

Anmeldelse

**Kasper Møller Hansen og
Karine Kosiara-Pedersen, red. (2014)**
Folketingsvalgkampen 2011 i perspektiv
København: Jurist- og Økonomforbundets
forlag, 436 sider

Danmark har været velsignet med systematiske studier af danske vælgere siden folketingsvalget i 1971. Valget blev starten på »Det Danske Valgprojekt«, som gennemfører repræsentative vælgerundersøgelser efter hvert valg. Hovedformålet ligger lige for: At undersøge årsagerne til, at vælgerne stemmer som de gør. Projektet har rødder og inspiration i *The People's Choice* (1944), som analyserede det amerikanske præsidentvalg i 1940. Tilbage i 1940'ernes USA havde interviewteknikker og metoder til stikprøveudvælgelse nået et højt og anvendeligt niveau, som er en forudsætning for systematiske studier af vælgeradfærd. Værket står selv i dag som en milepæl i vælgeradfærdsforskningen.

Redaktørerne Kasper Møller Hansen og Karina Kosiara-Pedersen skriver sig med bogen *Folketingsvalgkampen 2011 i perspektiv* ind i en stolt tradition i dansk politisk sociologi: Det Danske Valgprojekt. Og bogen er et ambitiøst og veludført supplement eller alternativ til hovedpublikationen *Krisevalg. Økonomien og Folketingavalet 2011* (2013). Med sit omfattende og mangefaceterede datamateriale sætter bogen lup på folketingsvalgkam-

pen 2011 ud fra både vælgernes, mediernes, partiernes og kandidaternes synsvinkel.

Bogens ambition er tydelig, interessant og hidtil uset. Bogen beskæftiger sig indgående med præcist de 20 dage, folketingsvalgkampen i august/september 2011 varede. Dermed er bogen den første af sin art herhjemme, som giver en sammehængende fremstilling af, hvordan en valgkamp til Folketinget konkret udspiller sig i Danmark. En så systematisk og omfattende kortlægning af en dansk valgkamp er ikke tidligere set samlet i et værk. Alene af den grund er bogen værd at læse for både politikere, forskere og alle med interesse for valg, vælgeradfærd og valgkampe.

Partierne gør brug af en bred vifte af kampagneinitiativer for at vinde vælgenes gunst. Bogen sætter fokus på disse initiativer og vurderer hvordan de virker. Et simpelt kig på partiernes kampagneudgifter vidner også om, at en systematisk kortlægning af valgkampen er interessant. I 2004 havde partierne kampagneudgifter svarende til omkring 34 mio. kr. I 2011 var dette tal mere end firedoblet til 137 mio. kr. Bogen formår desuden at perspektivere 2011-valgkampen til tidligere valgkampe med henblik på at identificere tendenser og udviklingstræk.

Bogens indhold kan opdeles i fire hovedgrupper. Første gruppe omhandler valgkampens

centrale aktører – herunder partierne, kandidaterne, partimedlemmer og interesseorganisationer. Bogen sætter fokus på partiernes pengeforbrug under valgkampe og på hvordan kandidaterne konkret fører valgkamp. Desuden undersøger bogen hvem (interesseorganisationer, erhvervsliv og andre aktører), der støtter de politiske partier og med hvor mange penge.

Anden gruppe sætter fokus på aktiviteter i valgkampen. Dette gælder bl.a. klassiske aktiviteter som valgplakater, dør til dør-kampagner og politikerdueller i TV. Denne del af bogen sætter også fokus på *negativ campaigning*.

Tredje gruppe af kapitler samles under overskiften *politik*. Her rettes fokus bl.a. på Ole Borres velkendte skel mellem fordelings- og værdipolitik og den betydning det har, når vælgerne afgiver deres stemmer. Denne del af bogen analyserer også både mediernes og politikernes dagsorden under valgkampen.

Den sidste gruppe af kapitler – og der hvor alle med interesse for valg og valgkampe kan uddrage flere dokumenterede essenser – handler om *effekter*. Altså: Hvad virker og hvad virker ikke når der skal fiskes stemmer? Her fokuserer forfatterne bl.a. på effekten af kandidaternes kampagner, om valgkampe gør vælgerne klogere på politik samt sætter luppen på den evigt interessante gruppe af *tvivlere*.

En af bogens underfundige pointer handler om den værktøjskasse kandidaterne gør brug af under en valgkamp. På mange måder er den lige så klassisk og velkendt som den altid har været med valgplakater, annoncer i lokalaviser, gadearrangementer og omdeling af materialer. Her er alt ved det gamle. Men med til den historie hører også, at det er blevet langt mere krævende at være folketingskandidat. For værktøjsskassen har vokseværk. Den generelle tendens til professionalisering

af valgkampe, de sociale mediers frembrusen og et umætteligt hav af stadigt flere medier hæver omkostningerne for alle kandidater.

Bogens centrale akademiske bidrag centrerer om seks hypoteser, som bogen indledningsvist rejser og finder opbakning til i de løbende analyser. Og skulle nogen være i tvivl: Valgkampe gør en forskel og valgkampe flytter stemmer. Opskrifterne på hvordan findes overalt i bogen. Bogen viser blandet andet, at valgkampe er *empowerment* af vælgerne. De danner, oplyser og engagerer vælgerne med medierne som det centrale bindeled. Dermed spiller valgkampe en central demokratisk rolle. I analyserne vises det desuden, at danske vælgere er partipolitisk forudindtagede og meget selektive i hvilken eksponering de lader sig udsætte for. Forskerne finders således støtte i *minimumseffekt-tesen*, som handler om, at valgkamps største effekt reelt er at fastholde vælgere i det partivalg de allerede i modsætning til at flytte stemmer rundt i det politiske landskab. Og det på trods af, at ikke mindre end 44 pct. af vælgerne ved valgkampen i 2011 først bestemte sig under valgkampen.

Sammenfattende er bogen lækkerbiskken af tal og tabeller om valg og vælgere, for alle, der holder af valg og valgkampe. Bogens styrker er mange. Men især det klare fokus på selve valgkampen i kombination med det mest omfattende og bredspektrede datamateriale for nogen dansk valgbog gør analyserne interessante. Bogens eneste åbenlyse mangel er fokus på sociale medier. Hvilke politikere bruger dem? I hvilket omfang? Og med hvilken succes og effekt? Der er et stort behov for valgforskning i sociale mediers betydning for såvel dagsordensættelse som vælgernes stemmeadfærd. Lad det være en opfordring herfra til næste store projekt.

Kenneth Thue Nielsen
Kommunikationschef, cand.scient.pol.
LO • Landsorganisationen i Danmark