



”För den som har kunskap om den ökade väljarrörligheten borde det inte komma som en överraskning att opinionsundersökningarna visade fel.”

Lärdomar av valrörelsen 2002

Valrörelsen är över. Vallokalerna har stängt. Utrymmet för den politiska journalistiken krymper. Valaffischerna ersätts av reklam för Hennes & Mauritz, ICA-banken och allehanda andra materiella saker. Nu dröjer det fyra år till nästa ordinarie val.

Som i samband med alla val har även årets val, årtusendets första, genererat både vinnare och förlorare. Men inte bara partipolitiskt – till årets stora förlorare hör vid sidan av moderaterna även medierna, opinionsinstitutet och, ytterst, demokratin. Av detta kan vi dock dra några lärdomar, så att samma misstag förhoppningsvis inte behöver upprepas igen.

Den första lärdomen handlar om medierna och opinionsmätningarna. Sedan länge är det bland insatta känt att väljarna har blivit allt mer rörliga. I samband med valet 1998 bestämde sig hela 57 procent för vilket parti de skulle rösta på först under själva valrörelsen. 18 procent bytte parti under de sista veckorna före valet. De som bestämde sig sent utmärktes dessutom av relativt sett låga politiska kunskaper och lågt politiskt intresse.

Om dessa trender förstärktes i samband med årets val är för tidigt att säga, men kunskapen om den ökade rörligheten borde ha lett till en ökad ödmjukhet inför uppgiften att förutsäga hur människor kommer att rösta. Det gäller särskilt eftersom de med begränsade politiska kunskaper och lågt politiskt intresse också är de som är minst benägna att delta i opinionsundersökningar.

Ändå slogs nytt rekord i antalet publicerade opinionsundersökningar. Aldrig tidigare har så många opinionsundersökningar publicerats under en valrörelse – och aldrig tidigare har de varit så missvisande. För den som har kunskap om den ökade väljarrörlig-

heten borde det inte komma som en överraskning att opinionsundersökningarna visade fel. Ändå argumenterar nuansvariga journalister och opinionsinstitut som om de inte hade någon aning om att det är svårare att mäta opinioner i en tid av ökad väljarrörlighet än i en förgångentid av stabilitet. Det är nästan pinsamt att höra – även om debatten måste välkomnas. Kanske kan den leda till förbättringar i framtiden.

Den andra lärdomen hänger samman med den första. Tack vare att det publicerades så många opinionsundersökningar tycks det (även om vi får vänta innan vi vet med säkerhet) som om gestaltandet av politik som sport och spel har varit ännu vanligare i år än i valet 1998. Därmed trängdes journalistik som handlar om politikens sakfrågor ut. Den sakpolitiska diskussionen som skulle kunna ge människor vägledning om hur de ska rösta trasades sönder med hänvisningar till vinnare och förlorare i opinionen.

Förra gången gynnade journalistikens fixering vid opinionsmätningarna och det politiska spelet kristdemokraterna och vänsterpartiet, den här gången gynnades folkpartiet. I båda fallen missgynnades demokratin – åtminstone om vi tror att demokratins kvalitet gynnas av att människor är informerade och röstar på de partier som sakpolitiskt och ideologiskt står närmast dem.

Detta leder över till den tredje lärdomen, som handlar om partiledarens betydelse. Välkänt inom forskningen är att journalistiken över tid har kommit att fokusera allt mer på partiledarna och allt mindre på partierna som kollektiv. Att det förra gången talades om en Svensson- och en Schymaneffekt är exempel på detta, på samma sätt som det i den här valrörelsen har talats om en Leijonborgeffekt. Vad som är mindre känt,

men icke desto mindre ett faktum, är att den forskning som har bedrivits på området visar att partiledarna som personer faktiskt har en väldigt begränsad betydelse för hur människor röstar. Populära partiledare leder inte till populära partier – däremot finns det ett omvänt mönster. I grund och botten röstar dock svenskarna på partier, inte på partiledare. Detta borde vara känt bland ledande medier – ändå fokuseras så mycket av journalistiken på partiledarna och hur de uppfattas av människor. På sikt kan det skapa en självuppfyllande profetia, men frågan är vem som i så fall är betjänt av det.

För att sammanfatta några av lärdomarna. Inför nästa valrörelse borde opinionsinstitutet bli bättre på att mäta allt rörligare väljares partisympatier. Medierna borde publicera färre opinionsmätningar, om de nu inte vågar prova experimentet att helt avstå. Samtidigt borde journalistiken fokusera på och gestalta politik som sak istället för spel, samt fokusera mindre på partiledarna och mer på politikens sakinhåll.

En sådan annorlunda valrörelse skulle såväl medborgarna som demokratin gagnas av. Möjligen skulle trenden mot sjunkande valdeltagande också kunna stoppas, om människor genom ökat fokus på politikens innehåll får en starkare känsla för att politik är viktigt.

Trots allt handlar politik inte om vinnare eller förlorare i opinionen. Det handlar om hur våra samhällen och våra liv ska styras. Det borde alla eller åtminstone de flesta uppfatta som viktigt – förutsatt att det är så politiken framställs i medierna, människors främsta källa till bilder av politiken och demokratin.

JESPER STRÖMBÄCK
Fil dr i journalistik vid Demokratiinstitutet