



”Partier är inte bara verksamma på en väljararena, där målet är att maximera antalet röster. Partier är också verksamma på en intern arena, där målet är att maximera den interna enigheten, en mediearena, där målet är att maximera den positiva uppmärksamheten, och en parlamentarisk arena, där målet är att maximera det sakpolitiska inflytandet.”

## Pudel med högburet huvud

NÄR RÖSTERNA RÄKNADES PÅ VALNATTEN 2002 var glädjen lika slående hos folkpartiet som besvikelsen var stor hos moderaterna. Medan moderaterna tappade 7,7 procent gick folkpartiet fram med 8,6 procent. Folkpartiets ledare kallades Leijonkung och det talades om en Leijonborg-effekt. Samtidigt hade man under valrörelsen kunnat läsa rubriker där den dåvarande moderatledaren kallades ”Bu Lundgren”.

Våren 2004 är situationen förändrad. Medan moderaterna återigen ligger på 22-24 procent i opinionsmätningarna har folkpartiets opinionsciffror sjunkit ner till 10-12 procent. Och medan moderaterna leds av en ny partiledare och en ny stab, kämpar samma folkpartistab som 2002 med att upprätthålla och stärka såväl förtroende som opinionsciffror. Men medan den ena lyckas allt bättre, lyckas den andre allt sämre. Under de dagliga nyheternas och utspelens yta formas successivt positionerna inför nästa riksdagsval. Det är en kamp där mycket tyder på att moderaterna är mer professionella i sin politiska kommunikation än folkpartiet.

Skilnaden ligger i partiernas förmåga att å ena sidan lyssna på och anpassa sig till rådande opinioner, och å andra sidan bibehålla eller stärka den interna enigheten. Partier är inte bara verksamma på en väljararena, där målet är att maximera antalet röster. Partier är också verksamma på en intern arena, där målet är att maximera den interna enigheten, en mediearena, där målet är att maximera den positiva uppmärksamheten, och en parlamentarisk arena, där målet är att maximera det sakpolitiska inflytandet. Nyckeln till framgång ligger i hur skickligt ett parti är på att balansera de ofta motstridiga krav som ställs på de olika arenorna.

Om man utifrån studerar folkpartiets agerande de senaste månaderna ger det intryck av att folkpartiledningen är allt för upptagen av att läsa av opinionsklimatet och av att anpassa sig till det. På något annat sätt är det svårt att förstå varför folkpartiet har anpassat sig till regeringens retorik om övergångsregler och varför det har lagt fram sitt eget förslag om övergångsregler – trots att de tidigare har argumenterat för att sådana inte behövs. Samtidigt har folkpartiets ledning försummat de partiinterna opinionerna. Det är därför vi har kunnat läsa artiklar om att kandidater i valet till Europaparlamentet i juni hoppar av och om splittring i såväl riksdagsgrupp som partistyreelse. Det illustrerar en bristande insikt hos folkpartiledningen om att det kan vara förödande att lyssna av och anpassa sig till opinionen, om det leder till konflikter på den interna arenan.

Som kontrast framstår moderaterna den här våren som mycket skickliga på att läsa av och anpassa sig till det rådande opinionsläget med bibehållen intern enighet. Ett exempel på det är den debattartikel som moderatledaren Fredrik Reinfeldt med flera skrev i DN den 4 mars, med innebörden att moderaterna lägger om sin ekonomiska politik för att den ska bli ekonomiskt realistisk och fördelningspolitiskt trovärdig. I och med den artikeln och efterföljande presskonferenser gjorde moderaterna en pudel med högburet huvud. De visade att de lyssnar till opinionen, att de har förmåga att vara självkritiska, och att de är beredda att ändra sig när starka sakskalet talar för det – men utan att svika de egna grundläggande värderingarna eller politikens långsiktiga mål. Därmed lyckades de undvika ett internt uppror mot skattepolitikens omläggning.

Både folkpartiet och moderaterna strävar efter att behålla gamla och vinna nya sympatisörer, helst från socialdemokraterna efter-

som det är en förutsättning för maktskifte 2006. Men medan folkpartiet hittills mest har lyckats med att stöta bort liberala kärntrupper utan att vinna nya sympatisörer, har moderaterna lyckats både med att behålla gamla och att vinna nya sympatisörer.

Det tyder på en mer utvecklad professionalitet hos moderaterna än folkpartiet när det gäller att läsa av både den allmänna och den partiinterna opinionen – och att dra rätt slutsatser.

I en tid som präglas av låg partiidentifikation och hög väljarrörlighet är det nödvändigt för partier med ambitionen att växa att både läsa av rådande opinionsklimat och att erbjuda en politik som utgår från vilken politik och vilka argument människor efterfrågar. Men det är också nödvändigt att vara internt eniga, eftersom det är en förutsättning för att kunna bedriva effektiva kampanjer.

Ett parti som prioriterar väljararenan allt för högt på bekostnad av den interna arenan kommer obönhörligen drabbas av bakslag på mediearenan, i och med mediernas stora intresse av interna konflikter. Ett sådant parti riskerar bli förlorare på samtliga arenor – på samma sätt som ett parti som tror att den interna arenan är allt och det existerande opinionsläget inget.

2002 lyckades folkpartiet läsa av opinionsläget och anpassa sig till det med i stort sett bibehållen intern enighet. Det bidrog starkt till det valets Leijonborg-effekt. Om folkpartiet fortsätter på samma sätt som det har gjort hittills i vår, är sannolikheten stor att Leijonborg-effekten i nästa riksdagsval blir en Leijonborg-defekt.

JESPER STRÖMBÄCK

Verksam vid Demokratiinstitutet  
och Mitthögskolan  
[www.jesperstromback.com](http://www.jesperstromback.com)