

Från supervalår till politisk baksmälla

Några reflektioner kring de svenska valrörelserna 2014



Lars Nord
Professor Politisk kommunikation
Mittuniversitetet

Tre perspektiv i politisk kommunikation

- Väljarbeteende; röstning och attityder
- Partiernas kampanjer; strategier och metoder
- Massmedier och sociala medier; makt och roller

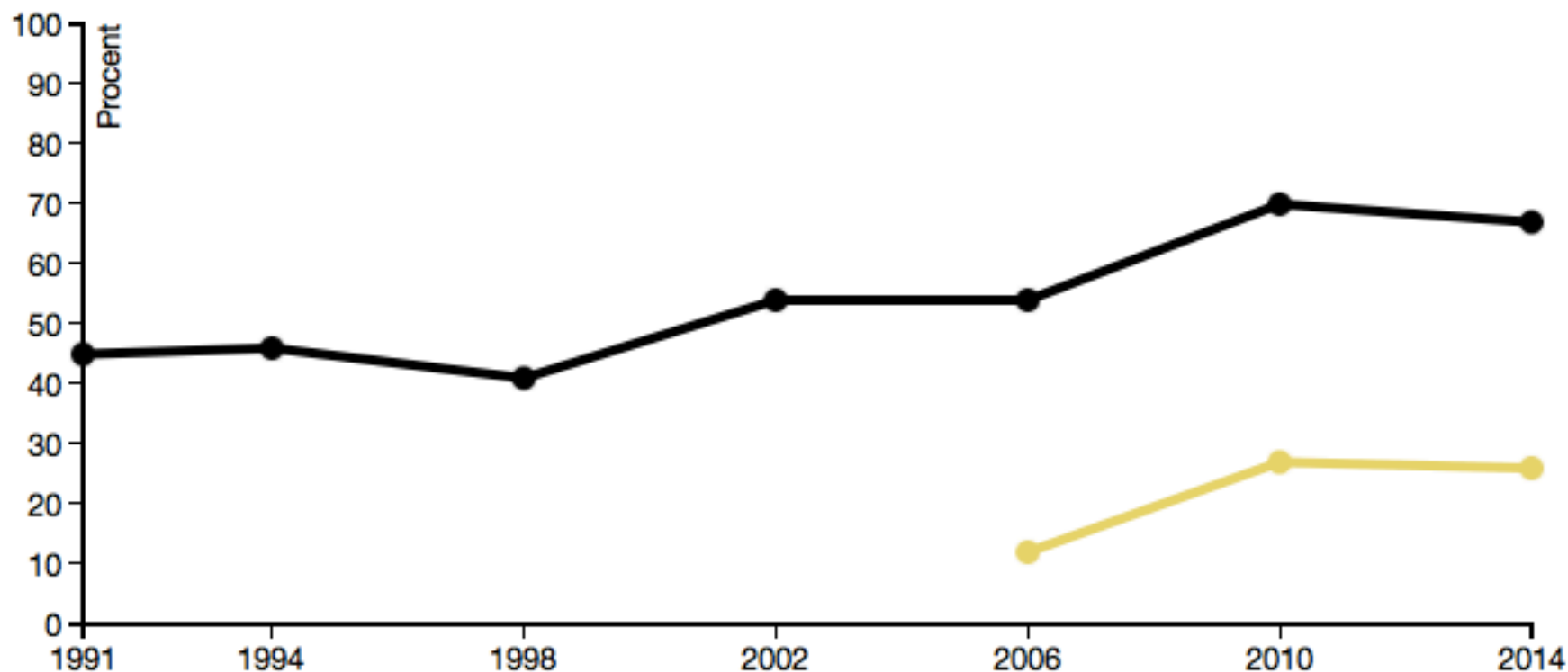


Något positivt om valrörelsen...

- Valdeltagandet
- Självständiga väljare
- Maktväxlingen
- Frånvaron av politiska skandaler
- Professionella valkampanjer med lite smutskastning
- Massiv mediebevakning med partiperspektiv

Jämför olika partiers väljare

Så många har stort förtroende för politikerna



Klicka för att visa parti:



Nästan var tredje SD-väljare kommer från M

15 september



Nästan var tredje SD-väljare röstade på Moderaterna i förra valet. Det visar SVT:s vallokalsundersökning.

Kampen om framtiden

	Helt fel håll	Fel håll	Varken- eller	Rätt håll	Helt rätt håll
April 2014	20	32	24	21	3
Juni 2014	20	33	23	21	3

Fråga: Allmänt sett, tycker du att utvecklingen i Sverige går åt rätt eller fel håll?

Källa: DEMICOM valrörelsepanel 2014



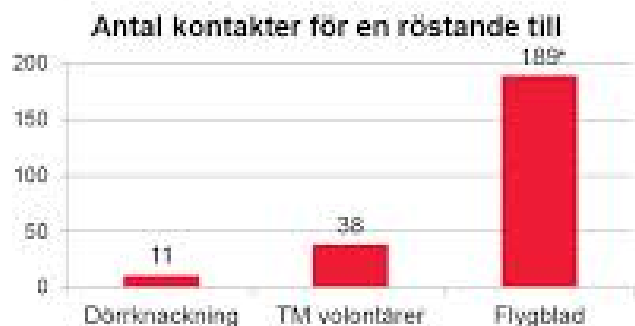
Väljarna och moderna valrörelser

- Valrörelser mobiliserar människor politiskt
- Allt fler partibytare och sena röstbeslut
- Människor röstar i huvudsak på det parti de uppfattar som bäst i de frågor de tycker är viktigast
- Partiledareffekter är begränsade
- Medierna är människors viktigaste informationskälla

Jakten på den perfekta kampanjen



Antal kontakter för att mobilisera en ytterligare väljare (Green & Gerber, 2008)



Socialdemokraterna knackade 1 500 000 dörrar och fick 99 761 nya väljare

Moderaterna knackade 900 000 dörrar och förlorade 328 769 väljare

Fyra kampanjtyper

Direkta kanaler

Sociala medier

Masskommunikation
(reklam)

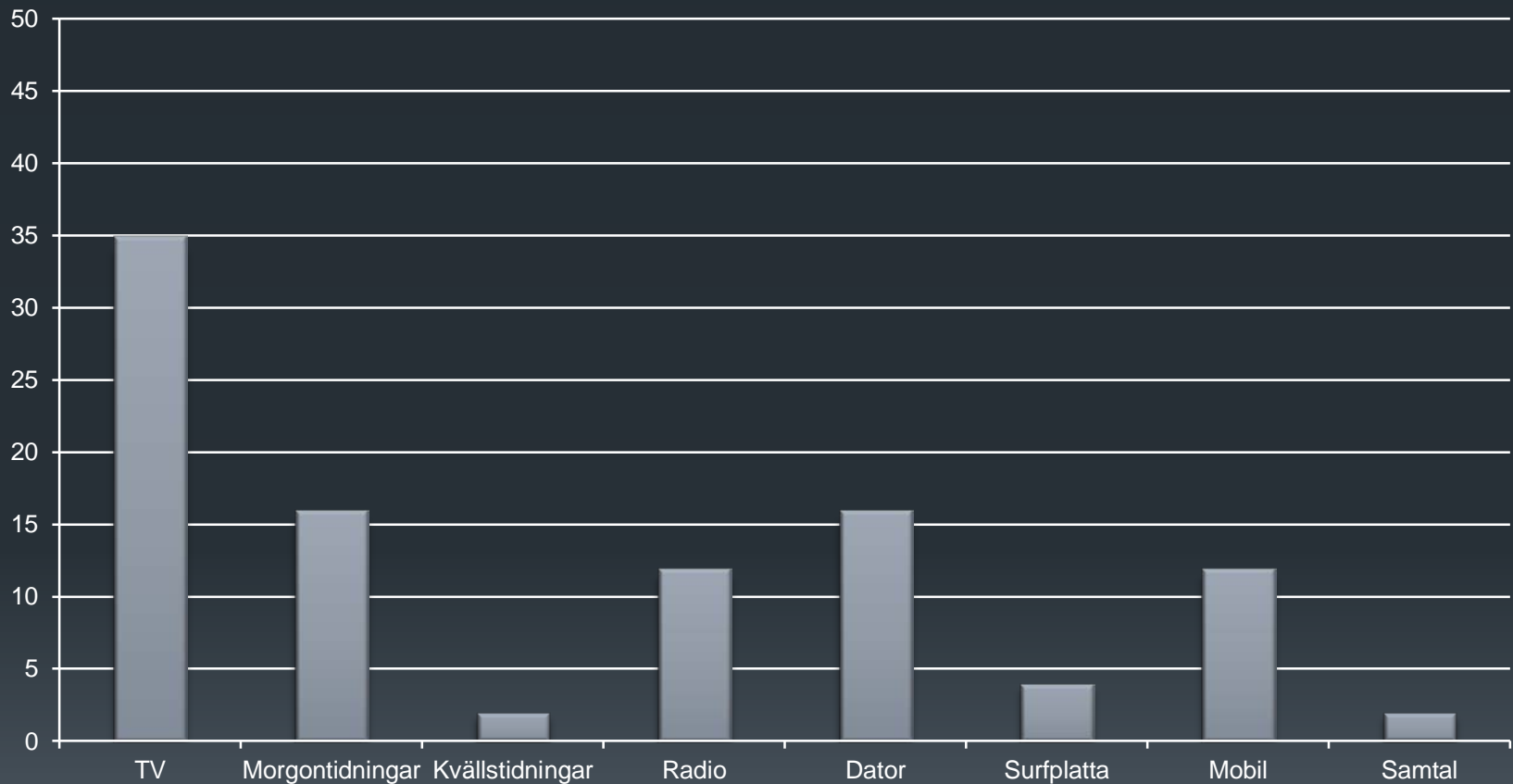
Personlig
kommunikation
(dörrknackning)



Alla gör misstag...



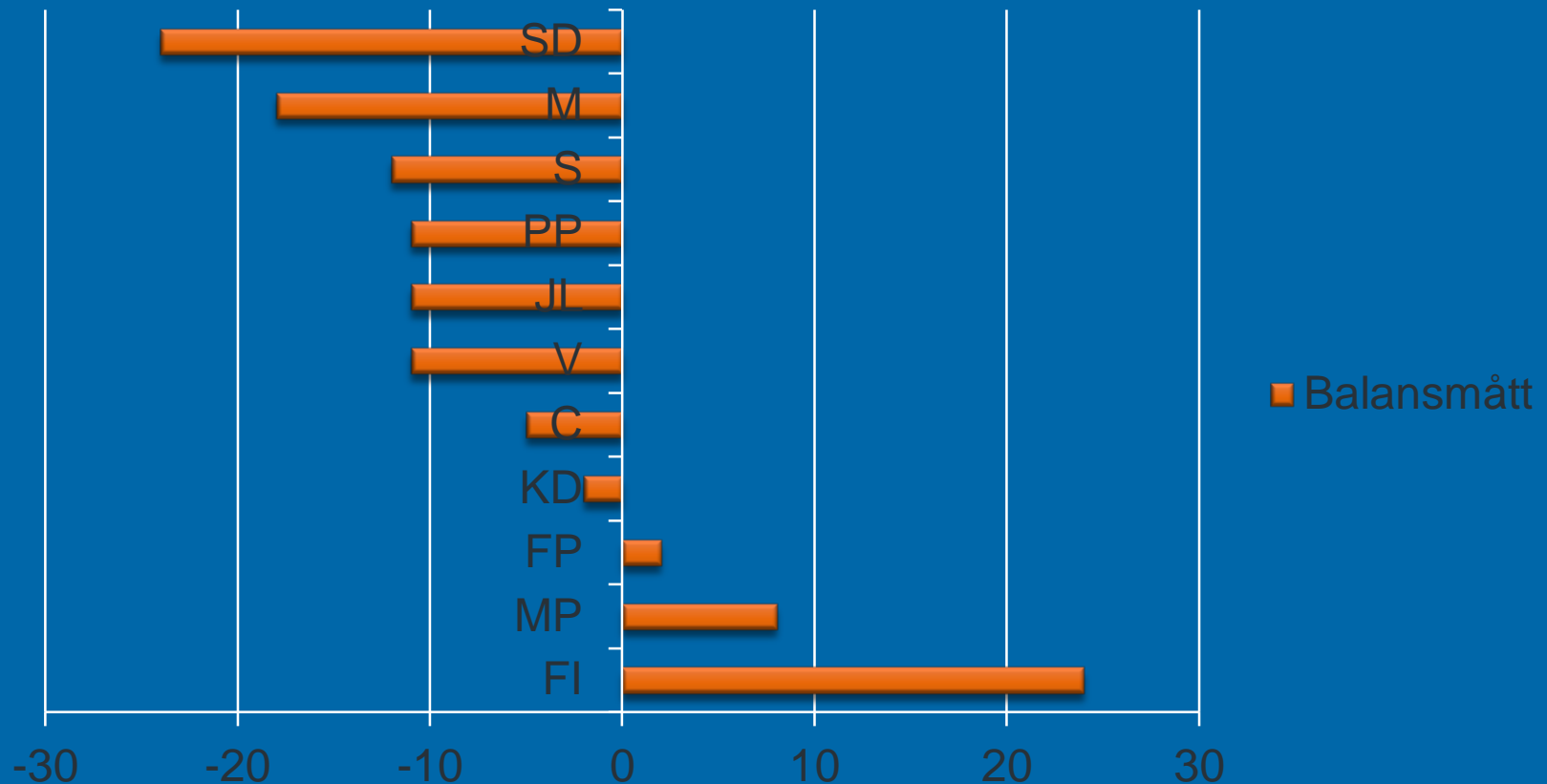
Den (mass)medierade valrörelsen



Fråga: Hur får du huvudsakligen information om vad som händer i svensk politik?

Källa: DEMICOMs valrörelsepanel 2014

PARTIERNAS VINKLING I MEDIERNA



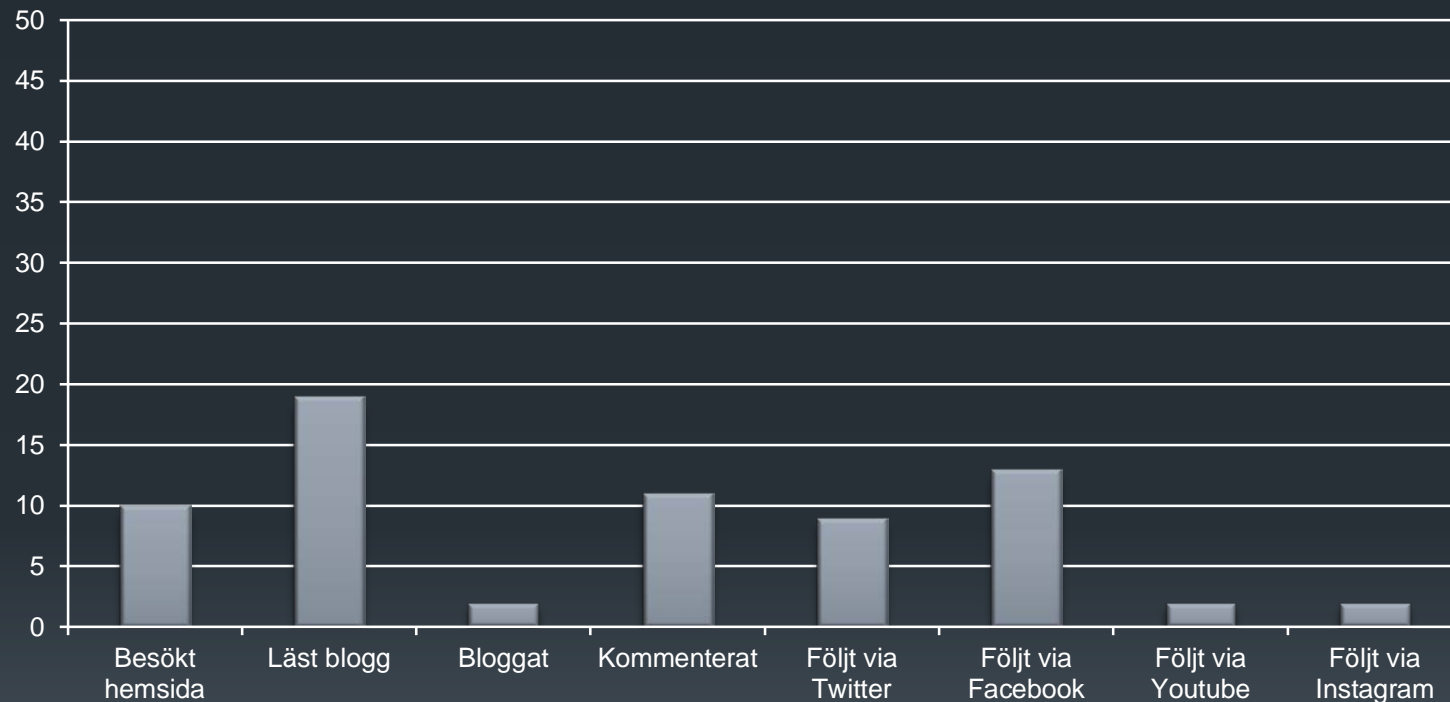
Procentbalans mellan andelen positiva och negativa vinklingar i artiklar och inslag i EU-parlamentsvalet (Totalt: 298).



Nyhetsnördar och nyhetsnojoj

- Det har aldrig tidigare så lätt som idag att skaffa sig information om vad som händer i samhället
- Det har aldrig tidigare varit så lätt att undvika information om vad som händer i samhället
- Informations- och kunskapsklyftorna ökar i det svenska samhället
- De medier som bidragit till minskade informationsklyftor möter allt tuffare marknadsvillkor

Den sociala valrörelsen?

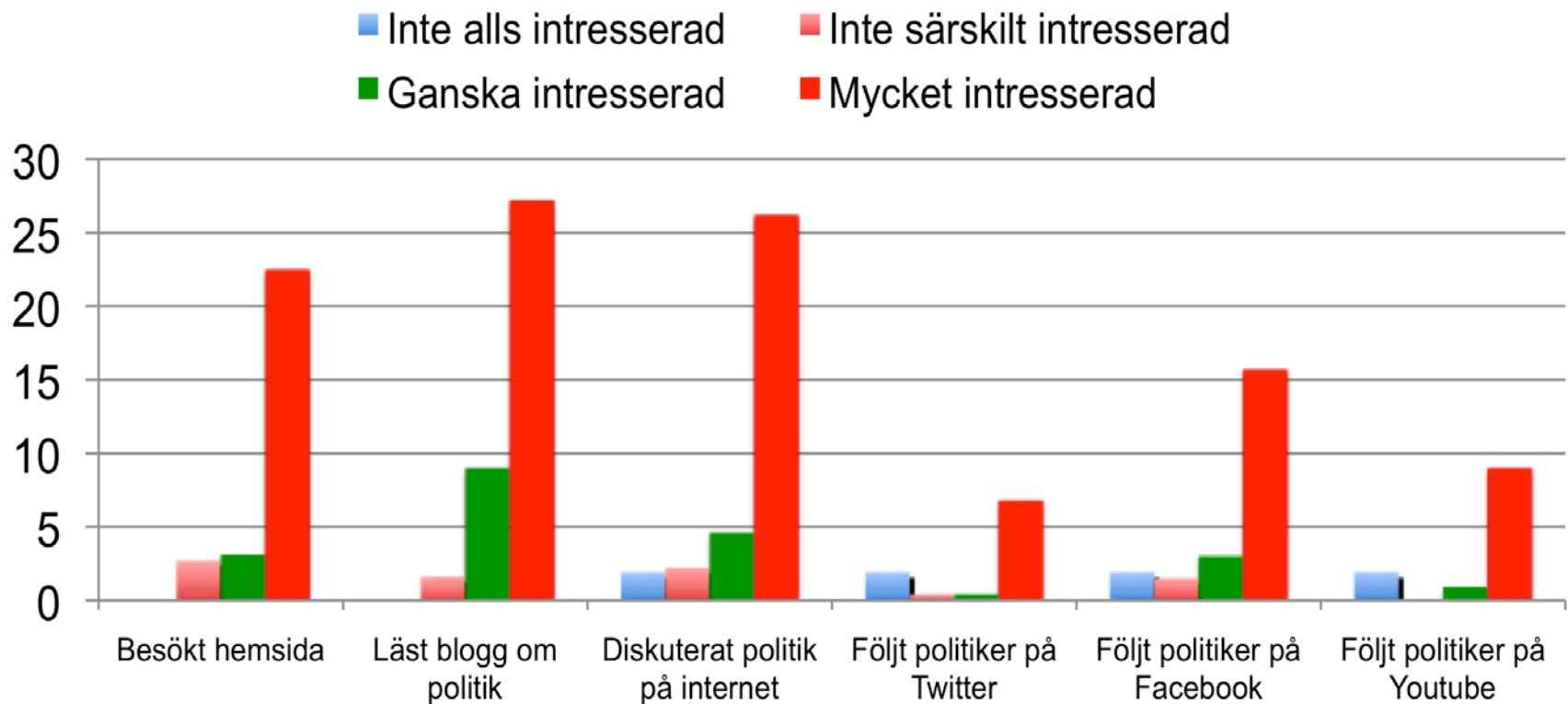


Fråga: Hur ofta har du under den senaste månaden gjort något av följande "politiska aktiviteter" på internet?

Källa: DEMICOMs valrörelsepanel 2014

POLITIKÄLSKARNAS eldorado

(% regelbundna användare i valrörelsen)



Politik på nätet

- Sociala medier används av allt fler – men traditionella medier viktigast som nyhetskälla
- Partikompasser och partiernas hemsidor används mest som politiska verktyg
- Sociala medier används framförallt av de redan politiskt intresserade och övertygade partianhängare
- Sociala medier viktigast för att mobilisera och organisera kampanjarbetet
- Få tecken hittills på att sociala medier används för att bygga långsiktiga relationer

*Nya val inspirerar
nya former av
politisk
kommunikation...*

