

# Statsvetenskapliga förbundet

FÖRBUNDSREDAKTÖR: MAGNUS ERLANDSSON

---

---

## Förbundsredaktören har ordet

---

---

Enligt Höskoleverkets analys av Statistiska centralbyråns statistik (SCB) viker lärare och forskare vid universitetens och högskolornas humanistiska och samhällsvetenskapliga fakulteter 33 procent av sin arbetstid till att forska och tre procent av arbetstiden åt att ansöka om forskningsmedel (vilket alltså motsvarar knappt en tiondel av den tid som ägnas åt forskning).<sup>1</sup> Var just statsvetenskapens lärare och forskare hamnar går inte att avgöra av Höskoleverkets studie, eftersom den bara redovisar siffror på aggregerad humanistisk-samhällsvetenskaplig nivå. ”Känslan”, som SCB inte mäter, säger mig att det i våra korridorer viks mer än de på pappret lite futtiga tre procenten åt att äska medel. Men den känslan är kanske kopplad till ett annat svårsmått fenomen: hur de där tre procenten lyfter från den beviljade ansökarens axlar men tynger den avslagnes.

1. Höskoleverket (2011), *Tio procent av forskningstiden ägnas åt att ansöka om forskningsmedel*, 2011-11-22, rapport byggd på statistik från Statistiska centralbyråns undersökning om forskning och utvecklingsverksamhet vid universitet och högskolor (<http://www.hsv.se/download/18.7dac986013389229f6e80003415/statistisk-analys-ansokan-FoU-medel-2011-11.pdf>).

Hur mycket tid lärare och forskare ägnar åt sociala medier blir kanske en uppgift för kommande SCB-enkäter – för några tycks dessa verktyg för den tredje uppgiften ta mer än tre procent av arbetstiden i anspråk, illustrerat i detta nummers text av Cecilia Garne om svensk politik, svenska statsvetare och Twitter.

I slutet av förbundssidorna finner du även rapporter från arbetsgrupperna på statsvetenskapliga förbundets årsmöte i Umeå 2011.

MAGNUS ERLANDSSON

---

---

## Twitter – en termometer på samhällstemperaturen

---

---

”Tid för ansvar” var titeln på statsminister Fredrik Reinfeldts regeringsförklaring i september 2011. På Twitter spreds skämtet snabbt: ”Tid för ansvar” var i själva verket ett anagram för ”Fördriv Satan”.

Inom några timmar hade twittrarna krängt lustigheten ut och in åtskilliga gånger. Det haglade analyser om vem Satan var i sammanhanget och hur strategin kunde omsättas på policynivå, och hur man skulle tolka andra potentiella ana-

---

Har du synpunkter på förbundssidan eller vill lämna bidrag är du välkommen att kontakta förbundsredaktören via e-post [Magnus.Erlandsson@score.su.se](mailto:Magnus.Erlandsson@score.su.se) eller telefon: 0708-954500.

---

gram bland regeringens slagord såsom ”arbetslinjen” (”Jeltsin-baren”?).

Några veckor senare drog en twittrare igång en skämt- och kritikkampanj av gruchomarxistiska mått sedan Moderaterna vid sin stämma hade slagit fast en ny och inte helt sanningsenlig beskrivning av sin egen historia. I ett kollektivt hysteriskt skrattanfall hjälpte twittrarna regeringspartiet på traven: ”1066: Moderaterna vinner slagit vid Hastings”, ”1969: Moderaterna landar på månen”, men man grävde också upp obehagliga gamla citat från ledande moderater om apartheid och Sydafrika.

### Ironi och allvar

Anekdoterna säger något om användningen av Twitter i Sverige. Det är sant att Twitter ofta används för snabba kommentarer kring aktuella politiska händelser, gärna bitska och ironiska, och de kan snabbt få mycket stor spridning i inflytelserika kretsar. Twitter är helt enkelt roligt för politiskt intresserade. Men anekdoterna säger inte allt. Twitter fungerar också väl för allvarsamma syften: för att förmedla längre analyser, intressanta nyheter och för att kraftigt förkorta kontaktvägarna mellan människor med yrkesmässigt intresse för varandra. (Sammantaget finns det alltså många goda skäl för statsvetare att läsa färdigt denna artikel.) Som professor Henrik Ekengren Oscarsson säger:

– Alla elfenbenstorn står på marken. För långsiktig legitimitet och finansiering av forskning behöver samhällsvetare vara aktiva för att koppla pågående samhällsdebatt till nya färskrapporter och forskningsresultat. Här är Twitter ett verktyg som fungerar som bra ”pekare”. Det vill säga, man länkar upp blogginlägg, rappor-

ter eller artiklar som man tycker är relevant för diskussionen. Man har också möjlighet att göra instick och prova idéer snabbt. Om man nu följer ett flöde dyker det snabbt upp lägen där man inser att forskningens hittills bästa svar på de frågor som ställs bör komma menigheten till del.

### Mikrobloggar att följa

Några bakgrundsfakta. Twitter är en så kallad mikroblogg, en tjänst för att skicka korta meddelanden om högst 140 tecken. Den som skaffar sig ett twitterkonto (det är gratis och går snabbt) kan börja prenumerera på meddelanden – tweets – från andra innehavare av twitterkonton – twittrare. Detta kallas att bli en follower, på svenska ”följare”.

På samma sätt kan man själv få följare. Men man är inte tvungen att twittra själv bara för att man har ett konto. Och faktum är att man inte ens behöver ha ett konto för att se vad som skrivs. Det räcker med att ange rätt adress för att se vad någon twittrar ut (– försök till exempel med [www.twitter.com/ceciliagarme](http://www.twitter.com/ceciliagarme)). Alla är dock inte så lätta att hitta. På Twitter är det fritt fram med nicknames och signaturer, så statsvetaren Marie Demker finner man på [www.twitter.com/vanstrastranden](http://www.twitter.com/vanstrastranden).

Med hjälp av så kallade URL-tjänster som förkortar långa och komplexa webbplatsadresser kan man inom ramen för 140 tecken ledigt länka till långa artiklar eller verk (under förutsättning att de finns någonstans på nätet) och ändå få plats med en mening för att introducera dem. När följaren sedan klickar på den förkortade länken i tweeten skickas han eller hon vidare till originalkällan.

### 200 miljoner användare

Twitter lanserades i USA 2006 och har i skrivande stund – hösten 2011 – 200 miljoner användare över hela världen. Riktigt känt blev det i samband med presidentvalet i USA 2008, då Obama-kampanjen flitigt använde Twitter jämte andra sociala medier för att nå ut.

Genombrottet i Sverige kom strax därefter. Vintern och våren 2009 gick Twitter från 1 000 till 10 000 svenska användare på bara några månader. Enligt den senaste stora svenska kartläggningen Twittercensus, gjord i juni 2011 av Intellecta Corporate, finns det 91 000 svenskspråkiga twitterkonton (svenska twittrare som enbart skriver på engelska ingår alltså inte, och de kan vara många).

Vilka är det då som twittrar? Så här säger Hampus Brynolf, rådgivare och analytiker på Intellecta Corporate:

– Twitter i Sverige domineras av två kluster: mediamänniskor och internetmänniskor. I den första gruppen finns journalister, publicister, ledarskrivare, chefredaktörer och så vidare. Den andra gruppen består av experter på sociala medier, internetaktivister men även programmerare, digitala formgivare och andra. De två grupperna har förstås väldigt stort överlapp, men är ändå två ganska tydliga kluster.

Analysen visar vidare att flertalet svenska twittrare är personliga, dvs twittrar som sig själva och inte som företrädare för sina arbetsgivare eller något annat organ. Ett växande antal institutioner – myndigheter, företag, organisationer – finns dock på Twitter och administreras då ofta av kommunikationsavdelningarna. Nyttillträdda generaldirektören för Skolverket, den tidigare SACO-ordföranden Anna Ekström, hade personligen upplevt Twitter som så värdefullt att ett av hennes första beslut i GD-stolen blev att Skolverket skulle ha

ett eget twitterkonto. Där förmedlas nu nyheter, information och länkar om Skolverkets verksamhet.

### Personer i försprång på organisationer

Samtidigt fortsätter Anna Ekström att twittra som enskild person och har hösten 2011 drygt 1 700 följare. Skolverket har efter ett halvårs twittrande ännu inte kommit i kapp sin chef utan har vid samma tidpunkt 1 400 följare. Ett mönster som ingalunda är ovanligt. S-E-Banken som alldeles nyligen börjat twittra under namnet SEBGroup har när denna artikel skrivs bara 68 följare, att jämföra med SEB:s tidigare chefsekonom Henrik Mitelman som personligen har 2 300. Ändå twittrar både Anna Ekström och Henrik Mitelman oftast utifrån sina expertområden utbildning respektive makroekonomi. Slutsatsen är att det är det personliga tilltalet som gör en twittrare attraktiv för andra.

### Målgruppen formerar sig själv

Statsvetaren Ulf Bjereld började twittra i september 2009 och har idag 3 400 följare som han identifierat som journalister, opinionsbildare, politiskt aktiva/engagerade personer och intresserad allmänhet. Med andra ord exakt de kategorier som flitigast använder Twitter och som dessutom är exakt dem Bjereld vill nå.

– Det innebär att det jag skriver har goda förutsättningar att spridas vidare och göra avtryck i det offentliga samtalet. Twittrande är bara en del av min närvaro i sociala medier, där jag ju också finns med en egen blogg samt på Facebook och Google+. Mina bloggposter får till exempel många fler läsare när jag puffar för dem på Twitter eller lägger ut dem på Fa-

cebook. Genom Twitter kan jag också puffa för intressanta seminarier där jag medverkar eller någon bok eller artikel jag har skrivit”, säger Ulf Bjereld som på två år har gjort 8 000 tweets, det vill säga i snitt 10 inlägg om dagen.

Antalet inlägg ökar exponeringen och lockar fler följare. Men twittrare måste också vara lagom återhållsamma. De som twittrar obehärskat frekvent tar upp mycket plats i sina följares twitterflöden, något som Ulf Bjereld har som sällningskriterium när han väljer ut vilka han själv ska följa. Han betonar också värdet av att inte bara själv ”få ut” sina synpunkter och produkter, utan också intressera sig för andras.

– Twitterflödet blir en slags termometer för samhällstemperaturen, särskilt i opinionsbildande kretsar, därför har jag som statsvetare stor nytta av att följa det. Numera kommer också nyheter nästan alltid först på Twitter. Så om jag vill veta om det har hänt något börjar jag med Twitter istället för de traditionella mediernas hemsidor och portaler, säger Ulf Bjereld.

### **Som att stå på torget**

Statsvetaren Katarina Barrling började twittra på sensommaren 2011. Ett halvår tidigare hade hon registrerat ett konto i syfte att följa andra och gjorde inledningsvis ytterst få egna inlägg. När några av dessa vidarebefordrades av andra twittrare – retweetades – började hon plötsligt få egna följare och kände då pressen att komma igång.

– Och när jag gjorde det var det väldigt roligt och intressant, så jag fortsatte.

Katarina Barrlings första känsla var att Twitter var lite skrämmande. På Facebook kände hon sig hemtam och bekväm, att twittra däremot var att ge sig ut på torget, bland anonyma betraktare. Men Twit-

ter gav också möjligheter som Facebook saknar.

– Den stora fördelen är att man kan ta del av en massa intressanta människors tankar, länkar med mera utan att man behöver vara vän med dem eller ens ytligt bekant.

Paradoxalt nog ger just denna egenskap Twitter en elitistisk slagsida. Eller rättare sagt en kändisfaktor som är betydligt starkare än på Facebook som med 4,3 miljoner svenska konton är 47 gånger större som socialt medium.

– Men det kanske ligger i sakens natur att när man skall följa människor man inte känner så är man hänvisad till människor som är kända för någonting, konstaterar Katarina Barrling.

### **Liten grupp väldigt aktiva**

En djupare analys av siffrorna visar att de mest ivriga twittrarna utgör en egen grupp.

Av 91 000 registrerade svenska twitterkonton är det bara en dryg tredjedel som uppvisar aktivitet, och då är aktivitet ändå generöst definierat (minst två tweets i månaden). De 10 procent mest aktiva twittrarna – alltså mellan 3 000 och 4 000 personer – står för hela 80 procent av alla inlägg. Lägg till detta att även kontaktmönstren pekar på en liten grupp superaktiva. Bara 8 000 twittrare följer eller blir följda av mer än 100 personer. Och medan den genomsnittliga twittraren har gjort 273 inlägg gör mediantwittraren bara 23 – ett tydligt uttryck för att twitterati är en liten grupp.

Kanske rentav en klick.

### **Sprida, kommentera, intressera**

Statsvetaren Björn Johnson vid Malmö Högskola hamnade på Twitter efter på-

stötningar från twittrare som hade läst hans blogg och hans debattartiklar om narkotikapolitik och ville höra mer, oftare. Ordentligt biten blev han i valrörelsen 2010. Precis som Ulf Bjereld och Henrik Oscarsson twittrar han för att ge spridning åt egna artiklar och bloggposter. Men också för att debattera och kommentera aktualiteter. Just möjligheten till snabba debatter tycker han är det roligaste med Twitter.

– Ofta twittrar jag när jag blir irriterad över något, säger Björn Johnson.

Han beskriver hur han använder Facebook och Twitter på likartat sätt, men säger också att han tillåter sig att vara något mer sluggerartad och politisk på Twitter.

– Både Twitter och Facebook handlar delvis om hur man väjer att presentera sig i offentligheten – jag tänker på Goffmans ”Presentation of Self in Everyday Life” – så självklart har jag någon form av gräns mellan mitt privata jag och de sociala medierna. Men den är rätt flytande.

Han anser – också i likhet med Bjereld – att twitter ger mycket stort genomslag. Hänvisningar på Twitter leder till avsevärt fler besökare på hans blogg. Men också mätt som kontaktverktyg är Twitter värdefullt. Det ger många nya kontakter, främst med journalister.

### Nyta eller nöje

Hur nyttig, effektiv och givande är då närvaron på Twitter för en forskande och undervisande statsvetare?

Som framgått är Henrik Ekengren Oscarsson positiv, men han gör också en ganska krass cost-benefitanalys. Det man skriver på Twitter är bara färskvara i några minuter, sedan har andras inkommande tweets trängt ner inlägget i följarens flöde och få scrollerar tillbaka, noterar han.

– Så man kan undra hur bra investerad forskningstid det egentligen är. Min uppfattning är att uppdateringar på Facebook tycks ha en något längre ”livstid”, det vill säga att man kan få spin och kommentarer även flera timmar efteråt. Om man inte retweetas eller får twittersvar inom femtio minuter kommer det aldrig att hända.

Han är också noga med att tweets med SOM-institutet som avsändare antingen ska vara kopplade till ett specifikt evenemang eller länka till existerande rapporter, presentationer eller bokkapitel, där forskare kan nås för uppföljande frågor. Skälet är att han vill vänja följarna vid att det alltid finns relevant forskningsanknuten information i anslutning till en tweet från SOM-institutet. De som följer Henrik Oscarssons egna tweets från hans egen twitteradress kan konstatera att han ofta följer samma regel där.

### Hashtaggen ger ämnet

Eftersom den enskilde twittraren väljer exakt vilka hon eller han vill följa är det lätt att avgränsa inflödet till dem man verkligen tycker är intressanta. Även ämnesmässigt går det i viss mån att ringa in det man vill läsa. Ett nyckelredskap för twittrare är så kallade hashtags (#) som gör ett visst ord eller fras i twitterinlägg sökbara. Därmed är alla inlägg med samma hashtag möjliga att samla och läsa i ett sammanhang.

I incidenten med historieomskrivningen på moderatstämman använde twittrarna exempelvis hashtaggen #stuffmoderaternadid (”grejer moderaterna gjorde”). Rubriceringen görs helt enkelt av den som börjar, och andra hänger på i den mån hashtaggens formulering känns relevant och legitim. Vid Socialdemokraternas extrakongress våren 2011 försökte partiet införa hashtaggen #nystart för alla inlägg

som hade att göra med kongressen. Det ratades av nära nog alla twittrare som inte var socialdemokrater. Journalister och andra föredrog det mer neutrala #skongress.

Inte för att tala ostört.

Men precis som mycket annat på nätet är hashtags levande materia. Hashtaggen #svpol användes inledningsvis främst vid vetenskapliga inlägg om svensk politik, men ”kapades” av mer allmänt och i vissa fall specifikt integrationspolitiskt intresserade twittrare.

– Så de normala flödena kan mycket snabbt förändras till fora där det inte känns meningsfullt att bidra, säger Henrik Oscarsson.

Björn Johnson, som personligen haft både glädje och nytta av Twitter, har ändå svårt att ge ett rakt svar på frågan om fler statsvetare borde twittra.

– Jag vet inte, säger han tveksamt.

– Det tar rätt mycket tid. Det beror på vad man vill använda det till. På min enhet är det ovanligt att twittra.

Ulf Bjereld har tre råd till twittrande statsvetare.

– Ett: det är viktigt att förstå Twitters logik, så att man är interaktiv och inte använder Twitter som en megafon. Två: man ska vara målmedveten, veta vilket syfte man har med att vara på Twitter. Tre: man ska vara uthållig. Det duger inte att titta in då och då och tro att någon ska bry sig. Man måste vara tålmodig, för det tar tid att etablera närvaro.

### **Ett elfenbenstornets dilemma**

Frågan om statsvetare på Twitter är egentligen bara den senaste versionen av den urgamla frågan om forskarnas förhållande till omgivningen. Vi kan kalla det elfenbenstornets dilemma (och bortse från den

negativa konnotationen). Forskarna besitter kunskaper de borde dela med sig av, särskilt som deras verksamhet är skattefinansierad. Som experter på just samhället borde statsvetare ha extra starka skäl att utnyttja varje ny kanal till omvärlden så mycket det går. Det faktum att Twitter, till skillnad mot många andra medier (som forskningsrapporter) går rakt in till så många journalister borde göra kanalen ännu mer angelägen, som ett sätt att få ut forskningsrapporternas huvudbudskap om inte annat.

Twitter kan vara en brygga till nya läsare och nya granskare.

Å andra sidan kan isolering vara en förutsättning för att överhuvudtaget få någon forskning gjord, i synnerhet för alla statsvetare med stor undervisningsskyldighet. I den meningen riskerar Twitter att bli ytterligare ett hot mot arbetsron och den andliga friheten, ytterligare ett ”måste” som bryter sönder de dyrbara timmarna av ensamhet.

Eller tvärtom, ännu en tidskrävande frestelse (med samma effekt).

Man ska inte underskatta lockelsen i själva vistelsen på Twitter. Där skapar man ett eget virtuellt vardagsrum, som man själv kan bemanna med alla från Maria Wetterstrand och Göran Hägglund till Barack Obama. Och vilken statsvetare vill inte ha dem i sitt vardagsrum?

Nästa fråga blir om man i så fall har rätt att unna sig sådana nöjen. Och svaret på den kan bara bli ett. Om en statsvetare inte får unna sig nöjet av att dela salong med Barack Obama, vilka nöjen får hon då ha?

**CECILIA GARME  
FIL DR I STATSVETENSKAP, POLITISK  
JOURNALIST, LEDAMOT I STATSVETEN-  
SKAPLIGA FÖRBUNDETS STYRELSE (SOM  
REPRESENTANT FÖR ALLMÄNHETEN)**