

PETER J OLSSON OM

att vinna val genom att passa

Mediaprofessorn Kent Asp har genomfört en studie över valrörelsen 2002 i media. Han finner förklaringen till att skilda partier missgynnas respektive gynnas, inte i någon politisk "vridning" hos journalisterna, utan i "mediernas speciella arbetslogik – i journalisternas sätt att arbeta och tänka".

Därmed bestämdes också utfallet av valet. De borgerliga partierna som grupp missgynnades inte nämnvärt, men moderaterna sänktes och folkpartiet lyftes av medialogiken.

Socialdemokraterna var inte särskilt missgynnade, men lyckades i sin ambition att vara sakpolitiskt luddiga och inte särskilt mediaexponerade.

Utgången mellan moderaterna och folkpartiet bestämdes av två frågor: "valstugeavslöjanderna" för moderaterna och folkpartiets språktest.

Så långt Asp. Och självfallet är det intressant att studera hur folkpartiet sprang ikapp moderaterna på upploppet. Klart är att folkpartiet – delvis av ren tur – gjorde mycket rätt. Att hitta konkreta, fattbara symbolfrågor som fungerar som fokus för hela politikområden är svårt men effektivt. Språktestet, men också mobilförbud på lektioner, var där lysande exempel.

Men intressantare ändå är att fundera över hur socialdemokraterna kunde klara att ligga så lågt och gå igenom en hel valrörelse utan att behöva ta ansvar för regeringspolitiken eller ens sockra budskapet med lika många vallöften som 1998.

Göran Persson och Bosse Ringholm visste nämligen hur det stod till. Ekonomin var på väg nedåt sedan månader tillbaka. Och i takt med konjunkturen försämrades också statsbudgeten. Bara kreativ bokföring och tricksande på finansdepartementet höll de röda siffrorna borta från budgetprognoserna.

Det är lätt att tänka sig hur snacket gick någon bastuafton ute på Harpsund:

– Vi måste till varje pris upprätthålla skenet att ekonomin är under kontroll.

– Vi måste se till att moderaternas skattesänkningar misstänkliggörs och ställs mot satsningar i skola, vård och omsorg.

– Och vi måste ducka inför all kritik och hoppas att den rinner av oss.

I efterhand får väl sägas att man genomförde denna taktik på ett utomordentligt skickligt sätt. Moderaternas egentligen ganska begränsade skattesänkingsförslag kom fram i varje socialdemokratiskt uttalande, valtal eller artikel. Kanske är detta den enklaste punkten. Journalister är ofta lata och hämtar de besvärliga frågorna till ett parti hos partiets konkurrenter. Men nog kan det inte uteslutas att en del journalisters ideologiska hemvist gjorde det extra enkelt att ställa just de frågorna.

DUCKANDET HAR socialdemokraterna god vana vid. Kritiska synpunkter bemöts inte alls eller kortfattat. Ministrarna valde själva när de ställde upp och vilka de skulle debattera emot. Vissa ministrar var synnerligen osynliga hela valrörelsen igenom.

Ett bra exempel på hur svåra situationer klaras är valstugereportaget. Socialdemokraterna hade lika många som sa dumheter som moderaterna – om än inte i jämbredd med de värsta m-övertrampen. Genast gick Mona Sahlin ut och fördömde och sa att de ansvariga måste avgå. En enda avgick, resten satt kvar. Men då var redan moderaterna i skottgluggen.

Svårast var förstås den ekonomiska situationen. Men där hade man god hjälp av journalistkåren som nästan mangrant missade den ekonomiska utförslöpan.

Det hjälpte inte ens att folkpartiet försökte använda sin positiva mediatrend och fästa uppmärksamheten på regeringens misslyckande genom att "ta tillbaka" de mest kostsamma vallöften.

Men så hade ju Sveriges Television trots sin 40-miljoners valbudget ej planerat in en enda ekonomisk debatt.

Det är detta medias valutvärdering borde handla om, inte om varför medialogiken gynnade folkpartiet. Utan varför media lät makthavarna i regeringen komma undan med sin taktik att ligga lågt.

Peter J Olsson (peter.j.olsson@kvp.se) är politisk redaktör för Kvällsposten

