

Jørn Sønderholm

Burde meningsmålinger være ulovlige?¹

Denne artikel handler om meningsmålinger. Mere specifikt behandler den spørgsmålet om, hvorvidt det bør være ulovligt at offentliggøre resultaterne af meningsmålinger. Spørgsmålet om, hvorvidt offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være ulovligt, er af teoretisk interesse, men det er også af praktisk interesse, fordi et stort antal lande har gennemført love, som gør det ulovligt at offentliggøre meningsmålingsresultater. Denne artikel konkluderer, at der ikke bør være nogen juridiske restriktioner på offentliggørelse af meningsmålingsresultater. Offentliggørelse af sådanne resultater bør være lovligt på et hvilket som helst tidspunkt. I artiklens andet afsnit fremføres et argument for, at udgangspunktet i debatten om, hvorvidt det skal være lovligt at offentliggøre resultaterne af meningsmålinger bør være, at dette skal være lovligt. Der argumenteres for, i) at dette argument er overbevisende. Der kan dog være mindst ét stærkere argument for den opfattelse, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være ulovligt. I tredje afsnit argumenteres der for, ii) at der ikke eksisterer et sådant argument. Forudsat at argumenterne for i) og ii) er overbevisende, vil et meget plausibelt argument til fordel for denne artikels konklusion være etableret.

Denne artikel handler om meningsmålinger. Mere specifikt behandler den spørgsmålet om, hvorvidt det bør være ulovligt at offentliggøre resultaterne af meningsmålinger. Gennem hele artiklen benævner ”meningsmåling” en ”måling som er designet til at afdække holdninger og/eller påtænkt [...] adfærd hos politiske aktører” (McLean og McMillan, 2009a), og politiske aktører skal i denne sammenhæng alene forstås som vælgere. Denne kvalificering af, hvad en politisk aktør er, er ikke uvæsentlig, da man også kan gennemføre en meningsmåling, der er designet til at afdække holdninger og/eller påtænkt adfærd hos politiske ledere, lovgivere og bureaukrater. Spørgsmålet om, hvorvidt offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være ulovligt, er af teoretisk interesse, men det er også af praktisk interesse, fordi et stort antal lande har gennemført love, som gør det ulovligt at offentliggøre meningsmålingsresultater. Ifølge en omfattende undersøgelse fra 2012 har 38 lande indført forbud mod offentliggørelse af meningsmålingsresultater forud for et valg (Chung, 2012: 9). Der har endvidere været en betydelig dansk debat om, hvorvidt meningsmålinger burde forbydes (Ritzau, 2008; Dahlggaard et al., 2015; Bue Lauritzen 2017; Albrechtsen, 2013).

Denne artikel konkluderer, at der ikke bør være nogen juridiske restriktioner på offentliggørelse af meningsmålingsresultater. Offentliggørelse af sådanne resultater bør være lovligt på et hvilket som helst tidspunkt i en valgcyklus. Denne bemærkning angående valgcyklus er vigtig, fordi visse lande, som har indført forbud mod offentliggørelse af meningsmålingsresultater, kun har forbudt offentliggørelse af sådanne resultater umiddelbart inden et valg. I Grækenland og Argentina, for eksempel, er offentliggørelse af meningsmålingsresultater kun forbudt i de sidste 15 dage før et valg. I Canada gælder forbuddet en enkelt dag (Lago, Guinjoan og Bermúdez, 2015: 948).

I næste afsnit fremføres et argument for, at udgangspunktet i debatten om, hvorvidt det skal være lovligt at offentliggøre resultaterne af meningsmålinger, bør være, at dette skal være lovligt. Der argumenteres for, i) at dette argument er overbevisende. Der kan dog være mindst ét stærkere argument for den opfattelse, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være ulovligt. I tredje afsnit argumenteres der for, ii) at der ikke eksisterer et sådant argument. Forudsat at argumenterne for i) og ii) er overbevisende, vil et meget plausibelt argument til fordel for denne artikels konklusion være etableret.

Før vi går videre, er det hensigtsmæssigt at give en kort oversigt over, hvad der tidligere har været udgivet angående spørgsmålet om, hvorvidt offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være ulovligt. Inden for statskundskabslitteraturen findes der talrige artikler, som omhandler meningsmålinger (se fx Dahlgaard et al., 2015; Rothschild og Malhotra, 2014; Großer og Schram, 2010; Hardmeier, 2008; Gallup og Rae, 1940). I den filosofiske litteratur er der derimod udgivet meget lidt om den specifikke problemstilling, som behandles i denne artikel. En søgning på "Opinion poll" i søgemaskinen PhilPapers resulterede i en liste på 27 publikationer (<https://philpapers.org/>). Søgning udført 14. september 2017). Ingen af disse publikationer drejer sig dog specifikt om, hvorvidt offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være ulovligt. Det lader til, at kun én tidligere udgivelse i den filosofiske litteratur, nemlig (Michalos, 1991), omhandler det præcise emne for denne artikel. Det er ret overraskende, at spørgsmålet om, hvorvidt offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være ulovligt, ikke har været genstand for mere behandling i den filosofiske litteratur, da offentliggørelse af sådanne resultater ganske ofte er genstand for kritik i mainstreammedierne og anses for at være så moralsk problematisk, at det burde være ulovligt (Praveen, 2015; Awford, 2016; Ritzau, 2008; Eaton, 2013; Bosbach, 2017; Berger, 2016). Filosofer, der har en faglig interesse i den moralske side af forskellige fænomener og grænserne for, hvad der bør lovgives om, burde være interesserede i fænomenet meningsmålinger. Det er derfor en legitim filosofisk bestræbelse at forsøge at bringe alle disci-

plinens analytiske værktøjer i anvendelse for at nå frem til en konklusion om, hvorvidt offentliggørelse af meningsmålinger burde være ulovligt.

Meningsmålinger og statslig tvang

I overvejelsen af, hvorvidt offentliggørelse af meningsmålinger burde være ulovligt, er det vigtigt at holde sig for øje, at hvis en sådan aktivitet rent faktisk burde være ulovlig, følger det heraf, at staten er berettiget til at tvinge bestemte personer til at afstå fra at gøre noget, som de ellers frivilligt ville ønske at gøre: nemlig at offentliggøre meningsmålingsresultater. Under forudsætning af, at ”virkningsløse love” (dvs. love, der ikke aktivt håndhæves) umiddelbart betragtes er problematiske (Von Hirsch og Simester, 2011: 9-10), er en hvilken som helst minimalt uproblematisk lov, som en stat indfører over for sine borgere, en foranstaltning, som er ledsaget af vold eller trusler om vold. Derfor er en lov berettiget, hvis og kun hvis den tvang, den indebærer, er berettiget. Fortalere for et forbud mod offentliggørelse af meningsmålinger har derfor tilsluttet sig den opfattelse, at staten er berettiget til at tvinge enkeltpersoner ved hjælp af vold eller trusler om vold til ikke at offentliggøre denne type oplysninger. I en tekst om stemmepligt fremfører Jason Brennan, at fortalere for en pligt til at stemme mener, at regeringer skal kunne tvinge enkeltpersoner til at stemme. Brennan kommenterer desuden på forholdet mellem *common sense morality* og statslig tvang:

Ifølge *common sense morality* antager vi, at tvang, og herunder statslig tvang, er forkert, indtil andet er påvist. Vi antager som udgangspunkt, at det er forkert af en stat at blande sig i borgernes liv eller at tvinge dem til at udføre en serviceydelse. Vi antager som udgangspunkt, at det er urimeligt for en stat at begrænse borgernes frihedsrettigheder. Helt generelt skal tvang begrundes; fraværet af tvang skal ikke (Brennan og Hill, 2014: 9).

Det forekommer mig, at Brennan har ret i disse betragtninger. Udgangspunktet for diskussionen af, hvorvidt offentliggørelse af meningsmålinger burde være ulovligt, bør derfor være, at de, der ønsker et forbud, har bevisbyrden. Et forbud mod offentliggørelse af meningsmålingsresultater er en form for statslig tvang, og man er berettiget i at antage, at en sådan tvang er forkert, indtil man har fået forelagt klare beviser for, at den ikke er forkert. Som Brennan nævner i sin diskussion af stemmepligt, kunne man tro, at denne holdning imod tvang alene er en libertariansk holdning (Brennan og Hill, 2014: 9). Som Brennan ganske rigtigt anfører, er det dog forkert at antage, at denne holdning imod tvang er unik for libertarianisme. Hvis holdningen mod tvang skal identificeres med en bestemt baggrundsideologi, må det være liberalisme generelt (Brennan og Hill, 2014: 10). Liberale af enhver observans deler den

overbevisning, at udøvelsen af statslig tvang som udgangspunkt er problematisk. Overvej dette citat af Gerald Gaus:

Den liberale tradition i politisk filosofi fastholder, at enhver har frihed til at gøre, som han vil, indtil der fremsættes en begrundelse for at begrænse hans frihed [...]. Fra et liberalt synspunkt påberåber vi os nødvendigvis friheden til at handle, som vi finder passende, medmindre der kan påvises en grund til at gribe ind [...]. En person har ingen stående forpligtelse til begrunde sine handlinger [...]. Indblanding i en andens handling forudsætter en begrundelse; ubegrundet indblanding er uretfærdig (Gaus, 2003: 207).

Så for at opsummere: Idéen om at det skal være lovligt at offentliggøre meningsmålingsresultater, er en idé, der i udgangspunktet er velbegrundet. Alle liberale bør være af den opfattelse, at offentliggørelse af denne type materiale bør være lovligt, så længe ingen stærke argumenter for det modsatte foreligger.

Før vi går videre, bør yderligere to pointer anføres. For det første er det vigtigt at fremhæve, at både udarbejdelsen og anvendelsen af meningsmålingsresultater er aktiviteter, der udføres frivilligt af samtykkende voksne. Udarbejdelsen af en meningsmåling er hovedsagelig baseret på, at enkeltpersoner er indstillede på at besvare, sandfærdigt eller ej, spørgsmålet om, hvad de har tænkt sig at stemme ved et kommende valg. Det står personer, der får dette spørgsmål, frit for at afvise at besvare det. Desuden er ingen tvunget til at tildele meningsmålingsresultaterne nogen opmærksomhed, når de er blevet offentliggjort. Det står mennesker frit for at ignorere meningsmålingsresultater, ligesom de er frit stillede med hensyn til kun at rådføre sig med medier, som ikke udarbejder, refererer til eller analyserer meningsmålingsresultater. Disse pointer er vigtige, fordi de indebærer, at enhver, der hævder, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være ulovligt, skal godtgøre, at noget, som er udarbejdet alene på basis af frivilligt input leveret af samtykkende voksne, og som kun anvendes frivilligt af samtykkende voksne, dog er så potentielt skadeligt, at staten er berettiget til ved lov at gøre den pågældende aktivitet ulovlig. Det er ekstremt krævende at godtgøre dette på grund af den store værdi, ethvert liberalt samfund tillægger, eller i det mindste burde tillægge, den individuelle frihed.

For det andet skal det understreges, at det er et positivt træk ved meningsmålinger, at det at udarbejde dem er en økonomisk produktiv aktivitet, og at det produkt/den service, som de, der udarbejder meningsmålingerne, tilvejebringer, er noget, som samtykkende voksne er villige til frivilligt at betale for. Sammenlign udarbejdelsen af en meningsmåling med udarbejdelsen af en

anden undersøgelse, der kun stiller mennesker følgende spørgsmål: Er antallet af heliumatomer i Mælkevejsgalaksen lige eller ulige? Antag nu, at udarbejdelsen af sådan en undersøgelse ikke er en økonomisk produktiv aktivitet. Antag altså, at man ved udarbejdelsen af denne undersøgelse ikke tilvejebringer et produkt/en service, som samtykkende voksne er villige til frivilligt at betale for. Antag endvidere, at meningsmålingen og den anden undersøgelse er identiske med hensyn til antallet af adspurgte; antallet af svar; processen til udvælgelse af respondenter; måden, hvorpå respondenterne interviewes og den platform, hvorpå resultaterne bliver offentliggjort. Min påstand er nu, at i) det er en sværere opgave for en given stat at begrunde et juridisk forbud mod meningsmålingen, end det er at begrunde et juridisk forbud mod den anden undersøgelse, og ii) at i) i det mindste er delvist sand, fordi udarbejdelsen af meningsmålingen er en økonomisk produktiv aktivitet, hvilket ikke er tilfældet for udarbejdelse af den anden undersøgelse. Det træk ved udarbejdelsen af et givet produkt eller en given service, som gør den økonomisk produktiv, er et træk derved, som i væsentlig grad modsiger at gøre det til et strafbart forhold at tilvejebringe dette produkt/denne service på markedet. Der kan naturligvis være modsatrettede argumenter, som gør, at det i den sidste er velbegrunder at ulovliggøre dette produkt/denne service. Eksempler på sådanne produkter/services er legio: ydelser leveret af mindreårige sexarbejdere, ydelser leveret af tvangsarbejdere, falske identifikationspapirer og stjalne varer.

Argumenter for at gøre offentliggørelse af meningsmålingsresultater ulovligt

Argumentet om den korrupperende indflydelse af andre menneskers synspunkter

- (1) Stemmeafgivning, der er påvirket af viden om, hvordan et repræsentativt udsnit af vælgerne har til hensigt at stemme, gør valghandlingen moralsk illegitim.
- (2) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater giver mulighed for stemmeafgivning, der er påvirket af viden om, hvordan et repræsentativt udsnit af vælgerne har til hensigt at stemme.
- (3) Hvis stemmeafgivning, der er påvirket af viden om, hvordan et repræsentativt udsnit af vælgerne har til hensigt at stemme, gør valghandlingen moralsk illegitim, så er det tilfældet, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt, hvis offentliggørelse af meningsmålingsresultaterne muliggør en stemmeafgivning, der er påvirket af viden om, hvordan et repræsentativt udsnit af vælgerne har til hensigt at stemme.

- (4) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt, hvis offentliggørelse af meningsmålingsresultaterne muliggør en stemmeafgivning, der er påvirket af viden om, hvordan et repræsentativt udsnit af vælgerne har til hensigt at stemme. Fra (1) og (3)
- (5) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt. Fra (2) og (4)

Det er en version af dette argument, der bliver fremført i Bosbach (2017), Berger (2016) og Ritzau (2008). Argumentet om den korrupperende indflydelse af andre menneskers synspunkter er gyldigt, men det er ikke holdbart. Præmis (1) er falsk. Årsagen er som følger: Hvis en stemmeafgivelse, der er påvirket af viden om, hvordan et repræsentativt udsnit af vælgerne har til hensigt at stemme, gør valghandlingen moralsk illegitim, så vil stemmeafgivelse, der er påvirket af viden om, fx i) hvilke nyhedsmedier der støtter hvilke kandidater/politiske partier, eller ii) hvilke fagforeninger der støtter hvilke kandidater/politiske partier, eller iii) hvilke berømtheder der støtter hvilke kandidater/politiske partier, eller iv) hvilken fysisk fremtoning en bestemt kandidat har, eller v) hvad ens ægtefælle har til hensigt at stemme også gøre valghandlingen moralsk illegitim. Hvis man til denne præmis lægger endnu en præmis om, at stemmeafgivning, som er påvirket af viden om i), ii), iii), iv) eller v), *ikke* er noget, der gør valghandlingen moralsk illegitim, så har man et holdbart argument for, at (1) er falsk.

En måde, hvorpå man kan imødegå dette argument for, at (1) er falsk, består i at afvise den anden præmis. Man kan med andre ord acceptere det synspunkt, at en stemmeafgivning, der er påvirket af viden om i), ii), iii), iv) eller v) gør valghandlingen moralsk illegitim. Der skal dog betales en ekstraordinært høj pris for en accept af dette synspunkt. På baggrund af den empirisk velbegrundede hypotese, at mange stemmeafgivelser ved et hvilket som helst valg påvirkes af viden om i), ii), iii), iv) eller v) (Chiang og Knight, 2011; Reeves, McKee og Stuckler, 2016; Jobson og Wickham-Jones, 2011; Juravich og Shergold, 1988; Jackson og Darrow, 2005; Pease og Brewer, 2008; Lenz og Lawson, 2011; White, Kenrick og Neuberger, 2013; Kan og Heath, 2006; Coffé og Need, 2010), er man forpligtet på det synspunkt, at det er meget usandsynligt, at der nogensinde i menneskehedens historie har eksisteret en moralsk legitim valgproces. Man er endvidere forpligtet på det synspunkt, at det er meget usandsynligt, at nogen fremtidig valgproces vil være moralsk legitim. Ingen af disse synspunkter er plausible.

Min egen opfattelse vedrørende alt det foregående er, at stemmeafgivning, som er påvirket af viden om i), ii), iii), iv) eller v), ikke gør en valgproces mo-

ralsk illegitim. Denne opfattelse er logisk kompatibel med idéen om, at en sådan stemmeafgivning ikke finder sted i en moralsk set ideel valgproces.

Argumentet om at meningsmålinger udgør en trussel mod høj valgdeltagelse

- (1) Det er et vigtigt demokratisk ideal, at så mange registrerede vælgere som muligt deltager i valghandlingen.
- (2) Hvis det er et vigtigt demokratisk ideal, at så mange registrerede vælgere som muligt deltager i valghandlingen, så er det tilfældet, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt, hvis det er sandsynligt, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater vil afholde et ikke ubetydeligt antal registrerede vælgere fra at deltage i valghandlingen.
- (3) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater vil sandsynligvis afholde et ikke ubetydeligt antal registrerede vælgere fra at deltage i valghandlingen,
- (4) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt, hvis offentliggørelse af meningsmålingsresultater vil afholde et ikke ubetydeligt antal registrerede vælgere fra at deltage i valghandlingen. Fra (1) og (2)
- (5) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt. Fra (3) og (4)

Det er en version af dette argument, der bliver fremført i Eaton (2013). Argumentet er gyldigt, men det er ikke holdbart. Det har mindst én falsk præmis samt en, som er meget problematisk. Lad os begynde med den sidstnævnte. Det er på ingen måde indlysende, at (1) er sandt. Høj valgdeltagelse er ikke altid bedre end lav valgdeltagelse ved det pågældende valg. I en række indflydelsesrige, og kontroversielle, publikationer har Jason Brennan argumenteret for, at dårlig stemmeafgivning ved et politisk valg kan have skadelige konsekvenser (Brennan, 2009: 535-549, 2012). Brennan er af den opfattelse, at borgere, der juridisk set har ret til at stemme, ikke er moralsk forpligtede til at stemme. Hvis de beslutter sig for at stemme, er de dog strengt moralsk forpligtede til ikke at stemme dårligt. ”Ikke at stemme dårligt” vil sige, at den individuelle vælger er rationel, objektivt, retfærdig og velinformeret med hensyn til sine politiske overbevisninger. Vælgere, der ikke besidder disse kvaliteter, er uansvarlige, og de bør ifølge Brennan undlade at stemme. Baseret på dette meget plausible synspunkt er (1) fejlagtig, og kampagner, der sigter mod at øge valgdeltagelsen, bør ikke accepteres automatisk og ukritisk af fortalere for en demokratisk styreform (Brennan, 2012: 10).

Lad os nu vende os mod den falske præmis i argumentet, nemlig præmis (3). Man kan måske være tilbøjelig til at tro, at denne præmis er sand ud fra et ræsonnement, der ser nogenlunde således ud: Nogle vælgere, der har stiftet

bekendtskab med meningsmåling x, mener ikke, at det er værd at bruge tid/energi/kræfter på at stemme, fordi deres foretrukne kandidat/parti i x ser ud til at være så langt foran eller så langt bagud, at disse vælgere ikke mener, at deres individuelle stemme vil gøre nogen forskel på det endelige valgresultat. (3) er en empirisk påstand, og dens sandhedsværdi kan ikke afgøres fra lænestolen. Understøttes (3) af relevant empirisk forskning? Nej. I en nylig artikel, som undersøgte meningsmålingers indvirkning på valgdeltagelsen, opsummerer forfatterne deres resultater som følger:

Vi finder en samlet set højere valgdeltagelse, når meningsmålingerne oplyser vælgerne om graden af opbakning til kandidaterne, end når meningsmålinger forbydes. Vores data skelner mellem kernevælgere og svingvælgere og viser, at den øgede valgdeltagelse udelukkende skyldes svingvælgere. Når meningsmålinger viser samme opbakningsniveau for kandidaterne, er valgdeltagelsen høj, og velfærden lav (sammenlignet med en situation uden meningsmålinger). Viser meningsmålingerne derimod mere ulighed i graden af opbakning, er valgdeltagelsen lavere, hvis denne information foreligger, end hvis den ikke gør, mens meningsmålingens effekt på velfærden ikke er negativ (Großer og Schram, 2010: abstract).

Andre kommentatorer peger på, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater måske øger valgdeltagelsen.

Der er tre måder, hvorpå meningsmålinger kan påvirke den offentlige mening, som de foregiver blot at måle. Noget tyder på, at alene det at blive interviewet kan vække interessen og tilskynde nogle respondenter til selv at søge informationer og gøre sig bevidste om deres egen holdning til emnet. Det kan endda medføre højere valgdeltagelse (Lang og Lang, 1984: abstract).

I lyset af disse resultater fra den relevante empiriske litteratur er det berettiget at konkludere, at (3) er falsk.

Argumentet om taktisk stemmeafgivning

- (1) Taktisk stemmeafgivning strider imod et vigtigt demokratisk ideal.
- (2) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater gør taktisk stemmeafgivning mulig.
- (3) Hvis taktisk stemmeafgivning strider imod et vigtigt demokratisk ideal, og offentliggørelse af meningsmålingsresultater muliggør taktisk stemmeaf-

givning, så er det tilfældet, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt.

- (4) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt. Fra (1), (2) og (3)

Sædvanligvis forklares taktisk stemmeafgivning derved, at i et valgsystem med flertalsvalg i enkeltmandskredse er en stemme taktisk, når den afgives for en kandidat, som vælgeren anser for en mere sandsynlig vinder end vælgerens foretrukne kandidat. Det klassiske eksempel viser en vælger, der reelt foretrækker en kandidat, som er opstillet som nr. 3 eller lavere i en valgkreds, men i sidste ende vælger at stemme på en af frontløberne af frygt for at "spilde" sin stemme (McLean og McMillan, 2009b).

Det er en version af argumentet om taktisk stemmeafgivning, der bliver fremført i Bosbach (2017). Argumentet er gyldigt, men det er ikke holdbart. Præmis (1) er falsk. Antag, at vælger x's foretrukne valgresultat ville være, at den lovgivende forsamling blev sammensat af partier med sympati for marxistiske lærersætninger. X går ind for marxistiske løsninger på en del udfordringer i samfundet og er interesseret i, at der vedtages love, der så vidt muligt er i overensstemmelse med centrale marxistiske principper.

Lad os nu antage, at alle meningsmålinger inden et forestående valg peger i retning af, at Marxist Partiet bliver det største parti i den lovgivende forsamling, og at Socialdemokratiet må kæmpe for at blive repræsenteret i den lovgivende forsamling. Hvis det sidstnævnte parti ikke kan opnå pladser i den lovgivende forsamling, vil Marxist Partiet blive det eneste parti i den lovgivende forsamling, som kan være fortalere for love, der er i tråd med marxistiske grundtanker, og dette parti alene har ikke mandater nok til at vedtage love. Marxist Partiet vil derfor være tvunget til at samarbejde med det Liberale Parti for at få lovgivning gennemført. Som følge af dette uønskede men uomgængelige behov for samarbejde, skal Marxist Partiet nu gå på kompromis med sine centrale politiske forslag. Resultatet vil være, at chancerne for, at der kan vedtages love, som tydeligt afspejler marxistiske idealer, er stærkt reducerede. Som en konsekvens af alt dette stemmer x nu på Socialdemokratiet ved det forestående valg, selvom hun mener, at Marxist Partiet er det parti, der bedst repræsenterer hendes synspunkter i forhold til enkeltstående politiske problemstillinger.

Det er meget svært at se, hvorfor x handler på en måde, som går imod et vigtigt demokratisk ideal, hvis hun tænker og handler som beskrevet ovenfor. X er fx seriøst interesseret i realpolitik, har omfattende viden om abstrakte politiske ideologier og om de konkrete politiske forslag hos de enkelte politiske partier. Hun har kendskab til, hvordan den lovgivende proces fungerer, og har

velfunderede præferencer med hensyn til et bestemt politisk resultat, som hun dannede sig ved hjælp af rationelle ræsonnementer. På valgtidspunktet sætter hun al sin viden i spil og stemmer på en måde, som hun tror vil maksimere chancerne for, at hendes foretrukne politiske resultat bliver til virkelighed.

Når man diskuterer, hvor godt et argument argumentet om taktisk stemmeafgivning rent faktisk er, synes det relevant at notere sig, at det ikke kun er offentliggørelse af meningsmålingsresultater, der muliggør taktisk stemmeafgivning. Offentliggørelse af exitpollresultater gør også en sådan stemmeafgivning mulig. Hvis man således er imod offentliggørelse af meningsmålingsresultater, fordi disse muliggør taktisk stemmeafgivning, må man også opponere imod offentliggørelse af exitpollresultater og vice versa. Dette er en *pointe*, som også er noteret i Sonderholm (2016) og Michalos (1991).

Bandwagon-argumentet

- (1) Bandwagon-stemmeafgivelse gør valghandlingen moralsk illegitim.
- (2) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater muliggør bandwagon-stemmeafgivelse
- (3) Hvis bandwagon-stemmeafgivelse gør valghandlingen moralsk illegitim, så er det tilfældet, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt, hvis offentliggørelse af meningsmålingsresultater muliggør bandwagon-stemmeafgivelse.
- (4) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt, hvis offentliggørelse af meningsmålingsresultater muliggør bandwagon-stemmeafgivelse. Fra (1) og (3)
- (5) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt. Fra (2) og (4)

Før dette argument vurderes, er det vigtigt at afklare terminologien. I statskundskab betegner udtrykket ”bandwagon-effekt” det fænomen, at vælgere ”hopper med på vognen” og stemmer på en kandidat alene af den grund, at det er sandsynligt, at han eller hun vinder valget (Mutz, 1997). Det modsatte af bandwagon-effekten er ”underdog-effekten”, som betegner det fænomen, at når vælgere ved valget opdager, at et bestemt parti eller en bestemt kandidat sandsynligvis vil vinde, vil de være tilbøjelige til at støtte en konkurrent, som står til at tabe (Schmitt-Beck, 2008). I bandwagon-argumentet betegner ”bandwagon-stemmeafgivning” stemmeadfærden hos vælgere, der stemmer på kandidat x alene af den grund, at x står til at vinde valget.

Det er en version af bandwagon-argumentet, der bliver fremført i Eaton (2013) og Praveen (2015). Bandwagon-argumentet er gyldigt, men det er ikke

holdbart. Præmis (1) er falsk. Argumentet for dette synspunkt har mange ligheder med argumentet for, at præmis (1) i argumentet om *den korrumperende indflydelse af andre menneskers synspunkter* er falsk. Den første præmis i argumentet for, hvorfor præmis (1) i bandwagon-argumentet er falsk, er således, at hvis bandwagon-stemmeafgivning gør valghandlingen moralsk illegitim, så er det også tilfældet, at en stemme på kandidat x, bare fordi i) x får opbakning af et bestemt nyhedsmedie, eller ii) x er det foretrukne valg hos en bestemt fagforening, eller iii) x får støtte fra en bestemt berømt, eller iv) x ser godt ud, eller v) ens ægtefælle har til hensigt at stemme på x, vil gøre valghandlingen illegitim. Den anden præmis er, at konsekvensen af den første præmis er falsk. Det følger af disse to præmisser, at (1) er falsk. Er følgeslutningen holdbar? Ja, det mener jeg. Den første præmis er sand, og det er den anden også, selvom det må accepteres, at stemmeafgivning på en kandidat alene på basis af en af mulighederne i i)-v) ikke finder sted i en moralsk ideel valgproces. En sådan stemmeafgivning gør dog ikke valghandlingen moralsk illegitim.

Man kan forsøge at imødegå dette argument for, hvorfor (1) er falsk, ved at benægte argumentets præmis nummer to. Man kan, med andre ord, acceptere det synspunkt, at stemmeafgivning på kandidat x alene på basis af en af mulighederne i i)-v) rent faktisk gør valghandlingen moralsk illegitim. Som det fremgår af diskussionen af argumentet om *den korrumperende indflydelse af andre menneskers synspunkter*, er denne strategi ikke anbefalelsesværdig. Ved at benægte argumentets præmis nummer to forpligter man sig nemlig på den opfattelse, at det er meget usandsynligt, at i) en legitim valgproces nogensinde har fundet sted, og ii) at vi nogensinde vil se en legitim valgproces.

En anden måde, hvorpå man kan forsøge at imødegå ovenstående argument for, hvorfor (1) er falsk, består i at henlede opmærksomheden på, at argumentet ikke siger noget om omfanget af den bandwagon-stemmeafgivning, der finder sted ved et givet valg. Ville mit argument ikke falde, hvis der blev ført empirisk bevis for, at et stort antal vælgere (måske op til 25%) ved et stort antal valg i mange forskellige sammenhænge var involveret i bandwagon-stemmeafgivning? Mit svar herpå er: måske. Denne mulige indvending mod mit argument har imidlertid ingen rigtig gang på jorden, al den stund at den relevante empiriske litteratur giver os god grund til at tro, at omfanget af bandwagon-stemmeafgivning ved valg er relativt beskedent. Vi kan fx se på, hvordan litteraturen om bandwagon-effekten for nylig blev opsummeret i en artikel i nærværende tidsskrift:

I undersøgelser af meningsmålinger er bandwagon-effekter blevet identificeret i en række eksperimentelle studier. Eksempelvis finder Ansolabehere og Iyen-

gar (1994) en øget sympati for de førende kandidater i en eksperimentelt manipuleret meningsmåling, men ingen effekt på vælgernes partivalg. Andre finder (endnu) mere blandede resultater (fx Ceci og Kain, 1982). Hardmeier (2008) har lavet et metastudie, hvor hun samler 45 tidligere undersøgelser af bandwagon-effekter af meningsmålinger. 42 af disse studier har statistisk signifikante effekter som udslag af bandwagon-effekter på tværs af parti- og valgsystemer. Den gennemsnitlige effektstørrelse er dog relativt beskednen (Dahlgaard et al., 2015: 7).

Det er værd at bemærke at Dahlgaard et al. (2015) i deres egen undersøgelse af danske vælgere har påvist en statistisk signifikant bandwagon-effekt.

Når man diskuterer bandwagon-argumentet og bandwagon-effekten, er det naturligt også at komme ind på underdog-effekten. Lad os se nærmere på et argument, vi kan kalde "underdog-argumentet". Dette argument er identisk med bandwagon-argumentet, bortset fra, at "bandwagon" erstattes med "underdog". I underdog-argumentet betegner "underdog-stemmeafgivning" stemmeadfærden hos vælgere, der stemmer på kandidat x alene af den grund, at x står til at tabe valget. Underdog-argument er gyldigt, men præmis (1) i argumentet er falsk af grunde, der strukturelt ligner dem, der gjorde præmis (1) i bandwagon-argumentet falsk. Man kan prøve at imødegå argumentet om, at præmis (1) i underdog-argumentet er falsk, ved at sige, at hvis det viser sig, at et stort antal vælgere (måske op til 25%) ved et stort antal valg i mange forskellige sammenhænge udøver underdog-stemmeafgivning, så er det ikke åbenlyst, at (1) er falsk. Det passende svar på denne potentielle indvending vil være at sige, at den ikke er plausibel. Grunden er, at den relevante empiriske litteratur ikke bidrager med evidens for det synspunkt, at der ved et stort antal valg i mange forskellige sammenhænge forekommer underdog-stemmeafgivning. Ifølge (Dahlgaard et al., 2015: 8) er en underdog-effekt blevet identificeret af Restrepo, Rael og Hyman (2009). I øvrigt fandt et meta-studie i 2008 14 undersøgelser ud af 17, der bekræftede en tendens der pegede mod underdog-effekten (Hardmeier, 2008). Den gennemsnitlige underdog-effekt er dog kun 1/3 af bandwagon-effekten. Her bør man huske på, at Dahlgaard et al. (2015: 8) gør opmærksom på, at den identificerede bandwagon-effekt i det samme metastudie af Hardmeier (2008) var "relativt beskednen".

Argumentet om potentielt misvisende information

- (1) Meningsmålingsresultater er potentielt misvisende.
- (2) Meningsmålingsresultater påvirker stemmeadfærd.

- (3) Hvis meningsmålingsresultater er potentielt misvisende, så er det tilfældet, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater er identisk med offentliggørelse af potentielt misvisende information.
- (4) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater er identisk med offentliggørelse af potentielt misvisende information. Fra (1) og (3)
- (5) Hvis meningsmålingsresultater påvirker stemmeadfærd, og offentliggørelse af meningsmålingsresultater er identisk med offentliggørelse af potentielt misvisende information, så er det tilfældet, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt.
- (6) Offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt. Fra (2), (4) og (5)

Det er en version af dette argument, der bliver fremført i Awford (2016), Bosbach (2017) og Praveen (2015). Argumentet om potentielt misvisende information er gyldigt, men det er ikke holdbart. Præmis (1) er sand. Der er omfattende empirisk evidens for, at kvaliteten af meningsmålinger varierer en hel del. Nogle er præcise i deres forudsigelser, mens andre er upræcise. Historisk set har repræsentative meningsmålinger dog vist sig at være ret effektive (Wang et al., 2015: abstract). Præmis (2) er også sand, hvilket klart fremgår af diskussionen af bandwagon-argumentet. Præmis (3) er sand. Præmis (5) er imidlertid falsk. Dette skyldes dens uacceptable konsekvenser. Hvis (5) var sand, ville følgende påstand være sand: ”Hvis tv-transmitterede præsidentkandidatdebatter i USA påvirker stemmeadfærden, og tv-transmitterede præsidentkandidatdebatter i USA udgør tv-transmission af potentielt misvisende oplysninger, så burde tv-transmission af præsidentkandidatdebatter i USA være ulovligt”. Vi kan kalde denne påstand (5*). Vi ved fra den empiriske litteratur, at i) tv-transmitterede præsidentkandidatdebatter i USA påvirker stemmeadfærden (Schill og Kirk, 2014: 4), og ii) at tv-transmitterede præsidentkandidatdebatter i USA udgør tv-transmission af potentielt misvisende oplysninger. Dette skyldes, at præsidentkandidater ved den type lejligheder ofte fremfører falske og vildledende påstande (Farley, 2016). Det følger af (5*), i) og ii), at tv-transmitterede præsidentkandidatdebatter i USA burde være forbudt. Denne konklusion bør dog betragtes som absurd, og da der ikke er noget galt med den formelle følgeslutning, må mindst én af de tre præmisser være falsk. i) og ii) er uangribelige, hvorfor (5*) må være falsk. Hvis (5*) er falsk, så er (5) falsk.

Dette argument kan generaliseres. Hvis (5) var sand, så ville følgende udsagn også være sandt: ”Hvis avisers gengivelse af politikeres udtalelser vedrørende politiske forslag påvirker stemmeadfærden, og avisers gengivelse af politikeres udtalelser vedrørende politiske forslag udgør offentliggørelse af potentielt

misvisende oplysninger, så burde avisers gengivelse af politikeres udtalelser vedrørende politiske forslag være forbudt". Vi kan kalde denne påstand (5**). Lad os nu antage, at avisers gengivelse af politikeres udtalelser vedrørende politiske forslag påvirker stemmeadfærden, og at gengivelser af denne art udgør offentliggørelse af potentielt misvisende oplysninger. Disse to antagelser i kombination med (5**) giver os et holdbart argument med den konklusion, at avisers gengivelse af politikeres udtalelser vedrørende politiske forslag burde være ulovligt. Denne konklusion bør imidlertid anses for at være falsk, og derfor må mindst én af præmisserne i argumentet være falsk. Den mest oplagte kandidat er (5**), og hvis denne påstand er falsk, så er (5) også falsk.

Afsluttende bemærkninger

Det foregående afsnit har gennemgået fem argumenter for, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt. Konklusionen er, at ingen af disse argumenter er holdbare. Denne konklusion er forenelig med, at der findes et holdbart argument med konklusionen, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater burde være ulovligt. Det er imidlertid ret vanskeligt at se, hvordan et sådant argument ser ud. Det er min vurdering, at denne artikel ved at tilbagevise de fem argumenter anført ovenfor har tilbagevist de mest plausible argumenter for et forbud mod offentliggørelse af meningsmålingsresultater. Det synes derfor rimeligt at hævde, at denne artikels konklusion er velbegrundet. Som vi har set, er der en stærk grund til i udgangspunktet at mene, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være lovligt. Dertil skal så lægges, at der ikke er noget overbevisende argument for et forbud mod offentliggørelse af meningsmålingsresultater.

Lad mig supplere argumenterne i denne artikel med kort at nævne yderligere to argumenter, som kan støtte konklusionen om, at offentliggørelse af meningsmålingsresultater bør være lovligt. Disse argumenter findes allerede i litteraturen og er efter min mening begge overbevisende. Det første er af overvejende praktisk karakter. Megen medieaktivitet foregår i dag på elektroniske platforme. Det betyder, at hvis land x indfører et forbud mod offentliggørelse af meningsmålingsresultater under en valgkamp, vil der stadig være mulighed for, at meningsmålinger bliver foretaget i x for derefter at blive publiceret på elektroniske medieplatforme i omkringliggende lande, hvor offentliggørelsen af meningsmålingsresultater ikke er forbudt. Disse resultater vil så være let tilgængelige for vælgere i x. Dette scenarie er ikke bare en hypotetisk mulighed. Fx har belgiske og schweiziske medier tidligere offentliggjort exitpollresultater vedrørende igangværende franske valg, selvom Frankrig har et forbud mod offentliggørelse af sådanne resultater (Dahlgaard et al., 2015: 20).

Det andet argument drejer sig om spørgsmålet om ligestilling med hensyn til adgang til nyttige politiske oplysninger. Det faktum, at land x indfører et forbud mod offentliggørelse af meningsmålingsresultater, udelukker ikke, at økonomisk velstillede politiske partier kan finansiere deres egne meningsmålinger og bruge resultaterne af disse til at finjustere deres valgkampagner og/eller politiske forslag. Det er imidlertid en problematisk konsekvens af forbuddet, at både politiske partier, der ikke har de økonomiske midler til at gennemføre meningsmålinger, og den brede offentlighed ikke vil have adgang til politisk information, som kan være nyttig i forbindelse med i) at udarbejde valgkampagner og/eller politiske forslag, ii) på korrekt vis at opfange politiske forslag og/eller politiske partiers popularitet eller iii) på korrekt vis at opfange, hvilke politiske emner vælgerne betragter som vigtige (Dahlgaard et al., 2015: 20; Michalos, 1991: 412).

Note

1. Jeg skylder en stor tak til Jakob Thrane Mainz, Jens Damgaard Thaysen og to anonyme bedømmere fra *Politica* for gode kommentarer til tidligere versioner af denne artikel. Artiklen er også blevet bedre af de kommentarer, som jeg fik af deltagerne ved en AU Statskundskab workshop i august 2017 om lovens grænser. Til sidst også en tak til de tre redaktører Andreas Albertsen, Jens Damgaard Thaysen og Søren Flinch Midtgaard for invitationen til at bidrage til dette særnummer af *Politica*.

Litteratur

- Albrechtsen, Kathrine (2013). Enigt Folketing vil forbyde meningsmålinger på valgdagen. *JydskeVestkysten*, 21. november.
- Awford, Jenny (2016). Ban all polls and pundits, says history professor who has correctly forecast nine presidential elections in a row. *Daily Mail*, 10. november. <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3923994/US-election-polls-pundits-banned.html>.
- Berger, James (2016). Polls are bad for democracy. *US News*, 22. november. <https://www.usnews.com/opinion/articles/2016-11-22/polls-are-bad-for-democracy>.
- Bosbach, Gerd (2017). Schafft die Wahlumfragen ab! *Zeit Online*, 4. september. <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2017-09/meinungsforschung-wahlumfragen-prognosen-einflussnahme-fuenf-fisch-d17>.
- Brennan, Jason (2009). Polluting the polls: When citizens should not vote. *Australian Journal of Philosophy* 87 (4): 535-549.
- Brennan, Jason (2012). *The ethics of voting*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Brennan, Jason og Lisa Hill (2014). *Compulsory voting: For and against*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bue Lauritzen, Daniel (2017). DR dropper meningsmålinger til dækningen af kommunalvalget. *altinget.dk*.
- Chiang, Chun-Fang og Brian Knight (2011). Media bias and influence: Evidence from newspaper endorsements. *The Review of Economic Studies* 78 (3): 795-820.
- Chung, Robert (2012). *The freedom to publish opinion poll results: A worldwide update of 2012*. Hong Kong: World Association for Public Opinion Research.
- Coffé, Hilde og Ariana Need (2010). Similarity in husbands and wives party family preference in the Netherlands. *Electoral Studies* 29 (2): 259-268.
- Dahlggaard, Jens Olav, Jonas Hedegaard Hansen, Kasper Møller Hansen og Martin Vinæs Larsen (2015). Hvordan påvirkes vælgerne af meningsmålinger? Effekten af meningsmålinger på danskernes stemmeadfærd og sympati for partierne. *Politica* 47 (1): 5-23.
- Eaton, George (2013). Should pre-election opinion polls be banned? A third of MPs think so. *New Statesman*, 13. november. <http://www.newstatesman.com/politics/2013/11/should-pre-election-opinion-polls-be-banned-third-mps-think-so>.
- Farley, Robert et al. (2016). Fact check: Trump's and Clinton's false and misleading claims in second debate. *USA Today*, 10. oktober. <https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2016/10/10/fact-check-trump-clinton-false-misleading-claims-second-debate/91837294/>.
- Gallup, George og Saul Forbes Rae (1940). Is there a bandwagon vote? *Public Opinion Quarterly* 4 (2): 244-249.
- Gaus, Gerald F. (2003). *Contemporary theories of liberalism: Public reason as a post-enlightenment project*. London: Sage.
- Großer, Jens og Arthur Schram (2010). Public opinion polls, voter turnout, and welfare: An experimental study. *American Journal of Political Science* 54 (3): 700-717.
- Hardmeier, Sibylle (2008). The effects of published polls on citizens. pp. 504-513 i Wolfgang Donsbach og Michael W. Traugott (red.), *The SAGE handbook of public opinion research*. Los Angeles: Sage.
- Jackson, David J. og Thomas I.A. Darrow (2005). The influence of celebrity endorsements on young adults' political opinions. *Harvard International Journal of Press/Politics* 10 (3): 80-98.
- Jobson, Richard og Mark Wickham-Jones (2011). Reinventing the block vote? Trade unions and the 2010 Labour party leadership election. *British Politics* 6 (3): 317-344. doi: 10.1057/bp.2011.20.
- Juravich, Tom og Peter R. Shergold (1988). The impact of unions on the voting behavior of their members. *ILR Review* 41 (3): 374-385. doi: 10.1177/001979398804100303.

- Kan, Man Yee og Anthony Heath (2006). The political values and choices of husbands and wives. *Journal of Marriage and Family* 68 (1): 70-86.
- Lago, Ignacio, Marc Guinjoan og Sandra Bermúdez (2015). Regulating disinformation: Poll embargo and electoral coordination. *Public Opinion Quarterly* 79 (4): 932-951.
- Lang, Kurt og Gladys Engel Lang (1984). The impact of polls on public opinion. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 472 (1): 129-142.
- Lenz, Gabriel S. og Chappell Lawson (2011). Looking the part: Television leads less informed citizens to vote based on candidates? Appearance. *American Journal of Political Science* 55 (3): 574-589. doi: 10.1111/j.1540-5907.2011.00511.x.
- McLean, Iain og Alistair McMillan (2009a). Opinion polls, i Iain McLean og Alistair McMillan (red.), *The concise Oxford dictionary of politics*. Oxford: Oxford University Press.
- McLean, Iain og Alistair McMillan (2009b). Tactical voting, i Iain McLean og Alistair McMillan (red.), *The concise Oxford dictionary of politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Michalos, Alex C. (1991). Ethical considerations regarding public opinion polling during election campaigns. *Journal of Business Ethics* 10 (6): 403-422.
- Mutz, Diana C. (1997). Mechanisms of momentum: does thinking make it so? *The Journal of Politics* 59 (1): 104-125.
- Pease, Andrew og Paul R. Brewer (2008). The Oprah factor: The effects of a celebrity endorsement in a presidential primary campaign. *The International Journal of Press/Politics* 13 (4): 386-400.
- Praveen, Rai (2015). Why opinion polls are bad for elections. *Reuters*, 6. februar. <http://blogs.reuters.com/india-expertzone/2015/02/06/why-opinion-polls-are-bad-for-elections/>.
- Reeves, Aaron, Martin McKee og David Stuckler (2016). "It's the sun wot won it": Evidence of media influence on political attitudes and voting from a UK quasi-natural experiment. *Social Science Research* 56: 44-57.
- Ritzau (2008). Forsker: Forbyd meningsmålinger. *TV2-Nord*. <https://www.tv2nord.dk/artikel/forsker-forbyd-meningsmalinger>.
- Rothschild, David og Neil Malhotra (2014). Are public opinion polls self-fulfilling prophecies? *Research & Politics* 1 (2): 2053168014547667.
- Schill, Dan og Rita Kirk (2014). Courting the swing voter: "Real Time" insights into the 2008 and 2012 US Presidential Debates. *American Behavioral Scientist* 58 (4): 536-555.
- Schmitt-Beck, Rüdiger (2008). Underdog effect, i Wolfgang Donsbach (red.), *The International Encyclopedia of Communication*. Wiley.

- Sonderholm, Jorn (2016). Is the publication of exit poll results morally permissible? *Public Affairs Quarterly* 30 (1): 51-66.
- Von Hirsch, Andrew og A. P. Simester (2011). *Crimes, harms, wrongs: On the principles of criminalisation*. Oxford: Hart.
- Wang, Wei, David Rothschild, Sharad Goel og Andrew Gelman (2015). Forecasting elections with non-representative polls. *International Journal of Forecasting* 31 (3): 980-991.
- White, Andrew Edward, Douglas T. Kenrick og Steven L. Neuberg (2013). Beauty at the ballot box: Disease threats predict preferences for physically attractive leaders. *Psychological Science* 24 (12): 2429-2436. doi: 10.1177/0956797613493642.