

Valg 2013



Valgkampen på sosiale medier:

Poster fra privatlivet mest pop

Av alle fremstøt politikerne har gjort på sosiale medier denne valgkampen, er det de private bildene som får mest respons.

Men gevinsten partiene sitter igjen med ved å dele bilder, tanker og meninger, er usikker.

– Man kan spørre seg hvor relevant denne typen bilder er for den politiske debatten. De kan ha en positiv effekt ved at velgeren føler de kommer nærmere politikeren. Selv om det ikke nødvendigvis gir flere stemmer, kan det virke mobiliserende ved at folk prater om politikernes bilder med venner, sier medieforsker ved Universitetet i Oslo, Anders Larsson.

Taxi-Jens slo an

I årets valgkamp har partiene og politikerne vært mer aktive enn noen gang på sosiale medier som Facebook og Twitter. Budskapene varierer fra oppfordringer om å bruke stemmeretten og innsalg av egne saker og skarpe kommentarer om motstanderne, til mer personlige innlegg. Sistnevnte er, ifølge Larsson, den typen innlegg som får mest oppmerksomhet.

– Saken hvor statsminister Jens Stoltenberg kjører taxi er blant innleggene som har fått mest respons. Der oppfører han seg ikke som statsminister, men er litt mer folkelig. Ellers er det ulike typer bilder fra politikernes privatliv som gir respons. KrF-leder Knut Arild Hareide som poserer med sin nyfødte datter,

Frp-leder Siv Jensen som gjør seg klar backstage før en debatt og så videre: Den typen mer private innblikk fungerer, sier Larsson.

Mest fra Lysbakken

Medieforskeren har i løpet av én måned fulgt alle partilederne på Twitter. Her går det frem at SV-leder Audun Lysbakken er den mest ivrige tvtireren, foran Venstre-leder Trine Skei Grande og Høyres leder Erna Solberg. Nederst på listen kommer Siv Jensen.

– Det betyr ikke at Jensen ikke har vært aktiv på sosiale medier. Frps strategi i denne valgkampen har vært at de skal henvende seg til velgerne via Facebook. Det gir mening, siden Frp har slagordet «for folk flest». Mens bare ti prosent av Norges befolkning er på Twitter, er 50-60 prosent til stede på Facebook, sier Larsson.

– Er det viktig for partiene å være aktive på sosiale medier?

– Det er nok mindre viktig enn mange tror. Det er nok et bra komplement, men det som teller er fortsatt å gjøre det bra i debatter på TV, i radio og aviser, sier Larsson.

BØRGE SVED 918 04 131
borge.sved@adresseavisen.no

