning som annonsplats. Men de är inte fokuserade på betygsättning eller kvantitativ innehållsanalys av webbplatser som tillhör politiska organisationer som i denna uppsats.

Bohman och Izdebska utvecklar olika aspekter omkring användningen av den nya informationsteknologin och speciellt Internet ur ett demokratiperspektiv. Deras studie har kommit fram till att det i samhället finns både låganvändare och höganvändare av Internet och att Internet kan användas för att förstärka demokratin om det skulle finnas vissa förutsättningar, huvudsakligen tillgång och kapacitet att använda mediet.

*Ny informationsteknologi, som exempelvis Internet, kan bidra till att utjämna informationsklyftorna i samhället och på så sätt öka jämlikheten, men endast om merparten i samhället har tillgång till och kapacitet att använda mediet.*²⁷

Carlsson m.fl. har utfört en studie som handlar om hur svenska företag använder sig av Internet som marknadskommunikation. De ville ta reda på om det finns skillnader eller likheter mellan teorier om marknadskommunikation/marknadsföring och den praktiska tillämpningen när företag utnyttjar sin webbplats. Ett av deras tre förslag till fortsatt forskning är följande: *En tredje möjlighet är att betygsätta webbplatserna och jämföra dem sinsemellan med hänsyn till respektive företags syfte och målsättning med sidan.*²⁸

En annan uppsats, skriven av Lundberg m.fl., syftar på att få en djupare insikt och förståelse av Internet som annonsplats, dess utveckling och tankar från de som arbetar med Internet omkring detta ämne. De behandlar också en del av Internets möjligheter som verktyg för marknadskommunikation. *Bland annat diskuteras Internets möjlighet till selektiv och interaktiv annonsering, hur Internet utnyttjas idag och möjligen utvecklas i framtiden.*²⁹

Nicklas Halleröds uppsats *Elektronisk demokrati på lokal nivå* finns publicerad på nätet och är den som mest liknar min uppsats och studerar bl.a. webbplatser genom att sätta betyg. Denna uppsats handlar om en undersökning som har för avsikt att bedöma hur information och interaktion med hjälp av Internet fungerar i verkligheten inom lokala, politiska församlingar, 18 stadsdelnämnder i Göteborgs kommun under slutet av 1999. Resultatet av undersökningen sammanfattas med följande ord: *Resultaten från undersökningen visar att det råder en stor skillnad mellan stadsdelarna vad gäller såväl information som interaktion. Bland de stadsdelnämnder som hamnat sämst i undersökningen uppfyller man endast ett fåtal av de mål som uttalas i Göteborgs stads IT- policy.*³⁰ Enligt Halleröds resultat finns det direkt samband mellan Stadsdelarnas ekonomiska förutsättningar och betyg på webbplatser (som han och jag kallar webbskalepoäng) som de fått, vilket innebär att de resursstarka stadsdelar får högre betyg, med en undantag. *Tabellen visar således att de hemsidor som bäst*

²⁷ Bohman, Mika & Izdebska, Cararina, (1996). *www.demokrati@internet.se En studie a Internet huruvida kan bidra till demokratiskt deltagande.* C-uppsats. JMK. Stockholms Universitet. (s. om sammanfattning)

²⁸ Carlsson, Mia, m.fl. (1996). *Svenska företag på Internet. En studie av de 40 mest omsatta företagen och deras Internetsatsningar.* B-uppsats JMK. Stockholms Universitet (s. 30)

²⁹ Lundberg, Björn m.fl. (1996). *Cyberrymden som annonsplats. En ögonblicksbild av Internet i dag.* B-uppsats. JMK. Stockholms Universitet. (s. 30)

³⁰ Halleröd, Nickas. (1999) *Elektroniska demokrati på lokal nivå.* Göteborg, förvaltningshögskolan. (s.4)

*fyller sin funktion efter utsatta mål inte med nödvändighet kan tillägnas de resursstarka stadsdelarna.*³¹

4. DIGITAL TEKNIK OCH INTERNETS MÖJLIGHETER

4.1. Den digitala revolutionen.

Den digitala revolutionen erbjuder nästan obegränsade möjligheter, inte minst på kommunikationens område. Idag är frågan inte längre vad vi kan göra för att lösa tekniska problem, utan snarare vad tekniken kan göra för att hjälpa människor lösa sina problem. Eko-socialismen borde kämpa för att IT-tekniken direkt eller indirekt ska gynna den majoritet av befolkningen som räknas som förlorare inom kapitalismen.

Genom att studera aktuella litteratur kan man snabbt dra några slutsatser om den digitala teknikens betydelse för ett globalt eko-socialistiskt projekt:

- Tendensen av de nya tekniska utvecklingarna följer ungefär samma mönster som under industrirevolutionen. De gynnar mest, eller i vissa fall bara, de redan rika länderna och de rikare samhällsklasserna. T.ex. är informationsteknologin egentligen en jättelik infrastruktur, som utesluter majoriteten av världens befolkning, speciellt i tredje världen. IT-tekniken kan alltså bara demokratiseras med politiska beslut på alla nivåer. Internationellt gynnar också den digitala tekniken mest folk som använder engelska språket och andra besläktade språk. För att tredje världen ska ha tillgång till IT-tekniken behövs definitivt en ny världsordning.
- I användarperspektiv kan IT-tekniken, precis som televisionen och andra medier tidigare, bli tillgänglig och nyttig för de svagare grupperna i samhället om staten ingriper eller aktivt deltar i dess utveckling i demokratins namn. Marknaden behandlar människor som konsumenter, inte som medborgare, vilket betyder att de som inte konsumerar inte är intressanta.
- Den digitala tekniken har möjliggjort en sammansmältning av olika medier: radio, Tv, multimedia, tryckta medier, dator, telefonsystem, Internet, bredband, etc. Detta uppmuntrar en positiv utveckling bl.a. i form av standardiseringar och effektiviseringar som också innebär sjunkande priser, d.v.s. den framtida digitala tekniken erbjuder nästan obegränsade och billiga möjligheter för privatpersoner, organisationer och politiska rörelser. Bara kreativiteten och intresset kan sätta gränser.³²

4.2. Korta fakta om Internet och BBS (avsnittet bygger på Holst 1999)

³¹ *ibid.* (s.27)

³² Larsmo, O. & Ilshammar, L. (1997), *net.wars: KAMPEN OM NÄTET*. Stockholm: Gnesta. Atlas Rabén Prisma. Och Sanden, W. (1998) *IT- boken*. Stockholm: Allde & Skytt AB.

4.2.1 Om Internet

- Internet är ett världsomspännande nät av miljontals datorer, som kan kommunicera med varandra via det vanliga telenätet. Användarna, som i augusti 1998 uppskattades till 135 miljoner över hela världen, ansluter sig till Internet via sina persondatorer, vanligen med hjälp av t ex modem- eller ISDN uppkoppling;
- Interneter kan sägas ha fem huvudfunktioner:
 1. WorldWideWeb, förkortat www., är ett jättelikt nät uppbyggt av massor av mindre nät, i sin tur uppbyggda av webbplatser, vars öppningssida kallas hemsida. Webbplatserna innehåller sökbar information som man kan finna med hjälp av s k webbläsarprogram, t ex Netscape Navigator, Microsoft Explorer och andra;
 2. E-postfunktioner, som gör att alla som är anslutna till Internet kan sända skrivna meddelanden till varandra via e-postadresser. I e-postadressen ingår alltid@ tecknet
 3. Usenet News, som är ett konferenssystem med mängder av anslagstavlor, där man kan titta efter om det finns något som intresserar och som man vill vara med och diskutera. Man kan anslå egna meddelanden på någon av de många anslagstavlor som finns i systemet och man kan starta sina egna diskussionsgrupper;
 4. Inter Relay Chat, eller bara Chat, gör det möjligt att *samtala* - chatta - med många personer samtidigt via datorn. Man väljer de chattprogram man tror är intressanta och man kastar sig in i det pågående samtalet genom att skriva det man vill säga på sitt tangentbord. På skärmen ser man vad de andra säger och kan på så sätt kommunicera - eller chatta - med många;
 5. File Transfer Protocol, FTP, är Internets funktion för att föra över datafiler från en sändare till en mottagare. FTP-baser ger också tillgång till ett mycket stort antal filer på Internet, ur vilka man kan ladda ner information, bilder, video- och audiofiler som man har behov av, till den egna datorn.
- Internet växer mycket snabbt. Ingen kan med säkerhet säga hur mycket information det egentligen finns på Internet, även om försök till uppskattningar görs med regelbundna mellanrum - i mars 1998 bestod Nätet av ca 275 miljoner hemsidor;
- I Sverige räknade man i december 1998 med att det fanns 3 miljoner Internetanvändare, vilket motsvarar 42% av befolkningen (nu är över 50%).

4.2.2. Om BBS

1. BBS står för Bulletin Board System
2. En BBS är en elektronisk anslagstavla, som sätts upp och administreras av en organisation, I ex ett politiskt parti, för att föra samman människor med gemensamma intressen;
3. Via en BBS kan man kommunicera, hämta filer och själv lägga in meddelanden och filer;
4. Vanligen behövs ert lösenord för att komma in i en BBS.

4.3. Internet och andra medier

Internet är ett medium som i många avseenden skiljer sig från de flesta andra medier. Olika faktorer eller kriterier kan användas för att jämföra Internet med andra medier. Men de mest relevanta kan vara följande kriterier som jag har utvecklat utifrån Dal Thomsens identifierade kriterier som citerats av Carlsson m.fl.:

- Räckvidd; hur stor är publiken som kan nås? Räckvidden är generellt låg men inte i vissa folkgrupper såsom välutbildade, medelklassungdomar och inom den akademiska världen.
- Selektivitet; hur precist kan publiken nås och hur precist kan varje segments informationbehov tillfredställas? Internet erbjuder hög selektivitetmöjlighet jämfört med de flesta medierna. Besökare eller surfare kan välja den information de behöver speciellt genom att utnyttja länkmöjligheter.
- Feedback (eller interaktivitet); hur lätt är det för mottagaren att ge feedback till sändaren? För interaktivitet erbjuder Internet en mycket hög och privilegierad möjlighet jämfört med andra medier, speciellt när man använder multimedieprogram på webbplatser.
- Kostnad; hur mycket kostar det att kommunicera via mediet? Internet är ett potentiellt billigt medium beroende bl.a. på syfte, sort av organisation och webbmästarens kunnande.
- Informationskapacitet; hur mycket information kan förmedlas via mediet? Internet erbjuder mycket hög och privilegierad informationsöverföringskapacitet jämfört med andra medier.
- Mätbarhet; hur väl kan meddelandets framgång mätas? Mätbarhet på Internet är potentiellt hög, d.v.s att det är teoretiskt möjligt att kartlägga alla besökare och deras personliga karakteristik genom olika kända metoder.³³

Genom att ge en överblick på Peter Jakobssons grafik *Webben i jämförelse med andra, mer traditionella medier* (bilaga 2 s. 45) kan man också urskilja webbens unika fördelar jämfört med andra medier. I andra sammanhang skulle en mer detaljerad jämförelse mellan Internet och andra medier behövas, men i denna uppsats duger Jakobssons förklaring. *Webben som ligger i rutan för låg kostnad/stor spridning, ger möjlighet att nå en global marknad med relativt små medel. Kostnaderna varierar givetvis efter ambitionsnivå, men det gäller för alla medier. När man jämför webben med andra mer traditionella medier är det intressant att se hur dessa förhåller sig i relation till webben med avseende på kostnader och spridning*³⁴

Jakobsson behandlar också traditionella mediebegrepp kopplade till webben där räckvidd, frekvens, kontinuitet, impact på webben och mått och mätmetoder jämförs mellan traditionella medier och Internet. Frekvensen på webben skulle man kunna säga är det antal gånger som en besökare exponerar sig själv för en organisations webbplats. I Internets sammanhang uppfattas kontinuitet som exponeringstid, alltså dygnet runt (24 timmar, 365 dagar om året) och kan ses av flera tusen användare samtidigt. Impact på webben är styrkan på det intryck som propaganda eller ett budskap har på människor. Enligt Jakobsson beror impact på webben främst på det faktiska innehållet: *Sidan ska ha en funktionell layout och så vidare. Men att upprätthålla användarens intresse genom ett intressant innehåll ger betydligt mer än att bara vara snygg grafik. Många användare har stängt av grafikfunktionen på sin webbläsare, eftersom grafiken tar för lång tid att ladda ner.*³⁵

4.4. Information kontra interaktion

³³ Carlsson, Mia, m.fl. (1996). *Svenska företag på Internet. En studie av de 40 mest omsatta företagen och deras Internetsatsningar*. B-uppsats JMk. Stockholms Universitet (s. 6-7)

³⁴ Jakobsson, Peter. (1998) *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg*. Lund. Studentlitteratur. (s. 87)

³⁵ Ibid (s. 92)

Interaktivitetsmöjligheten är kanske den mest betydelsefulla fördelen med Internet som nytt medium. Men det skulle inte ha stor betydelse om interaktiviteten inte används för att optimera hantering, lagring och förmedling av information. Jakobsson använder sig av en matrisbild, informationsinnehåll/interaktion baserad på Cronin (se bild på bilaga 2 s.45) för att tillämpa Internets möjlighet till hantering av information i kommersiellt syfte. Han förklarar med sin originalbild och tycker att *Kapaciteten på webben är i sammanhanget praktiskt taget obegränsad. Inget annat medium kan jämföras med webben vad gäller mängden information som kan lagras och förmedla... Webben återfinns i rutan för hög interaktion med kund och stort informationsinnehåll. De andra medierna som medger hög grad av interaktion är telefonkommunikation och personlig kontakt. Vid ett säljbesök kan säljaren tillhandahålla mycket information och dessutom anpassa sig efter kundens önskemål. Någon helt personlig kontakt går inte än att få via webben, men genom att använda videokonferenser via nätet kan man komma en bit på vägen.*³⁶

En stor framgång som tillhör utvecklingen av data-och telekommunikation och även gynnar Internet, är möjligheten att använda maskininteraktivitet t.ex. genom webbservrar som kan erbjuda all sorts information till besökare och även interagera. Jakobsson förklarar detta och exemplifierar i ett kommersiellt sammanhang: *Den tekniska utvecklingen inom data-och telekommunikation har flyttat interaktivitetsbegreppet från en en-till-en-företeelse till en en-till-många-företeelse. Förut var det människans förmåga att bara interagera med ett fåtal kunder i taget som satte gränserna. Med maskininteraktiviteten (interaktivitet mellan en människa och en maskin) kan en dator sköta en mycket stor mängd interaktioner samtidigt. Interaktionen behöver inte ske mellan kunden och en säljare på företaget, utan lika väl mellan kunden och företagets fysiskt-tekniska resurser som till exempel företagets server. När en kund klickar på en bild på Apples senaste Mac och får upp data om dess kapacitet så sker, tekniskt sett, en interaktion mellan användaren och Apples Internetserver.*³⁷

Två rutor är värda att ta upp på bilden (bilaga 2 s. 40) för att jämföra med en webbplats, *Informativ propaganda* (och broschyrer) och *Telefonvalkampanj*. Informativ propaganda kan innehålla en hög grad av information men har en låg grad av tvåvägskommunikation, därför att interaktivitet saknas. *Telefonvalkampanj* ger hög möjlighet till interaktivitet men informationsinnehållet är i de flesta fall lågt på grund av telefonsamtalskostnader och personalkostnader. På Internet gäller lokalsamtalstaxa idag och i framtiden kan uppkopplingskostnader bli ännu billigare och även effektivare med bredband.

³⁶ Jakobsson, Peter. 1998. *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg*. Lund. Studentlitteratur. (s. 89)

³⁷ Ibid (s. 89)

5. MATERIAL OCH METOD

5.1 Teoretiska grunder för metod första delen

Det finns olika uppfattningar och diskussion om olika vetenskapliga paradigmen och deras lämpliga metoder. En del av forskare hävdar att det inte finns olika vetenskapliga paradigmen, mellan vilka det finns grundläggande skillnader som gör de oförenliga. Men det verkar som att urvalet av metod ska anpassas till syftet och frågeställningar av ett konkret forskningsprojekt, precis som Hvitfelt skriver: *Det finns då enligt denna uppfattning egentligen endast ett grundläggande vetenskapligt paradigm. Inom detta återfinns emellertid åtskilliga mycket olika metoder att erhålla kunskaper. Syfte och frågeställningar avgör vilka metoder som är användbara och mest lämpliga. Inom masskommunikationsforskningen, eller i för sig forskning över huvudtaget, bör alltså inte kvalitativa eller kvalitativa metoder ställas mot varandra*³⁸.

I genomförandet av den första fasen används en variant av den så kallade *empirinära metoden*, grundad teori. Den har också likheter med *abduktionsmetoden* men även med andra som Bourdieus *konstruktivism*. Den första fasens kvalitativa metod skulle likna *abduktionsmetoden* på grund av att uppsatsens ursprungliga bakgrund och inspirations teori är en *metateori* (kritisk teori) men kommer ner till en empirinära metod för att systematisera fakta och utveckla mikroteorier, kunskaper eller åtminstone variabler som används på den kvantitativa delen i andra fasen, som åter använder den ursprungliga *metateorin*.

Grundad teori, som är en form av de *empirinära* metoderna, inkluderar följande centrala drag: pragmatism, idiografisk forskning, kvalitativ metod, exploration, sensiterande begrepp, social handling, kognitiva symboler, empirinärhet, och stegvis induktion från empirin. Fyra av de centrala dragen verkar vara relevanta i detta sammanhang: pragmatism, exploration, empirinärhet och stegvis induktion från empirin. Med pragmatism menar man ett försök att komma till sanningen för forskningen genom att hitta social nytta och social kontroll. T ex att försöka hitta en fungerande kunskap eller grundad teori som hjälper sociala rörelser att använda Internet (praktiskt tillämpbarhet) skulle betyda en sorts sanning.

Exploration inriktar sig på operationalisering med testning som syfte, vilket kan betyda en flexibel metod för datainsamling, där principerna för urvalet (av exempelvis variabler) revideras successivt under forskningsprocessens förlopp. Med empirinärhet menar man att forskaren bör utgå induktivt från vardagsverklighetens symboliska interaktioner (kan detta anpassas till Internets sammanhang). Induktionen från empirin skulle utföras stegvis: *sympatisk introspektion*, inkännande i enskilda fall, är första steget i forskningsprocessen och *komparation* av flera fall är det andra steget. I Glaser och Strauss mening är också språket

³⁸ Hvitfelt, Håkan. 1991. *Innehållsanalytiska metoder*. Nyheterna och verkligheten. Arbetsrapport. Göteborgs Universitet. (s 32)

som används betydelsefullt. *Teorin måste också vara lätt förståelig för sociologer av alla synsätt, för studenter och för signifikanta lekmän*³⁹

Angående data och datakällor menar Glaser och Strauss att data samlas huvudsakligen från händelser (*incidenter*) i den sociala interaktionen, men det kan kompletteras med egna erfarenheter, biblioteksforskning, deltagande observation, etc. Alltså kan ganska flexibla datakällor användas.

Enligt vissa kritiker riskerar forskningen, genom att använda grundad teori, att bli reducerad till *common sense-kunskap*. Men inom Innehållsanalysforskningen på Internets område är grundad teori kanske en bra resurs, eftersom allting utvecklas eller ändras snabbt på Internet. Relativismen skulle få en chans att bidra till forskningen på Internets område, som på något sätt är en *virtual reality* som också kallas för *cyberrymden*. Det är i alla fall bättre att utveckla ett mätinstrument som har en acceptabel reliabilitet genom att använda empirinärhet än att stagnera i forskning med variabler i nominalskalenivå.

5.2 Material

Material som används i uppsatsen är följande: relevant litteratur, enkäter, mätinstrument (enkät som i bilaga 3 och webbskala som i bilaga 4), dataprogram och Internet, m.m.

Den relevanta litteraturen till teoretiska delen av uppsatsen handlar om ideologi, kultur, makt, politiskt motstånd, eko-socialism, Internet och politik och demokrati, m.m. Samtliga refereras till i uppsatsens *Käll- och litteraturförteckning*. I den förberedande fasen användes ett frågeformulär för att intervjua Miljöpartiets och Vänsterpartiets webbmaster. Enkäter användes för att samla information relaterad till webbmaster och de lokala organisationernas satsningar på Internet, vilket är en nödvändig och kompletterande del för att tolka eller förklara resultatet av mätinstrumentet. För att utföra betygsättningsarbete på de utvalda webbplatserna användes Mac-datorer med stora bildskärmar på *stora redaktionen* i JMK:s (Journalistik media och kommunikation) lokal. Internetprogram som användes är Explorer 5.0. Statistiskt program som används är en kombination av Excel, Stat View, samt Word 2000.

5.3 Metod

Uppsatsens metod kan delas i två huvudfaser: den förberedande första fasen och den kvantitativa andra fasen. I den första förberedande fasen användes en teori

5.3.1. Den första fasen

I den här första fasen använder jag mig, som inspiration, av en variant av den empirinära datainsamlingsmetoden som kallas för *grundad teori*. I början av denna fas använde jag bl.a. en *felkatalog* utarbetad av Nordkvist.⁴⁰ Han menar att man, genom att granska en studieenhet

³⁹ Glaser och Straus 1967:3 cit. efter Alvesson & Sköldberg (s. 74)

⁴⁰ Det finns på nätet i <http://www.idg.se/webstudio/fel>

och hitta felaktigheter genom att tillämpa en felkatalog, kan få fram det som är rätt. Nu gäller det att fortsätta processen av teoribildning, alltså att vidareutveckla kategorier grundade på mikroteorier som blir variabler för den kvantitativa innehållsanalysen som använder det utvecklade mätinstrumentet kallat *webbskala*.

Huvudsyftet med denna fas var att utveckla ett mätinstrument (kodschema) som kunde garantera en acceptabel reliabilitet och validitet för en kvantitativ undersökning. Enligt de teoretiska grunderna för metoddelen och den bestämda tidsplanen (vecka 13 till vecka 15 år 2000) utförde jag uppgifter såsom, informella intervjuer, deltagande observation, relevant litteraturundersökning, skapande av en kompletterande enkät avsedd för webbmastrar och en intensiv explorativ undersökning av webbsidor och statistisk information för att bl.a. välja ut urval och förbereda mätinstrumentet för andra fasen.

Jag har utfört två informella och explorativa intervjuer med ansvariga för Miljöpartiets och Vänsterpartiets webbplatser för att skaffa mig information framförallt om partiernas IT-policy, internetstrategi och grad av samarbete med sina lokala avdelningar (eller organisationer) som jag kallar för PLA. Båda partierna har visat intresse och vilja att samarbeta med mig och jag fick tillräckligt med tryckt och digitalt material för att få en allmän uppfattning om deras IT-policy och andra relevanta uppgifter för att förbereda andra fasen av undersökningen. Jag har varit med på några inlärningsstillfällen om Internet och webbplatser, enligt den metod som kan kallas för *deltagande observation*, med bl.a. webbmästare vid Institutionen Journalistik media och kommunikation (JMK)⁴¹, en studerande vid Tekniska Högskolan och andra bekanta.

Jag har utfört en litteraturundersökning under hela uppsatsarbetet, men under den första fasen prioriterade jag undersökningar om ämnen relaterade till Internet och webbplatser. Under andra veckan insåg jag att det var nödvändigt att skapa en enkät och skicka ut den så snabbt som möjligt till ett urval av webbmastrar. Grundidéen för enkätens innehåll och de informella intervjuerna kommer från tidigare skrivna uppsatser och andra källor. Enkätens första del handlar om frågor för att skaffa sig information om webbmastrars personliga förutsättningar för deras Internet-verksamhet som också påverkar PLA:s satsning på Internet, eftersom det handlar om gräsrotsorganisationer som har brist på ekonomiska resurser. Andra delen av enkäten tar upp frågor som har direkt anknytning till Partiernas lokala avdelningars (PLA) Internetsatsningar. Information som kommer från enkäten gör det lättare att både tolka och förklara betyget webbplatserna får. På så sätt kan man hitta samband mellan förutsättningar och resultat av Internet-verksamhet.

För att välja ut mina enheter (webbplatser) har jag försökt olika vägar. Det första försöket var genom statistiskundersökning och stickprov av kommuner som skulle vara representativa både geografiskt och enligt antal röster som partierna fått i kommunvalet 1998.⁴² Detta försök misslyckades totalt på grund av att en del av mina utvalda *enheter* inte hade någon webbplats att analysera. Men statistisk information används i alla fall senare i uppsatsen för att tolka och förklara resultatet av undersökningen av mina 16 analyserade enheter. Det andra försöket för urvalet gjordes via stratifierade stickprov genom att i första hand sortera små och stora kommuner för att undersöka sambandet mellan deras ekonomiska förutsättningar och resultatet av betygsättningen. Populationen eller totala antalet PLA- webbplatser som fanns

⁴¹ Sjöström, Klara, Webbmästare vid JKM, Stockholms Universitet (14/4-2000)

⁴² Statistiska centralbyrån. (1999) *Allmänna valen 1998*. del 3 kommunfullmäktige den 20 september 1998. Örebro. SCB-Tryck.

för tillfället på nätet (12/04-2000) utgjorde 206 stycken. I populationen inkluderas 113 från Vänsterpartiet och 93 från Miljöpartiet. Detta försök misslyckades också på grund av att en del av dem inte uppfyllde de grundläggande kraven för att kunna bli analyserade. En del av webbplatserna fanns inte eller var ”under konstruktion”.

De grundläggande kraven för att kunna bli analyserade var följande: helst kontaktmöjligheter till webbmästern eller webbansvarig via telefon eller fungerande e-postadress för att veta om det fanns någon som kunde svara på enkäten eller ytterligare komplettera information om så skulle behövas. Och det andra kravet var att webbplatsen har uppdaterats åtminstone en gång under sista året. Det tredje försöket utfördes genom att tillämpa en sorts *strategiskt urval* av enhet (webbplats) som ingår i *den empirinära metoden*. Ett strategiskt urval utfördes genom en snabb och intensiv granskning av hela populationen, alltså 206 webbplatser som länkas från Miljöpartiets och Vänsterpartiets rikswebbplatser, undersöktes under två dagar (13/04-2000 och 14/04-2000). Kriteriet för att granska och välja enheter var samma grundläggande krav som i andra försöket. Resultatet visade att bara 48 webbplatser uppfyllde kravet för att bli analyserade, 26 från Miljöpartiets lokalavdelningar och 22 från Vänsterpartiets. Alla webbmastrar eller webbansvariga för de 48 utvalda webbplatserna fick en enkät (se bilaga 3 s. 46) via e-post under den tredje veckan i den första fasen .

Respondenterna ombads att svara inom en vecka för att jag skulle kunna börja så snabbt som möjligt med webbplatsanalyserna. Men i praktiken fick jag vänta två veckor för att välja ut den sista enhet (webbplats) som inkluderades i urvalet, på grund av vissa tekniska problem som har att göra med dataprogram som var inkompatibla för att ta emot enkäterna. Detta fick jag åtgärda genom att skicka enkäterna tre gånger i olika format såsom: Word 2000, Word 6.0 för Mac och RTF-format, vilket också fungerade som påminnelser till mina respondenter. Det definitiva urvalet består av 16 webbplatser, konstruerade av webbmastrar hos lika många PLA, som svarade på enkäterna under den begränsade tiden. Slumpmässigt har jag fått svar av lika många (åtta) respondenter från båda partiernas lokala avdelningar (PLA), vilket gjort det möjligt att jämföra båda partiernas Internetsatsning, trots att det inte är huvudsyftet med uppsatsen.

5.3.2. Den andra fasen

Den andra kvantitativa fasen började redan när enkäterna skickades till webbmästare. Men den viktigaste delen är själva webbplatsanalysen som innebär att sätta betyg genom tillämpning av webbskalan som är uppbyggt utifrån en liknande mätinstrument som Halleröd har använt. Men jag har anpassat det med flera argument och kriterier till politiska partier eller rörelser på gräsrotsnivå, som har ganska mycket gemensamt med Miljöpartiets och Vänsterpartiets lokala avdelningar (PLA). En del av kriterierna kommer från den första delen av min litteraturundersökning och empirinära undersökningar av webbplatser som ingår i uppsatsens metod. De teoretiska kriterierna för uppbyggnaden av webbskalan utvecklas i nästa rubrik. (5.4. kriterier och/eller rekommendationer för webbplatser som används i politiskt syfte)

Enheterna analyserades under 12 dagar (28/4 till 9/5-2000) beroende på tillgänglighet till universitetsdatorer (framför allt på kvällstid) och försening av enkätsvar från respondenter. Tiderna och datumen registrerades för varje undersökning. För att försöka garantera objektivitet, reliabilitet och validitet av undersökningen, analyserades varje webbplats i två moment. Det första momentet varade mellan en till två timmar och detta hade till syfte att lära

känna eller bekanta sig med webbplatsen utan ett strukturerat schema. Den andra fasen som varade mellan 30 minuter till en timme handlade om att sätta betyg genom att tillämpa mätinstrumentet (webbskalan). Parallellt med betygsättning har jag beskrivit det som fanns på den aktuella sida som granskades. Kriterier eller värderingar som jag använde för att sätta poäng finns i webbskalan (se bilaga 4 s. 49). Uppgifter eller variabler som inte fanns på webbplatsen rapporteras helt enkelt i form av noll poäng i resultattabellen (se bilagor 6 och 7s. 53 resp. 54). Med samma mätinstrument betygsattes också de två webbplatser som tillhör Miljöpartiet och Vänsterpartiet på riksnivå, i referenssyfte och som pilotundersökning, men utan beskrivning. Resultatet kan man också se i samma bilaga som för de 16 lokalavdelningarnas webbplatser.

5.4. Kriterier och/eller rekommendationer för webbplatser som används i politiskt syfte.

Enligt de kunskaper jag införskaffat mig under den första fasen och andra källor bör en politisk organisation åtminstone ta hänsyn till följande kriterier och/eller rekommendationer för att bedriva en lyckad webbplatsverksamhet:

5.4.1. Verksamhetsinformation.

1. **Kalendarium.** Webbplatsen kan innehålla kronologiskt organiserad information om olika händelser i organisationen både lokalt och centralt. I kalendariet kan också händelser i andra samarbetande organisationer eller helt enkelt aktiviteter som kan gynna besökare och organisationen på något sätt inkluderas. Det skulle vara bra om det fanns möjlighet till att medlemmar eller sympatisörer kunde lägga in sina kommande verksamheter eller lämna tips på aktiviteter, exempelvis genom de interaktiva möjligheter Internet erbjuder.
2. **Styrelse och/eller aktiva politiker.** En organisation kan räkna med att dess aktiva ledning eller förtroendevalda politiker är en kvalificerad mänsklig resurs som kan gynna organisationen om man utnyttjar deras kapacitet på ett kreativt och effektivt sätt. En bra presentation av styrelsen och/eller aktiva politiker som tillhör partiorganisationen, med lätta kontaktmöjligheter och bilder, kan underlätta samarbetet och interaktiviteten bland ledning, medlemmar, sympatisörer och allmänhet på olika sätt, om inte detta skulle innebära personliga risker. Om stora sådana risker skulle förekomma skulle dessa kunna minskas genom användning av intranätssystem som kräver ett lösenordssystem. En fungerande teknik finns om den kan finansieras.
3. **Verksamhetsorganisation.** Att presentera hur verksamheten organiseras, inom organisationen eller på bredare samarbetsnivå, kan bli intressant för icke engagerade besökare, speciellt om man presenterar information om bl.a. kontaktmöjligheter med ansvariga och beskrivning av mål. De kan lättare förstå pågående aktiviteter och eventuellt bli motiverade till att delta aktivt i den politiska verksamheten, vilket kan gynna organisationen direkt eller indirekt, nu eller i framtiden.
4. **Regelbundna tjänster eller projektbaserad verksamhet.** Beroende på antalet medlemmar bör en organisation driva någon form av regelbundna tjänster eller

verksamhet. Genom att erbjuda tjänster kan organisationen göra sig mer känd och uppskattad av folk som inte har direkt politiskt intresse men åtminstone kan bli sympatiserande med tiden. Ett bra exempel på verksamhetsinformation är de varierade gratistjänsterna som stora portaler erbjuder (t.ex. Yahoo och Spray) på Internet för att locka folk på alla sätt. Att erbjuda biblioteks- och/eller arkivtjänst på en partilokal som kan stödjas genom en systematiserad presentation, såsom databas, på en webbplats kan vara ett bra sätt att utnyttja nätet.

5. **Interna länkar.** I ett tekniskt sammanhang kan de länkar som anknyter varje sida med varandra inom webbplatsen räknas som interna länkar. Men för denna uppsats syfte kan man som interna länkar räkna de länkar som effektiviserar samarbetet mellan olika webbplatser som tillhör samma organisation, på olika nivåer eller i ett geografiskt område eller globalt. Interna länkar kan innebära att en lokal organisation kan använda sig av olika möjligheter, funktioner, tjänster, etc. som erbjuds på andra liknande organisationers webbplatser för att uppnå samma mål. Detta kan göras genom en klar samarbetsöverenskommelse.
6. **Externa länkar.** Genom att utnyttja länkmöjligheter kan man strategiskt välja samarbetspartner även i ett globalt perspektiv. Man kan alltså bygga nätverk med alla möjliga organisationer som gynnar organisationens syfte. Det finns många gratistjänster eller informationskällor som kan utnyttjas. Ett bra exempel är Vänsterpartiets huvudwebbplats som tipsar och länkar till olika gratistjänster på nätet som handlar om IT-teknik och många användbara kunskaper. Detta hjälper säkerligen åtminstone deras lokala organisationer som har begränsade ekonomiska möjligheter till att utveckla Internetverksamheten. Idag kan man i princip bygga upp snygga och användbara webbplatser genom att använda gratistjänster som erbjuds på nätet om man åtminstone delvis följer deras villkor.

5.4.2. Partiinformation.

7. **Beskrivning av partiets program och stadgar.** Program och stadgar brukar vara den mest betydelsefull presentationen för alla seriösa organisationer, inte minst i politiskt sammanhang. Men att presentera i form av broschyrer och på nätet är inte samma sak. Ur ett kommunikationsperspektiv är det inte heller lämpligt att bara presentera exempelvis ett partiprogram eller stadgar som gäller på riksnivå. Alla former av anpassning till publikens behov skulle rekommenderas, speciellt till en publik som har strategisk betydelse, såsom skolungdomar och journalister. Till exempel unga surfare söker interaktivitet, enkla och estetiska sidor, medan journalister söker aktualiserad och helst organiserad och utförlig information. Därför finns på vissa webbplatser anpassade sidor för *skolarbete* och andra för pressen. Ett lokalt anpassat partiprogram eller stadgar är viktigt i form av exempelvis ett lokalt handlingsprogram eller liknande.
8. **Beskrivning av en politisk organisation.** En lätt förståelig och pedagogiskt uppbyggd presentation av en politisk organisation på nätet kan göra ett parti mer attraktivt. På nätet och med den digitala tekniken kan man presentera partiet på olika pedagogiska sätt.
9. **Protokoll och/eller arkiv.** Protokoll kan vara viktiga, framför allt för partimedlemmar eller sympatisörer som vill veta mer exakt vad som händer i partiets verksamhet. Ett

välorganiserat arkiv som handlar om olika aspekter av partiets verksamhet kan också vara bra hjälp för intresserade som vill veta lite mer om partiet. Till exempel ett historiskt bildarkiv med olika affischer, bilder och pressmeddelanden kan underlätta propagandaverksamheten eftersom materialet skulle finna dygnet runt på webbplatsen.

10. **Möten för medlemmar och eller sympatisörer.** En politisk verksamhet handlar om en aktiv kommunikations –och inlärningsprocess mellan människor som tillhör eller inte tillhör en viss organisation. Trots att IT-teknologin har utvecklat stora möjligheter till kommunikationsprocessen är det fortfarande nödvändigt med den direkta kontakten mellan människor för att utveckla rörelser och/eller olika projekt som syftar till att förändra samhället. Direktkontakt är en del av socialiseringsprocessen som bl.a. skapar politisk och ideologisk medvetenhet. Därför är möten mellan partimedlemmar och/eller sympatisörer nödvändiga. Oftast har partier som inte öppnar sig för allmänheten genom personligt kontakt svårt att växa.
11. **Aktuella ärenden.** Webbplatser brukar vara ett bra medium för att driva kampanjer, eller för att informera om händelser som pågår ständigt. Om det finns kunskap och möjligheter kan man uppdatera informationen ständigt och samtidigt vara tillgänglig dygnet runt. Dessutom gör möjligheten att lagra mycket information att besökare genom interaktivitet kan skaffa sig så mycket information som hon behöver. Truedsson beskriver ett bra exempel på en lyckad informationskampanj som miljöorganisationen ”Greenpeace” bedrivit, trots sina begränsade ekonomiska resurser: *När Greenpeace drev sin kampanj mot avverkning av den fjällnära urskogen i Njakafjäll, användes organisationens webbplats flitigt. Greenpeace lade på sajten löpande ut en dagbok över händelserna på fjället och kompletterade dessutom alla brev om Njakafjäll som kom in.*⁴³ Det finns flera exempel på kampanjer som drivs med hjälp av Internet på alla nivåer.

5.4.3. Interaktivitet

12. **Kontaktmöjligheter med en lokal organisation.** Det är viktigt att en lokal organisation erbjuder olika kontaktmöjligheter för allmänheten såsom: telefon, adress, fax och e-postadress.
13. **Sökfunktion.** För stora organisationer är det inte svårt att skapa sökfunktion till sina webbplatser. Det lönar sig om man hanterar mycket information i webbplatsen. Genom att skapa en databas och erbjuda en systematiserad information i någon form av innehållsförteckning kan man också kompensera brist på sökfunktion. Det är möjligt att det redan finns företag som erbjuder gratis sökfunktion på nätet.
14. **Debattfunktion.** En politisk organisation behöver debatt för att hålla politiken levande. Det finns en tradition av diskussion hos politiska partier som accepterar den dialektiska metoden som Hegel och Marx utvecklade. Elger intervjuade en ledare i Vänsterpartiet, Lars Ohly, för att fråga om debattmöjligheter på Vänsterpartiets webbplats och han svarade så här: *Vår ambition med hemsidan är att den ska vara ett politiskt forum, och en direkt informationskanal till väljarna...Som tur är finns det ingen motsättning mellan att tillhandahålla ett politiskt torg och en direkt hemsida-*

⁴³ Truedsson, Lars (1997) Internet för en bättre värld. Nya verktyg för föreningsfolk. Stockh. Forum Syd. (s.95)

som innehåller både diskussion och direktinformation.⁴⁴ Och även det religionsbaserade partiet Kristdemokraterna vill tillhandahålla en möjlighet till politisk diskussion och svarar Elger: *Vi har tillräckligt med megafoner. Det som är viktigt i politiken i dag är att vi återfår närkontakten med människor. Därför har vi valt att bygga stora delar av vår hemsida på olika debattgrupper.*⁴⁵ En organiserad debattmöjlighet och även en debattfunktion på webbplatsen kan bidra till att partiet exempelvis växer fram och utvecklar medlemmarnas och allmänhetens politiska och ideologiska medvetenhet.

15. Förslagslåda och/eller gästbok. Att lyssna och vara uppmärksam på besökarnas synpunkter eller förslag är en bra taktik för att förbättra webbplatsen och göra den anpassad till sina besökare, rekrytera nya medlemmar, vinna nya sympatisörer eller väljare. En förslagslåda och/eller gästbok kan också användas eller anpassas som ett elektroniskt formulär där besökaren kan fylla i olika uppgifter som sedan skickas till en databas eller en e-postlåda. Denna funktion kan också användas för att beställa information, anmäla sig till kurser, studiecirklar, ansöka om medlemskap, etc. Inom svenska riksdagspartier är troligen Centerpartiet det parti som mest utvecklat förmågan att följa besökarens intresse för att anpassa innehållet till webbplatsen. En centerpartist svarade Elger så här: *Vi vill svara upp mot det intresse som vi kan avläsa på hemsidan när vi gör om den. Målsättningen är att man snabbt ska nå de ämnen som har stor attraktionskraft. Därför följer vi vilka sidor på hemsidan som besöks mest. Med den statistik vi samlar in som bas lyfter vi sedan fram dessa i layouten. Vi kan också på detta sätt följa hur intresset för olika frågor förändras hos dem som använder vår hemsida.*⁴⁶

16. Nöjesinteraktivitet. Även om nöjen ännu inte är så vanliga i politisk verksamhet, gäller det att lära sig från marknadens krafter som satsar mycket på rolig reklam för att locka till sig kunder och även för att indoktrinera folket. Man kan utnyttja möjligheten till att hämta gratis nöjesprogram på nätet och anpassa dem till politiska sammanhang. Inom de svenska riksdagspartiernas webbplatser är det troligen Moderaterna som är mest skickliga på att använda nöjesinteraktivitet för att locka till sig besökare. Man kan t.o.m. säga att hela deras webbplatsverksamhet bygger på nöjen som en central motivation. Moderaten Per Heister svarade, angående Elgers IT frågor, så här: *Vi har ingen direkt IT-strategi. Vi tar alla chanser att göra kul saker... Vi gör med IT som med allting annat. Vi gör vårt bästa med skohorn och snörstumpar.*⁴⁷ Med multimedia teknikens utveckling blir nöjesinteraktiviteter billigare och lättare att anpassa till politiska webbplatser. Ett bra exempel på detta kan vara det som Truedson exemplifierar: *Spel och multimediapresentationer är ofta kul. De kan användas för att göra webbplatsen roligare och få besökarna att återvända. Amerikanska Center för Defence Information har en enkel frågesport på sin sida. Nya frågor läggs ut varje vecka och centret ger bort en videokassett om minfrågan till veckans vinnare. På samma sätt kan en förening, om man hittar en god idé, skapa ett intresseväckande spel. Det är bra inte minst för att locka unga besökare.*⁴⁸

⁴⁴ Elger, Max (1998) Politik.se. opinionsbildning på Internet. Stockholm. Ekerlids Förlag. (s. 37)

⁴⁵ ibid s. 37

⁴⁶ Elger, Max (1998) Politik.se. opinionsbildning på Internet. Stockholm. Ekerlids Förlag. (s. 35)

⁴⁷ ibid s.

⁴⁸ Truedson, Lars (1997) Internet för en bättre värld. Nya verktyg för föreningsfolk. Stockh. Forum Syd. (s. 74)

5.4.4. Aktualitet.

17. **Generellt aktualiserad information.** Aktualitet på webbplatser kan skapa attraktion och trovärdighet hos besökaren och spara tid hos personal som skulle svara på frågor om nya händelser, exempelvis för journalister. Internet lönar sig som medium för att meddela aktuella händelser om bara resurserna finns. Enlig Elger är Miljöpartiet ett ambitiöst parti vad gäller att tillhandahålla aktualitet på dess webbplats. *Miljöpartiet har som målsättning att hemsidan ska vara så aktuell som möjligt. Kjell Dahlström menar att den mest attraktiva hemsidan är den som är bäst uppdaterad. En annan anledning till att man eftersträvar aktualitet är att man vill avlasta det egna partikansliet. Om hemsidan är uppdaterad kommer de anställda att behöva ägna mindre tid åt att besvara frågor från allmänheten... Strävan efter aktualitet inskränker sig inte heller till att hemsidan ska uppdateras regelbundet på en daglig basis.*⁴⁹
18. **Uppdatering på sidor.** Det är viktigt att uppdatera alla olika sidor hos en webbplats beroende på informationen de innehåller. Vissa sidor kräver mer aktualiserad information än andra. Många webbplatser brukar ha en speciell sida som kan heta *aktualiteter* vilken bör innehålla seriösa, aktuella händelser även utanför organisationen för att behålla dess trovärdighet. Att åtminstone uppdatera hemsidan (startsidan) och sidan om *aktualiteter* är det mest viktiga för en webbplats med politiskt syfte, därför att besökaren oftast får ett intryck av webbplatsen genom att i första hand ge hemsidan ett snabbt ögonkast.

5.4.5. Utnyttjande av mediets potential

19. **Ljud** . Att använda ljudinslag på webbplatsen är enklare än att använda videoinslag och tar mindre *plats* i datorns minne. Enligt Truedson verkar det enklare att lägga ljud på nätet eller sända radio via Internet än man tror. Han påstår att: *Det går att lägga ut vilket ljud som helst: tal, radioprogram eller bara naturljud...Det går faktiskt mycket enkelt att skapa en radiokanal som sänder över nätet: det är bara att koppla en mikrofon till datorn och spela in direkt på hårddisken. Sedan kan det sändas över Internet. Det finns program för att redigera ljudet på olika sätt.*⁵⁰
20. **Bildernas relevans.** Med detta menar man stillbildernas roll på webbplatsen. Man vet att bilder tar mer *plats* än texter på datorn och även tar längre tid att ladda ner på skärmen från webbplatser. Men man bör komma ihåg uttrycket *en bild säger mer än tusen ord* och försöka använda bilder sparsamt för att utnyttja dess kommunikativa möjligheter. På en webbplats, precis som i en tidning, ett innehåll utan bilder skulle vara tråkigt att läsa för en vanlig läsare och i synnerhet för en lågutbildad person.
21. **Rörliga bilder.** Kanske ligger Internets mest lovande kommunikativa potential, åtminstone för besökare som har att göra med eko-socialism, i möjligheten att överföra rörliga bilder i olika former, animerade bilder, video, multimedia, etc. Enligt Eva Maly-Slutterheims undersökningar kan man genom att använda rörliga bilder bl.a. *säga mer än tusen ord*, levandegöra ämnet och vidareutveckla det, få ett effektivt

⁴⁹ Elger, Max (1998) Politik.se. opinionsbildning på Internet. Stockholm. Ekerlids Förlag. (s. 36)

⁵⁰ Truedson, Lars (1997) Internet för en bättre värld. Nya verktyg för föreningsfolk. Stockh. Forum Syd. (s.76)

läromedel, undvika eller minska missförstånd, skapa mer motivation, hjälpa besökare tränga in i olika miljöer, ge upplevelse om andra kulturer och ge möjligheter för att uttrycka känslor.⁵¹ Allt detta bekräftar televisionens genomslagskraft som är överlägsen andra massmedier. Om detta är den multinationella massmediaindustrin helt medvetna. De enklaste, animerade formerna kan redan hittas på nätet och laddas ner helt gratis och utnyttjas i politisk verksamhet. Truedson bekräftar att *På fler och fler sajter börjar det i dag snurra, blinka och blippa. Rörliga bilder blir sikt vanligare på webbsidor. De är bra för att fånga intresse eller illustrera ett förlopp. Men de har också nackdelar. De kräver mycket datorkraft och går långsamt att plocka hem över modem. De rörliga bilderna är ganska enkla att åstadkomma genom så kallade animerade gif-bilder.*⁵² Video eller TV över Internet är fortfarande dyrt och komplisserat både för sändare eller användare. Holst rapporterar om olika former av bildöverföring via Internet, såsom *videokonferens* och *direktuppspelad video* som används inom politiskt verksamhet i Sverige och har nyare och billigare möjligheter än TV:n. Men än så länge befinner sig videoöverföringstekniken i försöks- och utvecklingsstadiet och därför kan man inte förvänta sig TV-kvalitet på överföringen. Men utvecklingen går fort så att den kommer att bli billigare och mer tillgänglig. *Principen är enkel, den bakomliggande nya tekniken komplicerad. Detta kallas på nysvenska "streaming videor" eller "direktuppspelad video" - vilket i praktiken innebär att också rörliga bilder kan sändas över det vanliga telefonnätet och därmed nå vanliga persondatorer utan krav på dyrbar extrautrustning och utan geografiska hinder. Via Internet kan man som bekant nå hela världen, utan extra kostnad. Bildkvaliteten är givetvis inte på nivå med TV-utsändningar, särskilt inte om det handlar om snabb-rörliga bilder, t ex idrotter som fotboll. I gengäld är kapacitetskraven, och därmed prislappen, mångdubbelt lägre.*⁵³ För framtiden kan man förvänta sig billigare eller gratis Internetprogram som kommer att förenkla användningen av rörliga bilder, speciellt video, både för att ta emot och sända.

5.4.6. Hemsidans layout

Att erbjuda bra information eller utnyttja mediets potentiella möjligheter räcker inte alltid. En bra webbplats behöver också en bra presentation som tar hänsyn till visa estetiska aspekter såsom: struktur, utseende, textens och bildens roll, vilka bidrar till att sidan blir läslig, klar och konsistent. Men att bedöma aspekter relaterade till layout tillhör den subjektiva delen av en innehållsanalys och därför bör mycket begränsade antal poäng sättas så att inte den mer objektiva delen av analysen påverkas för mycket. Genom att i detaljerad form beskriva hemsidan kan risken för ett likgiltigt betygsättande av layouten minskas. Jakobssons definition av layout är följande: *Layout handlar om hur man använder färger, typografi samt hur de ingående elementen grupperas och placeras på skärmen. Målet är läslighet klarhet och konsistens. Layouten måste även vara estetiskt tilltalande. Den rent estetiska delen är subjektiv och därför svår att bedöma. Det är bra om gränssnittets huvuddelar har harmoniska proportioner och att de olika gränssnittsdelarna är placerade så att de linjerar exakt.*⁵⁴

⁵¹ Maly-Slutterheim, Eva (1994) *AV-läromedel- för pedagoger i tiden*. Mediecentrum, högskolan i Kalmar

⁵² Truedson, Lars (1997) *Internet för en bättre värld. Nya verktyg för föreningsfolk*. Stockh. Forum Syd. (s.75)

⁵³ Holst, Gull-May, 1999. *Interaktivt i riksdagen*. TELDOK rapport 127. Stockholm. (s. om företal)

⁵⁴ Jakobsson, Peter. 1998. *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg*. Studentlitteratur. Lund. (s. 102)

22. **Bild.** Bilder kan spela stor roll i layoutens kvalitet men kan också förlänga nedladdningstiden av sidan. Men någon bild bör finnas för att göra hemsidan attraktiv och för att Internets potential ska utnyttjas. Aspekter såsom: färgval, struktur, storlek som passar med organisationens logo och principer kan vara avgörande för poängen på hemsidan.
23. **Text.** Kombinationen av aspekter såsom typsnitt, storlek och färg, är betydelsefull för att en text blir lättläst och samtidigt bidrar till layoutens skönhet. Man bör inte glömma att texter inte kan användas på samma sätt som i tryckta källor. Följande är Jakobssons rekommendation: *Långa texter fungerar dåligt på webben. Besökarna klarar sällan att ta del av stora informationsmängder. Texten måste vara koncis och lättbegriplig... Förvänta dig inte att besökarna ska gå igenom dina sidor gång på gång för att finna något nytt. Tillför kontinuerligt nyheter, och sammanfatta dem på en sida som besökaren snabbt kan kolla av. Färg bör användas sparsamt och funktionellt. Ljusa färger fungerar bäst. Starka färger bör inte användas till stora ytor, utan bara för att framhäva enstaka viktiga element. Undvik rött, svart och vitt. Sidorna ska kunna läsas utan färg, precis som en färgfilm kan visas på en svartvit tv...Särskilt viktig är kontrasten mellan text och bakgrund, och att de valda färgerna matchar varandra.*⁵⁵

⁵⁵Jakobsson, Peter. 1998. *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg*. Lund. Studentlitteratur. (s.100)

6.1. Miljöpartiets och Vänsterpartiets IT-satsningar som påverkar deras lokalavdelningar

Enligt min enkätundersökning, som besvarats av partiernas lokalavdelningars (PLA) webbmästare, visar det sig att hälften av dem inte har någon genomtänkt massmedia eller IT-policy på lokal nivå och de anpassar sig efter rikspartiernas IT-policy. Därför är det viktigt att rapportera om de två partiernas IT-satsningar i synnerhet på Internet, vilket direkt eller indirekt påverkar lokalavdelningarnas Internetverksamhet.

6.1.1. Miljöpartiet och Internet

Från Miljöpartiet har jag inte fått någon historisk information men följande fakta kan visa lite om till exempel deras satsningar och framgångar med sin Internetverksamhet. Miljöpartiets webbplats (mp.se) har under perioden 9/8-13/9 1998 i samband med Riksdagsvalet 1998 haft ca 73 000 besökare och deras målsättning inför EU-valet 99 var att från april öka antalet besökare till minst 10 000 besökare/månad under valrörelsen. Miljöpartiets IT-satsningar drivs genom projektformer, med tidlig målsättning och en detaljerad planering, åtminstone f.o.m. val kampanj 99.⁵⁶

Fakta om Miljöpartiets satsningar inför EU-valet 1999

Miljöpartiet planerade att under denna period satsa upp till 450 000 kr, i praktiken användes bara ca. 260 000kr. Genom följande information som jag fick av webbredaktören jag intervjuade, kan man få en uppfattning om hur mycket partiet har satsat på IT-verksamhet, åtminstone under EU valet 1999: *Kostnaderna har uppgått till ca 260 000 kr. Huvuddelen hänför sig till produktionskostnader. Personalkostnader och extra personalkostnader är inte nedräknade inom budgeten utan har räknats in under personalkostnader i valrörelsen. Utbildning Kurser hölls hos ETC i februari/mars men har också pågått i form av ett "mentorskap" under hela projektiden. Kurserna var skraddarsydda efter deltagarnas behov... (fyra personer) genomgick kurserna i webb, bildhantering samt projektledning. Webbmastern har ansvarat för layout, produktion och tekniska aspekter. Detta i samråd med webbredaktör. Till hennes assistans har funnits (en person) som jobbat under tätare produktionstillfällen. Konsultation har inhämtats via Datorus.AB (Ulf Silvén) vad gäller ljud, samt ETC Multimedia (Håkan Henning), vad gäller layout, utbildning, projektledning och databashantering.*

⁵⁶ Intervju med Pitkä-Kangas Lari. Politisk sekreterare webbredaktör i Miljöpartiet. (17/4-2000)

I produktionens slutfas introducerades webbannonsering som en del av annonskampanjen. Vi uppnådde en normal träffbild med ungefär 5-6% besöksfrekvens baserat på annonseringen.

Driften har fungerat bra. Inga problem har funnits hos Datorus AB (webbhotellet).

Däremot har vissa funktioner som vi efterfrågat blivit fördröjda p.g.a. webbhotellets tekniska förutsättningar. Vi kommer att byta webbhotellet till hösten för att få en modern, bättre och billigare teknisk plattform.⁵⁷

Miljöpartiets syfte och direktiv för webbplats

Webbplatsen betraktas inom Miljöpartiet som en av grundpelarna för informations- och mediehanteringen. Därför finns både ett bestämt syfte och direktiv som måste följas: Syftet var att skapa en hemsida som gav relevant, aktuell och intressant information. Om Miljöpartiets politik. För detta ändamål satsades speciellt på att lyfta fram EU-kandidaterna på ett sätt som gav webben en lättanvänd struktur. EU-valet integrerades i hemsidorna som byggdes om för ändamålet. *Utdrag ur direktivet lyder:*

- *att Miljöpartiets hemsidor ska vara aktuella, informativa och kritiska.*
- *att Miljöpartiets hemsidor skall vara Sveriges bästa politiska för att Miljöpartiet erbjuder funktionella tjänster, funktioner, aktiviteter och träffar rätt målgrupper internt och externt.*
- *att Miljöpartiets hemsidor blir kända för det ovanstående och att vi genom detta ökar besöksfrekvensen.*
- *att Miljöpartiets hemsidor blir en källa till inspiration för nätverk och utformning av lokala sidor.*
- *att Miljöpartiets hemsidor ökar till ca 10 000 i antal besökare/ månad fram till valrörelsen.⁵⁸*

Miljöpartiets IT-strategi och målsättning inför framtiden.

Miljöpartiet verkar vara ett av de partier som satsar på Internetverksamheten på allvar. De har en välutvecklad vision och målsättning både på kort och lång sikt. På kort sikt, till nästa val, har man redan fastställt att följande områden bör utvecklas:

- *Medlemsutveckling - Ge mer innehåll på webben för medlemskapet - lättare att bli medlem på webb.*
- *Kampanjmaskin - (för kommun/region, enskilda att använda vid publika/interna möten)*
- *Layoutmaskin - profilprogram (för grafisk/digitalt publikation internt inom partiet)*
- *Demokratiforum - Att ge möjlighet för mp:are att tycka till om mp:s politiska dokument.*
- *Det internationella arbetet - Stödja EU-parlamentariker, Green forum, Green Feder, m.fl.*
- *Webbmagazin/Grönsaken - Internet publikation - Dynamisk webb - autoupdatering*
- *Besluts och remiss funktioner för ett bättre politiskt arbete - Utveckla säkra beslutsmodeller.*
- *Utveckla intranät och gå ifrån GITTAN (namn för partiets BBS intranäts system) som arbetsredskap. Integrationen är för kostsam och ineffektiv ur många aspekter.*

⁵⁷ ibid.

⁵⁸ Intervju med Pitkä-Kangas Lari. Politisk sekreterare webbredaktör i Miljöpartiet. (17/4-2000)

Bättre att ha egen externt liggande server och investera internt i kompetens än på maskiner och program.

- *Möjlighet att för nätverk och andra grupper skapa projekthemsidor som lätt administreras av projektledaren.*
- *Grafisk profil och tekniska specifikationer måste förankras i organisationen.*
- *En större grad av interaktivitet så att frågor om miljöpartiets politik besvaras direkt på webben. Det ger många fördelar att ha ett databas system för frågor och svar⁵⁹*

Ett långsiktigt projekt som IT-ansvariga i Miljöpartiet har utvecklat, är det som kallas för *DID-koncept* (Decentralisering, Integration och Databas). Enlig webbredaktören Lari är syftet med DID- konceptet att bygga en organisatorisk och teknisk plattform som kan vara de nödvändiga, funktionella och effektiva instrumenten för att hantera information inom partiet. IT-ansvariga är överens om att tekniken inte är det intressanta för framtiden, utan de koncept man uppfinner.

6.1.2. Vänsterpartiet och Internet

Historisk bakgrund

Enligt vissa historiska uppgifter jag fick av Vänsterpartiets webbmästare Kaj Johansson kan man säga att Vänsterpartiet har satsat mycket begränsade resurser på Internetverksamhet, men ändå fått bra resultat, vilket inkluderat i en genomtänkt massmediestrategi spelar viktig roll för partiets framgångar. Partiets domän för rikswebbplatsen registrerades på hösten 1996 som *vansterpartiet.se*. Webbplatsen låg till en början på webbhotellet HogiaNet. V-direkt är det BBS intranät som var skilt från webbplatsen till en början. Vänsterpartiets kongress i Luleå beslutade om en betydande förändring i sin IT-policy, genom att godkänna ett förslag från webbmästaren och en annan partimedlem, Bosse Leinerdal. Förslaget gick ut på följande punkter:

- *Byt ut vår FirstClass server mot en FirstClass Intranet server som även kan hantera hemsidor, e-mail och nyhetsgrupper från Internet.*
- *Flytta hela v-direkt till partikansliet och anslut hela kansliet och servern till en fast lina till Internet.*
- *Flytta hemsidan och partiets domän till den egna servern.*
- *Flytta partiets ISDN-router till Flen så att jag via programvaran Timbuktu kan sköta den tekniska administrationen.⁶⁰*

Investeringarna för att tillämpa förslaget blev över 100 000 kronor och driftkostnaderna steg till 2-3000 kronor per månad. Men detta innebar vissa fördelar såsom minskade telefonsamtalskostnader, möjlighet att publicera First Class konferenser direkt på webbplatsen och möjlighet att erbjuda ett eget webbhotell till partiets lokalorganisationer.

Vänsterpartiets satsningar på personal som är direkt engagerade med Internet tycks vara liten, i princip investeras bara i en tjänst som får tillfällig hjälp av andra. Webbmästaren i Vänsterpartiet är heltidsanställd men har ansvaret för många andra arbetsuppgifter än webbplatsarbetet, såsom support till lokalavdelningar, utbildningsverksamhet, databas - hantering och nätverk. Hans tidsinsats på webbplatsen kan räknas till ca 20% tjänst. Tillfällig hjälp får han bl.a. från webbredaktionen, tillfälliga ALU-praktikanter och en privat firma.

⁵⁹ ibid.

⁶⁰ Johansson, Kaj. Webbmästare i Vänsterpartiets rikswebbplats. (6/4-2000)

Webbredaktionen är framförallt ett rådgivande organ bestående av anställda i Vänsterpartiet som har andra uppgifter och de möts ungefär en gång i månaden. Så här berättar webbmästaren själv:

Under några månader inför valet 1998 projektanställdes Anders Falk för att hjälpa mig med IT-frågorna. Utöver detta har Anders jobbat som personlig assistent åt mig vid några tillfällen och även då har partiet kunnat dra nytta av hans IT-kunskaper. Förutom Anders har partiet inte haft någon annan anställd än mig som sysslat med IT-frågorna. (I det sammanhanget kan man även peka på att jag hela tiden arbetat med 90% lönebidrag, vilket bör ha gjort att partiets IT-verksamhet ändå har varit förhållandevis billig.) För mer avancerade arbeten har vi använt oss av konsulthjälp, framförallt från Core Apple Center.⁶¹

Målsättning för Vänsterpartiets IT-verksamhet

Följande är ett utdrag ur Vänsterpartiets målsättning: *Den övergripande målsättningen med vår IT-verksamhet är att föra ut partiets politik och underlätta kontakterna mellan partiets företrädare och allmänheten.*

Hemsidan ska vara en resurs för den som söker information om vår politik eller som önskar komma i kontakt med partiet. Här ska all information om partiet finnas samlad. Hemsidan är en viktig del av vårt ansikte utåt och vänder sig till allmänheten i bred mening. Några uttalade målgrupper är sympatisörer, journalister och studerande. Hemsidan ska också stimulera till politisk aktivitet och diskussion. Under det kommande året ska därför två nya avdelningar tillföras. Dels ett debattforum, dels en aktivistguide.

V-Direkt (intranät system) ska vara partiets interna kommunikationsforum. En plats för intern diskussion, information och erfarenhetsutbyte.

E-post har snabbt blivit ett viktigt redskap i vårt arbete. En viktig målsättning är att alla företrädare för partiet ska besvara e-post inom 24 timmar (vardagar). Gäller det frågor som tar längre tid att åtgärda bör man bekräfta att man mottagit brevet och berätta hur lång tid man beräknar att det tar. Vid tjänsteresor, semester eller liknande bör partiets företrädare använda möjligheten till automatsvar där man berättar när man beräknas återkomma. Teknisk utveckling. Under det kommande året ska vi vidta några åtgärder som syftar till att minimera driftstörningar.

Vi ska också bygga upp en egen listserver för att hantera prenumerationer på pressmeddelanden och mailinglistor av olika slag.⁶²

6.2. Satsning på Internet i Miljöpartiets och Vänsterpartiets 16 Lokalavdelningar (PLA)

6.2.1. Mänskliga resurser för webbplatser inom PLA

Enkätundersökningen har i sin första del haft som syfte att ta reda på vissa personliga uppgifter om alla 16 webbmästare som kan påverka resultatet av betygsättningen på de

⁶¹ Johansson, Kaj. Webbmästare i Vänsterpartiets rikswebbplats. (6/4-2000)

⁶² *ibid.*

undersökta webbplatser. De mest relevanta resultaten, som också finns på bilaga 5 (s. 51) är följande:

- Utbildningsnivån hos webbmästarna är som förväntats. De flesta är högutbildade (9) följda av personer med gymnasienivå (5) samt låg utbildade utgör bara (2).
- Den dominerande inriktningen i webbmästares utbildning är naturvetenskapliga ämnen (7), följt av ickespecificerad inriktning (4) och resten har studerar humanistiska ämnen och samhällsvetenskapliga /ekonomiska ämnen (4).
- De flesta webbmästarna har lärt sig att hantera Internet genom självinläring (10), några har gått på någon specialiserad kurs om Internet och andra mer kompletta kurser om IT (3), resterande (3) har inte specificerat svaret.

Som slutsats kan man säga att de undersökta PLA räknar med kvalificerade mänskliga resurser, utan extra kostnad för den lokala organisationen eftersom alla är partimedlemmar och partiet har inte investerat i någon utbildning om Internet eller liknande ämne.

6.2.2. Partiernas lokalavdelningar och Internet

Den andra delen av enkäten har haft till syfte att undersöka vissa aspekter av PLA som kan ha anknytning till de betyg deras webbplatser får. Men framförallt handlar information som samlats in om PLA:s satsningar på Internet. De mest relevanta resultaten, som också finns på bilaga 5 (s. 51-52) är följande:

- Den första frågan om PLA har någon politisk målsättning på lokal nivå har fått följande svar: ja, men den är anpassad till partiets allmänna målsättning (13), 2 svarade nej, vilket innebär att de följer partiets allmänna målsättning. Men Vänsterpartiet i Mark (1) svarade ja och har en oberoende målsättning.
- Hälften av PLA har inte någon genomtänkt massmedia eller IT-policy på lokal nivå medan den andra hälften har det, men Internet inkluderas som ett komplement.
- 12 av PLA har diskuterat organisationens satsning på Internet. Bara Miljöpartiet i Gislaved har diskuterat och utvärderat. Resterande 3 har varken diskuterat eller utvärderat.
- 7 av PLA:s webbplatser drivs helt ideellt. 3 drivs ideellt men PLA ansvarar för vissa små investeringar (hårdvara och/eller mjukvara). Bara 5 av PLA finansierar driftkostnader som är under 1 000 kr/månad plus investeringar. MP- Sigtuna har finansierat några dyrare insatser men svaret är inte specificerat.
- Om PLA över huvud taget finansierar någon satsning på Internet, görs det i de flesta fall genom budgeten (12). Resten har inte någon planerad budget (4).
- Miljöpartiet i Västerås är det enda PLA som har satsat mer än 6 000 kr det senaste året. Fyra PLA (MP- Härnösand, MP- Ljungby, VP- Kristianstad och VP- Mark), har investerat mellan 2001 till 4 000 kr det senaste året. De flesta (11) har investerat mindre än 2 000.

- 8 av PLA har bara använt ett Internet-program för att designa webbplatsen, resten har använt som följer: 5 PLA två program, 2 PLA fyra program och 1 PLA ett program. De program som använts är följande: Microsoft Front Page (vanligaste programmet), Photoshop, Adobe Golive, ett eget hemsnickrat program gjort i Delphi med en dBase databas, Notepad, Pico, Paint Shop Pro, Gimp, Netscape Composer, Dream Weaver, Adobe PageMill, Bbedit&Graphic Converter, Home Site 4,5 och Scannerprogram Agfa.
- 7 av webbplatserna uppdateras oregelbundet, 5 minst en gång per månad, 3 minst varannan månad och 1 tre till fyra gånger om året.
- 6 av PLA registrerar sina webbplatser på olika typer av sökmotorer för att synas på nätet, 2 av PLA gör som de föregående och lägger också in metataggar för att synas på nätet, 1 gör som föregående plus byter banners med andra webbplatser, och 5 av PLA gör som föregående plus annonserar i tidningar och egna trycksaker.
- De flesta PLA (9) har inte gjort någon innehållsanalys av sina webbplatser, medan 7 har gjort det själva. Ingen PLA har anlitat någon professionellt hjälp.
- Bara en webbmästare (VP- Kalmar) har satt betyg fem på sin webbplats, vilket skulle betyda att webbplatsen är mycket bra och fyller en strategisk funktion, men mitt betyg på denna webbplats blev bara två. 6 av webbmästarna har satt betyg fyra på sina webbplatser, vilket betyder att deras webbplatser skulle vara bra som verktyg, men kan förbättras. De flesta (8) har satt betyg 3 på sina webbplatser, alltså att deras webbplatser skulle duga för PLA. Den mest försiktige webbmästaren satt betyget (2) på sin webbplats och är från VP- Piteå.

6.3. Webbskalepoängsresultat

6.3.1. Kommentarer utifrån resultattabell för Miljöpartiets lokalavdelningar webbskalepoäng (bilaga 6 s. 53)

- **Verksamhetsinformation.** De flesta PLA visar dåliga resultat i två variabler. I den första variabeln, kalendarium, visar sig bara Västerås vara undantag som presenterar ett bra kalendarium, följt av Vingåker. Miljöpartiets rikswebbplats är lika dålig på att visa kalendarium. I den andra variabeln, *regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet*, ser man att alla är dåliga på det, vilket kan bero på resursbrist som är normal för små organisationer. Vad gäller variabler *styrelse och/eller aktiva politiker* och *interna länkar* kan man säga att nästan alla partier hanterar det på ett effektivt sätt förutom två undantag: Sigtuna och Kiruna.
- **Partiinformation.** Nästan alla PLA visar mycket dåligt resultat på att lägga upp protokoll i sina webbplatser och undantaget är Malå. Miljöpartiets rikswebbplats publicerar inte heller något protokoll. Detta kan bero på att protokollet hanteras mer internt, och/eller meddelas till PLA:s medlemmar via andra medier eller vägar. Klyftan mellan Malås subtotalet poäng och Ljungbys låga subtotalet poäng tre och andra (Härnösand, Sigtuna och Vingåker) är anmärkningsvärd.
- **Interaktivitet.** Det verkar som om alla PLA inte har börjat utnyttja Internets möjligheter till interaktivitet. I fyra av fem variabler kan man se att nästan alla är

dåliga på det. Det betyder att det finns bra kontaktmöjligheter med partiets lokalavdelningar, men inte så många möjligheter till interaktivitet. Men ändå finns det två PLA som försöker använda andra former av interaktivitet, *förslagslåda och eller gästbok* (Härnösand) och *nöjesinteraktivitet* (Sigtuna).

- **Aktualitet.** siffrorna i aktualitet visar att nästan alla PLA håller ganska bra aktualitet, med undantag för Gislaved som inte visar uppdatering på varje sida.
- **Utnyttjande av mediets potential.** Enligt tabellen är nästan alla PLA dåliga på att utnyttja ljud och rörliga bilder. Detta liknar till stor del Miljöpartiets rikswebbplats. Men det finns vissa undantag. Gislaved och Vingåker försöker utnyttja ljud och rörliga bilder. Det kan också uppmärksammas att det finns stora klyftor vad gäller den subtota poäng mellan Vingåker (hög) och de som får lägsta poäng.

6.3.2. Kommentarer utifrån resultattabell för Vänsterpartiets lokalavdelningar webbskalepoäng (bilaga 7 s. 54)

- **Verksamhetsinformation.** Det dåliga resultatet i variabeln *organisation* väcker mest uppmärksamhet hos PLA och endast Mark klarar det bra. Klyftan mellan Kristianstads subtota höga poäng och Karlstads subtota låga poäng är också märkbar.
- **Partiinformation.** Vad gäller partiinformation väcker två dåliga variabelresultat uppmärksamhet, *Beskrivning av PLA* och *Protokoll*. Detta kan bero på PLA:s hantering av viss information mer internt och att man inte vill ta onödiga risker gentemot exempelvis nazister. Uppseendeväckande är den subtota poängklyftan mellan Kristianstad (16 poäng) och Söderhamn (1 poäng).
- **Interaktivitet.** Det är märkvärdig att ingen PLA använder *sökfunktion eller liknande* och *nöjesinteraktivitet* vilket stämmer överens med resultatet på Vänsterpartiets rikswebbplats. Det är också värt att uppmärksamma nollpoängen i Interaktivitet för Söderhamn.
- **Aktualitet.** Den höga poängen på variabeln *generellt* är utan tvekan uppseendeväckande för PLA:s aktualitet, liksom för Vänsterpartiets rikswebbplats. Detta har troligen samband med undersökningsperioden som var ganska nära 1:maj som brukar vara en högtid för Vänsterpartiet. Det gäller att locka folk till demonstrationer.
- **Utnyttjande av mediets potential.** Ljud utnyttjas inte alls i PLA. Men rörliga bilder används lite av några PLA. Men Sigtuna visar sig vara den som utnyttjar mediets potential minst medan Söderhamn är bäst på det.

6.3.3. Kommentarer för komparativ resultattabell av webbskalepoäng (bilaga 9 s. 60)

-De fem variabler som har fått lägsta genomsnittliga poäng hos alla 16 PLA är *sökfunktion eller liknande, ljud, protokoll, rörliga bilder* och *regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet*.

-De fem variabler som har fått högsta genomsnittliga poäng är: *styrelse och/eller aktiva politiker, interna länkar, generellt* (aktualitet), *partiets lokalavdelning* (internaktivitet) och *externa länkar*.

-I de flesta variabler visar rikswebbplatserna högre poäng men i några variabler är PLA:s genomsnittliga resultat högre. Detta betyder att gräsrotsorganisationer kan göra bättre webbplatser än organisationer med större resurser, åtminstone genom att satsa på vissa variabler.

- Det finns små skillnader mellan Miljöpartiets och Vänsterpartiets lokalavdelningars genomsnittliga resultat, men det tycks inte ha någon stor betydelse i hela analysen.

6.4. Förenklade och omfattande resultat

Ur nedstående förenklade tabell och de andra tabellresultaten (se bilagor) kan man dra följande slutsatser:

- Under gruppen *storsatsare inkluderar* de två PLA (MP Sigtuna och MP Västerås) som har satsat lite mer ekonomiska resurser i form av driftkostnader och investeringar än de andra som kallas för *medelsatsare*. I denna grupp (*storsatsare*) inkluderas också Miljöpartiets rikswebbplats som referens, på grund av dess stora satsningar på Internet. Det verkar som om VP Sigtuna antingen har lämnat fel information om satsningen eller att webbmästaren själv satsar ekonomiskt på detta eftersom antalet medlemmar (12) som skulle kunna stödja ekonomiskt är för få och poängen är ganska låg. MP Västerås visar största antal medlemmar i tabellen och bättre ekonomiska förutsättningar, men får ganska låga poäng huvudsakligen beroende på dålig användning av *interaktivitet* och *utnyttjande av mediets potential*. Detta har troligen samband med webbmästarens utbildning och bakgrund

FÖRENKLAD OCH OMFATTANDE RESULTATS TABELL

	A.Medl.*1	%V. R.*2	WM.B.*3	T.poäng*4	Mitt Betyg*5
STORSATSARE					
MP Sigtuna	12	3	4	45	2
MP Västerås	106	5	3	42	2
MP RIKS		5		71	4
MEDELSATSARE					
MP Ljungby	20	4	3	51	3
MP Vingåker	25	10	3	48	3
VP Kristianstad	50	7	4	64	3
VP Mark	45	11	3	52	3
SMÅSATSARE					
MP Gislaved	27	4	4	46	2
MP Härnösand	64	5	4	38	2
MP Kiruna	15	2	3	39	2
MP Malå	9	1	3	43	2
VP Degerfors		24	4	44	2
VP Kalmar		10	5	41	2
VP Piteå	72	4	2	38	2
VP Sigtuna	15	7	3	36	2
VP Söderhamn		20	3	29	2
VP Upplands Bro	50	11	4	44	2
VP RIKS		11		78	4

*1 antal medlemmar

*2 procent val resultat 1998

*3 webbmästarens betygsättning på sin webbplats

*4 Total poäng från webbskalan

*5 0-23=1poäng, 24-46=2 poäng, 47-69=3, 70-92=4 poäng, 93-115= 5 poäng

- Under gruppen *medelsatsare* kan man se ganska logiska resultat. Antalet medlemmar varierar från 20 till 50 och valresultatet är ganska högt med undantag för MP Ljungby. Det slutgiltiga betyget stämmer överens med deras satsningar samt webbmästarens och mitt betyg.
- Under gruppen *småsatsare* kan man också se ett ganska logiskt resultat, åtminstone vad gäller totala poäng och mitt betyg. Information om antalet medlemmar är nästan oanvändbart på grund av inkomplett information. Valresultaten är mycket heterogena, men mycket höga för VP Degerfors och VP Söderhamn. Malå är den enda PLA som har fått en liten procent röster (1). Angående webbmästarnas betyg verkar det som om alla utom VP Piteå, har övervärderat sina webbplatser. Men mitt betyg kan vara också för orättvist eftersom webbmästarna, som bidrar ideellt, är den största resurs alla PLA har. Vänsterpartiets rikswebbplats inkluderas i denna grupp på grund av partiets små satsningar på Internet, men den totala poängen (78) är relativt hög liksom antalet röster i riksdagsvalet -98. Men om man jämför valresultatet hos Vänsterpartiet och Miljöpartiet måste man ta hänsyn till olika andra faktorer såsom historisk bakgrund, ideologi och deras massmediestrategi.

7. SLUTSATSER OCH DISKUSSION

7.1. Den teoretiska delen

Bakgrunden till denna uppsats är en diskussion om kommunikation och ideologiska frågor, som bidrar med argument för att identifiera de krafter som interagerar i den mänskliga civilisationen i tid och rum. Begrepp såsom klass, nation, ideologi, kultur, motkultur, kulturimperialism, makt, hegemoni och motstånd används ofta i analyser av kommunikationsprocesser, speciellt om den mer globaliserade massmediala kommunikationen i det kapitalistiska världssystemet.

Eko-socialism är ett begrepp som innebär en sorts allians mellan socialism och ekologism i dess olika varianter. Eko-socialismen som ideologi tillämpas mer eller mindre i praktiken av olika politiska partier, rörelser och även religiösa rörelser som gör opposition eller motstånd mot neoliberalism som är den ledande ideologin inom dagens kapitalistiska system. Uppsatsens syfte är att undersöka användandet av Internet, speciellt av webbplatser, som ett politiskt verktyg hos olika organisationer på gräsrotsnivå. Men verkligheten visar att det i denna fas av Internets utveckling är lämpligare att undersöka små organisationer som får något stöd av ännu mer etablerade organisationer som har råd att testa och tillämpa Internets möjligheter som ett politiskt verktyg. De små lokalavdelningarna (PLA) i två etablerade partier (Miljöpartiet och Vänsterpartiet) har visat sig lämpliga för att undersöka de möjligheter Internet erbjuder för gräsrotsorganisationer.

Enlig min litteraturundersökning är användningen av Internet som ett politiskt verktyg ganska nytt, men det blir mer och mer vanligt och bredare, åtminstone i den rika delen av världen. Men det största och dominerande användningsområdet är det kommersiella. I Sverige är de etablerade riksdagspartierna relativt duktiga på att använda Internet och även intranät som ett politiskt verktyg. Detta bekräftar bl.a. Gull-May Holst och Max Elger.

Utvecklingen av Internets inflytande och påverkan i samhället har stora likheter med andra massmediers utveckling, men Internet har några speciella egenskaper som gör det till ett kraftfullare och kanske mer revolutionerande medium. De egenskaper som gör Internet till ett relativt överlägset medium är: användning av digitalspråk (som möjliggör en sammansmältning av olika medier), interaktiva möjligheter, räckvidd, informationskapacitet, relativt låg kostnad, mätbarhet och selektivitet.

Grundad teori, en av de *empirinära metoder* som används i metoddelen, har visat sig att vara den mest lämpliga för att utföra detta uppsatsarbete eftersom Internet är ett relativt nytt och snabbt utvecklande medium jämfört med andra mer etablerade medier. Och tillämpningen av

Internet hos gräsrotsorganisationer går ännu långsammare än hos etablerade eller resursstarka organisationer. Tidigare undersökningar visar några utvecklingstendenser inom Internets område men de flesta visar osäkerhet i vissa aspekter som är relaterade till Internets framtida utveckling som radikalt kommer att påverka vår civilisation. Jag har försökt kompensera några brister i den empirinära metod som används i denna uppsats, men säkerligen är inte den reliabilitet och validitet som krävs för kvantitativa innehållsanalyser på andra mer etablerade medier såsom TV eller radio uppnådd. Trots detta kan mina resultat vara en bra grund för vidare forskning.

7.2. Miljöpartiets och Vänsterpartiets Internetsatsningar.

Miljöpartiets Internetsatsning är ett bra exempel på en organisation som vill använda Internet som ett strategiskt kommunikationsverktyg i politiskt syfte. Genom att undersöka det svenska politiska sammanhanget och Miljöpartiets historiska utveckling kan man förstå varför de satsar seriöst på Internet. I Sverige får alla riksdagspartier bidrag från staten proportionellt till partiets storlek och detta missgynnar utan tvekan Miljöpartiet. Enligt kritisk press och bedömare är Miljöpartiets webbplats en av de bästa, åtminstone vad gäller aktualitet och ljudanvändning. Internt arbetar webbredaktionen i projektformer, vilket verkar vara ett lämpligt sätt att prova och anpassa denna nya teknik som är ganska komplicerad och ständigt under utveckling. De tydliga målsättningarna och strategierna inför framtiden är tecken på en väl genomtänkt externkommunikation som inkluderar Internet som ett strategiskt kommunikationsverktyg. Miljöpartiets framtidsplaner, som inkluderar utveckling av ”DID-koncept” (Decentralisering, Integration och Databas), syftar på att bygga en organisatorisk och teknisk plattform som troligen kommer att bli ett effektivt instrument för informationshantering och resultera i ett stort lyft för deras lokalavdelningars Internetsatsningar.

Vänsterpartiet tycks använda den svenska politiska kontexten på ett skickligt sätt. De vet att deras flesta potentiella väljare inte har tillgång till datorer och Internet och väljer i stället att satsa mer på andra former av propagandaverksamhet. Jag anser att den politiska utvecklingen under hela 90-talet har varit gynnsam för Vänsterpartiet som en konsekvens av den nedrustning som utförts inom skola, sjukvård och omsorg i Sverige under påverkan av neoliberalismen, vilken även genomsyrar hela världspolitiken. Denna utveckling har Vänsterpartiet utnyttjat genom att förespråka ett konsekvent försvar av de drabbade svaga grupperna i samhället och detta har utökat partiets popularitet.

Trots att Vänsterpartiet inte satsar så stort på Internet, är deras Internetverksamhet inte så dålig som komplement till andra propaganda former, eftersom deras webbplats ser bra ut. Men den mest betydelsefulla faktorn måste vara det värdefulla bidraget från webbmästaren som försöker lösa de flesta IT frågorna i partiet. Utifrån ett telefonsamtal med webbmästaren kan jag påstå att hans framgångar bygger på en ständig tillämpning av metoden som också används i denna uppsats, den pragmatiska empirinära metoden. Denna metod kan hjälpa var och en som vill skaffa sig kunskaper som kan hjälpa till att lösa konkreta och aktuella problem. En intressant taktik som Vänsterpartiets webbmästare använder för att kompensera partiets låga investeringar (jämfört exempelvis med Miljöpartiet) är att utnyttja marknadens fördelar på nätet. Ett bra exempel på detta är länkar och tips på webbplatsen till olika grätjänster och program på Internet.

Det är viktigt att påpeka att både Miljöpartiet och Vänsterpartiet har en direkt påverkan på sina lokalavdelningars Internetsatsningar, och detta bekräftas också i deras partidirektiv om

IT-policy eller strategi. Rikswebbplatserna fungerar som en källa till inspiration och utformning av lokala webbplatser. Dessutom erbjuder partierna numera webbhotell till sina lokalavdelningar för en låg avgift, men inte gratis som andra privata stora företag. Påverkan kan inte endast räknas som positiv, utan den kan också bli negativ exempelvis genom att lokalavdelningarnas kreativitet och självständighet begränsas.

7.3. Partiernas lokalavdelningars (PLA) Internetsatsningar

Organisationer som tillhör PLA har knappt börjat bli medvetna om Internets nästan obegränsade möjligheter för politisk verksamhet, trots att Sverige betraktas som ett IT-ledande land. Genom analys av deras webbplatser märker man att även användningen av den mest utvecklade e-posttekniken inte är så självklar hos PLA och möjligen hos liknande gräsrotsorganisationer. De flesta PLA saknar IT-policy eller mediastrategi vilket betyder att rikspartiernas IT-policy och webbplatsverksamhet spelar en viktig roll för dem. De Internetkunniga medlemmarna i gräsrotsorganisationer utgör en stor resurs, annars skulle nästan inte PLA:s webbplatser ha funnits. Enkätundersökningen visar att nästan alla webbmästare satsar på webbplatserna ideellt och nästan inga PLA satsar på utbildning om Internet. Det verkar som om de 16 undersökta gräsrotsorganisationerna inte har så stort behov av Internet (eller webbplatser) som verktyg, troligen dels för att det på lokal nivå kan vara billigare och lättare att kommunicera eller påverka via andra medier såsom lokalradio, lokaltidning, affischer, direktsamtal och telefonsamtal och dels för att de får hjälp av respektive rikspartiets webbplatser som på bästa sätt kan kompensera deras lokala brister på propaganda, åtminstone vad gäller webbplatsverksamhet.

Emellertid skulle det vara intressant att veta om de PLA som satsar mest på Internet också har bra resultat i politiska val. Detta skulle kunna klargöras om en analys av Internetsatsningar görs tillsammans med satsning på andra medier och/eller propagandaformer. Men jag kan påstå att Internets roll i den politiska verksamheten på lokalnivå måste vara en fördel för alla organisationer som redan använder detta verktyg även på nybörjarnivå.

7.4. Webbskalepoängsresultat

Det kan finnas några brister på poängsättningen av webbplatser men den ganska detaljerade beskrivningen av varje befintlig variabel, som har poäng mellan ett och fem, förbättrar reliabiliteten av resultatet. Säkert finns det mycket av egen kreativitet hos varje webbmästare som ligger bakom de analyserade webbplatsenheterna, men jag kan påstå att rikspartiernas webbplatser har varit stor hjälp för att utveckla webbplatser på PLA:s nivå. De får inspiration och grundinformation och även direkt support från rikspartierna efter överenskommelse. Den strategiska hjälp som kommer från rikspartiernas webbplatser har börjat påverka PLA:s Internetverksamhet positivt. Detta kan man märka genom att jämföra rikspartiets och PLA:s webbplatser, vilka visar ganska stora likheter som kan vara tecken på anpassning av den lokala massmediestrategin och IT-policy till rikspartiernas.

En annan resurs som gräsrotsorganisationer har utnyttjat skickligt är möjligheten att hitta gratistjänster och/eller program på nätet och ladda ner dem. Hittills har även de flesta webbplatserna hos PLA varit baserade på gratis Internetwebbplatsskonto, vilket innebär vissa

begränsningar men ändå duger för deras politiska syfte och ambition på lokal nivå. Rikspartierna erbjuder webbplatshotell med vissa förmåner till sina lokalavdelningar, men inte gratis som andra kommersiella privata företag såsom BIP - Spray, Passagen GeoCities och msn. En del av PLA:s webbplatser är publicerade på privata konton som tillhör webbmästaren eller någon partimedlem. Vissa gratisprogram som PLA:s webbmästare utnyttjar kan vara bra och korrekt valda, men effekten eller impact hos vissa besökare som exempelvis förväntar sig ett antikapitalistiskt budskap hos vänsterorienterade webbplatser kan bli negativ eftersom webbplatsen ser ganska marknadsanpassad ut. Men det är en kostnadsfråga.

Mitt poängsättningsresultat har ganska många likheter med Halleröds tidigare undersökning, åtminstone vad gäller mina två ursprungliga hypoteser(CITERAS se sidan). Det betyder att det både i Göteborgs stadsdelars webbplatser och i mina undersökta enheters webbplatser (PLA:s) dels finns många brister i användningen av Internets potentiella möjligheter och dels visar det sig att det, med något undantag, finns ett direkt samband mellan ekonomiska satsningar och webbskalepoäng. Men det finns en skillnad mellan Halleröds och mitt resultat. I mina enheter blev medelpoängen betydligt lägre, vilket kan förklaras med den ideellt baserade verksamheten hos PLA jämfört med större satsningar på Internet hos Göteborgs kommun och dess stadsdelar. Enligt metoddelens rapport representerar 16 PLA:s webbplatser bara 7% av hela populationen (207 PLA) och därför kan jag kalla dem för pionjärer inom Internets verksamhet för eko-socialistiska rörelser på gräsrotsnivå.

7.5. Sammanfattande slutsatser

Resultatet av undersökningen kan sammanfattas i följande slutsatser:

- Webbplatser på lokalnivå används på en ideell basis eller med små insatser och som komplement till andra propagandaformer. Detta gör att Internets möjligheter inte används optimalt i webbplatsverksamheterna hos de 16 poängsatta webbplatserna. Detta gäller även de två rikswebbplatserna. Alltså verifieras min första hypotes.
- Det finns ett direkt samband mellan ekonomisk satsning och antal webbskalepoäng, men vissa undantag förekommer. En webbmästare kan till exempel påverka webbplatsens poäng med sina kunskaper, antingen positivt eller negativt, eftersom webbplatsverksamhet kräver mer eller mindre tekniska, kommunikativa och pedagogiska kunskaper. Detta verifierar min andra hypotes.
- Om inte Miljöpartiets och Vänsterpartiets Internetstrategi, som betyder stöd för de lokala organisationerna, fanns, skulle resultatet av webbskalepoängen bli lägre men troligen inte homogent på alla punkter som mäts genom webbskalan.
- Det går inte att hitta ett direkt eller konsistent samband mellan PLA:s valresultat 1998 och enbart webbskalepoängen, åtminstone inom de 16 analyserade fallen. För att förklara Internets bidrag till valresultatet skulle åtminstone en kontextanalys av hela PLA:s propagandastrategi behövas och i vissa fall även av andra faktorer som påverkar en PLA, såsom rikspartiets bidrag, analys av publiken, webbmästarens bidrag och den lokala politiska kontexten i rum och tid.

7.6. Internet och politik i framtiden?

Om Internet och framtiden för eko-socialistiska rörelser är det svårt att spekulera, men troligen finns en del av sanningen hos Krister Thelin när han påstår att *Internet är revolution* och *det finns inga automatiska höger och vänsterreflexer*. Men en sak är säkert, att under kapitalismen som världssystem kommer det alltid att finnas en minoritet vinnare (de som har tillgång till Internet) och en majoritet förlorare. Man hoppas att marknadens mirakel kan förvandla vanligt folk och gräsrotsorganisationer i tredje världen till Internetanvändare genom att göra Internet ännu billigare och lättare att tillgå. Det är ett faktum att Internet och politik redan påverkar varandra och i framtiden kan den bli ännu större. Man hoppas att den nuvarande Internetrevolutionen kan utvecklas till en ny fas bl.a. med bredbandteknikens bidrag, där Internet kan förvandlas till ett strategiskt verktyg för en eko-socialistisk revolution för att rädda den *mänskliga civilisationen* från neoliberalismens omänsklighet som enligt FN:s rapporter t.o.m. låter en femtedel av världsbefolkningen svälta helt i onödan i den heliga privata egendomens namn (kärnan i kapitalismen).

7.7. Rekommendationer för vidare forskning

En mer traditionell kvantitativ innehållsanalys verkar vara lämpligare för analyser som har andra syften än denna uppsats. Vissa former av innehållsanalyser kan även göras genom privata firmor som är specialiserade exempelvis på språkanalys och bildanalys och erbjuder sina tjänster på nätet nuförtiden. I denna uppsats fungerar en innehållsanalys som bl.a. kombinerar kvalitativa och kvantitativa metoder, som ingår i *grundad teori och empirinära metoder*, relativt bra. Det finns en uppsjö av vidare forskningsmöjligheter på Internetområdet därför att det utvecklas hela tiden. Det gäller att välja en ganska begränsad aspekt eller område och ett syfte. En önskan som jag har är att någon ska göra ett ganska liknande uppsatsarbete om gräsrotsorganisationer när bredband har blivit tillgängligt för åtminstone hela svenska befolkningen.

7. KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING

7.1. Tryckta källor

- Baylis, John. & Smith, Steve. (Ed.) (1997) *The Globalization of World Politics. An Introduction to International Relations*. Oxford. University Press.
- Benton, Ted (Ed.). (1996) *The Greening of Marxism*. New York London. The Guilford Press.
- Bohman, Mika & Izdebska, Cararina. (1996). *www.demokrati@internet.se En studie a Internet huruvida kan bidra till demokratiskt deltagande*. C-uppsats. JMK. S.U.
- Carlsson, Mia, m.fl. (1996). Svenska företag på Internet. En studie av de 40 mest omsatta företagen och deras Internetsatsningar. B-uppsats JMK. Stockholms Universitet.
- Elger, Max. (1998) *Politik.se. opinionsbildning på Internet*. Ekerlids Förlag. Stockholm.
- Fay, Brian. (1987) *Critical social science*. Cambridge: Polity press.
- Fiske, John. (1998) *Kommunikations teorier. En introduktion*. Stockholm. Wahlström & Widstrand
- Gustafsson, Bo (red). (1974) *Marxistisk Uppslagsbok*. Finland. Gidlunds förlag.
- Hannerz, Ulf, Liljeström, Rita, Löfgren, Orvar (red.). (1983) *Kultur och medvetande: en tvärvetenskaplig analys*. Angered. Akademilitteratur AB.
- Heywood, Andrew. (1998) *Political Ideologies: An introduction*. London. MackMillan Press.
- Heywood, Andrew. (1998) *Political theory: An Introduction*. London. MackMillan Press.
- Hill, Kevin A. & Hughes, John E. (1998). *Cyberpolitics citizen activism in the age of the Internet*. Oxford. Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Holst, Gull-May. (1999). *Interaktivt i riksdagen*. Stockholm. TELDOK rapport 127.
- Hvitfelt, Håkan. (1991). *Innehållsanalytiska metoder*. Nyheterna och verkligheten. Arbetsrapport. Göteborgs Universitet.
- Halleröd, Nicklas. (1999) *Elektroniska demokrati på lokal nivå*. Förvaltningshögskolan.

Göteborg.

Jakobsson, Peter. (1998). *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg*. Lund. Studentlitteratur.

Journal of advertising.(1995) *Green Advertising: Salvation or Oxymoron?* Vol. 24, No.2, s. 7-19

Larsmo, O. & Ilshammar, L. (1997) *net.wars: KAMPEN OM NÄTET*. Stockholm: Gnesta. Atlas Rabén Prisma.

Lull, James. (1995)*Media, Communications, Culture. A Global Approach*. Cambridge. Polity Press.

Lundberg, Björn m.fl. (1996). *Cyberrymden som annonsplats. En ögonblicksbild av Internet i dag*. B-uppsats. JMK. Stockholms Universitet.

Maly-Sluttermheim, Eva. (1994) *AV-läromedel- för pedagoger i tiden*. Högskolan i Kalmar Mediecentrum.

Mc Quail, Denis. (1994) *Mass communication theory. An Introduction*. London. Sage.

Miljöpartiets de gröna. (1997) *Partiprogram*. Stockholm. Svenska Tryckcentralen AB.

Sanden, W. (1998) *IT- boken*. Stockholm: Alde & Skytt AB.

Thelin Krister. (1997). *Internet och politik –vänsterdröm eller högerspöke?* Stockholm. Timbro.

Truedson, Lars. (1997) *Internet för en bättre värld. Nya verktyg för föreningsfolk*. Stockholm. Forum Syd.

Statistiska centralbyrån. (1999) *Allmänna valen 1998*. del 3. Örebro. SCB-Tryck.

Vänsterpartiet. (1998) *Partiprogram & stadgar*. Stockholm. Tryckeri TABS.

7.2. INTERNETADRESSER

Till Nicklas Halleröds uppsats: <http://www.argument.nu/edemokrati>

Till Vänsterpartiets rikswebbplats och deras lokalavdelningar: <http://www.vansterpartiet.se>

Till Miljöpartiets rikswebbplats och deras lokalavdelningar: <http://www.mp.se>,

Till Nordkvists felkalalog: <http://www.idg.se/webstudio/fel>

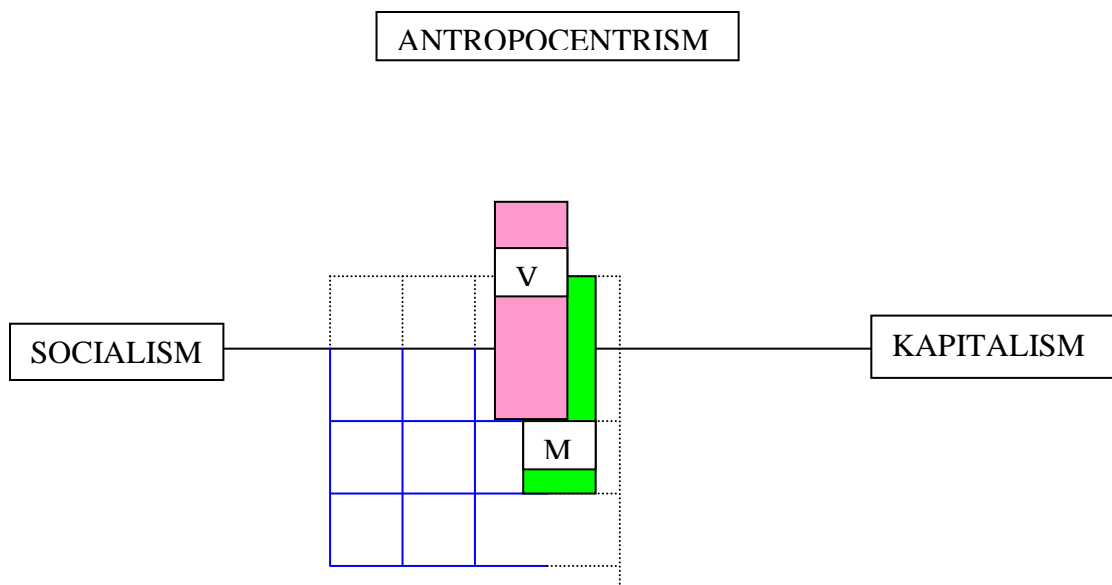
7.3. INTERVJUADE PERSONER

Johansson, Kaj. Webbmater i Vänsterpartiets rikswebbplats. (6/4-2000)

Pitkä-Kangas Lari. Politisk sekreterare webbredaktör i Miljöpartiet. (17/4-2000)

Sjöström, Klara, Webbmater vid JKM, Stockholms Universitet (14/4-2000)

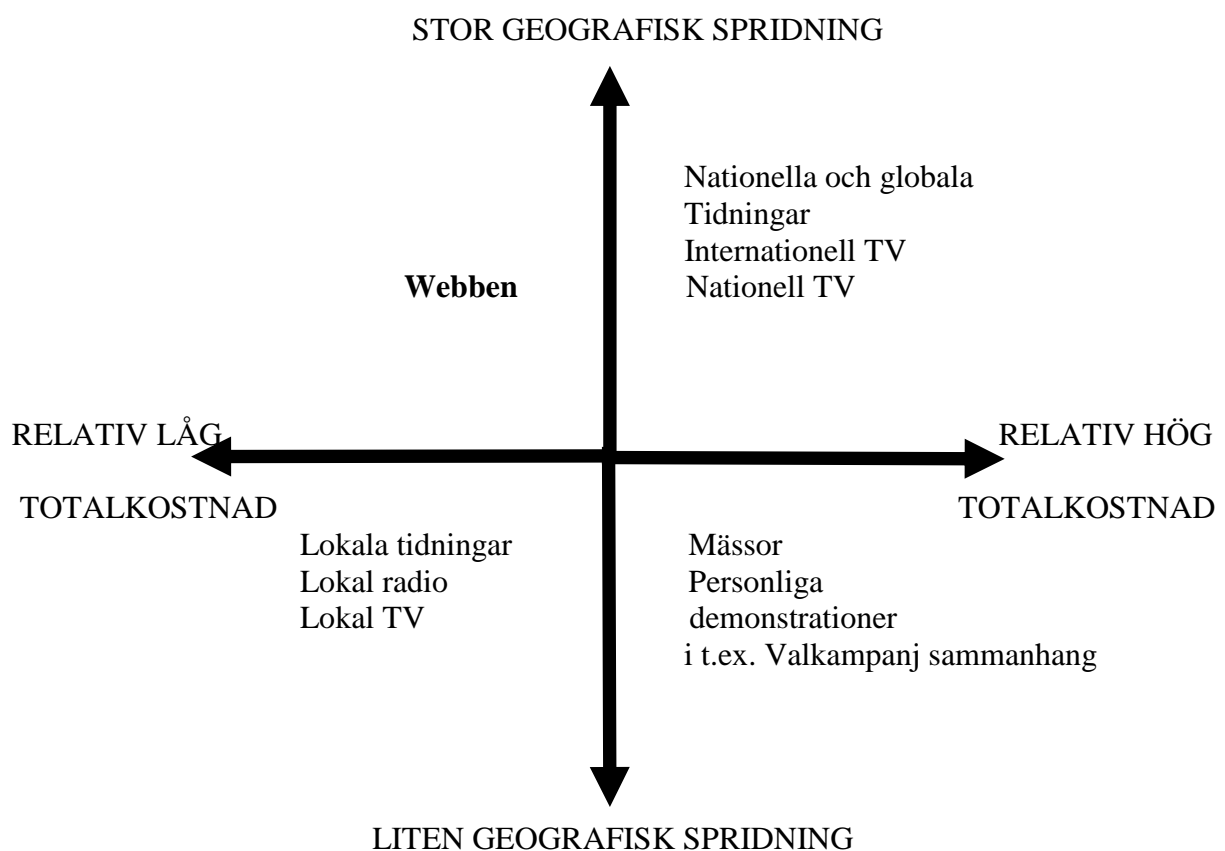
BILAGA 1 - BILD PÅ EKO-SOCIALISMENS OMFÅNG



MILJÖPARTIETS OCH VÄNSTERPARTIETS FÖRHÅLLANDE TILL EKO-SOCIALISM

Efter litteraturgenomgången är min slutsats att eko-socialism är en blandning av olika röda och gröna ideologier, kulturer, livsstilar, rörelser, etc. vilka kan placeras i det rutade område som omfattar tre steg av socialism (från reformism till radikal kommunism) och tre steg av ekocentrism (från lätt till djup ekologism). Men det borde finnas ett område som kan kallas ett *övergångs-område* eller *toleransområde* som ligger både till höger (mellan ekocentrism och kapitalism) och uppåt (mellan antropocentrism och socialism) i det prickade området. Genom en ganska ytlig analys av Miljöpartiets och Vänsterpartiets partiprogram placerar jag dem som kan ses på bilden. I Miljöpartiets partiprogram, som innehåller 22 punkter, handlar en stor del av punkterna om samhällsfrågor som andra partier också tar upp, inte minst Vänsterpartiet. Därför visas i bilden ett överlappande område. På samma sätt finns i Vänsterpartiets partiprogram och politiska propaganda en mindre del som handlar om miljöfrågor som visar att Vänsterpartiet har förändrat nedåt mot ekocentrism och till höger mot kapitalism jämfört med den ursprungliga antropocentriska och kommunistiska ideologin. Vänsterpartiets ideologi kan jämföras med den socialdemokratiska ursprungliga ideologin som förespråkar en reformistisk förändring av kapitalism till socialism, vilket innebär att acceptera kapitalismen åtminstone delvis. För att mer exakt och kvantitativt kunna placera de två partiernas ideologi i bilden i tids- och

BILAGA 2 GRAFIK OM WEBBEN I JÄMFÖRELSE MED ANDRA, MER TRADITIONELLA MEDIER (ur Jakobsson)



GRAFIK OM INFORMATIONSSINNEHÅLL/INTERAKTIONENS MATRIS BASERAD PÅ CRONIN UR JAKOBSSON (anpassad till politik)

INFOR- MATIONS- MEDEL	HÖG	Informativ propaganda	Informativ direktpropaganda (DP)	Internet Personliga besök
	MEDEL	Informativ propaganda Print m.m	Informativ respons-annonsering	Informativ telefon kontakt

INNE- HÅLL	LÅGT	Transforma- tiv Propaganda TV-spots	röstjaktinriktad DP och respons- annonsering	Telefon- valkampanj
		LÅG	MEDEL	HÖG

INTERAKTION MED MEDBORGARE

BILAGA 3- ENKÄTUNDERSÖKNING

Jag skulle vara mycket tacksam om Du vill hjälpa mig med att besvara följande frågor om din organisations satsning på Internet. Resultatet kommer att användas i en uppsats som ingår i mina studier i Medie- och kommunikationsvetenskap. Uppsatsen heter:

” INTERNET SOM VERKTYG FÖR EKO-SOCIALISTISKA RÖRELSER?

Innehållsanalys av 30 svenska vänster- och miljöorganisationers webbplatser”

Helst ser jag att Du skriver Ditt namn, telefonnummer och på vilken organisation du är webbansvarig, eftersom jag kan komma att behöva göra några mer ingående intervjuer med ett antal svarande, men det är självklart frivilligt.

Tack på förhand!

Rafael Altez Calderon E-mail : rafael05@hotmail.com

Min handledare Sven Ross Tel : 08-16 28 63

Institutionen för Journalistik Media och Kommunikation, Stockholms Universitet.

Organisationens namn:

FRÅGOR TILL WEBBMASTERN

Webbmasterns namn.....Ålder.....

Tel.....

E-mail address.....

Är du medlem i organisationen? Ja Nej

1. Vad har du för utbildning?

- Grundskola eller motsvarande
- Gymnasieutbildning, folkhögskola eller motsvarande
- Högskola eller universitet högst 3 år
- Högskola eller universitet mer än 3 år
- Annat

2. Vad hade du för inriktning i din utbildning?

- Humanistiska ämnen
- Tekniska (naturvetenskapliga) ämnen
- Samhällsvetenskapliga/ ekonomiska ämnen
- Annat

3. Hur har du lärt dig att hantera Internet?

- Sjävlärd
- En kurs om Internet eller liknande
- En del av en mer komplett kurs t.ex. datasamordnarkurs
- Annan

FRÅGOR OM ORGANISATIONEN OCH INTERNET

4. Har din organisation någon politisk målsättning på lokal/distriktsnivå?

- Vi följer partiets allmänna målsättning
- Vi har en målsättning som anpassas efter partiets allmänna målsättning.
- Vi har en målsättning som är helt oberoende av partiets riksstrategi

5. Har ni någon genomtänkt massmedia eller IT-policy på lokal/distrikts nivå?

- Vi har ingen och vi anpassar oss efter partiets policy.
- Vi har massmedia och IT-policy där Internet inkluderas som ett komplement
- Vi har massmedia och IT-policy där Internet spelar en strategisk roll

6. Har ni diskuterat och/eller utvärderat er organisations satsning på Internet?

- Vi har varken diskuterat eller utvärderat
- Vi har diskuterat men inte utvärderat
- Vi har diskuterat och utvärderat

Specificera hur många gånger och på vilken nivå?

.....

7. Hur mycket satsar din organisation på webbplats?

- Ideellt och utan extra kostnad för organisationen
- Ideellt men organisationen ansvarar för investeringar (hårdvara och mjukvara)
- Driftkostnader som är under 1 000 kr/ månad plus investeringar
- Driftkostnader som är mellan 1 000- 2 000 kr/månad plus investeringar
- Andra dyrare former såsom: privat firma, anställd med en viss % tjänst, etc.

Specificera.....

8. Hur finansieras era satsningar på webbplats?

- Ingen planerad finansiering
- Genom tillfälliga insamlingar
- Genom organisationens budget
- Genom organisationens budget plus andra donationer.

9. Kan du specificera någon procent av organisationens budget som investerades (användes) på webbplatsen det senaste året? Eller kan du nämna ett ungefärligt belopp?

.....

10. Satsar ni på utbildning om Internet eller webbplatser?

Berätta lite

.....
.....

11. Använder ni följande program?

- Netscape Composer
- Photoshop
- Microsoft Front Page
- Dream Weaver
- Annat program

Om annat program specificera vilket eller vilka?

.....

12. Hur ofta uppdateras er webbplats?

- Oregelbundet
- 1-2 gånger om året
- 3-4 gånger om året
- Minst varannan månad
- Minst en gång per månad

13. Hur satsar ni för att synas på nätet?

- Genom registrering på olika typer av sökmotorer
- Det första alternativet plus genom att lägga in metataggar
- De föregående alternativen plus genom att byta banners med andra webbplatser
- De föregående alternativen plus genom att annonsera i tidningar och på nätet
- De föregående alternativen plus andra egna trycksaker.

14. Har din organisation gjort någon form av innehållsanalys av er webbplats?

- Vi har gjort någon innehållsanalys ännu
- Vi brukar göra det själva inom organisationen
- Vi brukar anlita en privat firma för att garantera en bra webbplatsanalys.

Om ni anlitar privat firma, vilken sorts analys gör de?

Specificera.....

15. Spontant, vilken poäng skulle du sätta på din webbplats?

- Den är dålig (betyg 1)
- Den är ganska bra (betyg 2)
- Den är bra och duger för vår organisation (betyg 3)
- Den är bra som verktyg, men kan förbättras (betyg 4)
- Den är mycket bra och fyller en strategisk funktion (betyg 5)

Ännu en gång, tack så mycket för Din hjälp. Resultatet av C-uppsatsen kommer att publiceras på Internet på: <http://www.jkm.su.se>.
En ganska liknande uppsats kan man redan läsa på: <http://www.argument.nu/edemokrati>

BILAGA 4 – WEBBSKALA

1. Verksamhetsinformation

1. Kalendarium etc
0 poäng ingen information
1-3 poäng länk till andra samarbetsorganisationers verksamhet eller informationsblad
4-5 poäng eget kalendarium för PLA under en aktuellt- eller nyhetsrubrik anpassad till Internet.
2. Styrelse och/eller aktiva politiker
0 poäng ingen information
1-3 poäng kortfattad allmän information utan detaljbeskrivning
4-5 poäng detaljerad information, fördelning mellan verksamheter, etc
3. Organisation
0 poäng ingen information
1-3 poäng kortfattad allmän information utan detaljbeskrivning
4-5 poäng verksamhetsindelning och ansvar; detaljerad information med förklarande figurer etc
4. Regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet
0 poäng ingen information
1-3 poäng kortfattad allmän information utan detaljbeskrivning
4-5 poäng erbjudande och uppmaning till kontakt; tjänstbeskrivning samt aktualitet
5. Interna länkar (inom liknande organisationer)
0 poäng inga länkar
1-3 poäng begränsat med länkar; icke relevanta eller icke fungerande länkar; svårt att hitta länkar
4-5 poäng relevant, uppdaterad och strukturerad intern länkning
6. Externa länkar (utanför liknande organisationer)
0 poäng inga länkar
1-3 poäng begränsat med länkar, icke relevanta eller fungerande länkar; svårt att hitta länkar
4-5 poäng relevant, uppdaterad och strukturerad extern länkning

2. Partiinformation

7. Beskrivning av partiets program och stadgar
0 poäng ingen information
1-3 poäng länk till information i partiets centrala webbplats eller kort beskrivning
4-5 poäng beskrivning finns på den egna sidan och är anpassad till det lokala behovet och även för bestämda målgrupper såsom studenter, journalister etc.
8. Beskrivning av PLA
0 poäng ingen beskrivning
1-3 poäng kortfattad och allmän beskrivning som i partiets centralnivå
4-5 poäng detaljerad och omfattande beskrivning med historiska fakta ideologi, mål, program, etc anpassad för PLA:s utveckling.
9. Protokoll
0 poäng ej tillgängligt via webbplatsen
1-3 poäng svårt att hitta, dåligt uppdaterat, dålig historik (inget arkiv)
4-5 poäng protokoll finns arkiverade och uppdaterade, som text eller kan laddas hem
10. Möte för medlemmar och/eller sympatisörer
0 poäng ingen information om möten
1-3 poäng kortfattade scheman utan beskrivning eller inbjudningar till öppna möten
4-5 poäng lättfattligt med relevant information om öppna möten

11. Aktuella ärenden
 - 0 poäng* ingen föredragningslista inför kommande sammanträden
 - 1-3 poäng* information finns men är svår att hitta, dåligt uppdaterad
 - 4-5 poäng* uppdaterad och lättillgänglig information, som text eller nedladdningsbart

3. Interaktivitet

12. Partiets lokalavdelning (PLA)
 - 0 poäng* finns ingen information om hur man kontaktar PLA
 - 1-3 poäng* endast allmän kontaktinformation eller enstaka lokala ledare
 - 4-5 poäng* fullständig beskrivning om PLA, finns kontaktinformation via olika medier (telefon, Adresser, e-mail, etc)
13. Punktvis
 - 0 poäng* sökfunktion finns ej
 - 1-3 poäng* sökfunktion finns men fungerar ej tillfredsställande
 - 4-5 poäng* lättförståelig sökfunktion som ger relevanta träffar.
14. Debatt
 - 0 poäng* debattfunktion finns ej
 - 1-3 poäng* debattfunktion finns men fungerar ej eller fungerar dåligt; dålig information
 - 4-5 poäng* lättfattlig och användarvänlig debattsida som uppdateras; svarsfrekvens av berörda, det finns även chatmöjligheter.
15. Förslagslåda och/eller gästbok
 - 0 poäng* finns ej specifik e-postfunktion för detta ändamål
 - 1-3 poäng* finns allmän e-postfunktion samt mer eller mindre uttalad uppmaning att använda denna
 - 4-5 poäng* förslagslåda angiven samt uppmaning att sända in förslag eller ansökan om medlemskap.
16. Nöjesinteraktivitet
 - 0 poäng* ingen nöjesinteraktivitet
 - 1-3 poäng* några enkla former av nöjes program eller tjänst
 - 4-5 poäng* det finns olika kreativa nöjesprogram som lockar besökare av olika målgrupper.

4. Aktualitet

17. Generellt
 - 0 poäng* ingen nyhetstjänst eller aktuell information; inga aktuella dokument
 - 1-3 poäng* nyhetstjänst finns men är dåligt uppdaterad; dåligt strukturerad; irrelevant
 - 4-5 poäng* uppdaterade relevanta nyheter, nyhetsarkiv, länkar till aktuella händelser
18. Uppdaterings datum
 - 0 poäng* finns ej angivet på sidorna då de införts eller senast uppdaterats
 - 1-3 poäng* finns uppdateringar angivet, men ostrukturerat och slumpvis
 - 4-5 poäng* uppdateringar finns generellt sett och är tydligt angivet

5. Utnyttjande av mediets potential

19. Ljud
 - 0 poäng* ljudmöjligheter utnyttjas inte
 - 1-3 poäng* ljudmöjligheter utnyttjas men inte på ett relevant sätt för partiets syfte.
 - 4-5 poäng* ljudmöjligheter utnyttjas på ett koordinerat och relevant sätt för partiets syfte.
20. Bildernas relevans
 - 0 poäng* bilder används inte
 - 1-3 poäng* bilder används, men de kommer framförallt från centralpartiet
 - 4-5 poäng* föregående alternativ plus kreativa och relevanta bilder för PLA:s syfte.
21. Rörliga bilder
 - 0 poäng* rörliga bilder används inte
 - 1-3 poäng* rörliga bilder används, men det är bilder som erbjuds på marknaden utan speciell anpassning till PLA:s syfte
 - 4-5 poäng* avancerade rörliga bilder i form av video eller multimedia som är anpassad till PLA:s syfte används.

6. Hemsidans layout

22. Bild

0 poäng inget bildmaterial samt underkänt färgval och struktur (icke användarvänligt)

1-3 poäng dåligt avpassat bildmaterial och färgval, samt rörig struktur (ganska användarvänligt)

4-5 poäng bra struktur, bra bildval/bildstorlek, bra avpassad i färgval och lätt att hitta på sidan

23. Text

0 poäng varierande typsnitt med varierande storlek och färg (svåräst)

1-3 poäng mindre varierande typsnitt med varierande storlek och färg (ganska svåräst)

4-5 poäng enhetliga rubriker och brödtext med väl avpassade färger (lättäst)

BILAGA 5- RESULTAT AV ENKÄTUNDERSÖKNING (DEL 1)

MILJÖPARTIET

Kommun	nr.ord.	Utbild. nivå	Sorts Utbild.	Inlärn. om Internet	målsättning PLA
Gislaved	M1	Högskola-3år	Komb hum-tekn	Annan	anpassad
Härnösand	M2	Högskola3+	Teknisk	Sjävlärd	anpassad
Kiruna	M3	Högskola-3år	Teknisk	Sjävlärd	anpassad
Ljungby	M4	Högskola3+	Samhälls/ekon	Sjävlärd	anpassad
Malå	M5	Gymnasium	Teknisk	Kompl. kurs	anpassad
Sigtuna	M6	Högskola-3år	Annat	Sjävlärd	anpassad
Vingåker	M7	Grundskola	Annat	Sjävlärd	anpassad
Västerås	M8	Gymnasium	Teknisk	Internetkurs	partiets
VÄNSTERPARTIET					
Degerfors	V1	Högskola3+	Samhälls/ekon.	Sjävlärd	anpassad
Kalmar	V2	Gymnasium	Annat	Sjävlärd	anpassad
Kristianstad	V3	Högskola-3år	Humanistisk	Sjävlärd	anpassad
Mark	V4	Grundskola	Teknisk	Internetkurs	oberoende
Piteå	V5	Högskola3+	Teknisk	Sjävlärd	anpassad
Sigtuna	V6	Högskola-3år	Teknisk	Sjävlärd	anpassad
Söderhamn	V7	Gymnasium	Annat	Annan	partiets
Upplands Bro	V8	Gymnasium	Komb. tekn-sam	Annan	anpassad
MILJÖPARTIET					
Kommun	nr.ord.	IT-policyPLA	Disk./Utv.	Webbsatsn./år	finans. källa
Gislaved	M1	Komplement	både och	noll	ingen planerad
Härnösand	M2	Komplement	diskuterat	noll	genom budget
Kiruna	M3	Ingen	diskuterat	noll	genom budget
Ljungby	M4	Ingen	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
Malå	M5	Komplement	diskuterat	bara investeringar	genom budget
Sigtuna	M6	Ingen	diskuterat	dyrare insatser	genom budget
Vingåker	M7	Ingen	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
Västerås	M8	Komplement	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
VÄNSTERPARTIET					
Degerfors	V1	Ingen	Diskuterat	noll	ingen planerad
Kalmar	V2	Komplement	ingen	bara investeringar	genom budget
Kristianstad	V3	Komplement	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
Mark	V4	Ingen	diskuterat	bara investeringar	genom budget

Piteå	V5	Komplement	ingen	noll	ingen planerad
Sigtuna	V6	Komplement	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
Söderhamn	V7	Ingen	ingen	noll	ingen planerad
Upplands Bro	V8	Ingen	diskuterat	noll	genom budget

RESULTAT AV ENKÄTUNDERSÖKNING (DEL 2)

MILJÖPARTIET

Kommun	nr.ord.	Invest. summa/år	antal Anv.Prog.	uppdatering
Gislaved	M1	-2000	ett program	oregelbundet
Härnosand	M2	mellan 2001 till 4000	fyra program	minst Var. månad
Kiruna	M3	-2000	ett program	minst Var. månad
Ljungby	M4	mellan 2001 till 4000	ett program	oregelbundet
Malå	M5	-2000	fyra program	oregelbundet
Sigtuna	M6	-2000	två program	oregelbundet
Vingåker	M7	-2000	ett program	oregelbundet
Västerås	M8	mer än 6000	två program	minst en g./månad
VÄNSTERPARTIET				
Degerfors	V1	-2000	ett program	minst en g./månad
Kalmar	V2	-2000	ett program	minst en g./månad
Kristianstad	V3	mellan 2001 till 4000	ett program	minst en g./månad
Mark	V4	mellan 2001 till 4000	två program	minst en g./månad
Piteå	V5	-2000	ett program	oregelbundet
Sigtuna	V6	-2000	två program	tre till fyra G. om året
Söderhamn	V7	-2000	två program	oregelbundet
Upplands Bro	V8	-2000	tre program	minst Var. månad
MILJÖPARTIET				
Kommun	nr.ord.	Ins. för att synas	Inneh. Analys?	självpöäng
Gislaved	M1	fjärde + egna trycksaker	själva i PLA	betyg 4
Härnosand	M2	Reg. på sökmotorer	inte ännu	betyg 4
Kiruna	M3	första + metataggar	själva i PLA	betyg 3
Ljungby	M4	.	inte ännu	betyg 3
Malå	M5	Reg. på sökmotorer	inte ännu	betyg 3
Sigtuna	M6	Reg. på sökmotorer	inte ännu	betyg 4
Vingåker	M7	fjärde + egna trycksaker	själva i PLA	betyg 3
Västerås	M8	fjärde + egna trycksaker	själva i PLA	betyg 3
VÄNSTERPARTIET				
Degerfors	V1	Reg. på sökmotorer	själva i PLA	betyg 4
Kalmar	V2	Reg. på sökmotorer	inte ännu	betyg 5
Kristianstad	V3	.	själva i PLA	betyg 4

Mark	V4	fjärde + egna trycksaker	inte ännu	betyg 3
Piteå	V5	första + metataggar	inte ännu	betyg 2
Sigtuna	V6	fjärde + egna trycksaker	inte ännu	betyg 3
Söderhamn	V7	andra + byta banners	inte ännu	betyg 3
Upplands Bro	V8	Reg. på sökmotorer	själva i PLA	betyg 4

BILAGA 6 – RESULTATTABELL FÖR MILJÖPARTIETS LOKALAVDELNINGARS WEBBSKALEPOÄNG

VARIABEL	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	MPR.
1. Verksamhetsinformation									
Kalendarium etc	0	1	0	1	2	0	3	5	0
Styrelse och/eller aktiva politiker	4	5	5	3	4	2	5	4	5
Organisation	1	2	2	2	4	0	2	1	5
Regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet	0	1	1	0	0	1	0	2	4
Interna länkar (till liknande organisationer)	5	5	2	3	4	4	4	4	5
Externa länkar (till annorlunda organisationer)	4	4	2	2	4	3	4	2	5
Subtotal poäng verksamhetsinformation	14	18	12	11	18	10	18	18	24
2. Partiinformation									
Beskrivning av partiets program och stadgar	3	3	2	3	4	2	3	1	5
Beskrivning av PLA	2	3	2	1	3	0	0	2	5
Protokoll	0	0	0	0	4	0	0	0	0
Sammanträden för Medl. Och/eller Sympat.	3	0	4	0	4	0	1	4	4
Aktuella ärenden	2	0	3	1	4	4	2	5	5
Subtotal poäng partiinformation	10	6	11	5	19	6	6	12	19
3. Interaktivitet									
Partiets lokalavdelning (PLA)	3	4	4	3	3	1	3	3	5
sökfunktion eller liknande	0	0	0	0	1	0	0	0	5
Debatt funktion Och/eller möjligheter	1	0	1	1	1	1	0	1	2
Förslagslåda och/eller gästbok	1	4	0	2	0	0	0	0	4
Nöjesinteraktivitet	0	0	0	0	0	4	0	0	0
Subtotal poäng interaktivitet	5	8	5	6	5	6	3	4	16
4. Aktualitet									
Generellt	3	3	2	4	3	4	2	4	5
uppdatering i sidor	0	2	3	4	3	3	1	1	0
Subtotal poäng aktualitet	3	5	5	8	6	7	3	5	5
5. Utnyttjande av mediets potential									
Ljud	2	0	0	0	0	0	3	0	0
Bildernas relevans	2	1	1	2	2	2	3	3	2
Rörliga bilder	1	0	0	0	0	3	3	0	0
Subtotal poäng utnyttjande av mediets Pot.	5	1	1	2	2	5	9	3	2
Hemsidans layout									
Bild	2	4	1	4	1	1	3	3	2

Text	2	4	3	4	2	3	3	3	5
Subtotal poäng layout	4	8	4	8	3	4	6	6	7
TOTAL POÄNG	41	46	38	40	53	38	45	48	71

M1= Gislaved, M2=Härnösand, M= Kiruna, M4= Ljungby, M5= Malå, M6= Sigtuna, M7= Vingåker, M8= Västerås, MRP= miljöpartiets rikswebbplats.

BILAGA 7 – RESULTATTABELL FÖR VÄNSTERPARTIETS LOKALAVDELNINGARS WEBBSKALEPOÄNG

VARIABEL	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	VPR.
1. Verksamhetsinformation									
Kalendarium etc	1	3	5	2	0	3	0	0	5
Styrelse och/eller aktiva politiker	0	0	5	5	3	5	3	5	5
Organisation	1	0	2	3	0	0	2	0	5
Regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet	3	3	1	0	2	0	1	2	4
Interna länkar (till liknande organisationer)	4	0	5	3	2	4	3	5	5
Externa länkar (till annorlunda organisationer)	4	0	5	3	0	4	1	5	5
Subtotal poäng verksamhetsinformation	13	6	23	16	7	16	10	17	29
2. Partiinformation									
Beskrivning av partiets program och stadgar	4	4	3	0	2	4	1	4	5
Beskrivning av PLA	1	0	3	2	0	0	0	0	5
Protokol	0	0	0	4	0	0	0	0	0
Sammanträden för Medl. Och/eller Sympat.	1	3	5	2	2	3	0	0	4
Aktuella ärenden	4	0	5	3	4	0	0	2	5
Subtotal poäng partiinformation	10	7	16	11	8	7	1	6	19
3. Interaktivitet									
Partiets lokalavdelning (PLA)	4	5	4	4	2	3	0	5	5
sökfunktion eller liknande	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Debatt funktion Och/eller möjligheter	3	4	1	2	4	0	0	1	2
Förslagslåda och/eller gästbok	4	3	0	0	5	2	0	0	3
Nöjesinteraktivitet	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal poäng interaktivitet	11	12	5	6	11	5	0	6	10
4. Aktualitet									
Generellt	4	4	5	5	4	2	5	4	5
uppdatering i sidor	0	3	5	0	0	1	0	3	0
Subtotal poäng aktualitet	4	7	10	5	4	3	5	7	5
5. Utnyttjande av mediets potential									
Ljud	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bildernas relevans	4	3	2	3	1	1	3	3	3
Rörliga bilder	0	0	2	2	2	0	3	0	5
Subtotal poäng utnyttjande av mediets Pot.	4	3	4	5	3	1	6	3	8
6. Hemsidans layout									
Bild	0	3	3	4	2	2	4	3	2

Text	2	3	3	3	3	2	3	3	5
Subtotal poäng layout	2	6	6	7	5	4	7	6	7
TOTAL POÄNG	44	41	64	50	38	36	29	45	78

V1= Degerfors, V2= Kalmar, V3= Kristianstad, V4= Mark, V5= Piteå, V6= Sigtuna, V7= Söderhamn, V8= Upplands Bro, VPR= Vänsterpartiets rikswebbplats.

BILAGA 8 - BESKRIVNING AV MILJÖPARTIETS (M1-M8) OCH VÄNSTERPARTIETS (V1-V8) LOKALAVDELNINGARS (PLA) WEBBPLATSER

M1- Gislaved (5/5-2000 från kl.21:30)

Det finns bra information om PLA:s (partiets lokalavdelning) ledningsgrupp samt kontaktmöjligheter, men bilder saknas. Det finns inte någon utförlig presentation av PLA:s organisation. Det finns relevanta interna och externa länkar, men inte så många. Det finns en kort presentation a PLA:s lokala handlingsprogram som innehåller sex punkter. Det finns en kort presentation av PLA. Sidan som kallas för "Lokal Nytt" innehåller en kallelse till PLA:s medlemsårsmöte (datum 5/3 2000) och på samma sida finns en inmatningsmöjlighet för de som vill bli nya medlemmar, men denna funktion verkar felplacerad. Det finns möjligheter att kontakta PLA. Det kan bedrivas debatt genom att använda de givna kontaktmöjligheterna och en annan inmatningsmöjlighet som används för att ställa frågor. Webbplatsen blev uppdaterad för tre månader sedan (6/2 2000). Det finns roliga, välkomnande applåder när man kommer in till nya sidor. Bilder används för lite, bara ett fotografi av en "riksdagsman" (Marianne Samuelsson). Det finns inga rörliga bilder, men det finns två rörliga texter som verkar lite störande om man vill läsa texterna. Hemsida (första sidan) finns i praktiken inte därför att den första sidan är så lång så att nästan 80 % av webbplatsens information finns där. Därför är det svårt att granska layouten på hemsidan. Det skulle behövas en omstrukturering av webbplatsen och skapas en kort och funktionell hemsida.

M2-Härnösand (28/4-2000 från kl.21)

Kalendarium eller något liknande om verksamhet som pågår i PLA finns inte. Men genom att undersöka länkar i "senaste nytt" kan man hitta några tips och nyheter som även innebär ett sorts kalendarium. Det finns en bred och komplett information om PLA:s ledning, valberedning, revisorer och om andra kommunpolitiker. Det finns en utförlig information om PLA:s organisation i form av verksamhetsberättelser för 1997 och 1998, men det finns inte någon aktualiserad information om en fungerande organisation som uppmuntrar webbesökarna till något engagemang. Det finns inte heller någon information om tjänster eller kontorsverksamhet som lockar folk till organisationens verksamhet. Interna länkar är väl genomtänkta och tillräckliga. På sidan om "länkar" kan 12 stycken interna Miljöpartilänkar hittas. Externa länkar till relevanta myndigheter är också inkluderade på samma sida. Genom länken till "MP Riks" kan besökaren indirekt få flera externa länkar till andra organisationer. PLA har lyckats presentera ett lokalt anpassat partiprogram. Men stadgar saknas. Det finns inte någon tydlig presentation av partiet, men genom att bläddra mellan sidor eller rulla inom sidor kan man förstå hur organisationen är uppbyggd. Det finns ingen information om möten för medlemmar eller sympatisörer och inte heller några aktuella protokoll eller ärenden. Interaktiviteten är bra, det finns olika möjligheter att interagera, gästbok, e-mail och telefon. Debattfunktion finns inte. Gästboken fungerar bra. Uppdateringsdatum är nästan två månader gammalt (3/9 1999) och därför kan man säga att aktuella händelser inte rapporteras på lokal nivå. Men det finns intressanta länkar som kan kompensera bristen på aktualitet. Uppdatering på andra sidor är ännu äldre. Bilder används inte så ofta, men de bilder som används på första sidan fyller en bra funktion. Texterna visar en bra användarvänlighet, den röda färgen gör det lite svårt att läsa. Allmänt kan man säga att layouten är fin och bra.

M3- Kiruna (29/4-2000 från kl.16:30)

Det finns en lista på alla styrelsemedlemmar, valberedningen och representanterna i landstinget. Det finns en annan sida med förtroendeuppdrag där Peter Arneke och Timo Vildgats även kan kontaktas via e-mail. Det finns inte någon tydlig presentation av PLA men genom att läsa andra sidor kan man förstå den ganska bra. Det finns ingen information om tjänster eller kontors-verksamhet men det finns en inbjudan till ett öppet möte i PLA:s lokal. Det finns några relevanta interna och externa länkar, men länkarna fungerar långsamt. Det finns en lista på PLA:s plattform eller program, men bara en lista. Det finns inte någon beskrivning av PLA, men man kan få en uppfattning av den genom att läsa andra sidor. De bjuder in till ett öppet årsmöte via nätet, men det verkar inte lämpligt för icke-medlemmar eftersom det inte finns någöon öppen dagordning. Ett aktuellt ärende handlar om

en kampanj mot utförsäljning av företaget Telia. Det finns bra kontaktmöjligheter med styrelsen. Debattmöjligheter begränsas till telefon samtal, e-mailadress och/eller fax. Aktualiteter är begränsade till kampanjen mot utförsäljning av företaget Telia. Det finns andra nyheter såsom pressmeddelanden och en publicerad uppsats om "snöskotern" men de är inte så nya. Andra sidor är uppdaterade tidigare än första sidan, men de flesta håller en relativ aktualitet. De bilder som finns är irrelevanta, och för det mesta används MP:s logo. Layouten på första sidan är allmänt ganska snygg men har nästan bara texter. Partiets logo finns där och en liten ikon med texten "Rör inte mitt INTERNET". Det finns ett tomt utrymme nederst på sidan som skulle användas bättre. Färgkombinationen ser ganska trist ut, det är bara grönt och svart.

M3-Ljunby (30/4-2000 från kl. 15:00)

PLA har inget eget kalendarium, men genom att undersöka webbplatsen kan man hitta några aktiviteter som pågår i kommunen med PLA:s samverkan. Information om fem medlemmar i styrelsen finns, två av dem presenterar sig med egna bilder utan skriftlig information. Det finns inte en klar presentation av organisationen, men genom att läsa "historik" kan man få en ganska bra uppfattning om den. Det finns tre sorters länkar: "Gröna länkar", "Ljungbylänkar" och "Övriga länkar", men totalt bara fem länkar. Det finns ett lokalt anpassat partiprogram, men inte några stadgar. Det finns inte någon presentation av PLA, men man kan få lite förståelse genom att läsa andra sidor. På sidan som heter "Aktuellt" finns information om olika händelser, nyheter och diskussioner men inget direkt om PLA:s verksamhet. Det går att kontakta PLA:s ordförande och sekreterare via telefon, e-post och postadress och detta kan man hitta på sidan "Adresser". Någon planerad debattsida finns inte. Men det finns diskussionsämnen om besökaren till webbplatsen är intresserad av det. Det finns inte någon förslagslåda men man kan lämna förslag genom att använda en inmatningsmöjlighet som finns på kontaktsidan. Det finns inte någon Gästbok. Det finns intressanta artiklar och nyheter på sidan om "Aktuellt", men de flesta handlar om händelser utanför partiet. Uppdateringen håller sig bra trots att inte alla sidor är lika aktuella. På första sidan finns en fin bild på "Järnvägsparken", vilken är den enda bilden. Layouten på första sidan är allmänt snygg och visar en bra kombination av texter och bilden som finns och färgerna är också passande.

M5-Malå (30/4-2000 från kl.17:00)

PLA i Malå presenterar en sida om "Verksamhet" för perioden mars 2000- mars 2001, men den är inte så detaljerad eller tidsplanerad och kan därför inte kallas kalendarium. Men på sidan "Om miljöpartiet" finns information om en kursverksamhet om "Levande Demokrati". Det finns information om styrelsen och även bra kontaktmöjligheter. Det finns en bra presentation av organisationen där en kort historisk information och verksamhetsberättelse för år 1998 inkluderas. Det finns relevanta interna och externa länkar. Det finns inget specificerat partiprogram men genom att läsa sidan om "Verksamhet" kan man hitta en hel del och även PLA:s stadgar. Information om partiet kan man hitta på sidor "Om miljöpartiet" och "Verksamhet" men det är inte lättförståeligt. Protokoll om gamla möten finns. Publicerad kallelse till ett medlemsmöte finns, men det är inte öppet för sympatisörer. Som aktuella ärenden kan en kallelse till ett möte och en studiecirkelverksamhet om "miljövård" räknas. Interaktiviteten med PLA är utförbart via exempelvis e-mail, telefon och fax. Det finns inte någon egen sökfunktion, men det finns en gratis kommersiell sökfunktion från företaget "Passagen", som troligen sponsrar webbplatsen, men den är irrelevant för PLA. Det finns inte någon debattfunktion, men det finns bra kontaktmöjligheter om man vill debattera. Det finns inte någon speciell sida om aktuella händelser men länkarna kan kompensera en del av denna brist. Alla sidor är uppdaterade med samma datum som på hemsidan (första sida). Det finns bilder samlade endast på en speciell sida, men bilderna är inte beskrivna och därför är de inte relevanta. Layouten är ganska dålig, det saknas bilder och texter som fyller lämplig funktion men vid detta tillfälle (300400) är första sidans utseende som en anslagstavlas, med annonsen till ett medlemsmöte. Det finns ett länkkonstruktionsfel. När man klickar på ikonen "Hemsidan" dyker en mindre extra första sida upp som konkurrerar den större.

M6-Sigtuna (30/3-2000 från kl. 21:00)

Det finns information om en "ledningsgrupp" bestående av fem personer, två av dem går att kontakta via e-mailadress. PLA erbjuder lite kontorstjänst, genom att klicka på "Beställ" material kan man få partiprogrammet i en lång och en kort version. Interna länkar är relevanta, åtminstone till partiets olika instanser, men det finns bara tre externa länkar. Det finns en ganska kort presentation av PLA:s handlingsprogram som innehåller 15 punkter. Det finns information om aktuella ärenden, bl.a om PLA:s ställningstagande för privatisering av kommunalägda bostäder (ett pressmeddelande), interpellationer, debattartiklar samt motioner. Det finns inte några lätta möjligheter att kontakta PLA, utom via e-mail till två förtroendevalda. Det finns många debattartiklar som kan läsas, men för besökare som inte har tillgång till Internet och ett fungerande program för e-mail skulle det vara nästan omöjligt att debattera. Det finns ett ganska roligt nöjesinteraktivitetsinslag om en soffliggare,

“Valdemar”, som är för lat för att ta sig till vallokalen. Denna funktion är troligen nedladdat utan kostnad från ett privat företag som heter “Macromedia”. Det finns aktualiserad information men inget uppdateringsdatum. Bilder används inte så ofta, på sidan om “Beställ material” finns en bild och partiets logo. På sidan om ”På skoj”, Valdemar, används en rörlig bild. Layouten är ganska snygg, men bara partiets logo finns som bild och det finns gott om utrymme på hemsidan som inte används. Innehållsdelen skulle vara bättre om den var inom en ram.

M7-Vingåker (2/5-2000 från kl. 16:00)

Det finns ett snyggt kalendarium för november och december som är anpassad till PLA:s syfte. På sidan “Val 98” kan man se en tabell som innehåller namn på 15 medlemmar, sex av dem är förtroendevalda kommunalpolitiker. De som är förtroendevalda presenterar sig på ett snyggt sätt med bilder, personliga uppgifter, postadress, telefon, och e-mailadress. Det finns inte någon information om själva organisationen, men genom att undersöka webbplatsen kan man få en uppfattning om den. Det finns relevanta interna och externa länkar. Det finns en ganska enkelt och lokal anpassad partiplattform, men inga stadgar. Det finns information om ett möte för medlemmar, men det är inte öppet för sympatisörer eller för allmänheten. Det finns inga aktuella ärenden, men en sida med “Motioner” som innehåller två “gröna motioner” kan räknas som ganska aktuella (fyra månader gamla). Det finns inte någon specificerad information om styrelsen, men om de förtroendevalda också är en del av PLA:s ledning, finns det bra kontaktmöjligheter med PLA. Aktualiteten är generellt ganska bra trots att det inte finns information om uppdatering. Det används inte så många bilder och ikoner men de som används är placerade på lämpliga sätt. Det finns en rolig rörlig bild med ljud som liknar fågelkvitter som handlar om “Tågstopp?”. Layouten på hemsidan har bra balans mellan texter och bilder, men utrymmen används inte optimalt. Layouten skulle inte försämrats om flera texter användes.

M8-Västerås (2/5-2000 från kl. 18:00)

Det finns ett aktualiserat och lokalt anpassat kalendarium. PLA:s styrelselista finns. Det finns också en ganska snygg presentation av PLA:s kommunalpolitiker, men en del av dem erbjuder inte några kontaktmöjligheter. Det finns ingen klar information om PLA:s organisation, men genom att undersöka webbplatsen kan man få en liten uppfattning om den. Det finns information om verksamhet som är öppen för allmänheten i kalendariet och på första sidan. Interna länkar är relevanta men dåligt presenterade, de tar för mycket plats på hemsidan. Direkta externa länkar finns inte men genom “Mp riks” kan bristen delvis kompenseras. Ett lokalt anpassat partiprogram saknas, men en kort presentation av partiets fyra grundpelare finns på hemsidan. Det finns inte någon tydlig presentation av PLA, men genom att läsa “Historik- Mp Västerås” och andra sidor kan man lära känna organisationen ganska väl. Det finns olika möten för medlemmar och allmänheten annonserade i kalendariet och en del av dem är t.o.m. aktuella. Det går inte att kontakta ledningsgruppen direkt, men det skulle fungera indirekt genom PLA:s kommunalpolitiker som har både telefonnummer och e-mailadress angivna på hemsidan. Interaktivitet som vänder sig till skolungdomar finns på sidan om “Gör du skolarbetet?” Där finns också kontaktmöjligheter med PLA. Det finns ingen debattfunktion men det finns en sida med “Insändare och debattartiklar” och det finns bara två artiklar att debattera om. Bra aktualitet finns, webbplatsen var uppdaterat ganska nyligen. Men det finns inte någon information om uppdatering av interna sidor. Bilder används inte så ofta, men de som används på hemsidan i presentationen av kommunalpolitiker är relevanta. Layouten på hemsidan är ganska snygg på grund av de relevanta bilderna. Men texter och alla komponenter är inte bra strukturerade, i så fall skulle det finnas mer konsistens och samspel mellan bilder och texter.

V1-Degerfors (3/5-2000 från kl. 17:30)

Det finns inte något kalendarium för PLA:s verksamhet, men det finns några aktiviteter som annonseras på andra sidor. Det finns inte tillräcklig information om PLA. Men genom att undersöka hela webbplatsen kan man få ganska bra uppfattning om den. PLA erbjuder lokalen till enskilda personer och andra institutioner och just de här månaderna pågår en konstutställning. Det finns relevanta interna och externa länkar, men inte så många. Det finns ett brett och lokalt anpassat partiprogram, men inte stadgar. Det finns inte någon lokal partibeskrivning, men genom att undersöka hela webbplatsen kan man få lite uppfattning om den. Det finns en aktuell annons om 1:a maj-demonstrationen som är öppen för allmänheten. Det finns möjligheter att kontakta lokalavdelningen via telefon och e-mailadress. Det finns en fungerande sida som "Gästbok- Debatt" där en diskussion om ett aktuellt ämne pågår, men debatten bedrivs inte på ett organiserat sätt och därför fungerar den snarare som bara gästbok. Aktualitet på platsens innehåll är helt bra, åtminstone idag (030500). Det finns ingen information om uppdatering på hela webbplatsen, men annonsen för 1:a maj-demonstration är färsk. Bilder används på ett

lämpligt sätt, åtminstone på de sidor som kallas för "Bruksgården", "Lokalt program" och "Kulturstipendium". Idag (030500) verkar det vara en olämplig dag för att sätta betyg på hemsidan, därför att annonsen för demonstrationen är ett tillfälligt material som ockuperar en stor del av hemsidan. Men i nuläget kan man säga att det finns bara texter, meny och ett stort tomt utrymme som gör att hemsidan får dåligt betyg.

V2-Kalmar (3/5-2000 från kl. 20:00)

Det finns ett aktualiserat kalendarium som kalas för "Kalendern!", men informationen handlar huvudsakligen om medlemsmöten. På menyn finns en sida för "Styrelsen" men i praktiken har bara tre heltidspolitiker e-mailadress och två av dem med fotobilder. Det finns inte några tjänster eller kontorsverksamhet, men på webbplatsen har man tre sidor som kan räknas som tjänster, "Pressinformation", "För skolarbetet" och "Vänsterpress". Det finns bra beskrivning av ett "Lokalt handlingsprogram" men inte PLA:s stadgar. Kalendariet innehåller information om möten för medlemmar men de är inte öppna för sympatisörer eller allmänheten. Det finns goda möjligheter att kontakta PLA via postadress, telefon, e-mailadress och fax. Man kan också bli medlem genom att fylla i sina uppgifter på ett formulär och denna funktion kan även användas för att lämna förslag eller meddelanden. Det finns två funktioner som kan användas för debatt, ett nyligen startat chatt program och en "Mailinglista", om det skulle finnas någon ansvarig som organiserar. Det finns aktuell information, webbplatsen uppdaterades igår (020500). Det finns inte någon information om uppdateringsdatum på varje sida, men det verkar som all information är uppdaterad samma dag. Bilder används inte så ofta, men de fyller en ganska bra funktion. Bilderna och texterna på hemsidan fyller en bra funktion och visar enkelhet och konsistens. Men en del av materialet syns inte när man direkt kommer in, man måste använda rullningslisten för att orientera sig på webbplatsen på grund av att hemsidan är för lång. Organiseringen av material på hemsidan är dålig vilket kan orsaka en viss förvirring hos surfaren. Storlekarna och stilarna på texterna är för många vilket försämrar sidans layout.

V3-Kristianstad (3/5-2000 från kl. 21:00)

Det finns ett väl organiserat och utförligt kalendarium för PLA som presenteras på en sida som kallas för "Vad händer". Det finns även information om verksamhet inom andra organisationer som samarbetar med PLA såsom Svensk-kubanska föreningen. Det finns en komplett information om PLA:s styrelse och kommunalpolitiker med kontaktmöjlighet via telefon. Direkt information om PLA:s organisation eller kontorsverksamhet finns inte, men genom att läsa "vad händer mer i Vänsterpartiet Kristianstad" och andra sidor kan man få en uppfattning om partiets verksamhet. Det finns relevanta och utförliga interna och externa länkar. Det finns ett lokalt anpassat partihandlingsprogram som presenteras under rubriken "Folket har talat". Man ger inte någon direkt beskrivning av PLA, men kan man få bra uppfattning om den genom att undersöka sidorna som ingår under rubriken "Fakta V-Kristianstad". Man har flera aktiviteter som kan betraktas som möten för medlemmar och/eller sympatisörer och relevant information om händelser som kan beskrivas som aktuella ärenden. Det finns bra kontaktmöjligheter med PLA, framförallt via telefon. Däremot har man ingen debattfunktion genom t.ex e-mail och telefon, men genom aktiviteter som utannonseras skapas debattmöjligheter. Det finns information om uppdatering på alla relevanta sidor och de är aktuella. På webbplatsen används för få bilder. Men det finns ett par rörliga små bilder som fyller bra funktion. Hemsidan som kallas för "Startsida" är ganska snygg trots att den inte använder bilder som kan vara relevanta. Det finns få och lättlästa rubriker men rubrikerna är inte lämpliga för att orientera sig bra på webbplatsen. Hemsidan verkar vara onödigt stor, vilket innebär att man behöver använda rullningslisten för att få en överblick över sidan. Utrymmet kunde utnyttjas bättre på hemsidan.

V4- Mark (4/5-2000 från kl. 16:00)

Det finns inte någon speciell sida för kalendarium utan några annonser om verksamheten. Det finns en sida som presenterar partiets kommunfullmäktigerepresentanter med bilder och hur man kan kontakta dem. Man har en kort presentation av PLA på hemsidan och en kort historik på en speciell sida som kallas för "VÅR HISTORIA". Det finns interna och externa länkar men de är inte så många eller relevanta. Det ges inte någon presentation av PLA, men genom att läsa protokollet och andra sidor kan man få en ganska bra uppfattning om PLA. Det finns ett protokoll från ett medlemsmöte i oktober 1999 och en sammanfattning av ett årsmötesprotokoll. Något möte för sympatisörer utannonseras inte, men det finns ett upprop som uppmanar "Pensionärer upp till kamp". Det finns en sida som innehåller fyra motioner som uttrycker aktuella ärenden. Genom att kontakta PLA:s kommunalpolitiker är det ganska lätt att få kontakt med PLA. Man har ingen debattsida eller debattfunktion, men genom att använda kontaktmöjligheterna kan man föra en debatt. Hemsidan är nyligen uppdaterad (240400) men information saknas om uppdatering på varje sida. Bilder används inte så ofta, men de som används är relevanta. Det finns en rörlig bild (fackla) tillsammans med besöksräknaren. Layouten på hemsidan är ganska snygg och visar konsistens, men den är för stor vilket innebär att man behöver använda rullningslisterna för att ha en

överblick över hela sidan. Om textinnehållet "Välkommen till vänsterpartiet i Mark" skulle flyttas till en annan sida skulle layouten förbättras.

V5-Piteå (5/5-2000 från kl.14:00)

Det finns en sida som heter "Vi i kommunen" och presenterar en lista på kommunalpolitiker. Men det saknas kontaktmöjligheter till ungefär hälften av dem. Det finns bara en länk till partiets rikshemsida som kallas för "Officiell hemsida". PLA:s presenterar inte något eget handlingsprogram eller egna stadgar, men det finns en kopia av partiets program som presenteras i en lättläst text. Den enda mötesinformationen är en inbjudan till 1:a maj-demonstrationen som presenteras på sidan "Nyheter". Det finns några aktuella ärenden som presenteras på sidan "Kommunala frågor", där det uppmuntras till debatt och/eller att man lämnar synpunkter. PLA presenteras kort och information ges med syftet att varva nya medlemmar. På sidan "Tyck om V" kan man hitta goda inmatningsmöjligheter för att tycka, lämna förslag eller diskutera. Det finns också en gästbok. Aktualitet kan man hitta i annonsen till 1:a maj-demonstrationen och på debattsidan om kommunala frågor. Webbplatsen är uppdaterad ganska nyligen (130400).

Den enda relevanta bilden är Vänsterpartiets logo. Därutöver finns irrelevanta bilder, t.ex. en liten "clipartbild" som troligen infogats från något dataprogram och några fotografier av politiker. På första sidan är informationen organiserad på ett enkelt sätt så att kan man orientera sig bra när man surfar på webbplatsen. Texter och bilder används på ett ganska lämplig sätt, men det finns tomma platser som skulle kunna användas bättre. Texten "skriv i vår gästbok", som är felplacerad, skulle passa bättre på menylistan.

V6- Sigtuna (9/5-2000 från kl.14:00)

Det finns inte något aktualiserat kalendarium, men på sidan "Lokala aktiviteter" kan man hitta ett kort kalendarium för 1999. En lista av sex personer som sitter i styrelsen presenteras. Man har också en lista över förtroendevalda till Sigtuna kommunfullmäktige och de flesta kan nås via telefon och e-mailadress. Webbplatsen har relevanta interna och externa länkar. Man har med ett lokalt anpassat "Kommunalt handlingsprogram" samt en länk till partiets allmänna program. Inga stadgar finns med. I kalendariet utannonseras bara möten för medlemmar. PLA kan nås via telefon och e-mailadress. Man har en länk till rikspartiets allmänna inmatningssida för de som vill bli nya medlemmar. Webbplatsen saknar aktualitet och det senaste uppdateringsdatumet är ett år gammalt (020599). Det finns information om uppdateringsdatum på alla sidor, men alla är lika gamla förutom sidan som handlar om "Budgetförslag 2000" som har uppdaterats senare (181199). Bilder används nästan inte. Bilder som används på hemsidan är partiets logo och en liten figur troligen hämtad från partiets databas. Texterna är lättlästa men det finns gott om plats som inte används på hemsidan och detta försämrar layouten.

V7- Söderhamn (5/5-2000 från kl. 17:00)

Det finns en sida som innehåller två listor: "Styrelsens ledamöter 2000" och "Förtroendevalda" i Söderhamns kommun. Men som kontaktmöjligheter nämns på sidan bara styrelsens ordförande och då med e-mailadress. En sida som heter "Partiorganisationen i Söderhamn" beskriver inte PLA utan ser mer ut som en propagandatavla för att värva nya medlemmar. Där finns kontakt- möjligheter och information om PLA:s kontorstid. Interna länkar är relevanta och går bl.a. till "vänster på rikspanet" och "Ung Vänster", men de externa länkarna är irrelevanta. Det finns en kort och allmän presentation av partiets hörnstenar. Man ger bra kontaktmöjligheter till PLA på sidan "Partiorganisationen i Söderhamn". Informationen om aktuella händelser är inte så riklig trots att webbplatsen blev uppdaterad ganska nyligen (250400). Bilder används inte ofta, men de som används fyller bra funktion. På hemsidan finns upp till sex rörliga bilder som fyller olika funktioner. En rörlig text som säger "Vänsterpartister vill ha sex!?!". är också ett roligt inslag som passar ihop med en partiparoll som förespråkar "sex timmars arbetsdag". Bildernas roll för layouten är lämplig, men texterna verkar vara ganska svårlästa på grund av den röda färgen som är för dominerande på sidan. Trots att hemsidan är snygg är det ganska svårt att få en snabb överblick över hela sidan som är för stor och meny är dessutom felplacerad.

V8-Upplands Bro (5/5-2000 från kl. 19:00)

Man presenterar både en lista över styrelsen och de förtroendevalda till kommunfullmäktige. I listan ingår också bra kontaktmöjligheter till politikerna. Det finns en sida som kallas för "Röda Nejlikan" som handlar om ett pris som PLA delar ut varje år. En välorganiserad sida med interna och externa länkar finns med. På sidan om "program" kan man hitta tre sorters program som är lokalanpassade, men stadgar saknas. Man har ingen sida med aktuella ärenden, men på sidan "Senaste nytt" finns några nyheter med länkar till mer information. Det finns goda kontaktmöjligheter med PLA genom att använda sig av sidan som heter "Kontakta oss". På en annan sida försöker man värva nya medlemmar. Det bjuds inget organiserat debattprogram eller debattfunktion, men sidan

om "Senaste nytt" verkar avsedd för att uppmuntra till debatt hos de som besöker webbplatsen. Webbplatsen uppdaterades för två månader sedan (200300), men vissa sidor är äldre. På hemsidan ger kombinationen av bilder och texter en fin layout, men det finns några brister. Man ger ingen information om 1:a maj vilket brukar vara viktigt för Vänsterpartiet under denna period. Det finns ett oanvänt utrymme längst ner på sidan och en onödigt placering av fem ikoner till höger som inte fyller någon relevant funktion och gör hemsidan för stor istället. Menydelen kan också organiseras på bättre sätt.

BILAGA 9 - KOMPARATIVA RESULTAT AV WEBBSKALEPOÄNG

	MPLA	MPR	VPLA	VPR	Tot.PLA
VARIABEL	Gen.P.		Gen.P.		Gen.P.
1. Verksamhetsinformation					
Kalendarium etc	1.5	0	1.8	5	1.6
Styrelse och/eller aktiva politiker	4.0	5	3.3	5	3.6
Organisation	1.8	5	1.0	5	1.4
Regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet	0.6	4	1.5	4	1.1
Interna länkar (till liknande organisationer)	3.9	5	3.3	5	3.6
Externa länkar (till annorlunda organisationer)	3.1	5	2.8	5	2.9
Subtotal poäng verksamhetsinformation	14.9	24	13.5	29	14.2
2. Partiinformation					
Beskrivning av partiets program och stadgar	2.6	5	2.8	5	2.7
Beskrivning av PLA	1.6	5	0.8	5	1.2
Protokoll	0.5	0	0.5	0	0.5
Sammanträden för Medl. Och/eller Sympat.	2.0	4	2.0	4	2.0
Aktuella ärenden	2.7	5	2.3	5	2.4
Subtotal poäng partiinformation	9.4	19	8.3	19	8.8
3. Interaktivitet					
Partiets lokalavdelning (PLA)	3.0	5	3.4	5	3.2
sökfunktion eller liknande	0.1	5	0.0	0	0.1
Debatt funktion Och/eller möjligheter	0.8	2	1.9	2	1.3
Förslagslåda och/eller gästbok	0.9	4	1.8	3	1.3
Nöjesinteraktivitet	0.5	0	0.0	0	0.3
Subtotal poäng interaktivitet	5.3	16	7.0	10	6.1
4. Aktualitet					
Generellt	3.1	5	4.2	5	3.6
uppdatering i sidor	2.1	0	1.5	0	1.8
Subtotal poäng aktualitet	5.3	5	5.6	5	5.4
5. Utnyttjande av mediets potential					
Ljud	0.6	0	0.0	0	0.3
Bildernas relevans	2.0	2	2.5	3	2.3
Rörliga bilder	0.9	0	1.1	5	1.0
Subtotal poäng utnyttjande av mediets Pot.	3.5	2	3.6	8	3.6
Hemsidans layout					
Bild	2.4	2	2.6	2	2.5

Text	3.0	52.8	52.9
Subtotal poäng layout	5.4	75.4	75.4
TOTAL POÄNG	44.0	7143.5	7843.8

MPLA= Miljöpartiets lokalavdelningar, VPLA= Vänsterpartiets lokalavdelningar
 MPR= Miljöpartiet rikswebbplatspoäng, VPR= Vänsterpartiets rikswebbplatspoäng
 TPLA= total partiernas lokalavdelningar (16 PLA), Gen.P.= genomsnitt poäng.

BILAGA 10-ORDLISTA (bygger på urval ur Jakobsson 1998)

Animation. Att göra delar av eller hela filmer, tv-program, videoprogram eller multimedieprogram rörliga, genom antingen manuell teckning eller användning av datorprogram rörliga.

Banner. En webbannons i form av ett band överst eller underst på en webbsida, oftast vidarelänkad till annonsörens egen webbplats.

Besökare (Visitor). Begrepp vid mätning av webbtrafik. Ett identifierbart IP-nummer som besöker en webbsida under en viss period, t ex ett dygn. Varje dator som är uppkopplad mot Internet har ett unikt IP-nummer.

Bred band (Wideband, broadband). En kommunikationskanal med hög kapacitet. Om hastigheten är mellan 64 kbit/s och 2 Mbit/s kallas den på engelska wideband. Om hastigheten är högre än 2 Mbit/s kallas den broadband.

Browser. Detsamma som webbläsare.

Domännamn (Domain name). En del av den unika Internetadress som behövs för att nå en webbplats, t ex sandberg.se. Sandberg kallas subdomän och .se toppdomän.

Hemsida (Home page). Den webbsida som utgör ingången till en webbplats. Från början var hemsida en sida som en enskild användare skapade för personligt bruk, oftast för att hålla reda på de oftast använda länkarna. Enligt principen kärt barn har många namn kallas hemsida också bassida, ingångssida, kärnsida, rotsida, toppsida, välkomstsida.

Intranät. Ett IP-baserad företagsinternt nät, i regel skyddat av en brandvägg. Den latinska prepositionen intra betyder inom, innanför.

ISDN (Integrated Services Digital Network). teknik för samtidig sändning av tal och data digitalt i teleledningar. Maximal överföringshastighet 128 kbit/s. En uppsättning standarder för samtidig höghastighetsöverföring av röst-, data- och videoinformation.

Kampanjwebbsida (Campaign website). En webbsida, i regel med en beskrivning av det speciella erbjudande som kampanjen för fram, som en annonsör inrättar under kampanjperioden.

Mass-e-post (Bulk e-mail). Samtidig sändning till stora mängder e-postadresser, vanligen i kommersiellt syfte. Adressleverantörer söker igenom diskussionsgrupper och andra adresskällor automatiskt och säljer sedan adresserna.

Metatagg (Metatag). Ett ord eller en kombination av ord som har skrivits in i HTML-koden till en webbsida, osynligt för användaren. Metataggar hjälper sökmotorer och spindlar att hitta rätt dokument.

PLA. Partier(nas) lokalavdelning(ar).

Pushteknik (Push technology). En Internetjänst som kontinuerligt sänder till användare baserat på deras önskemål om information. PointCast är det bäst kända exemplet. Motsatsen är pullteknik, där användaren själv letar upp önskad information.

Ram (Frame). Ett fönster på en webbsida. Sidan innehåller en meny från vilken man kan välja länkar till andra webbplatser. Information från dessa öppnas i separata ramar som fungerar oberoende av varandra och kan innehålla text, grafik, länkar och andra ramar.

Sajt (Site). Detsamma som webbplats.

Server. 1. Ett program som till andra datorer i ett nät erbjuder tjänster och distribuerar gemensamma resurser, t ex data, program och kommunikationsmöjligheter. Servern tar emot önskemål om användning och besvarar dem i tur och ordning. 2. En dator på vilken man kör ett eller flera serverprogram. 3. Sammanfattande benämning på både dator och program.

Startsida (start page). Den webbsida som webbläsaren är inställd att visa vid start. Jämför hemsida, ingångssida, webbsida och webbplats.

USENET (USEr NETwork). Ett världsomspännande forum för diskussionsgrupper på Internet om alla upptäckliga ämnen och med tillgång till nyheter och artiklar.

Webbhotell (Web hotel). En tjänst som innebär att ett företag upplåter utrymme för webbplatser åt företag som inte har egen webbserver. Många webbservrar kan samsas på samma dator.

Webbmästare (Webmaster). Den person som är teknikansvarig, informationsansvarig (infomaster; eller bådadera för en webbplats.

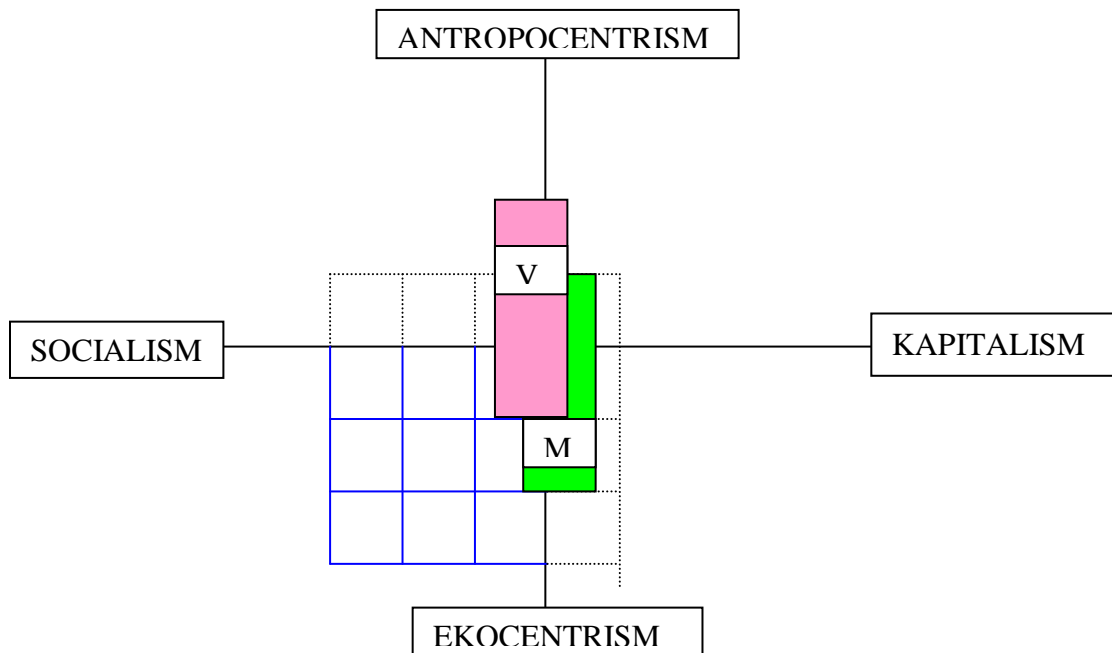
Webbplats (Web site). En sammanhörande uppsättning webbsidor som vanligen behandlar ett gemensamt ämne och har en gemensam ingångssida. En webbplats kan t ex röra en viss vetenskap, en viss organisations verksamhet eller ett visst företags varor och tjänster.

Webbplatsanalys (Website analysis). En systematisk genomgång av hur en viss webbplats fungerar i syfte att öka dess användbarhet. Innefattar i regel både en trafikanalys och en kartläggning av webbplatsens struktur och innehåll.

Webbportal (Web portal). En tjänst genom vilken användarna tar sig in på webben. Vanligen någon av de stora söktjänsterna, t ex Altavista, Excite, Lycos eller Yahoo!. AOL hör också till de viktiga.

Webbsida (Web page). En sida som utgör en del av en webbplats. Den mängd information man kan nå utan att behöva hoppa vidare via en länk. Motsvarar ofta så mycket man kan se på skärmen samtidigt eller genom att rulla bilden.

BILAGA 1 - BILD PÅ EKO-SOCIALISMENS OMFÅNG

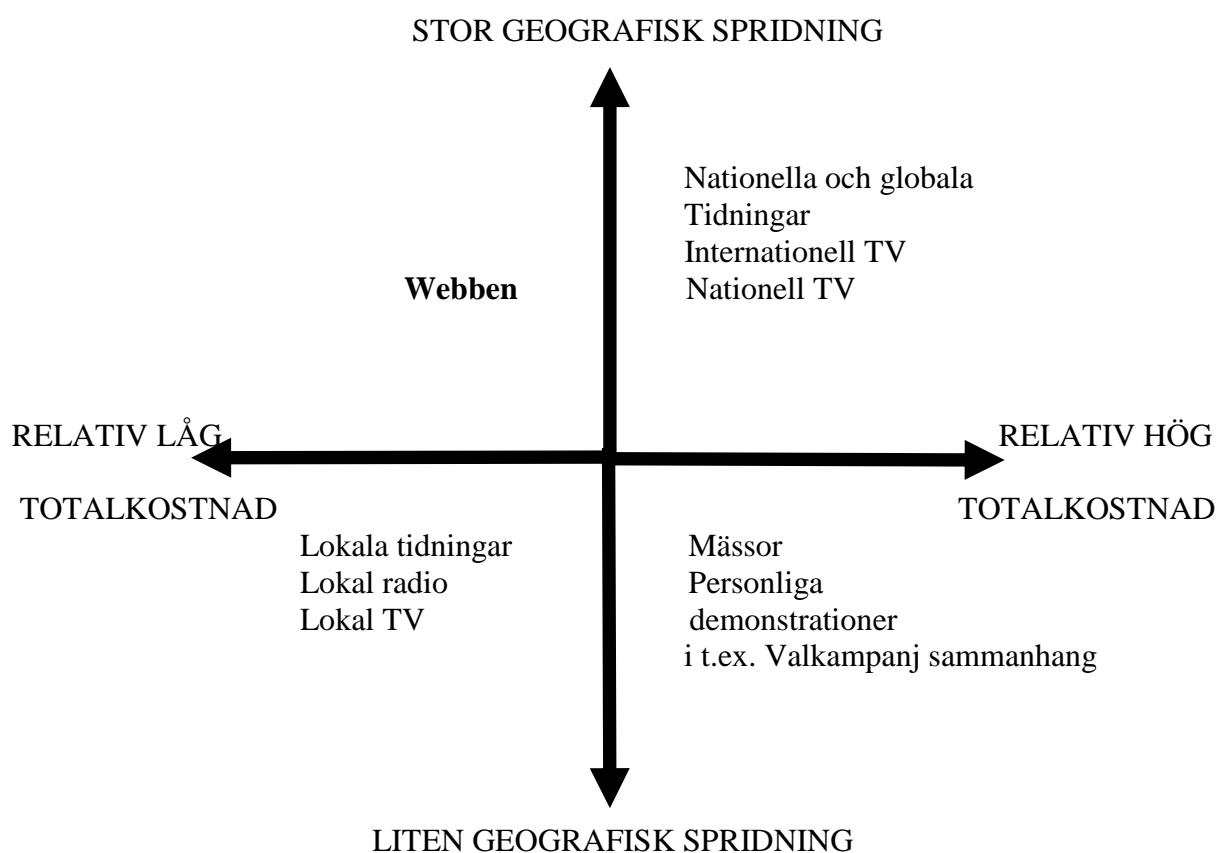


MILJÖPARTIETS OCH VÄNSTERPARTIETS FÖRHÅLLANDE TILL EKO-SOCIALISM

Efter litteraturgenomgången är min slutsats att eko-socialism är en blandning av olika röda och gröna ideologier, kulturer, livsstilar, rörelser, etc. vilka kan placeras i det rutade område som omfattar tre steg av socialism (från reformism till radikal kommunism) och tre steg av ekocentrism (från lätt till djup ekologism). Men det borde finnas ett område som kan kallas ett "övergångs-område" eller "toleransområde" som ligger både till höger (mellan ekocentrism och kapitalism) och uppåt (mellan antropocentrism och socialism) i det prickade området. Genom en ganska ytlig analys av Miljöpartiets och Vänsterpartiets partiprogram placerar jag dem som kan ses på bilden. I Miljöpartiets partiprogram, som innehåller 22 punkter, handlar en stor del av punkterna om samhällsfrågor som andra partier också tar upp, inte minst Vänsterpartiet. Därför visas i bilden ett överlappande område. På samma sätt finns i Vänsterpartiets partiprogram och politiska propaganda en mindre del som handlar om miljöfrågor som visar att Vänsterpartiet har förändrat nedåt mot ekocentrism och till höger mot kapitalism jämfört med den ursprungliga antropocentriska och kommunistiska ideologin. Vänsterpartiets ideologi kan jämföras med den socialdemokratiska ursprungliga ideologin som förespråkar en reformistisk förändring av kapitalism till socialism, vilket innebär att acceptera kapitalismen åtminstone delvis.

För att mer exakt och kvantitativt kunna placera de två partiernas ideologi i bilden i tids- och rumsperspektiv skulle det behövas en djupare innehållsanalys av deras partiprogram i en

BILAGA 2 GRAFIK OM WEBBEN I JÄMFÖRELSE MED ANDRA, MER TRADITIONELLA MEDIER (ur Jakobsson)



GRAFIK OM INFORMATIONSSINNEHÅLL/INTERAKTIONENS MATRIS BASERAD PÅ CRONIN UR JAKOBSSON (anpassad till politik)

INFORMATIONSSINNE-	HÖG	Informativ propaganda	Informativ direktpropaganda (DP)	Internet Personliga besök
	MEDEL	Informativ propaganda Print m.m	Informativ responsannonsering	Informativ telefon kontakt
INNE-				

HÅLL	LÅGT	Transformativ Propaganda TV-spots	röstjaktinriktad DP och responsannonsering	Telefonvalkampanj
		LÅG	MEDEL	HÖG

INTERAKTION MED MEDBORGARE

BILAGA 3- ENKÄTUNDERSÖKNING

Jag skulle vara mycket tacksam om Du vill hjälpa mig med att besvara följande frågor om din organisations satsning på Internet. Resultatet kommer att användas i en uppsats som ingår i mina studier i Medie- och kommunikationsvetenskap. Uppsatsen heter:

” INTERNET SOM VERKTYG FÖR EKO-SOCIALISTISKA RÖRELSER?

Innehållsanalys av 30 svenska vänster- och miljöorganisationers webbplatser”

Helst ser jag att Du skriver Ditt namn, telefonnummer och på vilken organisation du är webbansvarig, eftersom jag kan komma att behöva göra några mer ingående intervjuer med ett antal svarande, men det är självklart frivilligt.

Tack på förhand!

Rafael Altez Calderon E-mail : rafael05@hotmail.com

Min handledare Sven Ross Tel : 08-16 28 63

Institutionen för Journalistik Media och Kommunikation, Stockholms Universitet.

Organisationens namn:

FRÅGOR TILL WEBBMASTERN

Webbmasterns namn.....Ålder.....

Tel.....

E-mail address.....

Är du medlem i organisationen? Ja Nej

1. Vad har du för utbildning?

Grundskola eller motsvarande

Gymnasieutbildning, folkhögskola eller motsvarande

Högskola eller universitet högst 3 år

Högskola eller universitet mer än 3 år

Annat

2. Vad hade du för inriktning i din utbildning?

Humanistiska ämnen

Tekniska ämnen

Samhällsvetenskapliga/ ekonomiska ämnen

Annat

3. Hur har du lärt dig att hantera Internet?

- Sjävlärd
- En kurs om Internet eller liknande
- En del av en mer komplett kurs t.ex. datasamordnarkurs
- Annan

FRÅGOR OM ORGANISATIONEN OCH INTERNET

4. Har din organisation någon politisk målsättning på lokal/distriktsnivå?

- Vi följer partiets allmänna målsättning
- Vi har en målsättning som anpassas efter partiets allmänna målsättning.
- Vi har en målsättning som är helt oberoende av partiets riksstrategi

5. Har ni någon genomtänkt massmedia eller IT-policy på lokal/distrikts nivå?

- Vi har ingen och vi anpassar oss efter partiets policy.
- Vi har massmedia och IT-policy där Internet inkluderas som ett komplement
- Vi har massmedia och IT-policy där Internet spelar en strategisk roll

6. Har ni diskuterat och/eller utvärderat er organisations satsning på Internet?

- Vi har varken diskuterat eller utvärderat
- Vi har diskuterat men inte utvärderat
- Vi har diskuterat och utvärderat

Specificera hur många gånger och på vilken nivå?

.....

7. Hur mycket satsar din organisation på webbplats?

- Ideellt och utan extra kostnad för organisationen
- Ideellt men organisationen ansvarar för investeringar (hårdvara och mjukvara)
- Driftkostnader som är under 1 000 kr/ månad plus investeringar
- Driftkostnader som är mellan 1 000- 2 000 kr/månad plus investeringar
- Andra dyrare former såsom: privat firma, anställd med en viss % tjänst, etc.

Specificera.....

8. Hur finansieras era satsningar på webbplats?

- Ingen planerad finansiering
- Genom tillfälliga insamlingar
- Genom organisationens budget
- Genom organisationens budget plus andra donationer.

9. Kan du specificera någon procent av organisationens budget som investerades (användes) på webbplatsen det senaste året? Eller kan du nämna ett ungefärligt belopp?

.....

10. Satsar ni på utbildning om Internet eller webbplatser?

Berätta lite

.....
.....

11. Använder ni följande program?

- Netscape Composer
- Photoshop
- Microsoft Front Page
- Dream Weaver
- Annat program

Om annat program specificera vilket eller vilka?

.....

12. Hur ofta uppdateras er webbplats?

- Oregelbundet
- 1-2 gånger om året
- 3-4 gånger om året
- Minst varannan månad
- Minst en gång per månad

13. Hur satsar ni för att synas på nätet?

- Genom registrering på olika typer av sökmotorer
- Det första alternativet plus genom att lägga in metataggar
- De föregående alternativen plus genom att byta banners med andra webbplatser
- De föregående alternativen plus genom att annonsera i tidningar och på nätet
- De föregående alternativen plus andra egna trycksaker.

14. Har din organisation gjort någon form av innehållsanalys av er webbplats?

- Vi har gjort någon innehållsanalys ännu
- Vi brukar göra det själva inom organisationen
- Vi brukar anlita en privat firma för att garantera en bra webbplatsanalys.

Om ni anlitar privat firma, vilken sorts analys gör de?

Specificera.....

15. Spontant, vilken poäng skulle du sätta på din webbplats?

- Den är dålig (betyg 1)
- Den är ganska bra (betyg 2)
- Den är bra och duger för vår organisation (betyg 3)
- Den är bra som verktyg, men kan förbättras (betyg 4)
- Den är mycket bra och fyller en strategisk funktion (betyg 5)

Ännu en gång, tack så mycket för Din hjälp. Resultatet av C-uppsatsen kommer att publiceras på Internet på: <http://www.jkm.su.se>.
En ganska liknande uppsats kan man redan läsa på: <http://www.argument.nu/edemokrati>

BILAGA 4 – WEBBSKALA

1. Verksamhetsinformation

1. Kalendarium etc
0 poäng ingen information
1-3 poäng länk till andra samarbetsorganisationers verksamhet eller informationsblad
4-5 poäng eget kalendarium för PLA under en aktuellt- eller nyhetsrubrik anpassad till Internet.
2. Styrelse och/eller aktiva politiker
0 poäng ingen information
1-3 poäng kortfattad allmän information utan detaljbeskrivning
4-5 poäng detaljerad information, fördelning mellan verksamheter, etc
3. Organisation
0 poäng ingen information
1-3 poäng kortfattad allmän information utan detaljbeskrivning
4-5 poäng verksamhetsindelning och ansvar; detaljerad information med förklarande figurer etc
4. Regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet
0 poäng ingen information
1-3 poäng kortfattad allmän information utan detaljbeskrivning
4-5 poäng erbjudande och uppmuntran till kontakt; tjänstbeskrivning samt aktualitet
5. Interna länkar (inom liknande organisationer)
0 poäng inga länkar
1-3 poäng begränsat med länkar; icke relevanta eller icke fungerande länkar; svårt att hitta länkar
4-5 poäng relevant, uppdaterad och strukturerad intern länkning
6. Externa länkar (utanför liknande organisationer)
0 poäng inga länkar
1-3 poäng begränsat med länkar, icke relevanta eller fungerande länkar; svårt att hitta länkar
4-5 poäng relevant, uppdaterad och strukturerad extern länkning

2. Partiinformation

7. Beskrivning av partiets program och stadgar
0 poäng ingen information
1-3 poäng länk till information i partiets centrala webbplats eller kort beskrivning
4-5 poäng beskrivning finns på den egna sidan och är anpassad till det lokala behovet och även för bestämda målgrupper såsom studenter, journalister etc.

8. Beskrivning av PLA
 - 0 poäng* ingen beskrivning
 - 1-3 poäng* kortfattad och allmän beskrivning som i partiets centralnivå
 - 4-5 poäng* detaljerad och omfattande beskrivning med historiska fakta ideologi, mål, program, etc anpassad för PLA:s utveckling.
9. Protokoll
 - 0 poäng* ej tillgängligt via webbplatsen
 - 1-3 poäng* svårt att hitta, dåligt uppdaterat, dålig historik (inget arkiv)
 - 4-5 poäng* protokoll finns arkiverade och uppdaterade, som text eller kan laddas hem
10. Möte för medlemmar och/eller sympatisörer
 - 0 poäng* ingen information om möten
 - 1-3 poäng* kortfattade scheman utan beskrivning eller inbjudningar till öppna möten
 - 4-5 poäng* lättfattligt med relevant information om öppna möten
11. Aktuella ärenden
 - 0 poäng* ingen föredragningslista inför kommande sammanträden
 - 1-3 poäng* information finns men är svår att hitta, dåligt uppdaterad
 - 4-5 poäng* uppdaterad och lättillgänglig information, som text eller nedladdningsbart

3. Interaktivitet

12. Partiets lokalavdelning (PLA)
 - 0 poäng* finns ingen information om hur man kontaktar PLA
 - 1-3 poäng* endast allmän kontaktinformation eller enstaka lokala ledare
 - 4-5 poäng* fullständig beskrivning om PLA, finns kontaktinformation via olika medier (telefon. Adresser, e-mail, etc)
13. Punktvis
 - 0 poäng* sökfunktion finns ej
 - 1-3 poäng* sökfunktion finns men fungerar ej tillfredsställande
 - 4-5 poäng* lättförståelig sökfunktion som ger relevanta träffar.
14. Debatt
 - 0 poäng* debattfunktion finns ej
 - 1-3 poäng* debattfunktion finns men fungerar ej eller fungerar dåligt; dålig information
 - 4-5 poäng* lättfattlig och användarvänlig debattsida som uppdateras; svarsfrekvens av berörda, det finns även chatmöjligheter.
15. Förslagslåda och/eller gästbok
 - 0 poäng* finns ej specifik e-postfunktion för detta ändamål
 - 1-3 poäng* finns allmän e-postfunktion samt mer eller mindre uttalad uppmaning att använda denna
 - 4-5 poäng* förslagslåda angiven samt uppmaning att sända in förslag eller ansökan om medlemskap.
16. Nöjesinteraktivitet
 - 0 poäng* ingen nöjesinteraktivitet
 - 1-3* några enkla förmer av nöjes program eller tjänst
 - 4-5 poäng* det finns olika kreativa nöjesprogram som lockar besökare av olika målgrupper.

4. Aktualitet

17. Generellt
 - 0 poäng* ingen nyhetstjänst eller aktuell information; inga aktuella dokument

- 1-3 poäng* nyhetstjänst finns men är dåligt uppdaterad; dåligt strukturerad; irrelevant
4-5 poäng uppdaterade relevanta nyheter, nyhetsarkiv, länkar till aktuella händelser
18. Uppdaterings datum
0 poäng finns ej angivet på sidorna då de införts eller senast uppdaterats
1-3 poäng finns uppdateringar angivet, men ostrukturerat och slumpvis
4-5 poäng uppdateringar finns generellt sett och är tydligt angivet

5. Utnyttjande av mediets potential

19. Ljud
0 poäng ljudmöjligheter utnyttjas inte
1-3 poäng ljudmöjligheter utnyttjas men inte på ett relevant sätt för partiets syfte.
4-5 poäng ljudmöjligheter utnyttjas på ett koordinerat och relevant sätt för partiets syfte.
20. Bildernas relevans
0 poäng bilder används inte
1-3 poäng bilder används, men de kommer framförallt från centralpartiet
4-5 poäng föregående alternativ plus kreativa och relevanta bilder för PLA:s syfte.
21. Rörliga bilder
0 poäng rörliga bilder används inte
1-3 poäng rörliga bilder används, men det är bilder som erbjuds på marknaden utan speciell anpassning till PLA:s syfte
4-5 poäng avancerade rörliga bilder i form av video eller multimedia som är anpassad till PLA:s syfte används.

6. Hemsidans layout

22. Bild
0 poäng inget bildmaterial samt underkänt färgval och struktur (icke användarvänligt)
1-3 poäng dåligt avpassat bildmaterial och färgval, samt rörig struktur (ganska användarvänligt)
4-5 poäng bra struktur, bra bildval/bildstorlek, bra avpassad i färgval och lätt att hitta på sidan
23. Text
0 poäng varierande typsnitt med varierande storlek och färg (svårläst)
1-3 poäng mindre varierande typsnitt med varierande storlek och färg (ganska svårläst)
4-5 poäng enhetliga rubriker och brödtext med väl avpassade färger (lättläst)

BILAGA 5- RESULTAT AV ENKÄTUNDERSÖKNING DEL 1

MILJÖPARTIET

Kommun	nr.ord.	Utbild. nivå	Sorts Utbild.	Inlärn. om Internet	målsättning PLA
Gislaved	M1	Högskola-3år	Komb hum-tekn	Annan	anpassad
Härnösand	M2	Högskola3+	Teknisk	Sjävlärd	anpassad
Kiruna	M3	Högskola-3år	Teknisk	Sjävlärd	anpassad
Ljungby	M4	Högskola3+	Samhälls/ekon	Sjävlärd	anpassad
Malå	M5	Gymnasium	Teknisk	Kompl. kurs	anpassad
Sigtuna	M6	Högskola-3år	Annat	Sjävlärd	anpassad
Vingåker	M7	Grundskola	Annat	Sjävlärd	anpassad
Västerås	M8	Gymnasium	Teknisk	Internetkurs	partiets
VÄNSTERPARTIET					
Degerfors	V1	Högskola3+	Samhälls/ekon.	Sjävlärd	anpassad
Kalmar	V2	Gymnasium	Annat	Sjävlärd	anpassad
Kristianstad	V3	Högskola-3år	Humanistisk	Sjävlärd	anpassad
Mark	V4	Grundskola	Teknisk	Internetkurs	oberoende
Piteå	V5	Högskola3+	Teknisk	Sjävlärd	anpassad
Sigtuna	V6	Högskola-3år	Teknisk	Sjävlärd	anpassad
Söderhamn	V7	Gymnasium	Annat	Annan	partiets
Upplands Bro	V8	Gymnasium	Komb tekn-sam	Annan	anpassad
MILJÖPARTIET					
Kommun	nr.ord.	IT-policyPLA	Disk./Utv.	webbsatsn./år	finans. källa
Gislaved	M1	Komplement	både och	noll	ingen planerad
Härnösand	M2	Komplement	diskuterat	noll	genom budget
Kiruna	M3	Ingen	diskuterat	noll	genom budget
Ljungby	M4	Ingen	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
Malå	M5	Komplement	diskuterat	bara investeringar	genom budget
Sigtuna	M6	Ingen	diskuterat	dyrare insatser	genom budget
Vingåker	M7	Ingen	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
Västerås	M8	Komplement	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
VÄNSTERPARTIET					
Degerfors	V1	Ingen	Diskuterat	noll	ingen planerad
Kalmar	V2	Komplement	ingen	bara investeringar	genom budget
Kristianstad	V3	Komplement	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget

Mark	V4	Ingen	diskuterat	bara investeringar	genom budget
Piteå	V5	Komplement	ingen	noll	ingen planerad
Sigtuna	V6	Komplement	diskuterat	D.K.-1000+investeringar	genom budget
Söderhamn	V7	Ingen	ingen	noll	ingen planerad
Upplands Bro	V8	Ingen	diskuterat	noll	genom budget

BILAGA 6- RESULTAT AV ENKÄTUNDERSÖKNING DEL 2

MILJÖPARTIET

Kommun	nr.ord.	Invest. summa/år	antal Anv.Prog.	uppdatering
Gislaved	M1	-2000	ett program	oregelbundet
Härnosand	M2	mellan 2001 till 4000	fyra program	minst Var. månad
Kiruna	M3	-2000	ett program	minst Var. månad
Ljungby	M4	mellan 2001 till 4000	ett program	oregelbundet
Malå	M5	-2000	fyra program	oregelbundet
Sigtuna	M6	-2000	två program	oregelbundet
Vingåker	M7	-2000	ett program	oregelbundet
Västerås	M8	mer än 6000	två program	minst en g./månad
VÄNSTERPARTIET				
Degerfors	V1	-2000	ett program	minst en g./månad
Kalmar	V2	-2000	ett program	minst en g./månad
Kristianstad	V3	mellan 2001 till 4000	ett program	minst en g./månad
Mark	V4	mellan 2001 till 4000	två program	minst en g./månad
Piteå	V5	-2000	ett program	oregelbundet
Sigtuna	V6	-2000	två program	tre till fyra G. om året
Söderhamn	V7	-2000	två program	oregelbundet
Upplands Bro	V8	-2000	tre program	minst Var. månad
MILJÖPARTIET				
Kommun	nr.ord.	Ins. för att synas	Inneh. Analys?	självpöäng
Gislaved	M1	fjärde + egna trycksaker	själva i PLA	betyg 4
Härnosand	M2	Reg. på sökmotorer	inte ännu	betyg 4
Kiruna	M3	första + metataggar	själva i PLA	betyg 3
Ljungby	M4	.	inte ännu	betyg 3
Malå	M5	Reg. på sökmotorer	inte ännu	betyg 3
Sigtuna	M6	Reg. på sökmotorer	inte ännu	betyg 4
Vingåker	M7	fjärde + egna trycksaker	själva i PLA	betyg 3
Västerås	M8	fjärde + egna trycksaker	själva i PLA	betyg 3
VÄNSTERPARTIET				
Degerfors	V1	Reg. på sökmotorer	själva i PLA	betyg 4
Kalmar	V2	Reg. på sökmotorer	inte ännu	betyg 5
Kristianstad	V3	.	själva i PLA	betyg 4

Mark	V4	fjärde + egna trycksaker	inte ännu	betyg 3
Piteå	V5	första + metataggar	inte ännu	betyg 2
Sigtuna	V6	fjärde + egna trycksaker	inte ännu	betyg 3
Söderhamn	V7	andra + byta banners	inte ännu	betyg 3
Upplands Bro	V8	Reg. på sökmotorer	själva i PLA	betyg 4

BILAGA 7 – RESULTATTABELL FÖR MILJÖPARTIETS LOKALAVDELNINGARS WEBBSKALEPOÄNG

VARIABEL	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	MPR.
1. Verksamhetsinformation									
Kalendarium etc	0	1	0	1	2	0	3	5	0
Styrelse och/eller aktiva politiker	4	5	5	3	4	2	5	4	5
Organisation	1	2	2	2	4	0	2	1	5
Regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet	0	1	1	0	0	1	0	2	4
Interna länkar (till liknande organisationer)	5	5	2	3	4	4	4	4	5
Externa länkar (till annorlunda organisationer)	4	4	2	2	4	3	4	2	5
Subtotal poäng verksamhetsinformation	14	18	12	11	18	10	18	18	24
2. Partiinformation									
Beskrivning av partiets program och stadgar	3	3	2	3	4	2	3	1	5
Beskrivning av PLA	2	3	2	1	3	0	0	2	5
Protokoll	0	0	0	0	4	0	0	0	0
Sammanträden för Medl. Och/eller Sympat.	3	0	4	0	4	0	1	4	4
Aktuella ärenden	2	0	3	1	4	4	2	5	5
Subtotal poäng partiinformation	10	6	11	5	19	6	6	12	19
3. Interaktivitet									
Partiets lokalavdelning (PLA)	3	4	4	3	3	1	3	3	5
sökfunktion eller liknande	0	0	0	0	1	0	0	0	5
Debatt funktion Och/eller möjligheter	1	0	1	1	1	1	0	1	2
Förslagslåda och/eller gästbok	1	4	0	2	0	0	0	0	4
Nöjesinteraktivitet	0	0	0	0	0	4	0	0	0
Subtotal poäng interaktivitet	5	8	5	6	5	6	3	4	16
4. Aktualitet									
Generellt	3	3	2	4	3	4	2	4	5
uppdatering i sidor	0	2	3	4	3	3	1	1	0
Subtotal poäng aktualitet	3	5	5	8	6	7	3	5	5
5. Utnyttjande av mediets potential									
Ljud	2	0	0	0	0	0	3	0	0
Bildernas relevans	2	1	1	2	2	2	3	3	2
Rörliga bilder	1	0	0	0	0	3	3	0	0
Subtotal poäng utnyttjande av mediets Pot.	5	1	1	2	2	5	9	3	2
Hemsidans layout									

Bild	2	4	1	4	1	1	3	3	2
Text	2	4	3	4	2	3	3	3	5
Subtotal poäng layout	4	8	4	8	3	4	6	6	7
TOTAL POÄNG	41	46	38	40	53	38	45	48	71

M1= Gislaved , M2=Härnösand, M= Kiruna, M4= Ljungby, M5= Malå, M6= Sigtuna, M7= Vingåker, M8= Västerås, MRP= miljöpartiets rikswebbplats.

BILAGA 8 – RESULTATTABELL FÖR VÄNSTERPARTIETS LOKALAVDELNINGARS WEBBSKALEPOÄNG

VARIABEL	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	VPR.
1. Verksamhetsinformation									
Kalendarium etc	1	3	5	2	0	3	0	0	5
Styrelse och/eller aktiva politiker	0	0	5	5	3	5	3	5	5
Organisation	1	0	2	3	0	0	2	0	5
Regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet	3	3	1	0	2	0	1	2	4
Interna länkar (till liknande organisationer)	4	0	5	3	2	4	3	5	5
Externa länkar (till annorlunda organisationer)	4	0	5	3	0	4	1	5	5
Subtotal poäng verksamhetsinformation	13	6	23	16	7	16	10	17	29
2. Partiinformation									
Beskrivning av partiets program och stadgar	4	4	3	0	2	4	1	4	5
Beskrivning av PLA	1	0	3	2	0	0	0	0	5
Protokol	0	0	0	4	0	0	0	0	0
Sammanträden för Medl. Och/eller Sympat.	1	3	5	2	2	3	0	0	4
Aktuella ärenden	4	0	5	3	4	0	0	2	5
Subtotal poäng partiinformation	10	7	16	11	8	7	1	6	19
3. Interaktivitet									
Partiets lokalavdelning (PLA)	4	5	4	4	2	3	0	5	5
sökfunktion eller liknande	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Debatt funktion Och/eller möjligheter	3	4	1	2	4	0	0	1	2
Förslagslåda och/eller gästbok	4	3	0	0	5	2	0	0	3
Nöjesinteraktivitet	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal poäng interaktivitet	11	12	5	6	11	5	0	6	10
4. Aktualitet									
Generellt	4	4	5	5	4	2	5	4	5
uppdatering i sidor	0	3	5	0	0	1	0	3	0
Subtotal poäng aktualitet	4	7	10	5	4	3	5	7	5
5. Utnyttjande av mediets potential									
Ljud	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bildernas relevans	4	3	2	3	1	1	3	3	3
Rörliga bilder	0	0	2	2	2	0	3	0	5
Subtotal poäng utnyttjande av mediets Pot.	4	3	4	5	3	1	6	3	8
6. Hemsidans layout									
Bild	0	3	3	4	2	2	4	3	2

Text	2	3	3	3	3	2	3	3	5
Subtotal poäng layout	2	6	6	7	5	4	7	6	7
TOTAL POÄNG	44	41	64	50	38	36	29	45	78

V1= Degerfors, V2= Kalmar, V3= Kristianstad, V4= Mark, V5= Piteå, V6= Sigtuna, V7= Söderhamn, V8= Upplands Bro, VPR= Vänsterpartiets rikswebbplats.

BILAGA 9 - BESKRIVNING AV MILJÖPARTIETS (M1-M8) OCH VÄNSTERPARTIETS (V1-V8) LOKALAVDELNINGARS (PLA) WEBBPLATSER

M1- Gislaved (5/5-2000 från kl.21:30)

Det finns bra information om PLA:s (partiets lokalavdelning) ledningsgrupp samt kontaktmöjligheter, men bilder saknas. Det finns inte någon utförlig presentation av PLA:s organisation. Det finns relevanta interna och externa länkar, men inte så många. Det finns en kort presentation a PLA:s lokala handlingsprogram som innehåller sex punkter. Det finns en kort presentation av PLA. Sidan som kallas för "Lokal Nytt" innehåller en kallelse till PLA:s medlemsårsmöte (datum 5/3 2000) och på samma sida finns en inmatningsmöjlighet för de som vill bli nya medlemmar, men denna funktion verkar felplacerad. Det finns möjligheter att kontakta PLA. Det kan bedrivas debatt genom att använda de givna kontaktmöjligheterna och en annan inmatningsmöjlighet som används för att ställa frågor. Webbplatsen blev uppdaterad för tre månader sedan (6/2 2000). Det finns roliga, välkomnande applåder när man kommer in till nya sidor. Bilder används för lite, bara ett fotografi av en "riksdagsman" (Marianne Samuelsson). Det finns inga rörliga bilder, men det finns två rörliga texter som verkar lite störande om man vill läsa texterna. Hemsida (första sidan) finns i praktiken inte därför att den första sidan är så lång så att nästan 80 % av webbplatsens information finns där. Därför är det svårt att granska layouten på hemsidan. Det skulle behövas en omstrukturering av webbplatsen och skapas en kort och funktionell hemsida.

M2-Härnösand (28/4-2000 från kl.21)

Kalendarium eller något liknande om verksamhet som pågår i PLA finns inte. Men genom att undersöka länkar i "senaste nytt" kan man hitta några tips och nyheter som även innebär ett sorts kalendarium. Det finns en bred och komplett information om PLA:s ledning, valberedning, revisorer och om andra kommunpolitiker. Det finns en utförlig information om PLA:s organisation i form av verksamhetsberättelser för 1997 och 1998, men det finns inte någon aktualiserad information om en fungerande organisation som uppmuntrar webbesökarna till något engagemang. Det finns inte heller någon information om tjänster eller kontorsverksamhet som lockar folk till organisationens verksamhet. Interna länkar är väl genomtänka och tillräckliga. På sidan om "länkar" kan 12 stycken interna Miljöpartilänkar hittas. Externa länkar till relevanta myndigheter är också inkluderade på samma sida. Genom länken till "MP Riks" kan besökaren indirekt få flera externa länkar till andra organisationer. PLA har lyckats presentera ett lokalt anpassat partiprogram. Men stadgar saknas. Det finns inte någon tydlig presentation av partiet, men genom att bläddra mellan sidor eller rulla inom sidor kan man förstå hur organisationen är uppbyggd. Det finns ingen information om möten för medlemmar eller sympatisörer och inte heller några aktuella protokoll eller ärenden. Interaktiviteten är bra, det finns olika möjligheter att interagera, gästbok, e-mail och telefon. Debattfunktion finns inte. Gästboken fungerar bra. Uppdateringsdatum är nästan två månader

gammalt (3/9 1999) och därför kan man säga att aktuella händelser inte rapporteras på lokal nivå. Men det finns intressanta länkar som kan kompensera bristen på aktualitet. Uppdatering på andra sidor är ännu äldre. Bilder används inte så ofta, men de bilder som används på första sidan fyller en bra funktion. Texterna visar en bra användarvänlighet, den röda färgen gör det lite svårt att läsa. Allmänt kan man säga att layouten är fin och bra.

M3- Kiruna (29/4-2000 från kl.16:30)

Det finns en lista på alla styrelsemedlemmar, valberedningen och representanterna i landstinget. Det finns en annan sida med förtroendeuppdrag där Peter Arneke och Timo Vildgats även kan kontaktas via e-mail. Det finns inte någon tydlig presentation av PLA men genom att läsa andra sidor kan man förstå den ganska bra. Det finns ingen information om tjänster eller kontors-verksamhet men det finns en inbjudan till ett öppet möte i PLA:s lokal. Det finns några relevanta interna och externa länkar, men länkarna fungerar långsamt. Det finns en lista på PLA:s plattform eller program, men bara en lista. Det finns inte någon beskrivning av PLA, men man kan få en uppfattning av den genom att läsa andra sidor. De bjuder in till ett öppet årsmöte via nätet, men det verkar inte lämpligt för icke-medlemmar eftersom det inte finns någon öppen dagordning. Ett aktuellt ärende handlar om en kampanj mot utförsäljning av företaget Telia. Det finns bra kontaktmöjligheter med styrelsen. Debattmöjligheter begränsas till telefon samtal, e-mailadress och/eller fax. Aktualiteter är begränsade till kampanjen mot utförsäljning av företaget Telia. Det finns andra nyheter såsom pressmeddelanden och en publicerad uppsats om "snöskotern" men de är inte så nya. Andra sidor är uppdaterade tidigare än första sidan, men de flesta håller en relativ aktualitet. De bilder som finns är irrelevanta, och för det mesta används MP:s logo. Layouten på första sidan är allmänt ganska snygg men har nästan bara texter. Partiets logo finns där och en liten ikon med texten "Rör inte mitt INTERNET". Det finns ett tomt utrymme nederst på sidan som skulle användas bättre. Färgkombinationen ser ganska trist ut, det är bara grönt och svart.

M3-Ljunby (30/4-2000 från kl. 15:00)

PLA har inget eget kalendarium, men genom att undersöka webbplatsen kan man hitta några aktiviteter som pågår i kommunen med PLA:s samverkan. Information om fem medlemmar i styrelsen finns, två av dem presenterar sig med egna bilder utan skriftlig information. Det finns inte en klar presentation av organisationen, men genom att läsa "historik" kan man få en ganska bra uppfattning om den. Det finns tre sorters länkar: "Gröna länkar", "Ljunbylänkar" och "Övriga länkar", men totalt bara fem länkar. Det finns ett lokalt anpassat partiprogram, men inte några stadgar. Det finns inte någon presentation av PLA, men man kan få lite förståelse genom att läsa andra sidor. På sidan som heter "Aktuellt" finns information om olika händelser, nyheter och diskussioner men inget direkt om PLA:s verksamhet. Det går att kontakta PLA:s ordförande och sekreterare via telefon, e-post och postadress och detta kan man hitta på sidan "Adresser". Någon planerad debattsida finns inte. Men det finns diskussionsämnen om besökaren till webbplatsen är intresserad av det. Det finns inte någon förslagslåda men man kan lämna förslag genom att använda en inmatningsmöjlighet som finns på kontaktsidan. Det finns inte någon gästbok. Det finns intressanta artiklar och nyheter på sidan om "Aktuellt", men de flesta handlar om händelser utanför partiet. Uppdateringen håller sig bra trots att inte alla sidor är lika aktuella. På första sidan finns en fin bild på

”Järnvägsparken”, vilken är den enda bilden. Layouten på första sidan är allmänt snygg och visar en bra kombination av texter och bilden som finns och färgerna är också passande.

M5-Malå (30/4-2000 från kl.17:00)

PLA i Malå presenterar en sida om “Verksamhet” för perioden mars 2000- mars 2001, men den är inte så detaljerad eller tidsplanerad och kan därför inte kallas kalendarium. Men på sidan “Om miljöpartiet” finns information om en kursverksamhet om “Levande Demokrati”. Det finns information om styrelsen och även bra kontaktmöjligheter. Det finns en bra presentation av organisationen där en kort historisk information och verksamhetsberättelse för år 1998 inkluderas. Det finns relevanta interna och externa länkar. Det finns inget specificerat partiprogram men genom att läsa sidan om “Verksamhet” kan man hitta en hel del och även PLA:s stadgar. Information om partiet kan man hitta på sidor “Om miljöpartiet” och “Verksamhet” men det är inte lättförståeligt. Protokoll om gamla möten finns. Publicerad kallelse till ett medlemsmöte finns, men det är inte öppet för sympatisörer. Som aktuella ärenden kan en kallelse till ett möte och en studiecirkelverksamhet om “miljövård” räknas. Interaktiviteten med PLA är utförbart via exempelvis e-mail, telefon och fax. Det finns inte någon egen sökfunktion, men det finns en gratis kommersiell sökfunktion från företaget “Passagen”, som troligen sponsrar webbplatsen, men den är irrelevant för PLA. Det finns inte någon debattfunktion, men det finns bra kontaktmöjligheter om man vill debattera. Det finns inte någon speciell sida om aktuella händelser men länkarna kan kompensera en del av denna brist. Alla sidor är uppdaterade med samma datum som på hemsidan (första sida). Det finns bilder samlade endast på en speciell sida, men bilderna är inte beskrivna och därför är de inte relevanta. Layouten är ganska dålig, det saknas bilder och texter som fyller lämplig funktion men vid detta tillfälle (300400) är första sidans utseende som en anslagstavlas, med annonsen till ett medlemsmöte. Det finns ett länkkonstruktionsfel. När man klickar på ikonerna “Hemsidan” dyker en mindre extra första sida upp som konkurrerar den större.

M6-Sigtuna (30/3-2000 från kl. 21:00)

Det finns information om en “ledningsgrupp” bestående av fem personer, två av dem går att kontakta via e-mailadress. PLA erbjuder lite kontorstjänst, genom att klicka på “Beställ” material kan man få partiprogrammet i en lång och en kort version. Interna länkar är relevanta, åtminstone till partiets olika instanser, men det finns bara tre externa länkar. Det finns en ganska kort presentation av PLA:s handlingsprogram som innehåller 15 punkter. Det finns information om aktuella ärenden, bl.a om PLA:s ställningstagande för privatisering av kommunalägda bostäder (ett pressmeddelande), interpellationer, debattartiklar samt motioner. Det finns inte några lätta möjligheter att kontakta PLA, utom via e-mail till två förtroendevalda. Det finns många debattartiklar som kan läsas, men för besökare som inte har tillgång till Internet och ett fungerande program för e-mail skulle det vara nästan omöjligt att debattera. Det finns ett ganska roligt nöjesinteraktivitetsinslag om en soffliggare, “Valdemar”, som är för lat för att ta sig till vallokalen. Denna funktion är troligen nedladdat utan kostnad från ett privat företag som heter “Macromedia”. Det finns aktualiserad information men inget uppdateringsdatum. Bilder används inte så ofta, på sidan om “Beställ material” finns en bild och partiets logo. På sidan om ”På skoj”, Valdemar, används en rörlig bild. Layouten är ganska snygg, men bara partiets logo finns som bild och det finns gott om utrymme på hemsidan som inte används. Innehållsdelen skulle vara bättre om den var inom en ram.

M7-Vingåker (2/5-2000 från kl. 16:00)

Det finns ett snyggt kalendarium för november och december som är anpassad till PLA:s syfte. På sidan "Val 98" kan man se en tabell som innehåller namn på 15 medlemmar, sex av dem är förtroendevalda kommunalpolitiker. De som är förtroendevalda presenterar sig på ett snyggt sätt med bilder, personliga uppgifter, postadress, telefon, och e-mailadress. Det finns inte någon information om själva organisationen, men genom att undersöka webbplatsen kan man få en uppfattning om den. Det finns relevanta interna och externa länkar. Det finns en ganska enkelt och lokal anpassad partiplattform, men inga stadgar. Det finns information om ett möte för medlemmar, men det är inte öppet för sympatisörer eller för allmänheten. Det finns inga aktuella ärenden, men en sida med "Motioner" som innehåller två "gröna motioner" kan räknas som ganska aktuella (fyra månader gamla). Det finns inte någon specificerad information om styrelsen, men om de förtroendevalda också är en del av PLA:s ledning, finns det bra kontaktmöjligheter med PLA. Aktualiteten är generellt ganska bra trots att det inte finns information om uppdatering. Det används inte så många bilder och ikoner men de som används är placerade på lämpliga sätt. Det finns en rolig rörlig bild med ljud som liknar fågelkvitter som handlar om "Tågstopp?". Layouten på hemsidan har bra balans mellan texter och bilder, men utrymmen används inte optimalt. Layouten skulle inte försämrats om flera texter användes.

M8-Västerås (2/5-2000 från kl. 18:00)

Det finns ett aktualiserat och lokalt anpassat kalendarium. PLA:s styrelselista finns. Det finns också en ganska snygg presentation av PLA:s kommunalpolitiker, men en del av dem erbjuder inte några kontaktmöjligheter. Det finns ingen klar information om PLA:s organisation, men genom att undersöka webbplatsen kan man få en liten uppfattning om den. Det finns information om verksamhet som är öppen för allmänheten i kalendariet och på första sidan. Interna länkar är relevanta men dåligt presenterade, de tar för mycket plats på hemsidan. Direkta externa länkar finns inte men genom "Mp riks" kan bristen delvis kompenseras. Ett lokalt anpassat partiprogram saknas, men en kort presentation av partiets fyra grundpelare finns på hemsidan. Det finns inte någon tydlig presentation av PLA, men genom att läsa "Historik- Mp Västerås" och andra sidor kan man lära känna organisationen ganska väl. Det finns olika möten för medlemmar och allmänheten annonserade i kalendariet och en del av dem är t.o.m. aktuella. Det går inte att kontakta ledningsgruppen direkt, men det skulle fungera indirekt genom PLA:s kommunalpolitiker som har både telefonnummer och e-mailadress angivna på hemsidan. Interaktivitet som vänder sig till skolungdomar finns på sidan om "Gör du skolarbetet?" Där finns också kontaktmöjligheter med PLA. Det finns ingen debattfunktion men det finns en sida med "Insändare och debattartiklar" och det finns bara två artiklar att debattera om. Bra aktualitet finns, webbplatsen var uppdaterat ganska nyligen. Men det finns inte någon information om uppdatering av interna sidor. Bilder används inte så ofta, men de som används på hemsidan i presentationen av kommunalpolitiker är relevanta. Layouten på hemsidan är ganska snygg på grund av de relevanta bilderna. Men texter och alla komponenter är inte bra strukturerade, i så fall skulle det finnas mer konsistens och samspel mellan bilder och texter.

V1-Degerfors (3/5-2000 från kl. 17:30)

Det finns inte något kalendarium för PLA:s verksamhet, men det finns några aktiviteter som annonseras på andra sidor. Det finns inte tillräcklig information om PLA. Men genom att undersöka hela webbplatsen kan man få ganska bra uppfattning om den. PLA erbjuder lokalen till enskilda personer och andra institutioner och just de här månaderna pågår en konstatställning. Det finns relevanta interna och externa länkar, men inte så många. Det finns

ett brett och lokalt anpassad partiprogram, men inte stadgar. Det finns inte någon lokal partibeskrivning, men genom att undersöka hela webbplatsen kan man få lite uppfattning om den. Det finns en aktuell annons om 1:a maj-demonstrationen som är öppen för allmänheten. Det finns möjligheter att kontakta lokalavdelningen via telefon och e-mailadress. Det finns en fungerande sida som "Gästbok- Debatt" där en diskussion om ett aktuellt ämne pågår, men debatten bedrivs inte på ett organiserat sätt och därför fungerar den snarare som bara gästbok. Aktualitet på platsens innehåll är helt bra, åtminstone idag (030500). Det finns ingen information om uppdatering på hela webbplatsen, men annonsen för 1:a maj-demonstration är färsk. Bilder används på ett lämpligt sätt, åtminstone på de sidor som kallas för "Bruksgården", "Lokalt program" och "Kulturstipendium". Idag (030500) verkar det vara en olämplig dag för att sätta betyg på hemsidan, därför att annonsen för demonstrationen är ett tillfälligt material som ockuperar en stor del av hemsidan. Men i nuläget kan man säga att det finns bara texter, meny och ett stort tomt utrymme som gör att hemsidan får dåligt betyg.

V2-Kalmar (3/5-2000 från kl. 20:00)

Det finns ett aktualiserat kalendarium som kalas för "Kalendern!", men informationen handlar huvudsakligen om medlemsmöten. På menyn finns en sida för "Styrelsen" men i praktiken har bara tre heltidspolitiker e-mailadress och två av dem med fotobilder. Det finns inte några tjänster eller kontorsverksamhet, men på webbplatsen har man tre sidor som kan räknas som tjänster, "Pressinformation", "För skolarbetet" och "Vänsterpress". Det finns bra beskrivning av ett "Lokalt handlingsprogram" men inte PLA:s stadgar. Kalendariet innehåller information om möten för medlemmar men de är inte öppna för sympatisörer eller allmänheten. Det finns goda möjligheter att kontakta PLA via postadress, telefon, e-mailadress och fax. Man kan också bli medlem genom att fylla i sina uppgifter på ett formulär och denna funktion kan även användas för att lämna förslag eller meddelanden. Det finns två funktioner som kan användas för debatt, ett nyligen startat chatt program och en "Mailinglista", om det skulle finnas någon ansvarig som organiserar. Det finns aktuell information, webbplatsen uppdaterades igår (020500). Det finns inte någon information om uppdateringsdatum på varje sida, men det verkar som all information är uppdaterad samma dag. Bilder används inte så ofta, men de fyller en ganska bra funktion. Bilderna och texterna på hemsidan fyller en bra funktion och visar enkelhet och konsistens. Men en del av materialet syns inte när man direkt kommer in, man måste använda rullningslisten för att orientera sig på webbplatsen på grund av att hemsidan är för lång. Organiseringen av material på hemsidan är dålig vilket kan orsaka en viss förvirring hos surfaren. Storlekarna och stilarna på texterna är för många vilket försämrar sidans layout.

V3-Kristianstad (3/5-2000 från kl. 21:00)

Det finns ett väl organiserat och utförligt kalendarium för PLA som presenteras på en sida som kallas för "Vad händer". Det finns även information om verksamhet inom andra organisationer som samarbetar med PLA såsom Svensk-kubanska föreningen. Det finns en komplett information om PLA:s styrelse och kommunalpolitiker med kontaktmöjlighet via telefon. Direkt information om PLA:s organisation eller kontorsverksamhet finns inte, men genom att läsa "vad händer mer i Vänsterpartiet Kristianstad" och andra sidor kan man få en uppfattning om partiets verksamhet. Det finns relevanta och utförliga interna och externa länkar. Det finns ett lokalt anpassat partihandlingsprogram som presenteras under rubriken "Folket har talat". Man ger inte någon direkt beskrivning av PLA, men man kan få bra uppfattning om den genom att undersöka sidorna som ingår under rubriken "Fakta V-Kristianstad". Man har flera aktiviteter som kan betraktas som möten för medlemmar

och/eller sympatisörer och relevant information om händelser som kan beskrivas som aktuella ärenden. Det finns bra kontaktmöjligheter med PLA, framförallt via telefon. Däremot har man ingen debattfunktion genom t.e.x e-mail och telefon, men genom aktiviteter som utannonseras skapas debattmöjligheter. Det finns information om uppdatering på alla relevanta sidor och de är aktuella. På webbplatsen används för få bilder. Men det finns ett par rörliga små bilder som fyller bra funktion. Hemsidan som kallas för "Startsida" är ganska snygg trots att den inte använder bilder som kan vara relevanta. Det finns få och lättlästa rubriker men rubrikerna är inte lämpliga för att orientera sig bra på webbplatsen. Hemsidan verkar vara onödigt stor, vilket innebär att man behöver använda rullningslistan för att få en överblick över sidan. Utrymmet kunde utnyttjas bättre på hemsidan.

V4- Mark (4/5-2000 från kl. 16:00)

Det finns inte någon speciell sida för kalendarium utan några annonser om verksamheten. Det finns en sida som presenterar partiets kommunfullmäktigerepresentanter med bilder och hur man kan kontakta dem. Man har en kort presentation av PLA på hemsidan och en kort historik på en speciell sida som kallas för "VÅR HISTORIA". Det finns interna och externa länkar men de är inte så många eller relevanta. Det ges inte någon presentation av PLA, men genom att läsa protokollet och andra sidor kan man få en ganska bra uppfattning om PLA. Det finns ett protokoll från ett medlemmöte i oktober 1999 och en sammanfattning av ett årsmötesprotokoll. Något möte för sympatisörer utannonseras inte, men det finns ett uppdrag som uppmanar "Pensionärer upp till kamp". Det finns en sida som innehåller fyra motioner som uttrycker aktuella ärenden. Genom att kontakta PLA:s kommunalpolitiker är det ganska lätt att få kontakt med PLA. Man har ingen debattsida eller debattfunktion, men genom att använda kontaktmöjligheterna kan man föra en debatt. Hemsidan är nyligen uppdaterad (240400) men information saknas om uppdatering på varje sida. Bilder används inte så ofta, men de som används är relevanta. Det finns en rörlig bild (fackla) tillsammans med besöksräknaren. Layouten på hemsidan är ganska snygg och visar konsistens, men den är för stor vilket innebär att man behöver använda rullningslisterna för att ha en överblick över hela sidan. Om textinnehållet "Välkommen till vänsterpartiet i Mark" skulle flyttas till en annan sida skulle layouten förbättras.

V5-Piteå (5/5-2000 från kl.14:00)

Det finns en sida som heter "Vi i kommunen" och presenterar en lista på kommunalpolitiker. Men det saknas kontaktmöjligheter till ungefär hälften av dem. Det finns bara en länk till partiets rikshemsida som kallas för "Officiell hemsida". PLA:s presenterar inte något eget handlingsprogram eller egna stadgar, men det finns en kopia av partiets program som presenteras i en lättläst text. Den enda mötesinformationen är en inbjudan till 1:a maj-demonstrationen som presenteras på sidan "Nyheter". Det finns några aktuella ärenden som presenteras på sidan "Kommunala frågor", där det uppmuntras till debatt och/eller att man lämnar synpunkter. PLA presenteras kort och information ges med syftet att varva nya medlemmar. På sidan "Tyck om V" kan man hitta goda inmatningsmöjligheter för att tycka, lämna förslag eller diskutera. Det finns också en gästbok. Aktualitet kan man hitta i annonsen till 1:a maj-demonstrationen och på debattsidan om kommunala frågor. Webbplatsen är uppdaterad ganska nyligen (130400).

Den enda relevanta bilden är Vänsterpartiets logo. Därutöver finns irrelevanta bilder, t.ex.en liten "clipartbild" som troligen infogats från något dataprogram och några fotografier av politiker. På första sidan är informationen organiserad på ett enkelt sätt så att man kan orientera sig bra när man surfar på webbplatsen. Texter och bilder används på ett ganska

lämplig sätt, men det finns tomma platser som skulle kunna användas bättre. Texten "skriv i vår gästbok", som är felplacerad, skulle passa bättre på menylistan.

V6- Sigtuna (9/5-2000 från kl.14:00)

Det finns inte något aktualiserat kalendarium, men på sidan "Lokala aktiviteter" kan man hitta ett kort kalendarium för 1999. En lista av sex personer som sitter i styrelsen presenteras. Man har också en lista över förtroendevalda till Sigtuna kommunfullmäktige och de flesta kan nås via telefon och e-mailadress. Webbplatsen har relevanta interna och externa länkar. Man har med ett lokalt anpassat "Kommunalt handlingsprogram" samt en länk till partiets allmänna program. Inga stadgar finns med. I kalendariet utannonseras bara möten för medlemmar. PLA kan nås via telefon och e-mailadress. Man har en länk till rikspartiets allmänna inmatningssida för de som vill bli nya medlemmar. Webbplatsen saknar aktualitet och det senaste uppdateringsdatumet är ett år gammal (020599). Det finns information om uppdateringsdatum på alla sidor, men alla är lika gamla förutom sidan som handlar om "Budgetförslag 2000" som har uppdaterats senare (181199). Bilder används nästan inte. Bilder som används på hemsidan är partiets logo och en liten figur troligen hämtad från partiets databas. Texterna är lättlästa men det finns gott om plats som inte används på hemsidan och detta försämrar layouten.

V7- Söderhamn (5/5-2000 från kl. 17:00)

Det finns en sida som innehåller två listor: "Styrelsens ledamöter 2000" och "Förtroendevalda" i Söderhamns kommun. Men som kontaktmöjligheter nämns på sidan bara styrelsens ordförande och då med e-mailadress. En sida som heter "Partiorganisationen i Söderhamn" beskriver inte PLA utan ser mer ut som en propagandatavla för att värva nya medlemmar. Där finns kontakt- möjligheter och information om PLA:s kontorstid. Interna länkar är relevanta och går bl.a. till "vänster på riksplanet" och "Ung Vänster", men de externa länkarna är irrelevanta. Det finns en kort och allmän presentation av partiets hörnstenar. Man ger bra kontaktmöjligheter till PLA på sidan "Partiorganisationen i Söderhamn". Informationen om aktuella händelser är inte så riklig trots att webbplatsen blev uppdaterad ganska nyligen (250400). Bilder används inte ofta, men de som används fyller bra funktion. På hemsidan finns upp till sex rörliga bilder som fyller olika funktioner. En rörlig text som säger "Vänsterpartister vill ha sex!?!!" är också ett roligt inslag som passar ihop med en partiparoll som förespråkar "sex timmars arbetsdag". Bildernas roll för layouten är lämplig, men texterna verkar vara ganska svårästa på grund av den röda färgen som är för dominerande på sidan. Trots att hemsidan är snygg är det ganska svårt att få en snabb överblick över hela sidan som är för stor och meny är dessutom felplacerad.

V8-Upplands Bro (5/5-2000 från kl. 19:00)

Man presenterar både en lista över styrelsen och de förtroendevalda till kommunfullmäktige. I listan ingår också bra kontaktmöjligheter till politikerna. Det finns en sida som kallas för "Röda Nejlikan" som handlar om ett pris som PLA delar ut varje år. En välorganiserad sida med interna och externa länkar finns med. På sidan om "program" kan man hitta tre sorters program som är lokalanpassade, men stadgar saknas. Man har ingen sida med aktuella ärenden, men på sidan "Senaste nytt" finns några nyheter med länkar till mer information. Det finns goda kontaktmöjligheter med PLA genom att använda sig av sidan som heter "Kontakta oss". På en annan sida försöker man värva nya medlemmar. Det bjuds inget organiserat debattprogram eller debattfunktion, men sidan om "Senaste nytt" verkar avsedd för att

uppmuntra till debatt hos de som besöker webbplatsen. Webbplatsen uppdaterades för två månader sedan (200300), men vissa sidor är äldre. På hemsidan ger kombinationen av bilder och texter en fin layout, men det finns några brister. Man ger ingen information om 1:a maj vilket brukar vara viktigt för Vänsterpartiet under denna period. Det finns ett oanvänt utrymme längst ner på sidan och en onödig placering av fem ikoner till höger som inte fyller någon relevant funktion och gör hemsidan för stor istället. Menydelen kan också organiseras på bättre sätt.

BILAGA 10 - KOMPARATIVA RESULTAT AV WEBBSKALEPOÄNG

VARIABEL	MPLA Gen.P.	MPR	VPLA Gen.P.	VPR	Tot.PLA Gen.P.
1. Verksamhetsinformation					
Kalendarium etc	1.5	0	1.8	5	1.6
Styrelse och/eller aktiva politiker	4.0	5	3.3	5	3.6
Organisation	1.8	5	1.0	5	1.4
Regelbundna tjänster eller kontorsverksamhet	0.6	4	1.5	4	1.1
Interna länkar (till liknande organisationer)	3.9	5	3.3	5	3.6
Externa länkar (till annorlunda organisationer)	3.1	5	2.8	5	2.9
Subtotal poäng verksamhetsinformation	14.9	24	13.5	29	14.2
2. Partiinformation					
Beskrivning av partiets program och stadgar	2.6	5	2.8	5	2.7
Beskrivning av PLA	1.6	5	0.8	5	1.2
Protokoll	0.5	0	0.5	0	0.5
Sammanträden för Medl. Och/eller Sympat.	2.0	4	2.0	4	2.0
Aktuella ärenden	2.7	5	2.3	5	2.4
Subtotal poäng partiinformation	9.4	19	8.3	19	8.8
3. Interaktivitet					
Partiets lokalavdelning (PLA)	3.0	5	3.4	5	3.2
sökfunktion eller liknande	0.1	5	0.0	0	0.1
Debatt funktion Och/eller möjligheter	0.8	2	1.9	2	1.3
Förslagslåda och/eller gästbok	0.9	4	1.8	3	1.3
Nöjesinteraktivitet	0.5	0	0.0	0	0.3
Subtotal poäng interaktivitet	5.3	16	7.0	10	6.1
4. Aktualitet					
Generellt	3.1	5	4.2	5	3.6
uppdatering i sidor	2.1	0	1.5	0	1.8
Subtotal poäng aktualitet	5.3	5	5.6	5	5.4
5. Utnyttjande av mediets potential					
Ljud	0.6	0	0.0	0	0.3
Bildernas relevans	2.0	2	2.5	3	2.3
Rörliga bilder	0.9	0	1.1	5	1.0
Subtotal poäng utnyttjande av mediets Pot.	3.5	2	3.6	8	3.6

Hemsidans layout				
Bild	2.4	22.6	22.5	
Text	3.0	52.8	52.9	
Subtotal poäng layout	5.4	75.4	75.4	
TOTAL POÄNG	44.0	7143.5	7843.8	

MPLA= Miljöpartiets lokalavdelningar, VPLA= Vänsterpartiets lokalavdelningar
 MPR= Miljöpartiet rikswebbplatspoäng, VPR= Vänsterpartiets rikswebbplatspoäng
 TPLA= total partiernas lokalavdelningar (16 PLA), Gen.P.= genomsnitt poäng.

BILAGA 11 - ORDLISTA (urval ur Jakobsson 1998)

Animation. Att göra delar av eller hela filmer, tv-program, videoprogram eller multimedieprogram rörliga, genom antingen manuell teckning eller användning av datorprogram rörliga.

Banner. En webbannons i form av ett band överst eller underst på en webbsida, oftast vidarelänkad till annonsörens egen webbplats.

Besökare (Visitor). Begrepp vid mätning av webbftrafik. Ett identifierbart IP-nummer som besöker en webbsida under en viss period, t ex ett dygn. Varje dator som är uppkopplad mot Internet har ett unikt IP-nummer.

Bred band (Wideband, broadband). En kommunikationskanal med hög kapacitet. Om hastigheten är mellan 64 kbit/s och 2 Mbit/s kallas den på engelska wideband. Om hastigheten är högre än 2 Mbit/s kallas den broadband.

Browser. Detsamma som webbläsare.

Domännamn (Domain name). En del av den unika Internetadress som behövs för att nå en webbplats, t ex sandberg.se. Sandberg kallas subdomän och .se toppdomän.

Död länk (Dead link). En länk som inte leder till någon webbsida, utan endast till en grå sida med ett felmeddelande.

Hemsida (Home page). Den webbsida som utgör ingången till en webbplats. Från början var hemsida en sida som en enskild användare skapade för personligt bruk, oftast för att hålla reda på de oftast använda länkarna. Enligt principen kärt barn har många namn kallas hemsida också bassida, ingångssida, kärnsida, rotsida toppsida, välkomstsida.

Intranät. Ett IP-baserad företagsinternt nät, i regel skyddat av en brandvägg. Den latinska prepositionen intra betyder inom, innanför.

ISDN (Integrated Services Digital Network). teknik för samtidig sändning av tal och data digitalt i teleledningar. Maximal överföringshastighet 128 kbit/s. En uppsättning standarder för samtidig höghastighetsöverföring av röst-, data- och videoinformation.

Kampanjwebbsida (Campaign website). En webbsida, i regel med en beskrivning av det speciella erbjudande som kampanjen för fram, som en annonsör inrättar under kampanjperioden.

Klicka (Click). Att genom tryckning på musknapp instruera ett datasystem att utföra något, t ex leverera en viss webbsida, en viss annons eller ladda ner ett visst program.

Mass-e-post (Bulk email). Samtidig sändning till stora mängder e-postadresser, vanligen i kommersiellt syfte. Adressleverantörer söker igenom diskussionsgrupper och andra adresskällor automatiskt och säljer sedan adresserna.

Metatagg (Metatag). Ett ord eller en kombination av ord som har skrivits in i HTML-koden till en webbsida, osynligt för användaren. Metataggar hjälper sökmotorer och spindlar att hitta rätt dokument.

Pushteknik. (Push technology). En Internettjänst som kontinuerligt sänder till användare baserat på deras önskemål om information. PointCast är det bäst kända exemplet.

Motsatsen är pullteknik, där användaren själv letar upp önskad information.

Ram (Frame). Ett fönster på en webbsida. Sidan innehåller en meny från vilken man kan välja länkar till andra webbplatser. Information från dessa öppnas i separata ramar som fungerar oberoende av varandra och kan innehålla text, grafik, länkar och andra ramar.

Det går alltså att visa två eller fler webbsidor samtidigt på bildskärmen.

Sajt (Site). Detsamma som webbplats.

Server. 1. Ett program som till andra datorer i ett nät erbjuder tjänster och distribuerar gemensamma resurser, t ex data, program och kommunikationsmöjligheter. Servern tar emot önskemål om användning och besvarar dem i tur och ordning. 2. En dator på vilken man kör ett eller flera serverprogram. 3. Sammanfattande benämning på både dator och program.

Startsida. (start page). Den webbsida som webbläsaren är inställd att visa vid start. Jämför hemsida, ingångssida, webbsida och webbplats.

Sändlista (Mailing list). En e-postadress som är kopplad till en lista med flera adresser så att ett massutskick uppstår varje gång du sänder ett e-meddelande. **Uppdatering** (Updating). Andring av innehållet i en fil med hänsyn till inträffade förändringar eller ny information.

USENET (USER NETwork). Ett världsomspännande forum för diskussionsgrupper på Internet om alla upptänkliga ämnen och med tillgång till nyheter och artiklar.

Webbhotell (Web hotel). En tjänst som innebär att ett företag upplåter utrymme för webbplatser åt företag som inte har egen webbserver. Många webbservrar kan samsas på samma dator.

Webbmästare (Webmaster). Den person som är teknikansvarig, informationsansvarig (infomaster; eller bådadera för en webbplats.

Webbplats (Web site). En sammanhörande uppsättning webbsidor som vanligen behandlar ett gemensamt ämne och har en gemensam ingångssida. En webbplats kan t ex röra en viss vetenskap, en viss organisations verksamhet eller ett visst företags varor och tjänster.

Webbplatsanalys (Website analysis). En systematisk genomgång av hur en viss webbplats fungerar i syfte att öka dess användbarhet. Innefattar i regel både en trafikanalys och en kartläggning av webbplatsens struktur och innehåll.

Webbportal (Web portal). En tjänst genom vilken användarna tar sig in på webben. Vanligen någon av de stora söktjänsterna, t ex Altavista, Excite, Lycos eller Yahoo!. AOL hör också till de viktiga.

Webbsida (Web page). En sida som utgör en del av en webbplats. Den mängd information man kan nå utan att behöva hoppa vidare via en länk. Motsvarar ofta så mycket man kan se på skärmen samtidigt eller genom att rulla bilden.