

Södertörns högskola | Institutionen för Samhällsvetenskaper

Kandidatuppsats 15 hp | Journalistik | Vårterminen 2013

Organisationspress och medlemskommunikation i politiska ungdomsförbund

– En studie av journalistiken i de redaktionella
medlemstidningarna i politiska ungdomsförbund

Av: Elina Sundström

Handledare: Jan Örnéus



Abstract

Journalistiken övergår allt mer från analog till digital form, men i politiska ungdomsförbundens fall, har de förbund som tagit bort sin medlemstidning inte ersatt med en digital redaktionell produkt. I uppsatsen undersöks om förbunden som har en medlemstidning anser att den är och ska vara en journalistisk produkt eller ej och om de följer Journalistförbundets riktlinjer för organisationspress, det vill säga principer för journalistiken och arbetsmetoderna i medlemstidningarna. För att undersöka detta har en kvalitativ intervjustudie förbund och redaktionsrepresentanter gjorts, samt en kvantitativ innehållsanalys av förbundens hemsidor. Dessutom har en kvantitativ innehållsanalys av Grön Ungdoms medlemstidning från start till nedläggning gjorts, då tidningen vid studiens genomförande skulle läggas ned.

De politiska ungdomsförbund som omnämns i uppsatsen är: Moderata Ungdomsförbundet (MUF), Socialdemokratiska Ungdomsförbundet (SSU), Liberala Ungdomsförbundet (LUF), Kristdemokratiska Ungdomsförbundet (KDU), Centerpartiets Ungdomsförbund (CUF), Ung Vänster, Grön Ungdom, Ung Pirat och Sverigedemokratiska Ungdomsförbundet (SDU).

För att tidningen enligt journalistförbundets principer ska kunna kallas organisationspress, ska ansvarig utgivare och redaktion vara oberoende förbundet, redaktionen få tillgång till organisationens material och dokument och att få tillräckligt med resurser för att kunna bedriva sin verksamhet. Den här uppsatsen visar att få politiska ungdomsförbund har prioriterat organisationspressen. Endast SSU:s Frihet och LUF:s Liberal Ungdom har de här möjligheterna till autonomi (samt förr Grön Ungdoms medlemstidning, som har lagts ned).

Nyckelord: *Journalistik, organisationspress, medlemstidning, politiska ungdomsförbund.*

Innehållsförteckning

1. Inledning	3
1.1 Avgränsning	4
1.2 Syfte och frågeställning	5
1.3 Metod	5
2. Definitioner	8
3. Bakgrund och tidigare forskning	11
4. Valet att ha eller inte ha en medlemstidning	17
5. Förbunden och medlemstidningarna – en kvalitativ intervjustudie	22
6. Kvantitativ innehållsanalys av förbundens hemsidor	30
7. Från New Zine och Nisse Hult via Avtryck in i graven	37
8. Sammanfattning av resultat	42
9. Diskussion	45
10. Källförteckning	48
Bilaga	

1 Inledning

Uppsatsen undersöker om en fristående medlemstidning fortfarande har någon funktion på 2010-talet, eller om sociala medier har tagit över kommunikationens, opinionsbildningens och den granskande rollen i dagens digitaliserande mediekommunikation. Organisationspress är det ord journalistförbundet använder för att beskriva den journalistik som bedrivs i medlemstidningar, alltså organisationens redaktionella material som varje betalande medlem får i sin brevlåda eller kan läsa på nätet. Journalistförbundet har riktlinjer för hur organisationspress bör bedrivas yrkesmässigt. Några lagar eller regelverk finns ej, utan dokumentet om organisationspress kan ses som en kvalitetsstämpel och gemensam yrkespolicy för journalistik i medlemstidningar. Medlemstidningar kan vara skrivna av journalister eller engagerade medlemmar, bedrivs yrkesmässigt eller ej, vara fristående eller knuten till förbundet. Därmed kan det vara svårt att avgöra om den tidning medlemmen får i brevlådan eller läser på nätet är en journalistisk produkt eller bara ser ut som en sådan. (Organisationspress 2008). I den här uppsatsen jämförs de politiska ungdomsförbundens medlemstidningar med förbundens hemsidor, för att jämföra redaktionellt arbete med förbundsledningens kommunikation. *Journalistiken* i tidningarna är vad som undersöks och ställs mot hemsidorna; det vill säga hur tidningen är utformad och om arbetet följer journalistförbundets krav på att:

- 1) redaktionen och ansvarig utgivare ska vara fristående förbundet,
- 2) företräda medlemmarna
- 3) kunna granska organisationen utifrån och
- 4) få tillräckligt med resurser för att utföra ovanstående.

Grön Ungdom granskas närmare, eftersom frågan om journalistik inom politiken fattade mitt intresse då jag fick veta att det förbund jag varit engagerad i skulle lägga ned sin medlemstidning 2012. Jag ville veta varför, vilken funktion tidningen har haft och hur förbundet tänkte ersätta tidningens innehåll. Jag fick intresset för politik tidigt men partipolitik först på gymnasiet. Jag ville veta mer om sakfrågorna, vilket jag hoppades på att lära mig mer genom att gå med i det ungdomsförbund som stod mig närmast ideologiskt. Jag läste medlemstidningen men oftast inte hemsidan eller det som skrevs på sociala medier, då den första gick att bläddra i framför frukosten medan jag behövde aktivt gå in på hemsidan. Dessvärre gav inte medlemstidningen så mycket mer kunskap om grön politik utan handlade mest om olika

ideologiska frågor i reportageform och skilde inte personlig åsikt från förbundets hållning. Jag hade inte någon ledande eller för den del aktiv del i förbundet, utan var en medlem som deltog i några föreläsningar/kurser (totalt runt fem-tio stycken evenemang) och skrev ett par artiklar i medlemstidningen, som nu har lagt ned.

Jag tror att de förbund vågar satsa på en tidning med bred debatt som även bildar och engagerar medlemmarna i den egna politiken och jämför med andra förbund blir starkare som förbund. Men det kan lika väl visa sig att hemsidan, sociala medier eller någon annan lösning för att kommunicera, informera, engagera och bilda opinion kan vara mycket effektivare. Däremot missar förbunden den granskande journalistiska funktionen när en medlemstidning läggs ned och har medlemstidningen en ansvarig utgivare som sitter i förbundsstyrelsen, följer den inte journalistförbundets krav på utomstående möjlighet till granskning genom organisationspressen. Bara för att förbundet har en medlemstidning, behöver det inte betyda att den är journalistisk i sin karaktär.

1.1 Avgränsning

De ungdomsförbund som tas upp är de som har ett moderparti som sitter i riksdagen (under mandatperioden 2010-2014), för att se hur riksdagspartiernas ungdomspartier väljer att använda sig av journalistik och kommunikation och för att dessa är bland de största ungdomspolitiska organisationer i Sverige. Dessa är: Centerpartiets Ungdomsförbund (CUF), Grön Ungdom, Kristdemokratisk Ungdom (KDU), Liberala Ungdomsförbundet (LUF), Moderata Ungdomsförbundet (MUF), Socialdemokratiska Ungdomsförbundet (SSU), Sverigedemokratisk Ungdom (SDU) och Ung Vänster. Ung Pirat omfattas också i uppsatsen, eftersom förbundet är det tredje största politiska ungdomsförbundet i Sverige, enligt Ungdomsstyrelsen. Tiden som granskas är hösten 2011- våren 2014. Vad gäller avgränsning av medieform står medlemstidningen i fokus, eftersom den kan vara en naturlig plattform för journalistisk kommunikation, medan hemsida och sociala medier inte har generell karaktär av att vara journalistisk. Frågeställningen är dock hur pass fristående och journalistisk tidningen är - är det en journalistisk produkt bara för att den ser ut som sådan?

1.2 Syfte och frågeställning

Uppsatsen undersöker om organisationspress finns i politiska ungdomsförbund och hur, vilken funktion organisationspressen fyller och varför förbunden valt att ha eller inte ha en medlemstidning.

Frågeställning:

1. Vilka syften med medlemstidningen och anledningar till att de har eller inte har/har lagt ned sin medlemstidning nämner förbunden?
2. Vem skriver texterna på hemsidorna och vilken kategori av material finns där (intern information, reportage, nyhetsartiklar?)
3. Är redaktion och ansvarig utgivare fristående förbundsledningen?

1.3 Metod

Uppsatsen innehåller fyra delar med två olika metoder, redovisade nedan, vilka använts för att studien ska ha en hög validitet (giltighet) och reliabilitet (tillförlitlighet), det vill säga att studien ska undersöka det som krävs för att nå svar på frågeställningen på ett korrekt och sanningsenligt sätt. Litteratur till metoddelen är Metodpraktikan (Esaiasson mfl. 2012)

1) Två intervjustudier som redovisas i kapitel fyra i en sammanfattning och i kapitel fem i en tabell där fasta frågor sammanfattas med fria svar i punktform för att göra texten mer lättläst. En intervjustudie är en frågeundersökning baserad på muntlig kommunikation. De intervjustudier som används i den här uppsatsen är frågor med öppna frågesvar genom djupintervjuer. (Esaiasson mfl. 2012 s. 232). I kapitel fyra beskriver förbundsrepresentanter (angivna i kapitlet med namn och titel) varför de har/inte har en tidning och hur de kommunicerar på nätet. I kapitel fem presenteras en intervjuundersökning där förbundens tidningar redovisas utifrån kategorierna: upplaga, distribution, redaktion (vilka som skriver tidningen), ansvarig utgivare (fristående eller knuten till förbundsledningen), framtidsutsikter (vad förbundet vill med tidningen), intern granskning (om redaktionen har i uppgift att granska förbundets arbete och om sådan granskning bedrivs), om någon läsarundersökning har gjorts och vad den i sådana fall visat, och om medlemmarna kan komma till tals i tidningen. I kapi-

tel fem studeras de förbund som har eller hade en medlemstidning (fysisk eller digital) hösten 2011-våren 2012, vilket är: MUF, SSU, LUF, CUF, Grön Ungdom och Ung Vänster. Sedan dess har CUF:s och Grön Ungdoms tidningar lagts ned. KDU och SDU hade redan under tiden för studien lagt ned sina medlemstidningar. Ung Pirat har aldrig haft någon medlemstidning eftersom de inte ser något behov av detta; utan kommunicerar via hemsidan och sociala medier då de menar att det är tillräckligt för att kommunicera med medlemmarna, bilda opinion och debattera.

2) En kvantitativ innehållsanalys är en studie av ett material utifrån olika variabler. I kapitel sex redovisas en innehållsanalys av förbundens hemsidor utifrån vilka kategorier de har på sin hemsida samt innehållet i artiklarna på förstasidan. Studerad tid är 20-22 januari 2014. Med kategori menas de flikar som finns högst upp på varje hemsida. Förstasidan är den sida man kommer in på när man klickar in förbundets hemsidadress, med artiklar menas de texter på förstasidan som har rubrik och fullständig text eller läs mer-funktion som leder vidare till en längre artikel på hemsidan. Endast länkar till sociala medier eller andra flikar på hemsidan räknas ej som artikel i detta fall. Med interaktivitet menas möjligheten att dela, "gilla" (via facebook) eller kommentera texten på hemsidan eller via sociala medier. Delaktighet avser hur interaktiviteten faktiskt ser ut, genom att ange hur många delningar, kommentarer och gillanden som förstasidans artiklar har (direkt på förstasidan eller genom att klicka sig vidare). Delaktigheten anger endast det som syns på hemsidan, inte hur många som har delat texter utan att det har kommit upp på hemsidan, vilket alltså kan vara många fler.

3) I kapitel sju presenteras en kvantitativ innehållsanalys av Grön Ungdoms medlemstidning från start till nedläggning (1987 till 2012). Det första numret av tidningen från starten 1987 och vart femte år framåt, till 2011 granskas (alltså fyra år mellan de sista numren). I den studien har ett kodschemat upprättats, där varje artikel i tidningen har kategoriserats utifrån hur många sidor och artiklar tidningen har, vilken typ av artikel det är och hur många, om några, av artiklarna som har karaktär av att vara en intern " tredje statsmakt", alltså innehålla undersökande och problematiserande element av förbundets politik och arbete. Utifrån kodschemat diskuteras hur tidningarna är utformade i innehåll och hur detta har förändrats över tid. Tredje statsmakt finns med för att visa hur många av artiklarna som har en internt granskande profil (något som hemsidorna helt saknar, visar denna uppsats). Artiklarna som placeras i tredje statsmakt definieras även i en annan kategori.

En artikel får bara en kategori. Om en artikel har vinjetten "Politik" men innehåller ett tydligt *jag* och ett argumenterande för en personlig hållning, kategoriseras den som opinion/krönika eller möjligtvis reportage. Faktaartiklar som har någon meningar med uppmaningar kategoriseras däremot inte som debattartiklar, om den övervägande delen är fakta/granskande. Faktatexterna kan alltså ha inslag av uppmaning likt en opinionstext, då kraven på opartiskhet inte är lika höga i organisationspress som i nyhetsmedier (Organisationspress 2008). En artikel som exempelvis har vinjetten reportage, men inte har någon närvaro utan i stället handlar om ett ämne med ett utifrånperspektiv, hamnar i en annan kategori. Ett reportage är en längre journalistisk berättelse och ska innehålla person- och miljöbeskrivningar. Artiklar som främst är fakta eller debatt men även innehåller kortare scener (reportageinfluenser) kategoriseras utifrån huvudsyftet med artikeln och reportageinfluen- sen ses som en skrivteknik och inte som artikelformen.

Kodschema Grön Ungdoms medlemstidningar – kategorier i tidningarna

Variabler som analyseras. Syftet är att se vilken typ av artikel tidningarna har mer och mindre utav och hur detta har ändrats över tid.

1. Tidning – Nummer och år av Grön Ungdoms medlemstidning
2. Kategori – antal av varje kategori i tidningen:
 - A) Reportage
 - B) opinion/debatt/ledare/krönika
 - C) Förbundsordförande/förbundsstyrelse
 - D) Notiser
 - E) Personporträtt
 - F) Politisk artikel/faktatext/granskande
 - G) GU-aktiviteter som varit eller kommer att ske
 - H) Extern annons
 - I) Insändare
- 3) Totalt antal artiklar I tidningen
- 4) Antal sidor (omslag, första och sista sidan ej inräknad)
- 5) Tredje statsmakt - Artiklar som problematiserar förbundets eller moderpartiets politik och arbete, internt granskande om förbundet och ledning.

2. Definitioner

Här framgår vad som menas med olika begrepp som används i uppsatsen.

Politiska ungdomsförbund: Ett förbund med medlemmar från 7-13 år upp till 26-30 år, som har ett partiprogram, vilar på en politiskt ideologisk grund och bedriver politiskt opinionsarbete. I det här fallet gäller det de ungdomsförbund som har ett moderparti som sitter i riksdagen mandatperioden 2010-2014 samt Piratpartiets Ungdomsförbund, Ung Pirat. De politiska ungdomsförbunden är inte bundna till moderpartiet, men delar samma ideologi och i stort samma grundläggande politiska inriktning, även om sakfrågorna kan skilja sig åt. Förkortningar som används i uppsatsen: CUF (Centerpartiets Ungdomsförbund), KDU (Kristdemokratisk Ungdom) LUF (Liberala Ungdomsförbundet) MUF (Moderata Ungdomsförbundet), SDU (Sverigedemokratisk Ungdom) och SSU (Socialdemokraternas Ungdomsförbund). Grön Ungdom, Ung Pirat och Ung Vänster står med sina hela namn, då förkortningar för dessa förbund sällan används officiellt.

Journalistik: Skillnaden mellan journalistiskt skrivande (som den här uppsatsen tar upp – journalistik kan även vara inom radio och tv) och icke-journalistiskt skrivande är inte alltid lätt att definiera. En tidning eller en hemsida kan ha journalistiskt material och icke-journalistiskt material. Journalistik handlar om att samla in, välja ut, bearbeta och framställa innehåll ur verkligheten som når ut till mottagare genom en mediekanal, i det här fallet en digital eller fysisk medlemstidning. Journalisten informerar, kommenterar och granskar, oftast dagsaktuella händelser, det vill säga nyheter. Journalister möjliggör också forum för gruppkommunikation – mellan organisationer och grupper, till exempel inom organisationer, mellan politiker och invånare eller mellan myndigheter och allmänhet. Journalistiken förmedlar åsikter och samhällsdebatt, opinionsbildning och granskning av riksdag, regering, kommun, landsting, företag och andra beslutsfattare, vilket gör att medierna brukar kallas för den tredje statsmakten. I den här uppsatsen är begreppet tredje statsmakt överfört till att vara en intern "tredje statsmakt" inom organisationen, som granskar organisationsledningens styrande och arbete. Journalisten förväntas kontrollera källor, faktagranska sin text, låta båda sidor i en konflikt komma till tals och i största mån avstå från att ta ställning i nyhetstexter. Krönikor, debattartiklar och ledare kan ta ställning utifrån faktakontrollerade och nyanserade argument. Detta är journalistikens riktlinjer och syfte, men följs inte alltid. Artik-

lar som bryter mot journalistiska grundprinciper (de pressetiska reglerna) antagna av journalistförbundet kan anmälas till Pressombudsmannen, PO.

Nyhetsjournalistik förmedlar aktuella händelser, genom att informera/rapportera men även genom att granska, ta reda på mer fakta och ställa frågor till berörda parter.

Opinionsjournalistik syftar till att skapa engagemang och samtycke i en fråga som journalisten driver, ibland även i fråga som tidningen/organisationen arbetar för. Vanliga opinions-texter är ledare, krönikor och debattartiklar. Skillnaden mellan opinionsbildande *journalistik* och annons eller marknadsföring är att opinionsjournalistiken har krav på att vara saklig, baserad på fakta, och att journalisten ska ta fram egna källor och faktagranska sin text. Journalisten får inte undanhålla information som läsaren behöver för att själv kunna bilda sig en åsikt. Texten ska vara fristående, det vill säga inte köpt material exempelvis av ett företag eller organisation som vill sprida sin information genom en journalist. Andra former av journalistik är till exempel: sport-, kultur-, ekonomi- och vetenskapsjournalistik, som skriver om särskilda ämnen, med journalistiska arbetsmetoder. (Källa till de tre ovanstående kategorierna om journalistik: *Häger 2009 s 22-24 och 77-80*).

Organisationspress är journalistiska skrifter med opinionsbildande syfte som ges ut av organisationer, myndigheter, föreningar och förbund. Journalistförbundet menar att redaktionen ska dela organisationens eller myndighetens värderingar men vara fristående i sitt arbetsutövande inom tidningen. Journalistiken ska bedrivas enligt de pressetiska spelreglerna, garanteras tillgång på information från organisationens övriga delar och bedrivas av anställda journalister, inte läggas ut på entreprenad. Syftet med organisationspressen är enligt journalistförbundet att tillgodose medlemmarnas krav på insyn och att kunna granska organisationen. Organisationspress skiljer sig från förbundskommunikation, det vill säga riktad information från förbundsledningen till medlemmar och andra, i utformning och innehåll. En journalistisk skrift ska vara en produkt av redaktionellt arbete medan förbundskommunikation inte har sådana krav, då det inte är journalistiskt material. (Organisationspress 2008). Medlemstidningen kan jämföras med företags journalistiska produkter, vilka kallas kundtidningar. (*Lacis och Sandahl 2013 s 4*).

Medlemstidning: En tidning som varje betalande medlem får hem i brevlådan eller en digital produkt. Tidningen kan vara fristående organisationen eller vara förbundsledningens kommunikationskanal. Så här skriver medieföretaget OTW som producerar bland annat medlemstidningar på uppdrag av organisationer: "En medlemstidning är ofta alla organisationsmedlemmars gemensamma nämnare. Oavsett om ämnet handlar om skolan, motorfrågor, företagsamhet eller sjukdomar. Medlemstidningen är ofta den viktigaste kommunikationskanalen organisationen har till sina medlemmar/.../ökar kunskapen om organisationers kärnfrågor, bygger nätverk och initierar till debatt som gör att utvecklingen förs framåt" (otw.se). I en organisations medlemstidning kan alla utav nämnda journalistiska former och metoder förekomma. De kan även skriva om ekonomi, nyheter, vetenskap, kultur, rättsfrågor eller bilda opinion i politiska frågor utan att göra det journalistiskt. Tidningen behöver alltså inte vara organisationspress utan kan vara en icke-journalistisk medlemstidning. Skillnaden är att de icke-journalistiska tidningarna till exempel inte ge fler perspektiv, alla fakta som behövs, kommer inte med egna källor, granskar inte fakta och är inte fristående förbundet. Kanske är de till och med styrda av förbundet i sitt arbete kring vad de får och inte får skriva om och hur. (*Lacis och Sandahl. 2013 s 1-5*).

Interaktivitet: Två- eller flervägskommunikation. I den här uppsatsen nämns interaktivitet främst inom sociala medier och på förbundens hemsida. Interaktivitet kan givetvis även ske i en medlemstidning, exempelvis genom insändarsidor, men interaktiviteten är mer direkt genom nätkommunikation (*Olsson m.fl. 2007 s 37*).

Sociala medier: Sociala medier är nätsidor som kombinerar teknologi, social interaktion och användargenererat innehåll. Exempel är bloggar, wikier, poddradio och artikelkommentarer. Ett ord som används i och med twitter, instagram och facebook är hashtag (#) vilket är en symbol som sammanför olika objekt som har med varandra att göra. En person som skriver om ett förbund kan skriva # före namnet på förbundet och så sammankopplas det med andra inlägg med samma hashtag (socialamedier.se).

3 Bakgrund och tidigare forskning

Friheten att kunna tycka vad som helst och uttrycka det i tryckta texter, anses i Sverige så viktigt för demokratin att den är en grundlag. Opinionsjournalistiken är därmed inte bara viktig inom organisationen utan även i samhället i stort och som en grundbult i demokratin. Hans L. Zetterberg, sociolog, opinionsforskare och skribent om opinionsjournalistik:

”Fri opinionsjournalistik kan, liksom annan fri journalistik, endast finnas i länder som respekterar informationsfrihet. Moderna auktoritära regimer och diktaturer – både vänsterns och högerens – kontrollerar opinionsjournalistiken” (*Zetterberg 1986, digital källa, paper om opinionsjournalistik*).

Med sociala medier har den här möjligheten att göra sin röst hörd och på så vis aktivt delta i demokratin breddats. Utvidgningen av kanaler för uttryck och opinionsbildning är inte ny för 1990-2000-talen, men har gått snabbare än någonsin förr. Begreppet offentlighet beskrivs komma från antikens Grekland, då männen samlades på torget för att diskutera aktuella samhällsfrågor. På den tiden fanns en stor skiljelinje mellan stat och privatsfär. Opinionsbildningen har blivit en samordnare av folkets åsikter om hur samhället ska styras. Under 1900-talet skedde vad den tyske sociologen och filosofen Jürgen Habermas menar ett ”förstatligande av samhället”, där den statliga och privata sfären sammanblandades mer och mer. I dag har ”torget”, alltså det offentliga samtalet, flyttats till medier av olika slag. Första förflyttningen var till pressen som då endast var den tryckta tidningen, sedan till radion, tv:n och internet. Aktiviteten i de politiska ungdomsförbunden förs inte längre huvudsakligen öga mot öga på genom lokalföreningsmöten, aktioner och sociala tillställningar, årsmöte och regionala, nationella och internationella sammankomster, utan främst i medier som exempelvis sociala medier (*Grahn 2009. s 8-12*).

Mycket har hänt inom journalistiken de senaste cirka 20 åren i och med internets introduktion. Webben har gjort att partierna får direkt kommunikation med medborgarna, men också att de framstående politikerna framställs på nätet som kändisar, där politiken blir allt mer personifierad, menar Ulf Buskqvist, lektor i medie- och kommunikationsvetenskap (*Ekström och Kroon 2007 s. 80-83*). Buskqvist skriver:

”De svenska politiska webbplatserna fungerar främst som kampanjwebbplatser/.../De optimistiska menar att webben i detta avseende kan utgöra en kraft i en demokratisk revolution, genom att stimulera intresse och aktivism bland medborgare/.../Samtidigt finns det en risk att politiken populariseras och trivialiseras i en sådan utsträckning att medborgarna utvecklar misstro eller till och med förakt gentemot politiken” (*Buskqvist i Ekström och Kroon 2007. s 91-93*).

Buskqvist menar alltså att de politiska partiernas hemsidor är till största del kampanjwebbplatser, men som kan vara arenor för politiska samtal och bidra till att medborgarna blir mer allmänbildade. Däremot kan hemsidornas populariserade innehåll även leda till att politiken trivialiseras. Extremt generaliserat kan man säga att politiker vill vinna röster, journalistiken vill föra fram sanningen, men om medlemstidningen inte är fristående utan går förbundets ärenden och går i samma trend mot mer trivialiserat innehåll, är det ingen stor skillnad mellan materialen. Ulla Moberg, docent i medie- och kommunikationsvetenskap på Örebro universitet, hävdar att journalistiken och det redaktionella arbetet kan vara ett sätt att hålla de politiska diskussionerna inom förbudet strukturerade, medan nätets diskussioner är mer vardagliga och inte lika kontrollerade. Hon menar att nätkommunikationen kan leda till att samtalet blir hårdare och inte lika vårdat. Journalisten däremot är utbildad inom pressetiska regler och har ”språkets gåva”, menar hon. Moberg tar upp en allmän rädsla med nätets utbredning; att språket blir mer trivialt, ja till och med vulgärt.

”Kanske handlar diskrepanserna mellan de etablerade debattörernas språkbruk och de vanliga medborgarnas egentligen om klasskillnader – det som uppfattas som dåligt beteende är helt enkelt ett icke medelklassbeteende. Människor som tidigare inte haft tillträde till publika arenor kan nu via elektroniska medier reagera på debattartiklar och politiska uttalanden/.../Men ett demokratiskt samhälle behöver en aktiv och kritisk allmänhet som kan skapa opinion och utmana den etablerade, medievana eliten. Och man kan förmoda att diskussioner mellan medborgarna om samhällsfrågor får positiva konsekvenser för det politiska livet” (*Ekström och Kroon. 2007 s 70-74*).

Språket och innehållet i tidningarna som en förtroendeingivande, demokratisk mediekanal, kan med Mobergs retorik vara något som talar för att ha kvar en journalistisk produkt i för-

bundet. Men många av de politiska ungdomsförbundens medlemstidningar har genom historien och även i dag saknat utbildade journalister och i stället drivits av engagerade medlemmar. Huruvida medlemstidningen är journalistik eller ej är inte definierad bara för att förbundet har en redaktionell tidning. Journalister har inte patent på ett vårdat språk och långt ifrån alla journalister och journalistiska produkter håller den kvalitet som klassas som hög. Även journalister gör många gånger grodor, har ett ovårdat språk och faller för frestelsen att tala för sin egen sak, i stället för att vara opartisk och sakligt korrekt. Efter en titt på vad skribenterna gör vid sidan av sitt engagemang i förbundetidningen, går det att utläsa att de ofta studerar på universitet i olika humanistiska ämnen. Således har även dessa en hög utbildning och är tränade i ett formellt språk. Kanske är det viktigt för förbundet inte hur samtalet ser ut rent grammatiskt i medlemstidningen, utan om faktauppgifter stämmer och att demokratin gynnas genom att medlemmar får komma till tals.

Ett större problem för förbunden, än om debatten på nätet möjligtvis blir ostrukturerat och inte håller lika hög språklig korrekthet som i en journalistiskt kvalitativ produkt, är att de tappar allt fler medlemmar och på så sätt inte får samma engagemang för sin politik. Sverige är ett land som har många organisationer i förhållande till befolkningens mängd och en lång historia av tidningar av olika slag. Det är därmed naturligt rent kulturellt i Sverige att politiskt opinionsarbete sker inom organisationer och genom yttrandefrihet. De politiska ungdomsförbunden har tusentals medlemmar och behöver liksom andra förbund kommunicera på ett effektivt sätt. Däremot tappar förbunden medlemmar och söker nya sätt att dels värva, dels behålla medlemmar. Camilla Axelsson skriver i sin D-uppsats *Ungdomars politiska engagemang* att demokratin anses hotad på grund av att allt färre ungdomar är delaktiga i det offentliga rummet. Däremot visar flera studier att ungdomarnas deltagande inte minskat, bara förändrats. Från att svenskarna förr i större utsträckning var del av ett parti, är de nu engagerade när det behövs, som "jourhavande samhällsmedborgare". De deltar i debatter och diskussioner och engagerar sig i projekt i vardagen. (Axelsson 2009 s 2-7).

Unga vill vara aktiva och engagerade, menar Axelsson, men engagemanget ser inte likadant ut på 2000-talet som den tradition som byggdes upp under 1900-talet. De politiska ungdomsförbunden tappar medlemmar men engagemanget minskar inte, utan uttrycker sig på andra sätt. Internet har i dag en allt mer betydande del i kommunikationen mellan människor, både privat och offentligt. Därmed försöker politiska ungdomsförbund nu söka möta

unga i de fora där de befinner sig och med de medel de önskar se för sitt engagemang (Axelsson 2009 s 11). Det digitala engagemanget är mer direkt och interaktivt och tycks passa unga bra. De aktiva medlemmarna söker gärna information själva och på nätet finns i dag mer information tillgänglig än någonsin. Den ökade mängden information gör det också svårare att få hantera och sortera materialet. (Nygren och Wadbring 2013 s 215-218).

”Än så länge är den politiska aktivismen på nätet möjligen överskattad, eftersom den till stor del bara omfattar en mycket politiskt aktiv och engagerad minoritet av väljarna. Samtidigt är det uppenbart att de ledande nyhetsmediernas eget politiska material i allt större utsträckning publiceras och tillgängliggörs på nätet. Detta material kopplas också allt oftare samman med annat politikrelaterat innehåll, och den politiska journalistiken blir därför snarare ett komplement än en konkurrent till annat politiskt innehåll” (Nygren och Wadbring 2013 s 219).

Michael Karlsson, medieforskare, menar att det finns för- och nackdelar med att nätet får större utbredning till paperstidningens nackdel:

”/.../läsarna är kunnigare än journalisterna och kan därmed hjälpa till med att göra nyheterna bättre, både genom att själva producera nyheter inom sitt expertområde och genom att ge konstruktiv kritik till den journalist som arbetar med nyheter. Teoretiskt sätt är detta ett alldeles lysande argument, eftersom det är lätt att instämma i logiken att bland fyra miljoner läsare på aftenbladet.se måste det finnas åtminstone en som är kunnigare än den journalist som skriver artikeln. Dock finns några komplikationer med denna logik. Hur sållar exempelvis, den i sammanhanget per definition okunnige, journalisten den information av skiftande kvalitet som läsare kommer med?” (Karlsson i Olsson m.fl. 2007 s 42).

Om detta problem, med att skilja på fakta och åsikt, är således en fråga av problematisk dignitet. Säkert är att internet medfört en enorm mängd informationskommunikation och att förbund och partiet använder sig av internet i allt större utsträckning för att informera och bilda opinion. Med de sociala medierna kan förbunden själva sätta dagordningen och bestämma vilken information som ska komma ut till publiken. Detta är revolutionerande då politiker och medier tidigare har haft en mycket komplicerad relation, där politikerna blev granskade och det de ville säga var på mediernas villkor, nu tar de själva makten över vad

som skall förmedlas, när och hur. Papperstidningar ses numera som "gammelmedia" men har de fortfarande en betydande roll i samhällsdebatten. Den har i vanliga fall en redaktion med utbildade journalister som följer de pressetiska reglerna och ska ha ett kritiskt tänkande (inte en garanti för god kvalitet, men åtminstone en gemensam yrkesgrund med etiska riktlinjer). De nya medierna som inte är knutna till en redaktion har ännu inte fått något regelverk av liknande slag. Lars Ilshammar, historiker och skribent, menar följande i boken "Journalistik, nätet och maktens ordningar": I stället för att tala för eller emot internet kontra papperstidningen borde vi föreställa oss en "kommunikativ sfär där medieformer hela tiden relaterar till varandra, kompletterar och förbättrar, lånar eller stjälar, ingår allianser och bildar symbiotiska förhållanden, snarare än att bekämpa och exkludera varandra" (Ilshammar i Olsson m.fl. s 68). Värderingarna om papperstidningen som "gammelmedia" är däremot hårdtagna, papperstidningen är långt ifrån död och sociala medier har inte tagit över journalistiken i traditionella medier, utan snarare kompletterat dem menar han. Några av de politiska ungdomsförbunden lägger ned sina tidningar medan andra tvärt emot satsar mer på tidningen. Detta kan tänkas bero på *analoga eller digitala värderingar*, som mediestrategen Brit Stakston skriver i boken "Politik 2.0". De analoga värderingarna innebär att våra värderingar till största del styrs av den fysiska omgivningen och ett begränsat antal personer som vi väljer att skapa en relation med. Man förlitar sig på experter och etablerade traditionella sändare i form av journalister och organisationer. Den digitala värderingen innebär en större bredd och att individen är mer benägen att själv söka information och testa nya möjliga tolkningar och perspektiv och inte är lika benägen att söka sig till traditionella medier och förlita sig på experter. (Stakston 2010 s 40-42). Stakston skriver:

"En fysisk produkt med den taktila upplevelsen som en tryckt tidning ger är mer på 'riktigt' för den med analoga värderingar. Någon med mer digitala värderingar tycker ofta att papperstidningen präglad av att vara inaktuell och saknar de möjligheter till interaktion som tidningen har via nätet" (*ibid*).

Tidningar och sociala medier lockar därmed olika typer av människor (och många väljer att besöka både hemsidor, delta i sociala medier och läsa tidningarna – vi är sällan endast det ena eller det andra i våra digitala/analoga värderingarna utan kan se fördelar med båda). Brit Stakston menar även att de som besöker förbundens hemsidor eller läser tidningen är de som redan är intresserade (*ibid s 107*). Vill förbundet kommunicera till medlemmarna kan då

båda metoderna fungera bra internt och komplettera varandra, men för att nå ut till fler krävs att ge sig ut på andras marker för att kommunicera. Journalistiska medel överväger här, som debattinlägg i tidningar och utfrågningar i tv-program, utifrån vad politiker själva väger som de tyngsta kommunikationsmedlen, medan sociala medier hamnar långt ned på förtroendelistan över kommunikationsvägar (*Nygren och Wadbring 2013 s 217-218*). Lars Ilshammar skriver om utarmningen av journalistiken till fördel för interaktiv kommunikation där medlemmarna sätter dagordningen och diskuterar fritt:

"Gränsupplösningen är också synlig hos många av de politiker, journalister och opinionsbildare som skapat personliga hemsidor eller börjat blogga. Det är ofta svårt att avgöra om bloggaren torgför sina åsikter i rollen som representant för sitt parti, medieföretag respektive intresseorganisation, eller enbart som privatperson. Många bloggare ger ett ambivalent intryck. En gråzon mellan de tidigare klart definierade kategorierna offentligt och privat har därmed uppstått. I halvoffentligheten gäller inte etablerade massmediala normsystem som till exempel spelregler för press, radio och tv. Och någon ansvarig utgivare att ställa till svars för övertramp finns sällan" (*Olsson m.fl. 2007 s 77*)

Detta, att felaktiga fakta först ut till en stor publik, kan givetvis även ske i en journalistisk text så väl i en medlemstidning som i de stora nyhetstidningarna, men de senare har i alla fall ett lite större skydd genom det journalistiska arbetssättet som i bästa fall vilar på noggrant och kritiskt analyserande och faktakontroll, med en redaktör med övergripande ansvar för en oberoende produkt, och inte endast en individ med vilja att föra fram sin ståndpunkt.

4. Valet att ha eller inte ha en medlemstidning

Här beskriver de politiska ungdomsförbunden varför de har valt att ha eller inte ha en medlemstidning på papper eller digitalt. Det är förbundsrepresentanter som svarar direkt på frågorna. Svaren är sammanfattningar av intervjuer, för att göra innehållet mer lättläsligt. Intervjustudien har gjorts med fasta frågor och öppna svar.

Person	Titel/ansvarsområde	Förbund
Simon Olsson	Pressekreterare/informationsansvarig	CUF
Göran Hådén	F.d. redaktör Nisse Hult	Grön Ungdom
Kalle Bäck	Pressekreterare	KDU
Jakob Nyström	Liberal Ungdoms chefredaktör	LUF
Joakim Liljeberg	Pressekreterare	MUF
John Antonsson	Frihets andreredaktör	SSU
William Hahne	Vice förbundsordförande	SDU
Anton Nordenfur	Kontaktperson Östra Distriktet	Ung Pirat
Hanna Cederin	Förbundssekreterare	Ung Vänster
Tove Liljeholm	Redaktör Röd Press	Ung Vänster

Tabell 1: Förbundsrepresentanter - namn, förbund och vilken titel de har.

Centerpartiets ungdomsförbund:

Ingen tidning: "CUF har under lång tid haft en medlemstidning under olika namn fram till år 2013 då den lades ned på grund av tidsbrist och att det fanns för få intresserade skribenter. Sista året fanns en webbaserad tidning med namnet tidningen Verto. Tidningen lades ned i tryckt form 2009. Mycket av det som fanns där har flyttat till hemsidan och sociala medier. Det finns inga planer på att starta tidningen igen. I stället har förbundet kommunikation med medlemmarna genom mejlutskick och sociala medier, där är det finns både journalistiska texter och information om aktiviteter", säger pressekreterare Simon Olsson.

Nätet: "På hemsidan är det mestadels kommunikation till medlemmar och allmänhet, pressmeddelande och debattartiklar. Det händer men väldigt sällan att det är en redaktionell text" säger Simon Olsson. (Olsson, intervju).

Grön Ungdom

Ingen tidning: Grön Ungdoms medlemstidning startades 1987 under namnet New Zine, bytte samma år namn till Nisse Hult och hette så till år 2007, då den bytte namn till Avtryck. Tidningen drevs av engagerade medlemmar. Tidningen lades ned 2012 av ekonomiska skäl.

Nätet: Kommunikation, information, och sociala medier (Hådén, intervju).

Kristdemokratiska ungdomsförbundet

Ingen tidning: "KDU har valt att inte ha en medlemstidning just nu på grund av de höga kostnaderna för att driva tidning, även om tidningen bedrevs ideellt. Det krävs mycket resurser att trycka och administrera en tidning. Det finns andra, billigare vägar som bättre når medlemmarna, som sociala medier där de redan finns" säger pressekreterare Kalle Bäck.

Nätet: "Ordföranden har ett nyhetsbrev över mejl som kommer ut ungefär en gång i månaden. I nyhetsbrevet diskuteras vad som händer i förbundet, vad förbundsordföranden tänker om politiken och vad han gör i sitt arbete. På nätet kan vi få mer kommentarer och trösklarna mellan medlemmar och förbund blir mindre. Man måste ha nya former att nå ut till medlemmarna och nya sätt att jobba effektivare" säger Kalle Bäck. (Bäck, intervju).

Liberala ungdomsförbundet

Har tidning: För passiva medlemmar är medlemstidningen en påminnelse om att de är med i förbundet. En passiv medlem kan bläddra i tidningen vid matbordet eller läsa i den när den har tid över och välja de artiklar som intresserar denne. Det krävs mer av medlemmen att gå in på hemsidan och leta upp något intresseväckande" säger chefredaktör Jakob Nyström.

Nätet: Kommunikation, information, kalendarium. (Nyström, intervju).

Moderata Ungdomsförbundet

Har en tidning: Medlemstidningen Blått, startades 1996- 1997 och har utkommit sedan dess, i lite olika utgivningstakter. Tidningen startades som "en kampanjgrej och som gratistidning, som svar till Metro som började dyka upp då" enligt pressekreterare Joakim Liljeberg. Men ses numera som en medlemstidning. "Tidningen är ett kommunikationsmaterial som inte behöver vila på journalistiska grunder. I stället är syftet att försöka skapa engagemang och

uppmärksamhet kring förbundets aktiviteter. Skribenter är och har alltid varit medlemmar i förbundet. Förbundet har inga mejlutskick" säger Joakim Liljeberg.

Nätet: "Sociala medier används för kommunikation till medlemmar och andra intresserade. Viktigt att komma ihåg här att vi inte gör någon skillnad på intern och extern kommunikation i MUF. I dag är all kommunikation tillgänglig för alla ändå, så det är irrelevant vad som är riktat externt och internt", enligt Joakim Liljeberg. Även hemsidan riktar sig både till medlemmar och andra. Inga journalistiska texter på hemsidan (Liljeberg, intervju).

Socialdemokraternas Ungdomsförbund

Två tidningar: Frihet startades år 1917 "i samband med demokratins totala genombrott i Sverige. Medierna var dominerade och ägda av kapitalister som inte hade något intresse av att berätta om de nyheter som engagerade den organiserade arbetarklassen" säger tidningens andreredaktör, John Antonsson. Tvärdrag, som startades 1918, är en tidning som skrivs av ideella medlemmar till skillnad från Frihet som skrivs av anställda journalister.

Nätet: Kommunikation, kampanj och information på hemsidan och sociala medier. (Antonsson, intervju).

Sverigedemokratisk ungdom

Ingen tidning: "SDU har tidigare haft en medlemstidning men valt att lägga ned den för att övergå till sociala medier, främst facebook och twitter, samt den egna hemsidan. De har också nyligen startat ett Instagram-konto. SDU har lagt ned tidningen av resursbrist och för att det digitala har ersatt den fysiska medlemstidningen, men det finns ingen redaktionell verksamhet digitalt i dag" säger vice förbundsordförande William Hahne.

Nätet: "Det som företrädesvis läggs ut är uppdateringar om vad som händer i förbundet, när förbundet figurerar i media och allmänna uppdateringar om aktuella händelser. Vi använder också de sociala medierna för att informera om kommande aktiviteter och evenemang. På de sociala medierna läggs inga journalistiska texter ut, däremot så använder vi dem för att länka till texter, blogginlägg och artiklar som förbundets företrädare författat. På vår hemsida publicerar vi ibland debattartiklar skrivna av förbundets företrädare. På lokal- och reg-

ional nivå används ofta e-postutskick till förbundets medlemmar för att informera om medlemsaktiviteter" säger William Hahne (Hahne, intervju).

Ung Pirat

Ingen tidning: "Vi har inte sett behov av en medlemstidning och det kräver mycket arbete att driva tidning" säger Anton Nordenfur, kontaktperson för Östra Distriktet i Ung Pirat.

Nätet: "Anna skickar ut ett en gång i veckan genom email och över hemsidan. Vi har en väldigt stark flervägskommunikation mellan exempelvis partiledning och partistyreelse och medlemmarna, någonting som ofta saknas inom många andra partier. Journalistik och internet utesluter verkligen inte varandra, snarare använder sig många journalister effektivt av internet i sitt arbete, menar förbundet. För att undvika enkelriktad kommunikation från förbundet till medlemmarna har Ung Pirat en decentraliserad webbsida där innehållet skrivs av medlemmar och lokala aktivister", säger Anton Nordenfur (Nordenfur, intervju).

Ung Vänster

Två medlemstidningar: Ung Vänster har en medlemstidning (Rak Vänster) och en utåtriktad tidning (Röd Press). "Vem som helst kan prenumerera på sistnämnda medan alla medlemmar får tidningen Rak Vänster hem i brevlådan. Röd Press startade 1982. Tidningen används för att nå ut till politiskt intresserad vänsterungdom som kanske ännu inte blivit medlemmar i förbundet. Till debatt används interntidningen Rak Vänster", säger Tove Liljeholm, redaktör för Röd Press.

Nätet: "Vår kommunikation på sociala medier handlar främst om information, länkar till bloggtexter skrivna av ordföranden och vice ordföranden, pressmeddelanden, uttalanden och liknande. På hemsidan har vi pressmeddelanden och uttalanden och liknande. Vi har även en blogg där vi publicerar lite andra typer av texter" (Liljeholm, intervju).

Sammanfattning förbundens kommunikationshistoria

Förbund	Grundades	Antal medlemmar	Tidning	Startår	Lades ned	Kanaler för nät-kommunikation
CUF	1917	1 178	Nedlagd	1941	2009	Hemsida och sociala medier
Grön Ungdom	1986	3 025	Nedlagd	1987	2012	Hemsida och sociala medier
KDU	1966	3285	Nedlagd	1970-talet	2013	Nyhetsbrev, hemsida, sociala medier
LUF	1934	2 391	Liberal Ungdom	1911	Finns ännu	Hemsida och sociala medier
MUF	1934	8 360	Blått!	1969	Finns ännu	Hemsida, sociala medier
SSU	1917	4 399	Frihet och Tvärdrag	1918 resp. 1917	Finns ännu	Hemsida, sociala medier
SDU	1993	3 307	Nej	-	-	Nyhetsbrev, hemsida, sociala medier
Ung Pirat	2006	4 324	Nej	-	-	Hemsida, sociala medier
Ung Vänster	1903	2 880	Röd Press och Rak Vänster	1982 och 1903	Finns ännu	Hemsida, sociala medier

Tabell 2: Sammanfattning av förbundens kommunikationshistoria. Grundår och antal medlemmar 7-25 år kommer från svenska wikipedia hämtat 2013-12-22 och gäller år 2012. Övriga uppgifter är från intervjuerna med förbundsrepresentanterna listade ovan. Startår för tidningen gäller första tidningen, den kan ha bytt namn under årens lopp.

5. Resultat förbunden och medlemstidningarna

Här följer statistik om medlemstidningarna, sammanfattat utifrån angivna kategorier utifrån intervjustudie. Sedan den här studien utfördes har även CUF:s och Grön Ungdoms tidningar lagts ned. Studien har genomförts 2011-2012.

Centerpartiets Ungdomsförbund, CUF

CUF hade en digital medlemstidning vid tiden för undersökningen, Verito, men den lades ned under år 2012. Källa är Joakim Josefsson, ansvarig för dåvarande tidningen Verito.

Kostnad: "Vi är en webbaserad tidning och har inga direkta kostnader för att producera den. Våra enda kostnader är webbhotellet som ligger på runt 300 kr om året och produktionen av själva hemsidan som gjordes av ett externt företag, men det var en engångskostnad".

Finansiering: "Tidningen finansieras endast genom förbundet och vi har inga annonser eller andra intäkter från externa finansiärer".

Redaktionen: "Medlemmar som alla arbetar ideellt".

Ansvarig utgivare: "Anders Dahlberg drog igång projektet och sedan valde förbundsstyrelsen honom som ansvarig utgivare. Han är en del av förbundsstyrelsen (förtroendevald) och arbetar ideellt. Den som i stora mått är ansvarig för det som skrivs och för produktionen är jag som är redaktör för tidningen".

Läsarundersökning: "Vi är fortfarande ganska nystartade och vi har därför inte gjort någon läsarundersökning".

Intern granskning: "En intern granskning sker men är inget som vi aktivt jobbar med. Om vi tycker något är fel inom moderpartiet eller ungdomsförbundet kan vi skriva artiklar om detta. Vi ser det som en positiv del att vi kan vara självkritiska och det är också därför vi fått ganska fria tyglar att skriva om det vi vill i stället för att förbundsstyrelsen leder vårt arbete".

Medlemmarnas röst: "Medlemmarna kan skriva egna artiklar, debattartiklar och liknande för att framföra sina åsikter".

Framtid: "Vi ser positivt på framtiden och tror att tidningen kommer växa och vi hoppas givetvis att den kommer vara en bra källa för andra traditionella medier i framtiden. Tanken är att vi ska bilda opinion och skapa en plattform för våra medlemmar att utvecklas på mer än ett politiskt plan. Det gör vi genom denna tidning" (Josefsson, intervju).

Grön Ungdom:

Källa är redaktör Sofia Hedman. Tidningen har lagts ned, sommaren 2013. Den här intervjun gjordes före nedläggningen, april 2012, därav svar från när tidningen fanns.

Upplaga: "Ca 4 000, består av medlemmar och prenumeranter, fyra nr/år".

Kostnad: "Tidningen kostar lite olika från år till år. I år (2012) har vi haft en budget på ungefär 170 000 kronor för fyra nummer, tidigare år har man haft lite mer men vi har skrotat arvoden förra året för att få råd".

Finansiering: "Förbundet finansierar tidningen. Viss inkomst från prenumeranter".

Distribution: "I dag får varje medlem och prenumerant en fysisk tidning i brevlådan, i framtiden kan tidningen endast komma ut i digital form. Tidningen finns också på Grön Ungdoms hemsida i digitalt format".

Redaktionen: "Ideella medlemmar med olika bakgrund, valda av kongressen".

Ansvarig utgivare: "Jag, Sofia Hedman, ideell medlem som utsågs på kongressen".

Läsarundersökning: "Nej. Det har jag tyvärr inte haft tid med, men hade en tanke på det när jag började. Kongressen hade en lång debatt om tidningen förra året (2011) vilket var ett litet prov på var förbundet står".

Intern granskning: "Vi har en rapport från förbundsstyrelsen i varje nummer, där de berättar vad de beslutat om och vad som är på gång. Men i övrigt har vi inte det".

Medlemmarnas röst: "Medlemmar har möjlighet att skicka in insändare och diverse artiklar till tidningen".

Framtid: "Kongressen beslutar i februari om tidningen får vara kvar" (Hedman, intervju).

Liberala Ungdomsförbundet, LUF:

Källa redaktör Jakob Nyström.

Upplaga: "Cirka 2000 exemplar per nummer. Fyra nummer per år. Upplaga beroende på medlemsantalet i förbundet. Under valår är det fler medlemmar, senaste valet 2010 ungefär 3000 medlemmar".

Kostnad: "Kostat 19 000 kronor per nummer, med det nya formatet (skrivet 2011) kommer tidningen att kosta 12 000 kronor per nummer. De stora kostnaderna är resor, tryck och porto. Små kostnader är till exempel för att köpa in böcker att recensera".

Finansiering: "Förbundet. Tidningen kan vid undantagsfall ha annonsörer, men Liberal Ungdom går ut till en liten och begränsad målgrupp och har därmed svårt att locka externa annonsörer. De annonsörer som kan vara intresserade är studieförbund, andra tidningar och organisationer".

Distribution: "Alla medlemmar får en tidning i brevlådan".

Redaktionen: "Medlemmar som arbetar ideellt. Redaktionen utses årligen på LUF:s kongress".

Ansvarig utgivare: "Jag, ideell medlem som utsetts på LUF:s kongress och blivit nyvald".

Läsarundersökning: "Nej. Jag har tänkt på det men det skulle ta mycket tid och administrativt arbete att utföra".

Intern granskning: "Ja, tidningen kan vara självkritisk. Första numret förra året (skrivet 2011) tog upp det som varit bra och mindre bra med folkpartiet förra mandatperioden. Vi vill gärna ha in externa skribenter som kan komma med andra åsikter. Jag hade som mål att även få in skribenter som inte är folkpartister men det har varit svårt och många av dem jag har kontaktat har inte ens svarat. Jag ser det som en självklarhet att man utvecklas mest som politiker om man stöter sina argument med andras åsikter och får ta del av tankar som inte bara är i linje med partiets, även om en politisk tidning såklart ska ha fokus på den egna ideologin och politiken".

Medlemmarnas röst: "Medlemmar kan om de skickar in en tillräckligt intressant och kvalitetsmässigt bra krönika, debattartikel eller annan text bli publicerad i tidningen. Förbundet anser att skrivande är viktigt och anordnar därmed skrivutbildningar".

Framtid: "Tidningen får en ny layout men behåller innehållet som har en bra balans mellan långa och korta reportage, sakfrågor och ideologi" (Nyström, intervju).

Moderata Ungdomsförbundet – MUF

Källa Joakim Tholén, redaktör för tidningen Blått.

Upplaga: "13 000 exemplar, fyra nummer om året".

Kostnad: "27 000 kronor per utgåva (nummer). När satsningen är genomförd räknas tidningen kosta 47 000 kronor per nummer" (förbundet var under tiden för studien - 2012 - i en omorganisering av tidningen).

Finansiering: "Pengar från förbundet, annonser och privata bidrag. Större andel annonser väntas framöver. I dagsläget ligger annonserna på 8 000 kronor per nummer".

Distribution: "Tryckt tidning till medlemmar, skolor, bibliotek och opinionsbildare. Nät-tidning som går att läsa i sin helhet. På nätet kan medlemmarna kommentera och föra en diskussion om tidningens innehåll".

Redaktionen: "Arbetar till största delen ideellt. Jag är anställd chefredaktör och får arvode. Redaktionen är utsedd av förbundsstyrelsen och förbundsordföranden är ansvarig utgivare. I övrigt arbetar redaktionen självständigt".

Ansvarig utgivare: "MUF:s förbundsordförande".

Läsarundersökning: "Nej".

Intern granskning: "Inte uttalat, men debatter tas upp ständigt om vad vi står för".

Medlemmarnas röst: "Alla medlemmar är varmt välkomna att kontakta Tidningen Blått för att på eller annat vis bidra till vår verksamhet. Att fånga upp och ge utrymme åt talangfulla skribenter är en mycket viktig del av vårt arbete. Däremot borde vi bli bättre på lyfta den möjligheten för våra medlemmar direkt i tidningen så fler blir uppmärksammande på att alla är välkomna att bidra i den mån det är möjligt".

Framtid: "Redaktionen planerar att hålla paneldebatter om artiklar i tidningarna, för att få feedback direkt av medlemmar och andra" (Tholén, intervju).

Socialdemokratiska ungdomsförbundet – SSU

Källa för Tvärdrag är chefredaktör Maja Nordström. Källa Frihet är redaktör Daniel Mathisen.

Tvärdrag

Upplaga: "10800 ex/nr, fyra nummer per år".

Kostnad: "Budget för tidning plus redaktionsträffar är 800 000 kr per år".

Finansiering: "I dagsläget har vi inga annonsintäkter, men det varierar".

Distribution: "Tidningen skickas till prenumeranter, finns ibland på Pressbyrån och den sprids via studiecirkel och seminarium. Det finns också en hemsida där delar av materialet läggs upp".

Redaktionen: "Redaktionen består av representanter för distrikten, totalt tolv stycken".

Ansvarig utgivare: "Ansvarig utgivare sitter i SSU:s förbundsstyrelse. Denne jobbar tillsammans med redaktören som är anställd. Ansvarig utgivare är således förtroendevald och arbetar ideellt och delvis som uppdragsgivare till redaktören. Redaktören rekryteras baserat på erfarenhet etcetra". Ansvarig utgivare heter i dag Riad Aliefendic och är även ansvarig för bostadspolitiken inom SSU.

Läsarundersökning: "Vi har inte gjort någon läsarundersökning".

Intern granskning: "I stora idépolitiska stridsfrågor debatteras det ofta från olika håll för att kontrastera debatten. Men detta är inte ett forum för intern granskning eller kritik".

Medlemmarnas röst: "Detta är SSU:s tidning, den skrivs av medlemmar, representanter för distrikten. Det finns även debattdelar för övriga medlemmar. De medlemmar som är intresserade av att skriva ges plats för att utvecklas".

Framtid: "Tvärdrag har en viktig roll att fylla som den unga socialdemokratins debattorgan. Här vädras nya frågor och ställs krav, skribenter skolas och argument vässas. Detta är mycket uppskattat och viljan finns att driva det vidare. Tidningens format och innehåll är säregnet och svårt att uppnå på samma sätt på internet exempelvis på hemsidan, men troligtvis kommer den sidan stärkas upp i framtiden. För spridning av texter, inbjudan till seminarium etcetra är facebook ypperligt. För kortare debatter och mer öppna former, fler skribenter och rappare rapportering fungerar vår hemsida bra. Hemsidan är dock ej uppdaterad i nuläget då vi jobbar på en ny hemsida" (Nordström, intervju).

Frihet

Upplaga: "10 100 ex/nr. Åtta nummer per år".

Kostnad: "Exakt vad tidningen kostar förbundet är svårt att räkna på. Grovt räknat kostar den 3,8 miljoner kr/år. Tidningen är en ekonomisk förening med en egen budget".

Finansiering: "Tidningen finansieras huvudsakligen av SSU, men också genom annonsintäkter".

Distribution: "Dels fysiskt till SSU:s medlemmar och prenumeranter. Och dels på nätet i form av att allt material läggs ut på webben och även på Issuu.com/frihet. Inom kort (svarat års-

skiftet 2011/2012) lanserar vi en ny webb och kommer sannolikt distribuera tidningen på iPad också".

Redaktionen: "Anställda journalister och en utbildad layoutansvarig. Samtliga har lön. Restande del av tidningen köper vi in frilansmaterial till".

Ansvarig utgivare: "Frihet Media har en egen styrelse, då det är en egen ekonomisk förening, och chefredaktören är endast ansvarig inför den styrelsen. Chefredaktören utses också av samma styrelse".

Läsarundersökning: "Ja. Den visar att medlemmar i SSU ser Frihet som den största behållningen med att vara medlem i SSU".

Intern granskning: "Både ja och nej: Nej, tidningen granskar inte SSU, Ja, varje nummer rymmer krönikor av personer som ofta saknar koppling till socialdemokratin".

Medlemmarnas röst: "Genom att skriva insändare och genom att vara med i 'Å andra sidan' eller intervjuas till reportage".

Framtid: "Förra året (skrivet 2011) gjorde vi en re-design av tidningen som varit väldigt lyckad. Just nu är vi i slutfasen av att lansera en ny webb, parallellt med att vi stugar om något i tidningen för att göra den tjockare. Utöver det har vi kvantitativa mål för antalet prenumeranter och återförsäljare, liksom kvalitativa mål för hur läsarna uppfattar tidningen" (Mathisen, intervju).

Ung Vänster:

Källa för medlemstidningen Rak Vänster är Ung Vänsters informationssekreterare Felicia Olhy och för prenumerationstidningen Röd press är chefredaktör Tove Liljeholm källan.

Rak Vänster

Upplaga: "Upplagan är vanligtvis mellan 3000 och 5000 exemplar per nummer".

Kostnad: "Tidningen kostar ca 88 000 kr/år i tryckkostnader, det varierar lite beroende på medlemsantal. En tidning kostar ca 4,50 för oss att producera i tryckkostnader sedan tillkommer kostnader kring porto (ca 100 000 kr/år) och personal".

Finansiering: "Vi har inga intäkter från annonser - de annonser vi har i tidningen är gratis för annonsörerna. Tidningen betalas av Ung Vänster".

Distribution: "Tidningen skickas hem till alla betalande medlemmar per post".

Redaktionen: "Alla som skriver i tidningen är medlemmar jobbar helt ideellt. Vi har en person (jag, som jobbar som informationssekreterare) som har som arbetsuppgift att layouta tidningen, men inte skriva artiklar. Redaktionen bestämmer temat på tidningen och skriver de flesta artiklarna".

Ansvarig utgivare: "Ansvarig utgivare är förbundssekreterare Hanna Cederin. Hon har sista ordet när det kommer till tidningen, men i övrigt är hon inte inblandad när tidningen tas fram".

Läsarundersökning: "Nej, det har vi inte gjort".

Intern granskning: "Nej, det gör inte vi som redaktion. Om någon medlem i redaktionen vill kritisera eller granska förbundsstyrelsen så skulle det gå till på det normala sättet, det vill säga att han eller hon får skriva en artikel som publiceras i dennes namn. Vi som redaktion skulle inte skriva under med Rak Vänster-redaktionen".

Medlemmarnas röst: "Alla medlemmar har rätt att få sina artiklar, texter, bilder eller debattartiklar publicerade, vi nekar aldrig någon, om texten/innehållet inte bryter mot svensk lag".

Framtid: "Vi använder både tidningen och andra kanaler i dag, och kommer att fortsätta på det spåret. Vi tror att en interntidning är ett viktigt verktyg för organisationen på många sätt. Vi har en annan utåtriktad tidning - Röd Press - som vi också tror är viktig som ett alternativ till borgerlig media eller opolitiska ungdomsmagasin" (Ohly, intervju).

Röd Press

Upplaga: "Liten upplaga på 500 ex/nr. Fyra nummer per år".

Kostnad: "Det beror lite på hur man räknar. Tryckkostnaderna står för en utgift, men samtidigt har vi en redaktör på halvtid och en arbetsplats på Ung Vänsters förbundscentral som räknas in i förbundets totala kostnader. Så det är lite svårare att ge ett rakt svar på. Men vi kan i alla fall konstatera att vi inte gör någon vinst på tidningen".

Finansiering: "Tidningen finansieras genom förbundet och genom prenumerationer. Vi är öppna för annonser, men eftersom vi är en så pass liten tidning är det sällan aktuellt".

Distribution: "Röd Press är en prenumerationstidning, det vill säga man måste aktivt beställa en prenumeration, det har egentligen ingenting med medlemsantalet att göra".

Redaktionen: "Röd Press bygger på ideellt arbete av frivilliga medlemmar i en redaktion på sju personer. Vi har en halvtidstjänst som innehas av mig som redaktör. Annars är

redaktionen, skribenter och illustratörer helt ideella. Oftast skriver redaktionen ett antal texter och resten är medlemmar eller andra utanför förbundet. Redaktören anställs av förbundsstyrelsen".

Ansvarig utgivare: "Ansvarig utgivare är Stefan Lindborg i egenskap av ordförande för Ung Vänster. Han har inget direkt ansvar för det dagliga arbetet med tidningen, det görs av mig som redaktör. Stefan har tidigare jobbat på bageri och pluggat ekonomi".

Läsarundersökning: "Ja, senast hösten 2010. Den visade bland annat vilka ämnen och vilken typ av texter som våra läsare föredrar".

Intern granskning: "Vi jobbar mycket med att hitta texter som kan vara intressanta för vår målgrupp och det behöver inte nödvändigtvis vara dagsaktuella politiska frågor. Vi kommer ju ut med fyra nummer per år, så det skulle vara en omöjlighet för oss att ge aktuella kommentarer på den typen av händelser".

Medlemmarnas röst: "För interndebatt har vi interntidningen Rak Vänster. Medlemmar får gärna komma med tips eller egna texter till Röd Press, men det beror helt på upplägget, plats och tema för just det kommande numret".

Framtid: "Just nu är Röd Press en liten tidning med en upplaga på 500 ex. Vårt första mål är att få fler prenumeranter och växa som papperstidning. Vi lägger ut en del kortade texter på rodpress.nu och jobbar en del med sociala medier. Men huvudfokus under en överskådlig framtid kommer att ligga på papperstidningen" (Liljeholm, intervju).

6. Kvantitativ innehållsanalys av förbundens hemsidor

Förbundens hemsidor har undersökts i en kvantitativ studie för att jämföra redaktionell kommunikation i medlemstidningen med kommunikation från förbundsledningen. Hemsidorna anges i källförteckningen och information är hämtad 20-22 januari 2014. Här anges kategorin och inte innehållet i artikeln, detta för att se vilken typ av text som förmedlas, inte vad budskapet är. Det är med andra ord kommunikationsformen och om denna är journalistisk eller ej, som är intressant i den här uppsatsen inom ämnet journalistik.

Centerpartiets Ungdomsförbund

Kategorier: Bli medlem, Vi tycker, Kontakt, Lokalt.

Förstasidan: Sju artiklar och en banner med tre bilder som man kan bläddra sig genom, allt är interna annonser/kampanjer; Annonser om att de söker personal, åker på inlandsturné och deras kampanj "Vem äger dig?". Korta texter (rubrik och tre-fyra korta meningar) med "Läs mer"-text som leder till längre texter. Inga bilder, förutom på bannern.

Artiklarna: Intern annons och kampanj.

Skribent: Anges ej.

Interaktivitet: Möjlighet att kommentera och dela artikeln eller gilla på facebook när man klickat sig vidare till artikeln från förstasidan.

Delaktighet: Sju artiklar: 1) Nio gilla 2) Tio gilla 3) 17 gilla. 4) 15 gilla, en kommentar. 5) Ingen delaktighet. 6) 24 gilla. 7) Ingen delaktighet. Syns inte hur många som delat. (www.cuf.se)

Grön Ungdom

Kategorier: Nyheter, Vår politik, För medlemmar, Lokalt, Våra språkrör, Bli medlem, Kontakt.

Förstasidan: Två artiklar, en banner med tre bilder som man kan bläddra sig genom med interna annonser/kampanjer. Ett kalendarium med tre aktiviteter, en Sverigeflagga med de olika regionerna där Grön Ungdom finns, en annons om hur man kan bli medlem samt en twitter-hashtag. Artiklarna har rubrikerna "Valberedningens förslag inför Västs årsmöte"

och "Sluta dumförklara män – döm dem i stället" (artikel av språkröret Lorentz Tovatt) följt av en och en halv mening brödtext och klicka-vidare-text.

Artiklarna: Debattartikel och information från förbundet.

Skribent: Två artiklar. 1) Okänd avsändare 2) Språkröret (Ett av två).

Interaktivitet: När man klickar sig vidare till artiklarna kan man dela på twitter och gilla på facebook. Finns ingen möjlighet att kommentera artiklarna på hemsidan.

Delaktighet: Ingen delaktighet på artiklarna. Endast gillanden och delningar på twitter visas, syns inte om texterna delats på annat vis. (www.gronungdom.se)

Kristdemokraternas Ungdomsförbund

Kategorier: Nyheter, Varför KDU?, Politik och kampanjer, Sara (Skyttedal, förbundsordföranden), Internationellt, Podcast, Ny framtid! (medlemstidning på nätet som startat efter den här uppsatsens del om medlemstidningarna hade slutförts), Bli medlem, Kontakt och Om KDU.

Förstasidan: Tre artiklar, en om när förbundsordförande Sara Skyttedal debatterade cannabis i Agenda (med länk till inslaget), en med rubriken "Vi försvarar det fria skolvalet" och en artikel där Sara Skyttedal och KDU:s försvarspolitiska talesperson skriver om Nato. Bilder till varje artikel. Artiklarna är kortfattade, runt tio meningar. Banner med sju bilder, alla intern annons/kampanj, samt länk till "KDU på facebook" (två texter), "KFU på twitter" (sju hashtags) och "KDU på instagram" (tio bilder).

Artiklar: Tre debattartiklar.

Skribent: Okänd avsändare I alla artiklar.

Interaktivitet: När man klickar vidare till artiklarna kan man kommentera på hemsidan, men endast om man är inloggad. Ej interaktivitet genom sociala medier.

Delaktighet: Går inte att se om man inte är inloggad. (www.kdu.se)

Liberala Ungdomsförbundet:

Kategorier: Lokalt, Linda (Nordlund; förbundsordföranden), Vår politik, Press, Kontakt, Aktiviteter, Om oss.

Förstasidan: En banner med en bild där det står "LUF slåss för din framtid!" och en bild på en person med solglasögon, där endast näsan, en del av håret och glasögonen syns. På vänstra sidan på hemsidan finns ett formulär att fylla i om man vill bli medlem, i mitten aktuella nyheter från förbundet och i högerspalten kalender och intern annons (tio klicka-vidare-bilder). Tio artiklar under aktuellt, med fullständiga texter (inte endast klicka-vidare-uppmaning). Nyheterna handlar om sådant som hänt i förbundet; förbundsordförande har debatterat om olika frågor, debattämnen, utlysta tjänster samt annons om konferens.

Artiklar: Tio artiklar på förstasidan. Förbundsinformation, debattartiklar från förbundsledningen och intern annons.

Skribent: 1) Debattartikel som har elva undertecknare, alla från förbundsledningen. 2) Okänd avsändare, men hänvisar till en debattartikel på annan mediekanal, som förbundsordföranden har skrivit. 3) Presskontakt /Förbundssekreterare Ebba Tornerhielm 4) Intern annons utan avsändare. 5) Presskontakt 6) Förbundsordförande 7) Okänd avsändare. 8) Okänd avsändare, hänvisar till och citerar från en debattartikel som förbundsordföranden skrivit i annan mediekanal. 9) Okänd avsändare 10) Förbundsordförande

Interaktivitet: Uppmaning om att dela artiklarna på förstasidan genom dela-funktion till olika sociala sidor, när man klickar vidare på artiklarna kan man även kommentera på hemsidan.

Delaktighet: 1) 17 gilla. 2) Ingen delaktighet. 3) 12 gilla 4) Ingen delaktighet. 5) Ingen delaktighet 6) 31 gilla 7) 47 gilla 8) 12 gilla 9) 77 gilla 10) 13 gilla. Syns inte på hemsidan om/hur många som har delat texter, endast länk till hur man gör för att dela på sociala medier, endast gillande anges i statistik. (www.luf.se)

Moderata Ungdomförbundet:

Kategorier: Erik (förbundsordföranden), Press, Blått (medlemstidningen online), Om oss, Kontakt och Bli medlem.

Förstasidan: Banner med sex bilder med intern annons/kampanj. Bildlänkar för att klicka sig vidare till twitter, facebook, instagram och youtube. Tre rubriker och kort ingress; "Till minne

av f.d förbundsordförande Birger Hagård”, vinnare av värvertävling samt utlysning av tjänst. De korta artikelrubrikerna och början på artiklarna leder vidare till längre artiklar.

Artiklar: Tre artiklar med information från förbundet/interna annonser.

Skribent: 1) Förbundsordförande 2) Okänd avsändare 3) Okänd avsändare.

Interaktivitet: Ingen möjlighet att kommentera eller dela.

Delaktighet: Se interaktivitet – därav ej (synlig) delaktighet på hemsidan. Hur många som delar texterna på sociala medier ändå, finns ingen statistik på. (www.muf.se)

Socialdemokratiska Ungdomsförbundet:

Kategorier: Nyheter, om SSU, Vår politik, Bli medlem, Kontakt, Medlemscentralen och Kampanjcentralen.

Förstasidan: Banner med tre internannonser/kampanjer, tre nyhetsartiklar om vad förbundet anser om aktuella händelser. Artiklarna har rubrik och kort ingress, bild och klicka-vidare-uppmaning genom att avsluta ingressen mitt i en mening). Tre texter under ”senaste nyheter från Frihet”, det vill säga en av förbundets tidningar, med rubrik och klicka-vidare-uppmaning och en bild på senaste numret av Frihets omslag, samt nio bilder från instagram med klicka-vidare-möjlighet. I högerspalten ”bli medlem”, kalendarium och ”jobba hos SSU”.

Artiklar: Tre artiklar varav en förbundsinformation (SSU tilldelas vänskapspris för arbetet med Västsaharafrågan) och två intern annons.

Skribent: Okända skribenter (Inga angivna avsändare), SSU står indirekt som avsändare, som hela förbundets talan, liksom en ledare i en nyhetstidning talar för hela tidningen.

Interaktivitet: Möjlighet att dela artiklar när man klickar sig vidare från förstasidan, men ingen möjlighet att kommentera direkt på hemsidan.

Delaktighet: Ingen (synlig) delaktighet, det går inte att se några gillanden, endast uppmaning om hur man delar texterna men ingen statistik på hur många som har delat. (www.ssu.se)

Sverigedemokratiska Ungdomsförbundet:

Kategorier: Om SDU, Bli medlem!, Ordförandebloggen, Politik, Kampanjer, Distrikt och Kontakt.

Förstasidan: I toppen en fast banner med en leende tjej. I vänsterspalten en banner med en svensk flagga och en SDU-flagga samt texten "Älskar du Sverige?" som leder vidare till en sida med rubrikerna "Hej!", "Därför finns SDU", "Våra tio punkter för ett bättre Sverige" samt "Massinvandring – ingen bra idé". En banner med texten "Världens bästa djurskydd" som leder vidare till förbundets djurskyddspolitik, samt två länkar till SDU på facebook. I mittenspalten finns tre kategorier; "Senaste", "Lokalt" samt "Video". Kategorin "Senaste" är den som är uppe om man inte aktivt klickar sig vidare och där finns fem rubriker och korta ingresser, utan bilder, samt en flik med "Visa mer" för att få upp fler artiklar, då med bilder. Artiklarna är om sådant som har hänt inom SDU, kommer att ske samt en debattartikel. I högerspalten finns en flik om att bli medlem, länk till varje distrikt i förbundet samt en flik om att stödja förbundet genom att betala in på deras plusgirokonto.

Artiklar: Fem artiklar i mittenspalten: Förbundsinformation (hänt i förbundet), intern annons samt debattartikel.

Skribent: Alla artiklar (när man klickat sig vidare från förstasidan) har en bildbyline längst ned, det vill säga våde namn och bild på skribent. 1) förbundsordförande 2) "Redaktionen", men vilka dessa är framgår ej (bildbylinen är endast en logga med ordet "redaktionen") 3) Förbundsordförande 4) Även här är "Redaktionen" undertecknaren. 5) Förbundsordförande

Interaktivitet: Möjlighet att dela på sociala medier, men ingen möjlighet att kommentera direkt på hemsidan, när man klickar sig vidare från förstasidan.

Delaktighet: Ingen delaktighet på någon av artiklarna, syns inte i statistiken på hemsidan hur många/om någon har delat, endast länk till hur man gör för att dela. (www.sdu.nu)

Ung Pirat:

Kategorier: Nyheter, Vår politik, Kunskapsbanken, Bli aktiv.

Förstasidan: Fast banner med illustration och texten "Ung pirat – never gonna give up". Vänsterspalt liten spalt med korta "Question&Answer"-frågor i twitter-storlek, det vill säga en- max tre korta meningar likt rubriker, leder vidare till längre svar om man klickar på dem.

Där under en ruta med rubriken "Från nätet" och innehåller delade texter på facebook med hashtags kopplade till Ung Prat. Liknande ruta med rubriken "Dokumentarkiv". Där under en ruta med rubriken "Lokalavdelningar" en ruta med rubriken "Tematiska föreningar" och slutligen en ruta med länkar. I den andra spalten, till mitten/höger finns fem artiklar samt en sverigekarta med var förbundets lokalföreningar finns.

Artiklar: Fem artiklar varav två pressmeddelanden, en kallelse till förbundskongress 2014, ett nyhetsbrev för december (med en bild på två ungdomar), samt ett filmklipp som handlar om Ung Pirats företags kampanj "K-kassan". Filmen och tillhörande texten handlar om att man kan bli medlem i "K-kassan" och få hjälp av advokat och med att täcka upp kostnader om man åker fast för fildelning. Därefter finns fler sidor att klicka sig vidare på – totalt 39 sidor.

Skrivent: Förbundsordförande har skrivit alla artiklar.

Interaktivitet: Möjlighet att kommentera genom att klicka på "Kommentera" direkt på förstasidan samt att man kan se hur många som har kommenterat artikeln. Där kan man även tweeta (skriva hashtag inlägget på twitter) och "offentligt rekommenderande på google" (genom att logga in på sitt google account/google-konto). Ingen möjlighet till gillande eller delande på facebook.

Delaktighet: 1) Tre kommentarer, 38 tweets, 37 "offentligt rekommenderade på google". 2) Ingen delaktighet 3) 20 tweets, en google-rekommendation. 4) Ingen delaktighet. 5) Två tweet. (www.ungpirat.se)

Ung Vänster: Kategorier: Om oss, Vad Händer, Bli Aktiv, Kontakt.

Förstasidan: Banner med tre bilder med tre olika kampanjer som Ung Vänster driver. Bildrik bakgrund och i mitten en nyhetssida och i högerspalten småspalter; En med namnet "I fokus" med bildlänkar om feministiskt självförsvar, Röd Press (medlemstidning), "Om oss på teckenspråk", "Kontakt med klubbar och distrikt" samt Ung Västers blogg. Debattartikel där det finns uppgifter om hur man kan kommentera artikeln (den enda artikeln på Ung Vänsters förstasida med sådan text), och två hänt-i förbundet-artiklar, alla tre med bild och "läs vidare-uppmaning" efter rubrik och tre meningars text, följt av åtta rubriker till pressmeddelanden från 2013-11-19 till 2014-01-20, twitterlänk, Ung Vänster på Instagram med fyra bilder samt fler länkar under kategorin "Bli delaktig".

Artiklar: Tre artiklar. En debattartikel, två förbundsinformation om vad som har hänt i förbundet.

Skribent: 1) Pressekreterare 2) Ung Vänster står som avsändare, vilken som skrivit inlägget anges ej. 3) Pressekreterare

Interaktivitet: Möjlighet att dela på flera sociala medier (facebook, twitter, mejl, pusha, linkedin, blogg, delicious) samt kommentera på hemsidan.

Delaktighet: Går ej att se hur många delningar som gjorts utan det finns endast länkar vidare till sociala medier. 1-2) inga kommentarer. 3) Två kommentarer (www.ungvanster.se).

Sammanfattning

Studien visar att det inte finns något redaktionellt arbete på hemsidorna, utan att de innehåller olika typer av kommunikationsmaterial och interna annonser. Majoriteten av texterna skrivs av förbundsledning eller pressekreterare, då skribent återges, i flera fall finns ingen byline. Texterna har karaktär av att vara kommunikation "uppifrån och ned" genom att vara information om förbundet och endast förbundets åsikter kommer fram. Någon intern granskning, andra åsikter och personer än förbundets tyckande och representanter kommer inte fram. Texter uppdateras löpande, de senaste av de granskade texterna var skrivna någon eller några dagar tidigare. Flera hemsidor hade länkar till debattartiklar i andra medier, skrivna av förbundsordförande/språkrör. De flesta förbund (förutom Grön Ungdom, MUF och SSU) har möjlighet till kommentarer på hemsidan. Få utnyttjar den möjligheten, det enda förbund med överlag mycket aktivitet (över 20 delningar/kommentarer på 3 av 5 artiklar) är Ung Prat. Även få delningar av artiklarna, generellt sett, av det man kan se. Däremot syns sällan statistiken över delningar på sociala medier, men gillanden på facebook anges i några av förbunden (CUF, Grön Ungdom och LUF). Med andra ord är det svårt att veta hur många som delar en artikel direkt från hemsidan.

Artiklarna består främst av pressmeddelanden, interna annonser/utlysning av tjänster samt kampanjer och språkrörens debattartiklar. Artiklarna är generellt sett korta på förstasidan men längre när man klickar sig vidare (förutom LUF som har fullständiga artiklar på förstasidan och KDU som har korta artiklar även när man klickar sig vidare).

7. Från New Zine och Nisse Hult via Avtryck in i graven

Grön Ungdom grundade sin medlemstidning år 1987, ett år efter att förbundet bildades, som ungdomsförbund till Miljöpartiet de Gröna. Tidningen liknade från början ett annonsblad och hette New Zine, bytte samma år namn till Nisse Hult. Namnbyte igen 2007, till Avtryck. Tidningen drevs av engagerade medlemmar och lades ned år 2012 av ekonomiska skäl. Kuriosa: Både före detta språkröret för Miljöpartiet Maria Wetterstrand och nuvarande språkröret Gustav Fridolin har varit med i redaktionen för Nisse Hult.

Så här säger Göran Hådén, som var redaktör för tidningen 2005-2007 och studerat journalistik samt arbetat som journalist, om tidningen:

”Tidningens innehåll har spretat väldigt beroende på vilka som för tillfället utgjort redaktion. Från årsmötet 1992 beslutades att Nisse Hult skulle göras som en medlemstidning men så att den är intressant även för utomstående. Redaktionen ansvarade för materialet men redaktör/ansvarig utgivare utsågs på Grön Ungdoms årsmöten. Många artiklar från gamla Nisse Hult är tidlösa, före sin tid eller intressanta tidsdokument från den tid då hippies, filosofer och eko-anarkister hade stort inflytande i Grön Ungdom och språkrörens nyhetsbrev hette Revolutionära rader. Det var högt i tak och bland debattämnena fanns bland annat kritik mot Miljöpartiet och/eller Grön Ungdom, mediekritik, medborgarlön, civil olydnad, esperanto, polyamori, 3G och filosofiska diskussioner om varför vi är för djurrätt. Det skrevs om alla rikskurser, aktiva ämnespolitiska nätverk och ett kalendarium med kommande aktionsdagar. Flera enkäter visade att de flesta aktiva läste det mesta i Nisse Hult”.

Om hur materialet i tidningen valdes ut:

”Alla kunde komma med synpunkter, men jag stod för de flesta idéerna. Jag prioriterade relevant fakta i tilltalande form framför mer traditionell journalistik. Givetvis hade vi även reportage och dylikt men faktabaserade tidlösa artiklar i gränslandet mellan nyheter och debatt var kraftigt överrepresenterade jämfört med senare år” (Hådén, intervju).

Resultat kodschema

A) Reportage

B) opinion/debatt/ledare/krönika

C) Förbundsordförande/förbundsstyrelse

D) Notiser

E) Personporträtt

F) Politisk artikel/faktatext/granskande

G) Grön Ungdom-aktiviteter som varit eller kommer att ske

H) Extern annons

I) Insändare

Tidning	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Tot. antal artiklar	Antal sidor	Tredje statsmakt
New Zine nr 1 1987		1					3			4	3	0
Nisse Hult nr 1 1992		7		6	11	5	7		1	37	28	5
Nisse Hult nr 1 1997	5	10	8	4	1	6	7		1	42	32	4
Nisse Hult nr 1 2002		13	3	5		5	12	1	2	41	31	4
Nisse Hult nr 1 2007	7	4		21		7	16	1	1	57	31	0
Avtryck nr 1 2011	3	3	1	1		5	6		1	20	31	1
Totalt -	15	38	10	37	12	28	51	2	6	201	156	15

Tabell 3. Kodschema. Diskuteras närmare under kategorierna nedan.

Tredje statsmakt

I Nisse Hult nr 1 1992 finns fem artiklar som hamnar under kategorin tredje statsmakt: En granskande artikel med rubriken "Den stora oredan" som självvranssakande diskuterar möj-

liga anledningar till varför Miljöpartiet åkte ur riksdagen, vad partiets svaga profil beror på, hur partiet ska vinna tillbaka väljarnas förtroende och förslag att lägga fram på nästa kongress om hur Grön Ungdom kan omorganisera sig. Artikeln stäcker sig över ett uppslag. I samma nummer redovisas en medlemsundersökning om Nisse Hult på en sida och en debattartikel med rubriken "Släng vår gamla organisation i väggen" på en sida, en debattartikel med rubriken "GU behöver en ny organisation" på tre sidor samt en debattartikel med rubriken "Håll avstånd till vänstern!" och som är en motreaktion på Maria Wetterstrands ledartitel i numret före som handlade om jul, köphysteri och överkonsumtion.

I Nisse Hult nr 1 1997 finns fyra granskande artiklar som alla hänger ihop men är fristående, det vill säga de handlar om samma ämne men är olika artiklar; En med rubriken "Turbulens kring uttalanden" som återger en artikel från föregående nummer som är en kritik mot Birger Schlaug med de hårda orden "Schlaug sviker Miljöpartiet!" som menar att "partiet verkar vara så nöjd med att vara med och förhandla i energiförhandlingar att de glömmer att driva sin egen politik och därmed bäddar Birger Schlaug för en förtroendekris inom partiet!" Artikeln är på en sida och skriven av förbundets språkrör. Artikeln får ett svar från Birger Schlaug där han skriver att han känner förbundets stöd och argumenterar kring varför Miljöpartiet ska vara kvar i förhandlingarna. Artikeln får även ett svar från två medlemmar som skriver ett "öppet brev till förbundsstyrelsen" där de tycker att språkrörens debattartikel ger fel uppmärksamhet för Miljöpartiet. Kommentarererna är på en sida och därefter svarar språkrören på kommentarererna på en halv sida.

I Nisse Hult nr 1 2002 är formen för "tredje statsmakten" att vara en plats för medlemmar att diskutera och debattera kritiskt. Fyra artiklar är motreaktioner på andra artiklar från tidigare nummer av Nisse Hult. Tidningen fungerar här som en plattform där frågor kan diskuteras och där det framgår att förbundet och medlemmarna inte alltid är ense, till skillnad från när pressutskick eller marknadsföring och kommunikation från förbundsledningen icke-kritiserat kommer uppifrån och ned. Den funktionen finns numera på nätet, där medlemmarna kan twittra om debattartiklar, men någon funktion att kommentera direkt på hemsidan finns ej och därmed heller ingen sammanhållen plats.

I Nisse Hult nr 1 2007 har ingen artikel blivit kategoriserad som tredje statsmakt.

Avtryck nr 1 2011 har inte mycket granskande och heller inte mycket debatterande artiklar. En artikel har en något granskande karaktär genom att redaktionen fanns på plats på kongressen och talade med medlemmar samt beskrev händelser som skett inom förbundet utifrån. Förbundet kan inte välja vad de vill ta med och ej, utan där finns en tidning med som kan beskriva mer objektivt och som är medlemmarna röst. Medverkan och potentialen till granskning gör att artikeln kategoriseras som tredje statsmakt. Förbundet "har ögonen på sig", men någon närmare granskning framkommer däremot inte i artikeln.

Övergripande bild av medlemstidningen

I fyra av sex nummer finns artiklar som kategoriseras som intern granskning/tredje statsmakt. I fem av sex nummer, det vill säga alla Nisse Hult och Avtryck men ej New Zine, finns problematiserande artiklar om olika ämnen; så som internationella frågor, miljöproblem och Sveriges klimatpolitik, strålning (ett reportage om Zonen runt Tjernobyl), med mera. Dessa artiklar har journalistisk karaktär så till vida att de är sakliga, hänvisar till fakta, argumenterar och analyserar samt problematiserar och anger vem som tycker vad och varför, vilket mycket väl kan klassas som journalistik/organisationspress. Andra artiklar håller inte lika hög kvalitet i källhänvisning, källkritik och ger inte lika många bilder av verkligheten, dessa har då i stället formen av en krönika utan att ha krönika som vinjett.

Tidningarnas layout: De första numren av tidningen (Nisse Hult) är texttunga med långa artiklar. De senare numret av tidningen (Avtryck) har mindre text, fler bilder och mer variation mellan notiser, korta och långa reportage, personporträtt och insändare. De tyngre politiska undersökande, granskande och problematiserande texterna har däremot också minskat. De tidigare numren av medlemstidningen bjöd på mer fakta om politik och Grön Ungdoms kärnfrågor – miljö, klimat och feminism, medan de senare numren har mer utav mjukare reportagekaraktär utan allmänbildande syfte.

Hemsidan och sociala medier

Hemsidan innehåller inga reportage, inga granskande texter och ingen problematisering av den egna politiken. I stället innehåller förstasidan intern annons/information, kampanj och debattartiklar. Under fliken "Vår politik" kan medlemmarna läsa om förbundets politik under sex olika teman; Lika rätt, klimat, jobb, migration, skola och feminism. Ingen avsändare i

form av byline. Förbundet står bakom texten som handlar om sin egen politik och varför de driver de frågorna/tycker som de gör. Ingen möjlighet att kommentera/interagera.

På facebook finns lokala Grön Ungdom-grupper samt en sluten grupp på riksnivå och slutna Grön Ungdom-grupper med olika kategorier (feminism, migration, internationellt utskott med flera arbetsgrupper). Med sluten grupp menas att man måste begära om att få gå med i gruppen och inte kan se kommunikationen utan att ha blivit godkänd av en administratör för gruppen. Information som kommer från gruppen är i form av kampanjer, aktiviteter som sker inom Grön Ungdom samt länkar till debattartiklar från språkrören och Miljöpartiet.

Övriga kommentarer till innehållsanalysen

De externa annonserna är båda två från Djurens Rätt. Deltagaraktivitet finns i alla nummer, genom kortare eller längre debattartiklar. Nisse Hult 1 1992 hade 11 insändare och resterande nummer endast en eller ingen insändare. Den största aktiviteten står däremot redaktionen samt förbundsledningen och i Nisse Hult även Miljöpartiets ledning. I Avtryck har redaktionen börjat med temanummer, till skillnad från i Nisse Hult. Det granskade numret har temat Jämlikhet. I Avtryck har en spalt med "Förbundsstyrelsen rapporterar" tillkommit, som inte fanns med i Nisse Hult, medan Nisse Hult hade flera debattartiklar från språkrören vilket Avtryck som nämnt inte har. De vanligaste kategorierna på artiklar är (i fallande ordning) Grön Ungdom-aktiviteter som varit eller kommer att ske/Intern annons (många korta artiklar), Opinion/debatt/ledare/krönika (många debattartiklar i Nisse Hult, desto färre i Avtryck), Notiser/Citerat, Politisk artikel/faktatext/granskande (fler i Nisse Hult än Avtryck - Avtryck har överlag färre artiklar).

8. Resultat

Fyra av nio politiska ungdomsförbund har en tryckt medlemstidning som går ut till förbundets alla medlemmars brevlådor och/eller finns digitalt. Organisationspress ska enligt journalistförbundet driva frågor som medlemmarna intresserar sig av på ett opartiskt och granskande sätt, vilket Nisse Hult och Avtryck gör.

Anledning till att ha en medlemstidning

De förbund som har valt att ha en medlemstidning, vilket är MUF, SSU, Grön Ungdom, CUF, Ung Vänster och LUF (fysisk på papper och/eller digital), nämner till exempel: att kunna ha en redaktionell produktion som står för och förmedlar förbundets ideologi men är fristående från förbundsledningen och även kan granska förbundet och moderpartiet, som ger ett mervärde för medlemmarna, når de passiva medlemmarna, skapar debatt och skickar en kvalitativ kommunikationsprodukt till aktörer som förbundet vill kunna påverka. De som har valt att inte ha en tidning eller har lagt ned sin tidning (Ung Pirat och KDU) har gjort detta av ekonomiska skäl eller för att de inte (längre) ser ett behov av en redaktionell tidning för kommunikation, utan kan uppnå det syftet genom hemsida och sociala medier, genom pressansvarig och förbundsordföranden. Även Grön Ungdom och CUF har lagt ned sina tidningar efter studiens slut, av resursbrist.

Förbunden som hade tidning vid studiens genomförande nämnde som främsta syfte med att ha en tidning att nå ut till passiva medlemmar. De aktiva medlemmarna (som deltar i evenemang) söker sig till förbundets hemsida, sociala medier och läser mejlutsickan, medan de som endast är betalande medlemmar sällan söker information på egen hand, men kan tänkas bläddra genom tidningen vid frukostbordet. Förbundens ständiga dilemma är därmed hur de inte bara ska nå ut till nya medlemmar, utan även till de passiva medlemmarna. Därefter kommer att (i nämnd ordning utifrån förbundens svarsfrekvens): kommunicera, rapportera och informera, för att ha en plattform för politisk debatt, av demokratiska skäl, för att ge medlemmarna ett mervärde i sitt medlemskap, för att inspirera och ge en känsla av sammanhang samt för att låta medlemmarna utvecklas som skribenter. Vad förbunden önskar att medlemmarna ska få ut av tidningen är: (Antal förbund som angivit det svaret inom parentes, ett förbund kan svara fler olika alternativ. Totalt antal förbund med medlemstidning är fyra stycken):

- Information och rapport från förbundet (3)
- Politisk överblick och aktuell debatt (2)
- Känna sig delaktig (2)
- Inspiration (1)
- En vanlig tidning med god kvalitet och intresse
 - dvs. mervärde för medlemmarna (1)

Redaktionens relation till förbundet

Alla tidningar utom Frihet, Blått och Röd Press drivs helt ideellt av medlemmar, valda på kongressen eller som har fått söka till redaktionen. Frihet skrivs av anställda journalister. Ansvarig utgivare i majoriteten av tidningarna är från förbundsstyrelsen (MUF, Ung Vänsters båda tidningar, SSU:s Tvärdrag) medan SSU:s Frihet har anställd journalist som ansvarig utgivare och LUF:s och Grön Ungdoms tidning har en ideell medlem som valts på kongressen som ansvarig utgivare. Enligt journalistförbundets riktlinjer för organisationspress skall ansvarig utgivare och redaktion vara fristående förbundet för att kunna granska förbundet opartiskt. Med en ansvarig utgivare som sitter i styrelsen (som sekreterare eller ordförande) finns risk för att granskningen inte kan bedrivas öppet och ohämmat, eller inte ske alls.

Intern granskning

Majoriteten (fyra tidningar) har ingen intern granskning. Endast en tidning har intern granskning som ett uttalat syfte (Blått) och en tidning har intern granskning men utan att ha det som ett uttalat syfte (Liberal Ungdom). Tidningen Blått är den enda tidning som har som uttalat syfte att vara kritiskt granskande gentemot förbundet.

Medlemmarnas röst

Alla tidningar ger medlemmarna möjlighet att göra sin röst hörd i debattartiklar, insändare eller andra typer av texter.

Anledning till att inte ha en medlemstidning

Alla fem förbund som inte har någon medlemstidning nämner ekonomi och att digital kommunikation kan ersätta en tryckt tidning. Digital kommunikation kan vara sociala medier, informationsutskick från förbundsordföranden eller som i CUF:s fall, en internetbaserad tidning. Två av förbunden menar att en tryckt tidning inte längre är nödvändig och menar att

digitala källor har tagit över. Ett förbund menar att en tidning kräver en för stor arbetsinsats. Kostnad och ej längre behov av en fysisk tidning, i ett digitaliserat samhälle med behov av snabba nyhetsuppdateringar, interaktivitet och deltagarstyrd kommunikation, är olika anledningar till att resterande förbund valt bort en medlemstidning. Sammanfattning varför förbunden inte har en tidning (Siffra inom parentes, anger hur många förbund, av fem stycken sammanlagt, som angett den anledningen. Samma förbund kan ange fler orsaker).

- Ekonomi (4)
- För stor arbetsinsats (2)
- Digital kommunikation ersätter den tryckta (5)
- Fyller inte (längre) någon funktion/Inget behov av tidning (3)

Förbundens hemsidor

Hemsidorna är relativt likadana utformade med korta nyheter från förbundsledningen, kampanjer, kalendarium/annonser om händelser och utlysning av tjänster och ideella uppdrag. Inget granskande material. Få bilder, men alla förbund har en banner, de flesta är rörliga med två-sju bilder medan Ung Pirat och SDU har fasta banners. Möjlighet att kommentera direkt på hemsidan på alla förutom MUF, Grön Ungdom och SSU och för att kommentera artiklar på KDU måste man vara inloggad. Hemsidorna har mycket färg och är lättnavigerade med "Om förbundet" och "Bli medlem" samt "Kontakt" väl synligt högst upp på sidorna. Generellt sett svårt att se vem det är som har skrivit artikeln. Det finns ingen journalistisk text och inget granskande eller objektivt analyserande på hemsidan, utan allt är kommunikation från förbundet till medlemmar/andra intresserade i form av debattartiklar eller intern annons/kalendarium. Liten eller obefintlig synlig interaktivitet på hemsidan, men uppmaning till delning på sociala medier på alla sidor förutom MUF och länkar till förbundet på sociala medier på alla hemsidor, med egna hasttags och profiler på sociala medier (minst en utav facebook, twitter, instagram och youtube). Desto fler gillanden på två av tre förbund som har den funktionen (Ung Pirat och LUF, Grön Ungdom har däremot inga gillanden på sina artiklar trots den funktionen). Ung Pirat har hög aktivitet på twitter (över 20 tweets på tre av fem artiklar).

9. Diskussion

En gång i tiden fanns bara tidningen att tillgå för de medlemmar som inte tog aktiv del av fysiska träffar i förbundet. I dag kan medlemmarna interagera med andra när som helst över nätet, utan att vara beroende av en fysisk plats. Skillnaden mellan journalistisk och icke-journalistisk kommunikationsmaterial är många gånger flytande. Tidningen kan innehålla både journalistiska texter och ren kommunikation, kampanjarbete eller annonser. Journalistens högsta lojalitet ska vara till läsaren och en viktig etisk riktlinje är att båda parter ska komma till tals, eller fler perspektiv ges då det behövs, medan en icke-journalistisk medlems-tidning inte har någon sådan skyldighet, vare sig den skrivs av journalister eller ej. Medlems-tidningen kan vara en fristående tidning eller styras av förbundet direkt eller indirekt; Direkt genom att någon från förbundsstyrelsen även är ansvarig utgivare och/eller redaktör för tidningen, indirekt genom att redaktionen utses av förbundsledningen och styrs genom för-bundspolicy. Hur tidningen ska bedrivas anges oftast i förbundets stadgar. Där kan det stå detaljerat vad tidningen ska innehålla och hur det redaktionella arbetet ska bedrivas, eller så står det i stadgarna att tidningen ska vara oberoende förbundet och drivas fristående för-bundsstyrelsen. Andra förbund ser tidningen som en kommunikationskanal eller som ett magasin med intressanta reportage.

Svävande gräns mellan fakta och åsikt i medlemstidningar och hemsidor

När allt mer material går över till nätet, utan någon redaktion som kontrollerar nyhetsflödet, kan vi då drunkna i informationsflödet, och aldrig riktigt veta vad som är sant eller falskt? Kanske behövs en redaktion på nätet och sociala medier på samma vis som i medlemstid-ningen, för att hjälpa medlemmar och yttre besökare som de vill påverka, att navigera i in-formationsflödet och skilja åsikt från fakta och personligt tyckande. Den här uppsatsen visar att förbunden tänker olika i frågan kring journalistik i politiken och vikten av densamma. Jag tror som flera representanter från förbunden har angett, att medlemstidningen fungerar som ett sätt för de passiva medlemmarna att känna sig delaktiga på ett hörn, få mer kun-skap, insikter och kanske bli provocerade, inspirerade och engagerade. Men om artiklarna handlar om lite allt möjligt, utan att göra det tydligt vad partiet står i frågan och jämföra med hur andra partier ser på frågan, hur ska då de passiva medlemmarna få mer kunskap om po-litik? Jag förmodar att de aktiva medlemmar som driver tidningen tror att alla medlemmar-na självklart förstår vad som är vad och vet vad partiet tycker och därmed vill ge något annat

till medlemmarna, "ett mervärde". För att kunna dra några slutsatser om hur materialet uppfattas av medlemmarna och påverkar deras bild av politik samt om de kan skilja på vad som är fakta och vad som är personliga åsikter, krävs en ytterligare vetenskaplig utredning om medlemstidningarnas innehåll och dess mottagande hos läsaren. Jag tror att medlemmarna kan mindre om politiken än de mest pålästa medlemmarna tror att de gör.

Två mediekanaler kan mötas och kombineras

Tidningen behöver inte vara en fysisk produkt och behöver inte heta tidning för att vara journalistik. En hemsida, blogg eller texter på sociala medier så som facebook och twitter kan vara av journalistisk karaktär och därmed komma med saklig information, ge fler perspektiv, ske redaktionellt och fristående förbundet, granska och analysera. Men jag tror att det är svårt att särskilja information från förbundet från journalistiskt material om de sker på samma forum. Om hemsidan skulle innehålla både kampanjer och journalistiska texter, i ett ständigt flöde skulle de behöva en redaktör eller en redaktion som kan sortera, på samma sätt som en tidning har både redaktionellt material och reklam, men förbundet kan knappast granska sig själv, där behövs en utomstående resurs för att det ska bli trovärdigt. En medlemstidning (fysisk eller digital) då den är oberoende förbundet och följer journalistiskt arbetssätt och etik, skulle kunna vara utformad av ett fristående företag och skrivas av utbildade journalister för en förhoppningsvis hög kvalitet (all journalistik är inte god journalistik!), eller skrivas av engagerade medlemmar.

De förbund som lagt ned sin medlemstidning har inte bytt mediekanal, utan tagit bort en medieform utan att ersätta den med en annan. Hemsidorna saknar information av journalistisk karaktär och innehåller endast intern information. Inte heller medlemstidningen håller alltid måttet för en journalistisk produkt, men de har fler förutsättningar genom att de har en redaktion med möjlighet till journalistiskt arbete. Nu finns inte längre möjligheten till kritiskt granskande och en tredje statsmakt inom organisationen. Hemsidorna har inga spår av att vara journalistisk, utan är kommunikationsmaterial likt marknadsföringsmaterial. Ingen opinionsjournalistik, utan PR och personligt tyckande. Jag tror att förbundets förtroende och medlemmarnas känsla av delaktighet ökar om båda delarna finns, men för att kunna undersöka den hypotesen krävs en ytterligare studie med läsarundersökningar.

Organisationspressens potential

Det behövs en tydlig definition av vad medlemstidningen ska innehålla och hur den ska utformas för att tidningen ska kunna fungera som sammanhållande kraft inom förbundet, som även granskar och bildar. I stället för att i dag i de flesta fall ha lösa ramar, ett "gör en tidning och ni får själva bestämma vad den ska handla om", övergå till "gör en tidning med tydligt fokus på partipolitik och ideologi i en bra balans för att göra medlemmarna kunniga och motiverade till engagemang". De granskade organisationernas kommunicerande material är mer utav ett individualiserat informationskaos av löst tyckande och kampanjspridande än någonting annat. Kanske finns det en funktion av att ha både och – en granskande, bildande tidning (digitalt eller analogt) och en interaktiv, levande, snabb debatt på sociala medier samt information på hemsidan, som komplement och "det bästa av två världar". Medlemstidningen skulle kunna vara en unik produkt utformad för medlemmarnas intresse och engagemang, opinionsbilda och informera, om förbundet satsar på det. Samtidigt ge perspektiv och möjlighet till kritiskt tänkande, baserad på fakta och källkritik, till motsats mot icke-journalistiskt pressmaterial och kommunikationsmaterial på hemsidan. Om hemsidan eller sociala medier ska kunna nå samma potential, krävs ett helt annat arbetssätt, kategorisering och utformning av texter i dag, till mer journalistiska än intern klapp på axeln och kampanjspridande – kanske i form av en redaktionell medlemstidning digitalt, för att komma undan kostnaderna med att trycka en fysisk medlemstidning. Men då når man heller inte de passiva medlemmarna lika lätt, vilket är den kategori som en majoritet av förbunden med medlemstidning säger att de vill nå genom papperstidningen.

En tidning är en stor kostnad för organisationen/förbundet och om tidningen ska vara kvar och satsas på tror jag att de behöver diskuteras hur tidningen ska utformas och hur det journalistiska arbetet bedrivs. Många politiska ungdomsförbund låter ideella, drivande medlemmar skriva i tidningen. Arbetet behöver inte bli sämre än om utbildade journalister skriver i tidningen, men förbundsstyrelsen behöver vara medveten om vad de vill med tidningen och hur de publicistiska spelreglerna ska kunna skötas på ett bra sätt. Jag tror att de behöver satsa på organisationspressen, skribenternas utbildning och möjligheter till att producera en god journalistisk produkt därefter. Tidningen kan då även bli ett kvalitetshöjande verktyg för organisationen, som ger passiva medlemmar ett mervärde, informerar och engagerar samt visar att förbundet låter sig granskas och är beredda att ta debatten, vilken den än är.

10. Källförteckning

Litteratur, uppsatser, digitala källor samt intervjuer med representanter från förbunden.

Digitala källor

1. Ungdomsstyrelsen: www.ungdomsstyrelsen.se
2. Sajten Sociala medier: www.socialamedier.se
3. SVT Rapport, parterna tappar medlemmar (15 mars 2010)
http://svt.se/2.22620/1.1927298/partierna_tappar_medlemmar
Ungdomsförbundens hemsidor, hämtade 2014-01-20 till 2014-01-22:
4. Centerpartiets Ungdomsförbund: www.cuf.se
5. Grön ungdom: www.gronungdom.se
6. Kristdemokraternas Ungdomsförbund: www.kdu.se
7. Liberala Ungdomsförbundet: www.luf.se
8. Moderata Ungdomsförbundet: www.muf.se
9. Sverigedemokratisk Ungdom: www.sdu.nu
10. Socialdemokratiska Ungdomsförbundet: www.ssu.se
11. Ung Pirat: www.ungpirat.se
12. Ung Vänster: www.ungvanster.se

Böcker

1. Ekström, Mats och Kroon, Åsa (2007) *Paketerad politik: 11 essäer om journalistik, politik och media*. Carlsson, Stockholm.
2. Esaiasson, Giljam mfl. (2012) *Metodpraktikan, konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedts Juridik, Stockholm.
3. Hadenius Stig m.fl. (2008) *Massmedier: press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Ekerlids, Stockholm.
4. Häger, Björn (2009) *Reporter: En grundbok i journalistik*. Nordstedts, Stockholm.
5. Nordensson Magdalena (2008) *Opinionsjournalistik*. Studentlitteratur, Lund.

6. Nygren, Gunnar och Wadbring, Ingela (2013) *På väg mot medievärlden 2020: Journalistik, teknik, marknad*. Studentlitteratur, Lund.
7. Olsson Anders m.fl. (2007) *Journalistik, nätet och maktens ordningar*. Stiftelsen Institutet för Mediestudier, Stockholm.
8. Stakston, Brit (2010) *Politik 2.0: Konsten att använda sociala medier*. Beijbom Books, Göteborg.

C- och D-uppsatser

1. Adielsson, Ingrid (2007) *Det fria ordet – Censur och tryckfrihet 1766-1810 och 1920-1945*. Magisteruppsats, Institutionen för ABM Biblioteks- och informationsvetenskap, Uppsala universitet.
2. Axelsson, Camilla (2009) *Ungdomars politiska engagemang – en studie av gymnasieungdomars politiska engagemang i Arvika kommun*. Masteruppsats, Fakulteten för samhälls- och livsvetenskaper, Karlstads universitet.
3. Divinyi, Sandra och Niklasson, Cecilia (2007) *Vem är herre på täppan? En kvalitativ innehållsanalys av den svenska bloggscenen*. Kandidatuppsats, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet.
4. Grahn, Linnea (2009) *Offentlighet och stortorg*. Kandidatuppsats, Sektionen för teknik, humaniora och samhällsbyggnad, Blekinge Tekniska Högskola.
5. Laci, Jenny och Sandahl Sara (2013) *Modets skrivna ord – En jämförelse mellan kundtidningar och förlagsutgivna tidningar i modebranschen*. Kandidatuppsats, Institutionen för samhällsvetenskaper, Södertörns Högskola.
6. Lundström, Susanne och Ohlén, Anna-Lotta (2009) *Politik i sociala medier – En studie om hur politiska ungdomsförbund använder sociala medier*. Kandidatuppsats, Sektionen för hälsa och samhälle, Högskolan i Halmstad.
7. Nilsson, Caroline (2010) *Det nya Sverige – Studie av Public Relations inom politiken*. Kandidatuppsats, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMK), Stockholms universitet.

Dokument och papers

1. Organisationspress - Journalistförbundets riktlinjer för organisationstidningar (2008)
PDF-fil från Journalistförbundet.
2. Zetterberg, Hans L (1986) Om opinionsjournalistik Från Anders Melbourn (red), Makten över opinionen, Källa, nr 23, 1986, Forskningsrådsnämnden, Stockholm, s 15-35
<http://www.zetterberg.org/Papers/ppr1986a.htm>

Förbundsstyrelsesvar – mejl, telefon eller träff (hösten 2011-hösten 2013) Med reservation för att personerna kan ha kommit att avsluta sin tjänst eller bytt position inom förbundet sedan intervjustudien genomfördes. Datum för intervju inom parentes.

1. **Antonsson John:** Andreredaktör Frihet, SSU (november 2013)
2. **Bengtboe Erik:** Förbundsordförande MUF (mars 2013)
3. **Bäck Kalle:** Pressekreterare KDU (oktober 2011)
4. **Cederin Hanna:** Förbundssekreterare Ung Vänster (november 2013)
5. **Cwejman Adam:** Förbundsordförande LUF (mars 2012)
6. **Dahlberg Anders:** Chefredaktör nättidningen Verto (februari 2012)
7. **Gamov Pavel:** Distriktsordförande region Uppland SDU (januari 2012)
8. **Hahne William:** Vice förbundsordförande SDU (november 2013)
9. **Hedman Sofia:** Sista chefredaktören för Avtryck, Grön Ungdom (april 2012)
10. **Hådén Göran:** F.d. redaktör Nisse Hult, Grön Ungdom (november 2013)
11. **Josefsson Joakim:** Organisationsutvecklare kommunikation CUF (oktober 2011)
12. **Kasselstrand Gustav:** Förbundsordförande SDU (januari 2012)
13. **Liljeberg Joakim:** Pressekreterare MUF (november 2013)
14. **Liljeholm Tove,** Redaktör Röd Press Ung Vänster (november 2013)
15. **Lundgren Jakob:** Förbundsstyrelsen Grön Ungdom (februari 2012)
16. **Mathisen Daniel:** Chefredaktör Frihet (september 2011)
17. **Nordenfur Anton:** Kontaktperson Östra Distriktet Ung Pirat (december 2013)
18. **Nordström, Maja:** Chefredaktör Tvärdrag (Augusti 2012)
19. **Nyström Jakob:** Chefredaktör Liberal Ungdom (december 2011)
20. **Ohly Felicia:** Informationssekreterare Ung Vänster (februari 2012)

Bilaga 1

Intervjustudie med förbunden som har eller har haft en medlemstidning.

Moderata Ungdomsförbundet – MUF

Moderata Ungdomsförbundet, MUF, gör under hösten 2011 och våren 2012 en storsatsning på medlemstidningen Blått. Tidningen har fått en ny grafisk formgivning och större upplaga i och med att förbundet får fler medlemmar.

– Tanken är att tidningen ska bli en moderat tankesmedja som blandar opinionsbildande med medlemmarnas egna åsikter och vad som händer i förbundet, säger Blått!s chefredaktör Joakim Tholén om första numret som den nya redaktionen kom ut med hösten 2011.

– Tidningen fick ett enormt genomslag och skapade debatt i andra medier, både på twitter och på morgontidningars debattsidor. En medlemstidning når opinionsbildare utanför förbundet på ett mycket mer direkt och slagkraftigare sätt än någon annan medieform kan göra.

Syftet med tidningen är främst att sprida förbundets mjuka frågor – samhällsfilosofi, välfärdspolitik och vara människonära. ”Borglighet med hjärta” är ledordet, säger Joakim Tholén. Han menar att förbundet och redaktionen måste ha en idé om vad man vill med tidningen, inte bara göra den tvångsmässigt för att man alltid har haft och alltid ska ha en tidning. Har man inte ett syfte med tidningen kan man lika gärna inte ha någon tidning alls, enligt Joakim Tholén. Har man ett mål och en riktning är tidningen fantastiskt bra, säger han:

– Det finns få kanaler som är lika fysiska, tydligt når ut till så många och som är så beständiga, syns och uppmärksammas som tidningen. Tidningen har då en tyngd och är ett tecken på en välmående organisation som känns levande. På nätet får man inte ut lika mycket och det är lätt att detaljer drunknar i ett hav av information, det blir ”informationsinflation”.

Joakim Tholén menar alltså att man inte når lika många på nätet och att tidningen är lättare att ta till sig, dessutom går långt ifrån alla medlemmar in på nätet och håller sig uppdaterade. För att nå alla medlemmar, särskilt passiva medlemmar som inte har nära till en aktiv lokalförening, är tidningen en bra plattform att skapa känsla av gemenskap, enligt Joakim

Tholén. Däremot är internet snabbare på att nå ut med nyheter. Både sociala medier och förbundets hemsida används. De två medieformerna kompletterar varandra.

Förbundsstyrelsens syn på medlemstidningen:

Erik Bengtzboe, förbundsordförande för Moderata Ungdomsförbundet, svarar:

Vad är anledningen till att ni har en medlemstidning?

– Vi ser att vår medlemstidning fyller tre funktioner. Dels ser vi den som en yta för politisk debatt internt för våra medlemmar, för det andra ser vi det som en bra plattform för våra medlemmar att utvecklas som skribenter och till sist, och viktigast, så fyller medlemstidningen en enormt viktig funktion till de passiva medlemmar som inte har någon annan kontakt med förbundet så att även de vet vad som händer och är inloggade i verksamheten.

Vad vill ni att medlemmarna ska få ut av att läsa medlemstidningen?

– Medlemstidningen ska ge en bra bild av förbundets verksamhet över lag, vad som händer och vad vi jobbar med. Därutöver vill vi även ge en bred politisk överblick och en *update* av vad som händer i världen, och hur den politiska debatten i Moderaterna och MUF utvecklas. Efter att ha läst tidningen ska man som medlem känna att man vet vad som händer i förbundet, både politiskt och organisatoriskt, så man känner sig inloggad och delaktig i verksamheten.

Vad ska en bra medlemstidning för ert förbund innehålla tycker ni?

– En bra medlemstidning ska innehålla tre delar. Viktigast är en genomgång av förbundets verksamhet. Vad händer och var? Vilka är nyvalda? Och vad jobbar man med för stunden? Sen ska den även innehålla en intern politisk debatt och en bred politisk överblick. Tidningen ska ge det man behöver som grundplåt i sitt medlemskap.

Är redaktionen fristående eller kopplad till förbundsstyrelsen och varför är det på det vis ni har?

– Redaktionen är fristående men chefredaktören är utsedd av förbundsstyrelsen och därmed underställd förbundsstyrelsen. Anledningen att vi har det så, är för att vi vill ha en fristående redaktion som kan engagera fler i vår verksamhet (Bengtboe).

Socialdemokratiska ungdomsförbundet – SSU

Socialdemokratiska ungdomsförbundet, SSU, har två medlemstidningar, *Tvärdrag* som medlemmarna själva skriver och *Frihet* som skrivs av journalister.

– *Tvärdrag* är en debattidning där vem som helst inom SSU kan skriva om politiska ämnen. *Frihet* är en journalistisk produkt med reportage, intervjuer och recensioner som också rymmer medlemssidor. *Frihet* produceras av utbildade journalister, förklarar Frihets chefredaktör Daniel Mathisen.

Han berättar så här om tidningen *Frihet*:

– *Frihet* tar upp ämnen som vi tror intresserar en ung läsekrets. Syftet är aldrig att skriva folk på näsan, snarare väcka nyfikenhet och engagemang i olika frågor. Frihets syfte är inte att vare sig föra ut ideologi eller sakfrågor till medlemmar. Snarare är det ett sätt att fungera som en spegel till världen för medlemmar och prenumeranter, liksom en marknadsföringskanal för SSU utåt. *Frihet* fungerar som det främsta kampanjmaterialet för SSU-distrikt.

Chefredaktören tillika ansvariga utgivaren, bestämmer vad som ska vara med i tidningen.

Maja Nordström är redaktör för tidningen *Tvärdrag*. Så här säger hon om tidningen:

– *Tvärdrag* är inte SSU:s medlemstidning utan ett idépolitiskt debattorgan. Tidningen har varit ifrågasatt samt nedläggningshotad dels av kostnadsskäl, dels av nyttoskäl, dels ideologisk tvetydighet.

Men tidningen har fått vara kvar. Maja Nordström förklarar varför:

– *Tvärdrags uppdrag är att diskutera aktuella och tidslösa frågor, att ta ut riktlinjerna för framtiden. Här diskuteras också frågor som är vattendelare inom den unga socialdemokratin. Ett forum för debatt, kultur, längtan efter ett bättre samhälle. Tidningen är beständig och så pass snygg att den finns kvar hemma i folks bokhyllor. I och med att det är en idépolitisk tidskrift utgör den också ett tidsdokument. I tryckt form blir det ett mer beständigt intryck. Dock tror vi på att kombinera tryckt media med blogg, hemsida och facebook.*

Tidningen har en ideell redaktion men materialet i tidningen blandas med betalda skribenter och översatt material. Ansvar för innehållet har den ansvarige utgivaren:

– *Urvalet sker i första hand i redaktionen där tema bestäms. Innehållet utformas sedan av redaktör, redaktionssekreterare samt ansvarig utgivare. Ansvarig utgivare är också ordförande i redaktionskommittén.*

Liberala Ungdomsförbundet, LUF:

Liberala Ungdomsförbundet, LUF:s, tidning *Liberal Ungdom* genomgår en layoutmässig förändringsprocess (skrivet årsskiftet 2011/2012). Tidningens nya format ska bli billigare att trycka men också snyggare, enligt chefredaktören Jakob Nyström. Han blev chefredaktör år 2009 och tog då efter en pånyttfödd tidning som legat i träda i några år. Tidningen är viktig för att medlemmar som inte är aktiva fortfarande ska känna sig engagerade och känna sig involverade i rörelsen, menar han. Tidningen kommer ut i fysisk form till alla medlemmar samt finns tillgänglig som PDF-dokument på nätet.

Tidningen är ganska gammal och förbundet har inte fört någon aktiv reflektion, svarar Jakob Nyström på frågan vad förbundets syfte med tidningen är och om det förs någon diskussion om tidningens betydelse.

– *I ungdomsförbund är det en majoritet som inte är aktiv. Den enda kontakten som personen har med förbundet är för många av dem tidningen och den är en påminnelse om att de är medlemmar i förbundet.*

Tidningen är oberoende förbundet och LUF:s förbundsstyrelse har inget att säga till om tidningen. Varje nummer har ett specifikt tema.

Jakob Nyström förklarar att medlemmarna i redaktionen har egna syften med varför de sitter i redaktionen och vad de vill med tidningen:

– Vi i redaktionen vill göra en tänkvärd och bra tidning. Vi vill att de som läser tidningen ska få nya insikter, nära sig något nytt och kanske bli provocerade. Vi går bortom det aktuella nyhetsflödet, vi tar upp aktuella ämnen men inte dagssländor utan nyheter med längre bäst före-datum, säger Jakob Nyström.

Förbundsstyrelsen syn på medlemstidningen:

Förbundsordförande Adam Cwejman svarar på frågorna.

Vad är anledningen till att ni har en medlemstidning?

– Vi vill ha ett enkelt och regelbundet sätt att kommunicera med vår medlemskår. Målsättningen är att det ska finnas ett mervärde att vara medlem. I främsta hand riktar sig tidningen till de som inte är så aktiva, de passiva medlemmarna som kanske inte har kontakt med förbundet så ofta. Tidningen är deras enda kontakt med förbundet i både politiskt och organisatoriskt hänseende.

Vad vill ni att medlemmarna ska få ut av att läsa medlemstidningen?

– En uppfattning om vad som är politiskt "på gång" inom förbundet och vilka ideologiska diskussioner som förekommer just nu. Därutöver vill vi självklart ha en välskrivna "vanlig" tidning som är kvalitativ och intressant. Då behövs ingen speciellt förbundsperspektiv.

Vad ska en bra medlemstidning för ert förbund innehålla tycker ni?

– Information om vad som händer i förbundet, texter av ledningen i förbundet, en bredd som gör att det inte känns som en medlemspamflett vara utan en ordentlig tid-

ning. Ett kritiskt perspektiv som inte bara hyllar den egna positionen utan gärna ifrågasättande reportage, intervjuer och granskningar.

Är redaktionen fristående eller kopplad till förbundsstyrelsen och varför är det på det vis ni har?

– Helt fristående. Därför att vi vill sprida ansträngningarna i förbundet och tidningen inte är tänkt som en kommunikationskanal för förbundsstyrelsen. (Cwejman)

Ung Vänster:

Ung Vänster har en medlemstidning, kallad interntidning, och en prenumerationstidning. Interntidningen heter *Rak Vänster*.

Informationssekreteraren Felicia Ohly berättar om syftet med tidningen *Rak Vänster*:

*– En stor anledning till att vi har en interntidning är av interndemokratiska skäl, det vill säga att det ska finnas en plattform för att diskutera inom organisationen. Det handlar också om att alla medlemmar ska ha rätt att veta vad som händer i Ung Vänster, samt vad förbundsstyrelsen gör. Vi har rapporter från förbundsstyrelsemötena i varje nummer, och genom *Rak Vänster* får man också information om nya kampanjer och satsningar. Jag upplever att det finns en samstämmig syn om att det är bra att ha en medlemstidning av ovan nämnda anledningar, däremot har det funnits formdiskussioner om exempelvis hur många nummer som ska ges ut.*

– Framförallt är tidningen ett viktigt sätt för att se till så att alla medlemmar har möjlighet att få information på lika villkor. Man ska inte behöva vara aktiv medlem för att få veta vad som har hänt eller kommer att hända i Ung Vänster, eller för den delen få ta del av de aktuella ideologiska eller sakpolitiska frågorna. Tidningen fyller på så sätt en annan funktion än till exempel internet, kurser eller andra sätt att nå ut med prioriteringar eller skola medlemmar på.

Tidningen ska inte granska Ung Vänster eller Vänsterpartiet. Felicia Ohly förklarar:

– Vi är som politiskt ungdomsförbund såklart knutna till partiet men till skillnad från många andra ungdomsförbund så är en bärande del i vår självbild att vi är en egen organisation. För att förklara det lite utförligare så är vi i opposition mot ett orättvist samhälle och mot högerregeringen, vi finns inte till för att "dra Vänsterpartiet" åt något håll eller vara en plantskola för framtida partimedlemmar. Vi har således inte berört till exempel partiledarvalsprocessen i Rak Vänster, eller någon annanstans.

Förbundsstyrelsens syn på medlemstidningen.

Hanna Cederin, förbundssekreterare, svarar på frågorna.

Vad är anledningen till att ni har en medlemstidning?

– I första hand av demokratiska skäl. Medlemstidningen är det enda forumet som alla medlemmar har tillgång till och som de får i brevlådan, och som de inte behöver vara aktiva eller gå på möten för att kunna läsa och skriva in till. Det finns så klart också en poäng med att kunna rapportera om beslut och om vad som händer, utlysa lediga tjänster, inspirera och skapa en känsla av gemenskap och sammanhang för medlemmarna.

Varför ger ni ut en till tidning – Röd Press?

– Röd Press är en "vanlig" tidning som bara ägs och drivs av oss. Den riktar sig i första hand till ungdomar generellt, och innehåller ingen intern information eller så. Syftet med den är helt enkelt att ge ut ett vänsterpolitiskt magasin som riktar sig till unga - det finns inga andra sådana magasin och vi tycker att det behövs. Röd Press hette tidigare Stormklockan, som är en anrik arbetarrörelse-bulletin från 1908. Vi förlorade dock rättigheterna till namnet och tidningen har hetat Röd Press sedan -82.

Vad vill ni att medlemmarna ska få ut av att läsa medlemstidningen?

– Information, möjlighet att delta i interndebatt, inspiration.

Vad ska en bra medlemstidning för ert förbund innehålla tycker ni?

– Info om vad som hänt och kommer att hända, debattsidor, politiska texter.

Är redaktionen fristående eller kopplad till förbundsstyrelsen och varför är det på det vis ni har?

– Redaktionen väljs av förbundsstyrelsen, eftersom det är mest demokratiskt. Alternativet vore att låta kongressen välja redaktion, men eftersom vi bara håller kongress vartannat - vart tredje år vore det opraktiskt. Den består av såväl förbundsstyrelseledamöter som medlemmar utan särskilda uppdrag (Cederin).

Grön Ungdom:

Grön Ungdom har en tidning men i skrivande stund (2011/2012) görs en utredning om ifall tidningen ska vara kvar eller inte. Tidningens chefredaktör Sofia Hedman förklarar att Kongressen beslutar om tidningen får vara kvar eller inte. Ingenting är alltså ännu bestämt.

– Den kan få vara kvar även i år om kongressen vill det. Förbundsstyrelsen beslutade förra året att lägga ett förslag på att lägga ned tidningen på grund av ekonomiska skäl. Förbundsstyrelsen fick i uppdrag att utreda vilket kommunikationssätt som skulle fungera bäst och vi vet inte än vad de kommit fram till. Diskussionen gick om det fungerade lika bra med digital kommunikation, miljöskäl framfördes, men också att vi bör tänka på de mindre aktiva medlemmarna som bara får medlemstidningen som bevis för sitt medlemskap.

Diskussionen rörde kostnaden, vilket vissa tyckte var för hög och andra nödvändig. Andra menade att digital kommunikation kunde ersätta den tryckta, förklarar Sofia Hedman.

– Kongressen beslutade att stryka Avtryck från stadgarna efter förbundsstyrelsens förslag. Stadgeändringarna innebär att det är fritt fram att avskaffa tidningen i år. Personligen anser jag att tidningen är ett bra sätt att nå dem som inte är aktiva eller bor på platser där det händer lite. Tidningen fungerar som ett kitt som ger en känsla av gemenskap från norr till söder och förhoppningsvis kunskap och pepp på att aktivera sig.

Vilka sätt tror ni är bäst och effektivast för organisationen att nå ut till medlemmar med information, få dem att känna sig delaktiga och bilda opinion?

– Det är en avancerad fråga, men baserat på teorierna jag använt mig av i min C-uppsats om kommunikation så gäller det bland annat att vara tillgänglig, att vara där mottagaren är. Personligen tror jag också att man måste paketera budskapet på ett intressant sätt så att det når ut i mediebruset och att vara aktuell och relevant, säger Sofia Hedman.

– Vi har också använt oss av Facebook och blogg får att nå medlemmar med info. På en mer avancerad nivå gäller det att bryta de strukturer som gör att vissa inte känner sig delaktiga till exempel på grund av kön, klass, etnicitet funktionshinder med mera. Då tror jag på kvotering och ett språk som är lättillgängligt, samt ifrågasättande av hur kommunikationsstrukturerna ser ut och vilka ämnen som diskuteras säger Sofia Hedman.

Förbundsstyrelsens syn på tidningen.

Jakob Lundgren, ett av Grön Ungdoms två språkrör under undersökt tid (sedan 2012 ej längre språkrör), svarar på frågor om medlemstidningen.

Vad är anledningen till att ni har en medlemstidning?

– Medlemstidningen Avtryck, tidigare Nisse Hult, har varit ett sätt för förbundet att hålla fortlöpande politiska diskussioner under verksamhetsåret samt för att få medlemmar att bli aktiva och skriva. Tidningen har även haft ett utbildande och informerande syfte gentemot medlemmar och intresserade. Grön Ungdom-arrangemang har ofta annonserats där. För medlemmar som inte är aktiva är tidningen ett sätt att ge valuta för sitt medlemskap. Genom tidningen kan man följa vad som händer i förbundet. Eftersom det går att följa vad andra gör i tidningen kan lokalavdelningar som kanske annars aldrig varit i kontakt inspirera varandra. Tidningen bidrar utöver alla dessa saker till att skapa en känsla av samhörighet.

Vad vill ni att medlemmarna ska få ut av att läsa medlemstidningen?

– De ska känna att de vet vad som händer i förbundet och ska veta hur man kan engagera sig. Det är viktigt att man känner att man genom sitt medlemskap är med och påverkar så att man får "valuta" för det.

Vad ska en bra medlemstidning för ert förbund innehålla tycker ni?

– Debatter, intressanta reportage och nutidsrapportering, tips till fördjupning och information om vad som händer/hänt i förbundet.

Är redaktionen fristående eller kopplad till förbundsstyrelsen och varför är det på det vis ni har?

– Den är helt frikopplad från Förbundsstyrelsen eftersom vi tror att vår medlemstidning liksom är all journalistik är bäst när den är oberoende. Medlemstidningen kan inte på ett trovärdigt sätt granska förbundsstyrelsens arbete om den är direkt kopplad till förbundsstyrelsen.

Tillägg juli 2012: Tidningen har lagt ned, efter beslut på kongressen 2012. Förbundets Stockholmsavdelning söker under sommaren 2012 redaktionsmedlemmar till en internetbaserad tidning. Någon gemensam tidning för organisationen finns inte.

Centerpartiets Ungdomsförbund, CUF

Centerpartiets Ungdomsförbund, CUF, har haft en fysisk tidning tidigare, men på grund av ekonomiska skäl lade de ned den. I stället har de en tidning på nätet som heter *Verto* (gällde fram till år 2012). Joakim Josefsson är ansvarig för tidningen och granskar vad som står och bestämmer vad som får vara med i tidningen. Han svarar på frågor om *Verto* här:

– *Tidningen finns för att vi anser att det är en viktig del av förbundet och där våra medlemmar kan utvecklas och för att det ska skapas ett mervärde. Åsikten inom förbundet är att tidningen är bra men formen är inte helt spikad än utan utvecklas hela tiden.*

Vad tar ni upp i tidningarna och varför?

– Vi tar upp olika ämnen varje månad. Det är vi i redaktionen som bestämmer vad som kommer och oftast har vi ett tema. Temat väljs med tanke på hur det politiska läget är och om det är några ämnen vi ser som är på frammarsch men i fokus är att det ska vara intressant och givande för läsarna. Vi har tagit upp allt mellan skola, mobbning, integration och företagande i tidningen.

Tror ni att tidningen är ett effektivt verktyg för att föra ut ideologin och sakfrågorna till medlemmarna och få nya medlemmar att lära sig mer om politiken, eller finns det andra, billigare och effektivare sätt att använda pengarna på?

– Givetvis är detta ett sätt att få nya medlemmar på men det är inte målet. Ideologin och sakfrågor är inte saker vi lägger oss i. Vi kan i tidningen kritisera förbundet för deras arbete och politiken vi för om vi anser att det är fel. Det finns givetvis andra och effektivare sätt att få nya medlemmar på. Billigare tvekar jag på om det inte gäller skolbesök där våra medlemmar besöker skolor eller liknande platser. Vi får ut vår sakpolitik och ideologi på utbildningar och möten så finns ingen mening med att göra det genom tidningen.

CUF har som de tycker hittat en kostnadseffektiv lösning där skribenterna är ideella och kostnaden för tidningen därmed endast blir 300 kronor (se nedan). Medlemmarna måste själva gå in på hemsidan för att läsa tidningen när de inte får en fysisk tidning hem i brevlådan. Hur det här formatet håller sig visar sig först senare, då tidningen i dagsläget är ny och inga läsarundersökningar ännu har gjorts.

Förbundsstyrelsens syn på tidningen.

Anders Dahlberg sitter i styrelsen och har bland annat ansvar för IT och för tidningen *Verto*.

Vad är anledningen till att ni har en medlemstidning?

– CUF hade en medlemstidning länge men lades ned av ekonomiska skäl och för att i stället kunna lägga pengarna på kurser och utbildningar. Det var en prioriteringsfråga. Förbundssty-

relsen kände dock att en tidning ger ett mervärde för medlemmarna och de tog beslut om en digital tidning. Styrelsen hittade några medlemmar som var intresserade av att arbeta ideellt med tidningen och så startade tidningen Veto 2011. Information om att vara med i redaktionen gick ut till alla medlemmar per post och vi länkar från hemsidan och finns på facebook men sedan har vi inte marknadsfört tidningen så mycket ännu.

Vad vill ni att medlemmarna ska få ut av att läsa medlemstidningen?

– Dels interndebatten, men det är inte så många som utnyttjar den möjligheten. Tidningen har större potential än den bidrar med i dag. Tidningen ger ett mervärde och kan fungera som inspiration och uppdatering på vad som händer.

Vad ska en bra medlemstidning för ert förbund innehålla tycker ni?

– Interndebatt, att de medlemmar som tycker att det är roligt att skriva ska få en plattform att skriva om det de intresserar sig av. Skillnaden mellan tidningen och informationsutskick på mejl, som förbundsstyrelsen ofta har, är att tidningen ger info på ett snyggt sätt och att den kan lyfta fram något särskilt och diskutera, plocka russin ur kakan. En mix i formatet är viktigt och att det inte är styrelsens tidning.

Är redaktionen fristående eller kopplad till förbundsstyrelsen och varför är det på det vis ni har?

– Redaktionen är fristående. Min roll som ansvarig utgivare är att se så att texterna inte bryter mot lagstiftningen. Texterna har hittills endast haft vår ideologiska inriktning eftersom det är den vi brinner för. Men det behövs inte. Skulle redaktionen bjuda in till exempel en Socialdemokrat för att skriva en text eller debattartikel är det fritt fram (Dahlberg).

Kristdemokratisk Ungdom, KDU

Kristdemokratisk Ungdom, KDU, gav ut en tidning i samband med valet år 2010, före det var det ett år sedan de hade en medlemstidning regelbundet. Efter valtidningen har de inte haft någon medlemstidning, men den är inte helt nedlagd utan vilande. I stället för en medlems-

tidning lyfter KDU:s generalsekreterare Kalle Bäck fram att ordföranden har ett nyhetsbrev som kommer ut ungefär en gång i månaden. I nyhetsbrevet diskuteras vad som händer i förbundet, vad förbundsordföranden tänker om politiken och vad han gör i sitt arbete. Kalle Bäck förklarar att föreläsningar, kurser, möten och andra händelser i KDU marknadsförs på KDU:s nationella facebookside, på lokalföreningarnas olika forum och på twitter.

KDU har valt att inte ha en aktiv medlemstidning just nu på grund av de höga kostnaderna för att driva tidning, även fast tidningen bedrevs ideellt. Tidningen bekostades av KDU, de hade inga sponsorer men kunde ha annonser i tidningen ibland.

– Det kostar mycket att trycka en tidning och tar mycket resurser att trycka och administrera den. Det finns andra, billigare vägar som bättre når medlemmarna, som sociala medier där ungdomarna redan finns. På nätet kan vi få en mer kommentarer, träsklarna blir mindre.

Kalle Bäck lyfter även fram alla andra sätt att nå ut till medlemmarna, som aktiviteter som sker nationellt och lokalt, samt att ordföranderåd hålls varje termin där lokala ordföranden samlas och diskuterar.

– Man måste ha nya former att nå ut till medlemmarna och nya sätt att jobba effektivare.

Sverigedemokratisk Ungdom, SDU

SDU har ingen medlemstidning och har inte haft det de senaste åren. Tidigare i förbundets historia fanns detta. Valet att inte ha en tidning grundar sig på ekonomin. SDU:s förbundssekreterare Pavel Gamov förklarar:

– Det har saknats ekonomiskt utrymme för en medlemstidning och dessutom är i princip alla våra medlemmar uppkopplade mot internet dagligen, varför det är enklare att sprida information elektroniskt. Mig veterligen föreligger inga ideologiska skäl till att vi saknar en medlemstidning utan snarare att tekniken utvecklats, att vi saknat och i viss mån fortfarande

saknar resurser för att ha en tidning samt att vi definitivt saknar resurser för att ha anställda som arbetar med en medlemstidning.

SDU:s förbundsordförande Gustav Kasselstrand svarar på frågan om det skulle finnas några fördelar med att ha en medlemstidning:

– Det är klart att det skulle finnas fördelar. Men i dagsläget bedömer vi att de inte överväger nackdelarna, så som stora kostnader och administration. Det skulle också fordra väldigt stor arbetsinsats. Då SDU är ett förbund med små ekonomiska resurser och där alla arbetar helt och hållet ideellt hamnar en medlemstidning längre ned på prioriteringslistan, men det är ett intressant förslag för framtiden. Vi har dock egna avsnitt i moderpartiets tidningar SD-Bulletinen och SD-Kuriren.

Gustav Kasselstrand tror inte att ungdomsförbund generellt är särskilt beroende av en medlemstidning.

– Vissa förbund har lagt ned sina medlemstidningar och det tycks inte vara något som avgör deras verksamhet. Den kan dock säkert vara ett komplement till den övriga verksamheten. SDU hade tidigare en medlemstidning vid namn "Demokraten!". Den fyllde sin roll då, men i dag når vi ut till våra medlemmar på andra sätt. Vår hemsida, vår kanal på youtube och vår sida på facebook är tre viktiga sätt för oss att nå ut på. SDU-television filmar och lägger upp material titt som tätt, ofta i samband med någon större händelse så som förbunds-kongress, debatter, demonstrationer eller torgmöten. SDU får också stor medieexponering jämfört med de andra ungdomsförbunden, så vi syns ofta i media.