

Reddet finanskrisen den rødgrønne regjeringen i 2009?

Om stigende forventningers misnøye og politisk nådetid

Anders Todal Jensen

(f. 1957) Doktor Polit i samfunnsvitenskap (NTNU, 1993), professor i statsvitenskap ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap NTNU.
E-post: anders.todal.jensen@svt.ntnu.no

Åshild Male Kalsto

(f. 1984), Master i statsvitenskap (NTNU, 2010), førstekonsulent ved seksjon for statistikk i Arbeids- og velferdsdirektoratet.
E-post: aashild.male@gmail.com

Et sentralt argument innen teorien om økonomisk stemmegivning, er at regjeringer blir belønnet med gjenvalg når økonomien utvikler seg positivt og straffes når økonomien utvikler seg negativt. Utfallet av de siste tre valgene i Norge synes å motsi dette. I 2001 og 2005 tapte regjeringen til tross for en sterk økonomisk utvikling. I 2009 ble regjeringen gjenvalgt til tross for finanskrisen. Vi argumenterer for at folks forventninger påvirker deres vurderinger, og at mediene spiller en avgjørende rolle når det gjelder å forme folks inntrykk av den økonomiske utviklingen og derigjennom forventningene til regjeringens innsats. I 2001 og 2005 hadde mange velgere forventninger ingen regjering kunne innfri. I 2009 opplevde

Nøkkelord: økonomisk stemmegiving, sosiotropisk velger, medienes dagsorden, økonomiske forventninger

regjeringen en «politisk nådetid»: velgernes forventninger til den økonomiske utviklingen var lavere enn det regjeringen hadde mulighet til å innfri. Det teoretiske argumentet underbygges av en empirisk analyse i to trinn. I første omgang gjennomføres en innholdsanalyse for å vise medienes bilde av den økonomiske utviklingen mellom høsten 2007 og valget i 2009. Resultatene viser at finanskrisen dominerte mediebildet i flere måneder. Funnet brukes til å modellere endringer i oppslutning om partiene mellom høsten 2007 og valget. ARIMA-analysen støtter argumentet om at finanskrisen endret styrkeforholdet mellom partiene tilstrekkelig til å sikre regjeringen gjenvalg.

Did the financial crisis save the red-green Government in the 2009 election? The dissatisfaction of rising expectations superseded by a grace period

According to much of the voluminous literature on economic voting, governments are rewarded or punished for their economic policies as a consequence of economic changes. Economic problems decrease the chance of re-election, whereas good times increases the incumbent's chances. The last three national elections in Norway give evidence to the contrary. In the 2001 and 2005 elections all economic indicators pointed upwards, but the governments were nevertheless voted out of office. The international financial crisis shattered the Norwegian economy, but the government was re-elected. We argue that this must be explained by introducing two new factors into the economic voting argument: the role of the media and the role of popular expectations. According to the sociotropic voter argument, voters assess the national economy rather than their personal economy, when they make

their vote choice. The sociotropic voters have few other sources of information to build on, but the media. In a complex economy, the voter's personal experience is of little relevance when it comes to assessing the government's economic policies. The media also form people's expectations. In 2001 and 2005 expectations exceeded the economic output, whereas in 2009, the public's expectations were well below the government's ability to deliver, creating a rare grace period for the governing parties. A content analysis demonstrates that the financial crisis dominated the media agenda for more than three months, and that the tone in the coverage was positive towards the government during this period. A significant change in party support in this period is demonstrated through ARIMA-modelling of a time series based on opinion polls.

Keywords: economic voting, sociotropic voter, media agenda, economic expectations

Mot normalt: Reddet finanskrisen den sittende regjeringen?

Ikke siden valget i 1969 har en flertallsregjering blitt gjenvalgt i Norge. Av de 19 regjeringene Norge har hatt siden 1969 har 10 gått i oppløsning, blitt felt eller tapt valg. Før 2009-valget må vi tilbake til 1993, da mindretallsregjeringen Brundtland ble gjenvalgt uten noe realistisk alternativ, for å finne en regjering som er blitt sittende etter valg. I dag vekker det knapt lengre oppsikt at den sittende regjeringen mister flertallet på meningsmålingene bare få uker etter at den er valgt. En har – ganske upresist – beskrevet dette fenomenet som tiltakende «regjeringsslitasje»: regjeringsansvar innebærer svekket popularitet. Heller ikke en positiv utvikling av økonomien både for bedriftene, husholdningene og landet, som før valget i 2005, synes å sikre en regjering gjenvalg. Gode tider er kanskje ikke like negative for regjeringen som økonomisk vanskelige tider, men «stigende forventningers misnøye» bidrar til at regjeringer også lever farlig når den økonomiske utviklingen er god. Bernt Aardal (2006:29) har treffende karakterisert de økende forventningene som «en permanent utfordring» for enhver regjering. Da Stoltenberg II-regjeringen vant valget i 2005, med beskjeden margin, var det nok mange som regnet med et regjeringsskifte i 2009. Utsiktene til gjenvalg syntes ytterligere svekket da problemene i USAs økonomi forplantet seg til den internasjonale økonomien. I oktober 2008 var det internasjonale tilbakeslaget under full utvikling. Arbeidsløsheten økte og finansinstitusjonene i mange land vaklet. I Norge nedbemannet bygg- og anleggsbransjen i raskt tempo, og også den norske regjeringen måtte støtte bankene gjennom «krisepakker». Like fullt ble den sittende regjeringen gjenvalgt. Hvordan var det mulig?

I første del av artikkelen presenteres hovedposisjonene i fagdebatten om økonomisk stemmegivning. Drøftingen leder fram til introduksjonen av begrepet «politisk nådetid»: en situasjon der folks forventninger til den sittende regjeringen er lavere enn regjeringens evne til å innfri forventningene. Vi argumenterer for at mediebildet er avgjørende for hvilke forventninger folk har til samfunnet og de styrende. Analysen er basert på to tidsserier for perioden oktober 2007 til september 2009. Den ene fanger opp mediens skiftende dagsorden og tonen i omtalen av partiene. Den andre er basert på partibarometre. De to bindes sammen gjennom en intervensjonsanalyse der vi vil vise at endret mediedagsorden fører til skifte i oppslutning om partiene. Analysen er basert på ARIMA-modellering av tidsserier. Avslutningsvis drøftes den mest plausible alternative forklaringen på våre funn, sakseierskapshypotesen.

It's the economy, stupid: debatten om økonomisk stemmegivning

Blant politikere og partistrateger er det sterk tro på at den økonomiske utviklingen avgjør valg. Da Bill Clinton utfordret den sittende presidenten George H.W. Bush i 1992, ble et internt slagord i Clinton-kampanjen, «it's the economy, stupid», raskt også den populære forståelsen av Clintons suksess: Bush tok ikke USAs økonomiske problemer alvorlig, og hadde ikke «levert». Den sittende presidenten, som var svært populær så seint som ett år før valget, ble straffet for landets økonomiske problemer. Dette er essensen i «reward-punishment»-hypotesen (Key 1966): Velgerne belønner den sittende regjeringen i gode tider, og straffer den i dårlige. Med andre ord, i økonomisk gode tider blir den sittende regjeringen gjenvalgt, i dårlige tider blir den kastet. Hypotesen kan oppfattes som en «common sense» versjon av en enkel stimulus-respons modell.

Også valgforskningens pionerer interesserte seg for sammenhengen mellom økonomisk utvikling og valgresultat. I de tidlige historisk-sosiologisk orienterte studiene er det gjerne samfunnsgruppers økonomiske interesser som står sentralt (f.eks. Lipset 1960; Campbell m.fl. 1960; Rokkan 1970): De politiske partier artikulerer interessene til samfunnsgruppene de springer ut av, og den individuelle stemmegivningen uttrykker derfor identifikasjon med gruppens kollektive økonomiske interesser. Ifølge skillelinjemodellen (Lipset og Rokkan 1967; Valen 1981) mobiliseres samfunnsgrupper til politisk deltakelse på basis av gruppeidentifikasjon og følelse av skjebnefellesskap. For de to økonomiske skillelinjene er det ensartethet i økonomisk posisjon, som arbeiderklasse og matvareprodusenter, som utgjør grunnlaget for mobiliseringen. I Norge utformet Arbeiderpartiet og Bondepartiet programmer for å forsvare disse gruppeinteressene. I den samme perioden ble Høyre omformet fra embetsmannsparti til interesseparti for næringsdrivende. Empirisk forskning viser at klassestemmegivningen har blitt svakere både i Norge (Valen 1981; Listhaug 1989; Berglund 2004; Aardal 2007), Vest-Europa ellers og USA (Inglehart 1990; Franklin m.fl. 1992; Knutsen 2007).

Den populære hypotesen om «the pocket book voter», springer ut av en helt annen tenkemåte. Downs hevdet i *An Economic Theory of Democracy* at den rasjonelle velgeren investerer (prospektivt) i det regjeringsalternativet som vil realisere velgerens personlige mål basert på inntrykk av «current events» (Downs 1957:40). Mens Downs mente velgerne kan se nytte i å realisere mange typer mål, fokuserer velgerne – ifølge hypotesen om lommebokvelgeren – først og fremst på sin personlige, framtidige økonomi. For lommebokvelgeren er den nærmeste familien den eneste relevante gruppetilhørigheten. I tradisjonen etter

Downs har en både beskrevet velgerne som retrospektivt orienterte «peasants» og prospektivt investerende «bankers», avhengig av graden av rasjonalitet velgeren tilskrives (MacKuen m.fl. 1992). Innen den rasjonalistiske tradisjonen synes en mer opptatt av kostnadene ved å innhente informasjon enn av kvaliteten. Downs selv understreket at svært mye informasjon var fritt tilgjengelig, kostnaden lå i å finne og bearbeide den. Popkin m.fl. (1976) baserte sin «Investment theory of voting» på at velgerne innhenter økonomisk informasjon «in planning daily life», fordi økonomiske spørsmål «will be of near-universal concern to voters» (1976:804). I Fiorinas (1981) innflytelsesrike bok *Retrospective Voting in American National Elections*, er det også individets situasjon som er grunnlag for valgbeslutningen. Velgeren gjør, ifølge Fiorina, en løpende, retrospektiv vurdering av partiene. Informasjonen aggregeres i et løpende telleverk («running tally»), og gjør velgeren i stand til å uttrykke en partipreferanse når som helst, også på valgdagen. Alle typer saker kan inngå i vurderingen, men Fiorina legger stor vekt på velgernes vurdering av den økonomiske utviklingen. Velgeren vurderer partiene på grunnlag av sine hverdags erfaringer, framfor å bruke tid på informasjonsinnhenting og krevende kalkyler.¹

Selv om forestillingene om lommebokvelgeren er mange, og ganske ulike, har de ett element felles: Aktøren handler i egeninteresse: «egotropisk». Hypotesen om den «sosiotropiske velgeren» ble oppfattet som en kritikk av dette premisset (Sears og Funk 1990). Kinder og Kiewiet hevdet at den sosiotropiske velgeren baserer sitt valg på «kollektive økonomiske vurderinger»: «... in reaching political decisions, voters draw not on their recent personal experiences, but on information about aggregate economic conditions...» (1979:499). Mange velgere synes ikke å se noen sammenheng mellom personlige økonomiske erfaringer og den politiske sfæren. Ofte laster velgerne seg selv for sine økonomiske problemer, enten på grunn av den lave selvaktelsen som følger med lav status (Della Fave 1980), eller på grunn av en sterkt individualistisk kultur (Miller og Listhaug 1984; Kluegel og Smith 1986). I et seinere arbeid videreutviklet Kinder og Kiewiet (1981) forestillingen om den «sosiotropiske velgeren» som et alternativ til lommebokvelgeren. Mens lommebokvelgeren antas å erfare økonomiske endringer direkte gjennom arbeidsløshet, prisstigning osv., argumenterer Kinder og Kiewiet for at den sosiotropiske velgeren danner sine oppfatninger på grunnlag av inntrykk av nasjonens økonomiske utvikling og det ansvar regjeringen har for denne

1. Selv om Fiorina presenterte sitt argument først og fremst som et alternativ til forestillingen om at velgerne er psykologisk bundet til partiene gjennom sterk og stabil partiidentifikasjon (jf. Campbell m.fl. 1960), er det en form for begrenset rasjonalitet Fiorina beskriver (jf. Simon 1957, 1972).

utviklingen.² Disse oppfatningene er «farget» av partiidentifikasjon, men er også et uttrykk for selvstendige vurderinger.

De fire posisjonene i fagdebatten om økonomisk stemmegivning oppsummeres i figur 1 (under).

Figur 1: Fire posisjoner i fagdebatten om økonomisk stemmegivning

		Velgerens tidshorisont:	
		Prospektivt	Retrospektivt
Vurderingen omfatter:	Egotropisk: (en selv og nærmeste familie)	«Voters as bankers»	«Voters as peasants»
	Sosiotropisk: samfunnsgruppen og/ eller nasjonen)	Gruppekonflikt	«Sosiotropisk stemmegivning»

Det tradisjonelle gruppekonfliktperspektivet og den rasjonalistiske teorien leder fram til samme empiriske forventning: De som har likeartede økonomiske interesser, vil stemme på det samme partiet og regjeringsalternativet. I den rasjonalistiske teorien er dette en ren aggregeringseffekt: Aktørene handler uavhengig av hverandre, men likeartet. Ifølge gruppekonfliktteori organiserer aktørene seg i interessegrupper på basis av likeartet livssituasjon og opptrer i tråd med gruppens interesser. Den historiske utviklingen i retning av svakere klassestemmegivning (se for eksempel Knutsen 2007), og mindre effekt av lagdelingsvariabler som inntekt i valganalysene (jf. Franklin m.fl. 1992), har derfor gjort begge disse argumentene mindre aktuelle.

Til tross for sin popularitet er den empiriske støtten til testen om lommebokvelgeren forholdsvis svak. I en overvekt av de mange studiene av økonomisk stemmegivning framstår velgerne snarere som sosiotropiske og retrospektivt orienterte (Lewis-Beck 1986; 1988; Nannestad og Paldam 1994; Lewis-Beck og Paldam 2000; Lewis-Beck og Stegmaier 2007; Listhaug 2007). Også i Norge synes retrospektiv, sosiotropisk stemmegivning å være den vanligste formen for økonomisk stemmegivning (Miller og Listhaug 1984; Aardal og Listhaug 1986; Aardal, Listhaug og Valen 1987; Narud og Valen 2007; Narud og Aardal 2007; Listhaug 2007).³ Generelt er den økonomiske stemmegivningen, både i Norge og

2. Kinder og Kiewiet utelukker ikke at den sosiotropiske velgeren også kan se en sammenheng mellom nasjonens økonomi og egen økonomi. Deres sosiotropiske velger er ikke altruist. Velgeren kan godt tenke at det som er godt for nasjonen også er godt for meg.

3. Miller og Listhaug (1984) finner støtte til hypotesen om retrospektiv, sosiotropisk stemmegivning, men påpeker at egotropisk stemmegivning kan forekomme i spesielle tilfeller. De argumenterer også for at den beskjedne økonomiske stemmegivningen generelt kan skyldes at norske velgere vet at Norge har en liten, åpen økonomi og derfor ikke laster regjeringen for alle økonomiske problemer.

andre land, svakere enn det mange kommentatorer og politikere vil ha det til (Bengtsson 2004).

Hvor kommer de sosiotropiske vurderingene fra?

Til tross for at retrospektive, sosiotropiske vurderinger gjerne utkonkurrerer andre typer indikatorer for økonomiske vurderinger i konkurransen om statistisk forklaringskraft, er fenomenet sosiotropisk vurderinger overraskende lite drøftet i den voluminøse faglitteraturen. Det er ikke uten grunn Lewis-Beck og Stegmaier (2007:531) etterlyser forskning om hvordan velgernes sosiotropiske vurderinger dannes. Noen ansatser finnes likevel i faglitteraturen. Kinder (1981) har påpekt at de sosiotropiske vurderingene i noen grad stammer fra de politiske partiene. Velgernes lojalitet overfor partiene får dem til å adaptere de økonomiske analysene til partiene de er tilhengere av. Dette kan omfattes som et metodeproblem (jf. Conover m.fl. 1987; Holmberg 1984; Aardal, Listhaug og Valen 1987), fordi den «rene» økonomiske vurderingen blir «forenset» av partienes propaganda, slik at det blir vanskelig å bruke vurderinger av den økonomiske utviklingen som en årsaksforklaring av partipreferanse.⁴ Hvis en derimot er mest opptatt av hvordan folk danner seg et bilde av den økonomiske utviklingen, framstår denne observasjonen som en interessant hypotese: politikerne søker etter beste evne å forme opinionens vurderinger av den økonomiske utviklingen og den økonomiske politikken som føres. Mye tyder imidlertid på at de norske partienes evne til å øve direkte påvirkning på velgerne er redusert. I takt med at både partipressen ble avvirket og partiene krympet som medlemsorganisasjoner (Svåsand m.fl. 1997; Heidar og Saglie 2002), har partienes direkte opinionsmakt blitt mindre og mediernes opinionsmakt større (Bjørklund 1991; Østbye 1997; Jenssen og Aalberg 2007). I dag er det massemediene, særlig TV, som er folks viktigste kilde til informasjon om politiske spørsmål i Norge (Karlsen 2009; Jenssen 2009, 2010). Mediene fungerer som en arena for partienes konkurrerende fortolkninger av den økonomiske utviklingen. Regjeringspartiene søker å ta æren for en positiv utvikling og fraskrive seg ansvaret for en negativ utvikling. Opposisjonspartiene vil på sin side forsøke å legge skylden på regjeringens politikk når økonomien utvikler seg negativt. De politiske partiene er imidlertid ikke alene på arenaen. Kinder og Mebane hevder at folk bygger opp «tacit theories» om økonomiske sammenhenger og at «such theories reflect more or

4. De fleste valgundersøkelser er basert på synkron data: all informasjon er innhentet på samme tidspunkt. Dermed blir det vanskelig å klargjøre årsaksforholdet mellom to variabler.

less what people are momentarily told in the newspapers and on their television sets, by journalists, experts, government officials, presidents and other well-placed popularizers of the dismal science» (1983:168).

Innen medieforskningen brukes begrepet «medielogikk» (Altheide og Snow 1979) for å beskrive hvordan mediene velger ut, bearbeider og presenterer informasjon. Medielogikken gjør seg også gjeldene innen dekningen av økonomiske forhold. Mediene har en tendens til å rapportere mer om negative enn positive trekk i økonomien (Soroka 2006; Fogarty 2005; Jørgensen 2010). Slik sett kan nyhetsstoffet om økonomi sies å være preget av samme negative slagside («bias») som nyhetsjournalistikken generelt. Ulike studier gir ulike bilder av i hvilken grad mediedekningen gir et forvrengt bilde av den realøkonomiske utviklingen (jf. Sheaffer 2008:37). Tendensen i mediedekningen synes imidlertid å være riktig: Når realøkonomien forverrer seg, blir nyhetsoppslagene mer negative. Når realøkonomien utvikler seg positivt, blir oppslagene mindre negative (Soroka 2006). Dette kan forklare hvorfor velgerne synes å ha et mer korrekt bilde av hvordan økonomien endrer seg, enn av den økonomiske tilstanden til enhver tid (Sanders 2000).

De eksisterende studiene støtter hypotesen om at mediens bilde av den økonomiske utviklingen påvirker folks vurderinger av økonomien (Mutz 1992; Boomgarden 2004; Soroka 2006; Sheaffer 2008) og de ansvarlige politiske aktørene (Boomgarden 2004; Sheaffer 2008). Mediebildene spiller sammen med publikums egne erfaringer. Mediene kan både bidra til å politisere velgernes økonomiske erfaringer og til å avpolitisere dem (Mutz 1992, 1994). Folks egenerfaring kan moderere virkningen av mediens ofte overdrevne bilder av den økonomiske utviklingen (Soroka 2006). Vår første påstand er derfor at *massemediene er et viktig grunnlag for folks vurderinger av den økonomiske utviklingen og de politiske aktørene.*

«Stigende forventningers misnøye» og «politisk nådetid»

Relativ deprivasjon oppstår når forventninger ikke blir innfridd.⁵ Relativ deprivasjon utvikles gjerne når noen sammenlikner sin livssituasjon med en referanse-

5. Stouffer m.fl. (1949) regnes gjerne som opphav til begrepet «relativ deprivasjon». I deres studie av amerikanske soldater under andre verdenskrig, gjorde de den oppsiktsvekkende observasjonen at de menige soldatene ved fronten i Europa var mindre misfornøyde enn soldatene som var ved baser i USA. De forklarte observasjonen med at soldatene ved fronten knapt så andre enn soldater i samme vanskelige situasjon som dem selv, mens soldatene i USA sammenliknet seg med offiserene som levde et privilegert liv innenfor de samme forlegningene som de menige. Stouffer m.fl. var imidlertid langt ifra de første som oppdaget at forventninger har betydning for tilfredshet og misnøye.

gruppe, ser at levekårene forverres eller når forventninger til fremtiden ikke blir innfridd. Revolusjonsteorien til Davies (1962) videreførte Marx og Tocqueville sine argumenter om relativ deprivasjon. Ifølge Davies er økende misnøye et resultat av at forventninger vokser uavhengig av tilfredsstillelse. Veksten i folks forventninger korrigeres ikke selv om tilfredsstillelsen går ned (jf. figur 2 under). I tider med langvarig vekst har forventningene en tendens til å vokse raskt. Bernt Aardal har brukt uttrykket «stigende forventningers misnøye» for å forklare Bondevik-regjeringens fall i 2005.⁶ Før valget utviklet de fleste økonomiske indikatorene seg positivt. Regjeringen hadde dessuten gitt både næringslivet og privatpersoner betydelige skattelettelser og lovet ytterligere skattelette om regjeringen ble gjenvalgt. Slik gikk det ikke. Velgerne «belønnet» ikke regjeringspartiene, slik de ifølge «reward-punishment»-argumentet skulle.

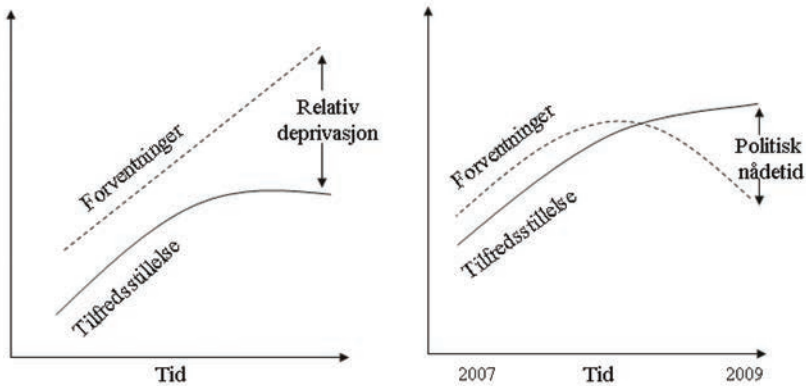
Mye taler for at de såkalte «oljepengene» har drevet opp nordmenns forventninger (Aardal 2006; Narud og Aardal 2007). Ved valgene både i 1997, 2001 og 2005 var det, ifølge valgundersøkelsene, langt flere som mente at en kunne «bruke atskillig mer av oljeinntektene enn det vi gjør i dag» enn som mente at bruken av oljepenger ikke måtte øke.⁷ Det var ikke det problemet «verdens rikeste land» ikke kunne løse. Folk hadde med andre ord høye forventninger. Spørsmålet om bruk av oljepengene har både bidratt til velgervandring (Aardal 2007) og redusert tillit til politikerne og de politiske partiene (Listhaug 2005).

Det er ikke gitt at forventningene alltid er høyere enn behovstilfredsstillelsen. En kan også tenke seg at forventningene synker dramatisk fordi politikere, økonomiske eksperter og mediene samstemt hevder at den nasjonale økonomien går inn i en krise. I en slik situasjon vil folks forventninger til hva politikerne kan utrette, skrus ned. Fokuset blir innsnevret til økonomisk trygghet, og folk vil være mer villige til å akseptere reduserte ambisjoner på de fleste samfunnsområder. Noen ganger faller forventningene mer enn regjeringens evne til å innfri. For politikere med regjeringsmakt kan en slik sjelden situasjon karakteriseres som en «politisk nådetid». Fordi velgernes forventninger er lave, er de lettere å innfri. Så fremt regjeringen ikke kan lastes for problemene, vil den lettere framstå som dyktig, handlekraftig og målrettet i velgernes øyne. Når velgerne oppdager at deres forventninger innfris, vil mange – med rette eller urette – tolke dette som et resultat av regjeringens politikk. Kontrasten mellom fenomenet relativ deprivasjon, slik Davies (1962) beskrev det, og en «politisk nådetid», kan illustreres som

6. Begrepet «stigende forventningers misnøye» tilskrives gjerne den svenske statsministeren Tage Erlander, som brukte det om den politiske misnøyen i Sverige som syntes å øke i takt med bedringen av levekårene.

7. Se Narud og Aardal 2007:186–188 for nøyaktig fordeling og fullstendig spørsmålsformat.

i figur 2 (under). Davies' såkalte «J-kurve» beskriver en situasjon som kan føre til regimelabilitet, i en «politisk nådetid» vil regimet derimot oppleve *økt popularitet*. Mens «stigende forventningers misnøye» gjør det vanskelig for regjeringer å bli gjenvalgt i gode tider, kan en «politisk nådetid» gjøre det lettere å bli gjenvalgt i dårlige. Vår andre påstand er at *den rødgrønne regjeringen opplevde en slik 'politisk nådetid' før valget i 2009*.



Figur 2: Relativ deprivasjon og politisk nådetid som resultat av ulike forhold mellom forventninger og behovstilfredsstillelse. Davies' J-kurve til venstre, er tenkt «politisk nådetid» til høyre

Data og metode

To datasett er bygd opp for denne analysen. I det første datasettet er en tidsserie av 768 nyhetsartikler om politikk i VG og Aftenposten fra og med oktober 2007 fram til valget i september 2009 kodet. Artikkene ble identifisert gjennom bruk av bestemte søkeord i fulltekstbasen Retriever (Kalstø 2010:27). De to avisene er blant landets største og mest toneangivende. Vi går derfor ut fra at deres nyhetsprioriteringer avspeiler prioriteringene i alle deler av mediehierarkiet. Formålet med innholdsanalysen er å identifisere den tidsperioden finanskrisen dominerte mediedagsordenen og beskrive tonen i omtalen av regjeringen og regjeringspartiene i disse oppslagene. Det andre datasettet er en tidsserie på 51 punkter av partibarometre fra Sentio AS, for perioden oktober 2007 til september 2009. Valgresultatet er inkludert i datasettet som slutt-punkt. ARIMA-analyse (McDowall m.fl. 1980; Mills 1990) ble brukt for å avgjøre om oppslutningen om partiene endret seg signifikant i den perioden

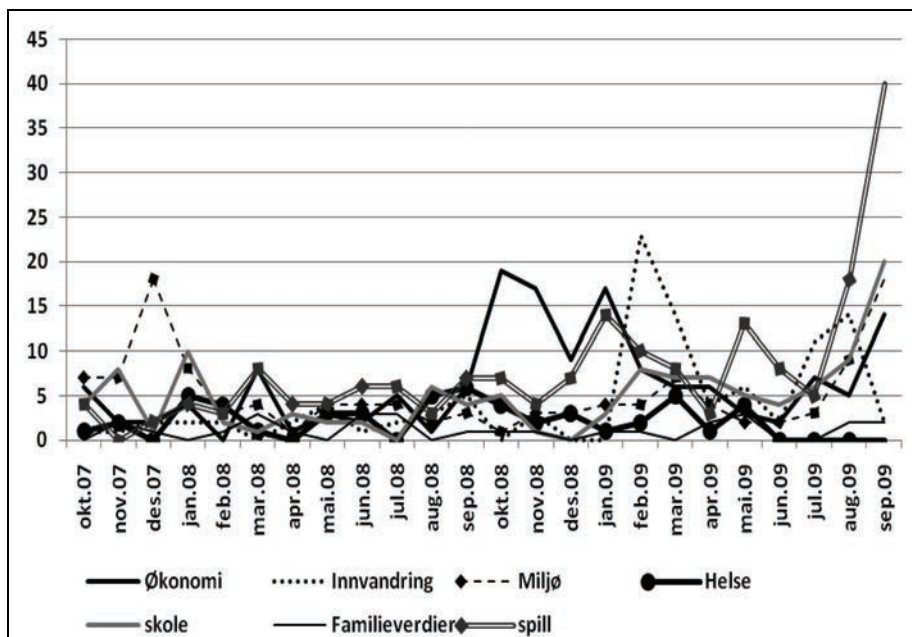
finanskrisen dominerte medieagendaen. Metoden gjør det mulig å skille mellom ulike former for irrelevant variasjon i tidsserien (blant annet utvalgsfeil) og substansiell variasjon, gjennom å modellere kjente former for irrelevant variasjon. Det er med andre ord lite vunnet ved å basere en ARIMA-analyse på et gjennomsnitt av flere meningsmålinger. Påstanden om en årsakssammenheng mellom mediedagsordenen og opinionsendringene hviler på to pilarer: et teoretisk argument (om en veldokumentert medieeffekt) og et empirisk argument (at den uavhengige variabelen endrer seg før den avhengige) (jf. Davis 1985). Longitudinelle data er bedre egnet til å analysere endringsprosesser enn synkron data (for eksempel tradisjonelle surveyer). I mangel av panelundersøkelser, med en bølge før og en rett etter den interessante hendelsen, er tidsserieanalyse det beste alternativet. Som en stor del av litteraturen om økonomisk stemmegivning er vår analyse basert på aggregerte data, med den begrensningen det innebærer (Ringdal 2007:163).

Krisen satt en annen dagsorden i mediene

Norsk økonomi gjennomgikk en vanskelig periode på slutten av 1980-tallet, men fra 1990 økte bruttonasjonalproduktet og inflasjonen sank. Etter 1994 lå arbeidsløsheten stabilt på et nivå rundt 4 prosent, klart under nivået i de fleste OECD-landene. Det var denne relativt stabile vekstperioden som dannet grunnlag for perioden med «stigende forventningers misnøye» i den norske befolkningen fram til høsten 2008.

Da de langvarige økonomiske problemene i USA utviklet seg til en finanskrise høsten 2008, ble det raskt klart at krisen ville få virkninger i mange land. Nyhetene fra internasjonale medier tegnet et dramatisk bilde, og alvoret i situasjonen ble understreket av at også europeiske storbanker gikk overende. I de mest dramatiske medieoppslagene ble krisen sammenliknet med sammenbruddet i verdipapirmarkedet i 1929 som innledet den globale depresjonen.⁸ Innholdsanalysen av nyhetsstoffet i VG og Aftenposten viser at økonomi bare er ett av mange stoffområder fram til september 2008, men at oppslag om krisen dominerte nyhetsbildet fra oktober 2008 til og med januar 2009 (se figur 3 og Kalstø 2010 for detaljer om kodingspraksis).

8. For eksempel nobelprisvinner i økonomi Paul Krugman i sin spalte i New York Times og professor Ola H. Grytten til NRK.no (24.10.2009).



Figur 3. Antall oppslag på ulike stoffområder i VG og Aftenposten fra oktober 2007 til september 2009. Absolutt antall artikler per måned.⁹

Det er vanskelig å tidfeste helt presist når den økonomiske krisen ble et hovedtema i norske medier. I september 2008 økte fokuset på økonomisk stoff. 15. september gikk Lehman Brothers konkurs. Fra USA rapporterte Aftenpostens politiske redaktør 20. september om «fryktens uke»: Den økonomiske krisen var i ferd med å endre amerikansk politikk og avgjøre presidentvalget.¹⁰ Den krisen norske medier beskrev før 15. september var først og fremst en krise i USA. Fra midten av september advarte økonomiske eksperter i flere avisoppslag om at krisen kom til Europa. Fra oktober 2008 til og med januar 2009 var økonomi den dominerende saken i de to avisene. Etter hvert var det først og fremst norske samfunnsforhold som sto i fokus. Det er verdt å merke seg at den norske regjeringen *ikke* ble tilskrevet noe ansvar for årsakene til krisen. Kalstøs (2010:35–45) analyse viser at regjeringen fikk mer *positiv* medieomtale etter at finanskrisen begynte å dominere mediedagsorden, mens opposisjonen fikk mer negativ

9. Antall artikler i september 2009 er ganget med to, siden bare første halvdel av denne måneden er blitt analysert (1. til 14. september).

10. Stanghelle skriver: «Redde amerikanere har denne uken glemt tulletingene, og diskuterer nå økonomisk politikk. Glemte er også redselen for statlig innblanding på markedets bekostning. Læringskurven har vært uhyggelig bratt.» Se: <http://www.aftenposten.no/meninger/debatt/article2664894.ece>.

medieomtale. I en liknende analyse av tonen i mediedekningen av norsk økonomi i Aftenposten, Adresseavisen, Dagens Næringsliv, Dagsavisen og VG før de fire siste stortingsvalgene, fant Jørgensen (2010) en tydelig negativ bias: tendensen i avisenes dekning var mer negativ enn den realøkonomiske utviklingen tilsa. Unntaket var november og desember i 2008. I denne perioden var dekningen vesentlig mindre kritisk.

Allerede 12. oktober 2008 la regjeringen og Norges Bank fram den første av flere «krisepakker». Overskriften på VGs leder dagen etter var: «Alvoret siger inn». Mange av nyhetsoppslagene fokuserte på de kraftige tiltakene regjeringen ville sette i verk og de antatte positive virkningene av disse tiltakene for sysselsetting, velferd og rentenivå. I disse oppslagene ble det ikke reist noen tvil om alvoret i situasjonen. Det ble tatt for gitt.

I mange av avisoppslagene fra denne perioden er det slående at opposisjonen spilte annenfiolin. Regjeringen ble fremstilt som handlekraftig, og opposisjonslederne kunne lite gjøre utover å uttrykke tilslutning til regjeringens ulike tiltak, «pakker» og planer (Kalstø 2010). Norske politikere, anført av statsministeren, brukte enhver anledning til å understreke alvoret. Stoltenberg benyttet blant annet den tradisjonelle nyttårstalen 1. januar 2009 til å beskrive situasjonen i landet som meget alvorlig.

Etter en «oppbremsing» av norsk økonomi på nyåret i 2008 slo krisen for alvor inn i norsk realøkonomi i fjerde kvartal i 2008 og første kvartal i 2009 (Cappelen og Eika 2010). Storparten av befolkningen ble likevel lite berørt. Arbeidsløsheten økte fra under 2 prosent til omlag 3 prosent, men det gikk verst ut over de mange utenlandske arbeiderne i bygg- og anlegg (Ekeland m.fl. 2009). Store grupper fikk det bedre. Lavrentepolitikken fra Norges Bank førte til lavere lånerenter også til husholdningene. For de med store renteutgifter medførte tiltakene mot finanskrisen en umiddelbar *bedring* av økonomien, så fremt arbeidstakerne i husholdningen beholdt jobben. Konsumprisindeksen falt også. Noen dagligvarer ble billigere.

I februar 2009 ble det sterke mediefokuset på økonomi avbrutt av økt fokus på innvandrings- og integreringspolitikk (jf. figur 3).¹¹ I august og september 2009 var det stoff om valgkampen og spillet om regjeringsmakten som dominerte i nyhetsbildet.¹² Stoff om økonomi var bare fjerde mest omtalte tema i VG og Aftenposten i den «korte valgkampen» – de siste 4–5 ukene før valget.

11. Det var den såkalte «hijab-saken»: debatten rundt bruk av hijab for uniformerte, offentlige tjenestemenn, og justisministerens håndtering av saken, som fanget mediernes interesse.

12. Tendensen til at stoff om valgkampen og det politiske spillet dominerer rett før et valg har også blitt observert tidligere (se for eksempel Tønsager 2001; Waldahl og Narud 2004; Aalberg og Brekken 2007).

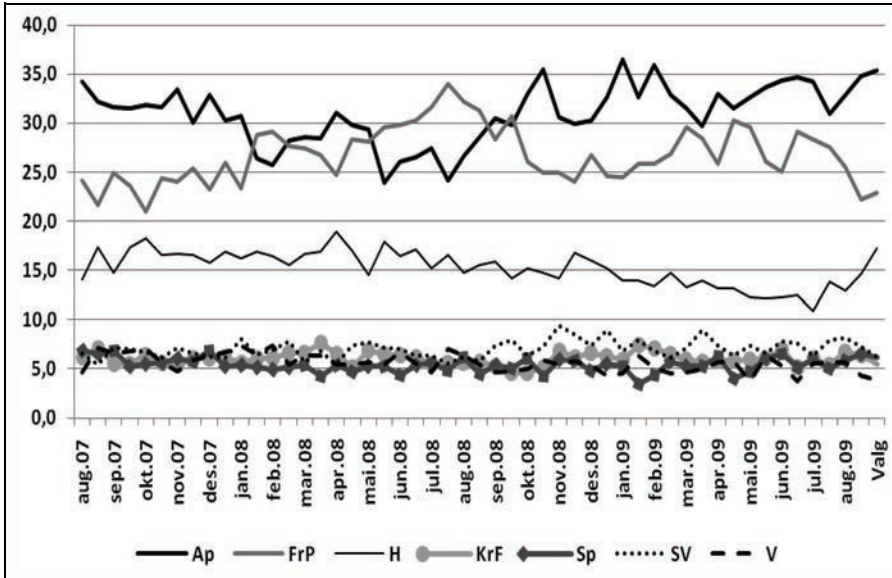
Oppslutningen om partiene

De politiske partiene i Norge er i ulik grad knyttet til økonomiske konfliktspørsmål. I den historisk-sosiologiske skillelinjemodellen beskrives Høyre og Arbeiderpartiet som antagonister i konflikten i arbeidsmarkedet, mens Senterpartiet representerer primærnæringenes interesser (Rokkan 1970; Valen 1981). KrF, SV, Venstre og FrP har blitt karakterisert som «verdipartier» (Jenssen 1993). Fordi primærnæringene i høy grad er skjermet, ville en derfor vente at finanskrisen først og fremst ville ha betydning for oppslutningen om Høyre og Arbeiderpartiet. Ved valget i 1997 gikk imidlertid Fremskrittspartiet forbi Høyre i oppslutning. FrP tonet ned innvandringsaken og la større vekt på velferdsspørsmål og økonomi (Aardal m.fl. 1999:24). Konkurransen om velgerne mellom Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet er av særlig interesse av flere grunner. I den perioden vi studerer er de to ikke bare landets to største partier, FrP ble også utpekt som Arbeiderpartiets «hovedmotstander» i valgkampen 2009. De to partiene søker også støtte i mange av de samme gruppene, og velgervandringene mellom dem har tidligere vært betydelig (Aardal m.fl. 1999:37; Valen m.fl. 1990:23). I debatten om bruken av oljepengene har Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet framstått som motpoler (Aardal 2007:186–7; Narud og Valen 2007:276). «Handlingsregelen» som begrenser bruken av oljepenger, ble knesatt av Stoltenberg I-regjeringen. Fremskrittspartiet har, særlig etter at SV gikk inn i det rødgrønne regjeringsprosjektet, vært den klareste eksponenten for å bruke mer av oljepengene til populære velferdstiltak og skattelettelser. Aardal beskriver FrPs rolle som eksponent for «de stigende forventningers misnøye» slik: «... the link between rising expectations and political distrust may represent a permanent challenge for Norwegian Governments in the years to come, whether left- or right-leaning. The challenge even has a name: The Progress Party» (2006:29).

Etter valget i 2005 har Arbeiderpartiet vært adressaten for FrPs kritikk. Utviklingen på meningsmålingene i perioden september 2007 til september 2009 (figur 4) synes å bekrefte at det i første rekke var oppslutningen om Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet som ble påvirket av fokuset på finanskrisen.

Oppslutningen om Arbeiderpartiet viste en tydelig fallende tendens i månedene etter lokalvalget i 2007. Sommeren 2008 nådde oppslutningen et bunnivå med 24 prosent oppslutning i uke 25 og 33. Fra uke 33 til uke 46 vokste Arbeiderpartiets oppslutning med 11 prosentpoeng til nesten 36 prosent. Deretter falt oppslutningen noe før den igjen nådde opp i over 35 prosent i uke 5 og uke 10 i 2009. Deretter fluktuerte oppslutningen, før Ap økte oppslutningen i den korte valgkampen. Oppslutningen om FrP viste, fram til den korte valgkampen høsten 2009, den nesten perfekt *motsatte* utviklingen av Arbeiderpartiets. Oppslutningen

om Fremskrittspartiet vokste markant etter lokalvalget i 2007 og kulminerte i uke 33 til 34 prosent oppslutning. Deretter falt oppslutningen i november og begynnelsen av desember med 10 prosentpoeng. Mot slutten av februar begynte oppslutningen om FrP igjen å øke. Det er nærliggende å tolke dette som et resultat av at hijab-saken avløste finanskrisen som det dominerende temaet i nyhetsbildet. De siste ukene fram til valget tapte Fremskrittspartiet igjen oppslutning, men i denne fasen er det mye som tyder på at det først og fremst var Høyre, og ikke Arbeiderpartiet, som profiterte på FrPs tilbakegang (se Aardal m.fl. 2010).



Figur 4. Oppslutningen om de politiske partiene oktober 2007 til september 2009. Sentio for Bergens Tidende og Dagens Næringsliv.

For de andre partiene er det ikke like tydelige utslag. Markedsliberalismens tydeligste talerør i norsk politikk, Høyre (Aardal m.fl. 1999:85; Aardal 2003:86; Aardal 2007:86), gikk svakt tilbake under finanskrisen, men i den korte valgkampen gikk Høyre fram. Det er vanskelig å hevde at denne framgangen henger sammen med mediedekningen av den økonomiske krisen. SV skåret relativt høyt på noen målinger i desember 2008 og januar 2009, i målinger der Ap skåret relativt lavt. Disse gode resultatene for SV faller innenfor den perioden den økonomiske krisen dominerte i mediene. Finanskrisen synes likevel ikke å ha hatt noen varig betydning for oppslutningen om SV.

Fordi oppslutningen om Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet i stor grad løp

motsatt, blir utslagene store når vi studerer differansen i oppslutning mellom de to partiene. FrP styrket seg vis-à-vis Ap fra lokalvalget i 2007. I uke 33 i 2008 lå FrP nesten 10 prosentpoeng foran Ap på målingene. Fra midten av september 2008 endret bildet seg. Allerede i uke 44 i 2008 var Ap nesten 11 prosentpoeng foran FrP. Variasjonen var med andre ord i overkant av 20 prosentpoeng i løpet av en periode på bare 11 uker. Så langt støtter tallene påstanden om at finanskrisen reddet den sittende regjeringen.

Tidsserien i figur 4 er basert på utvalgsundersøkelser, så vi er interessert i å vite om de observerte endringene er større enn det vi kan risikere å få i utvalgsundersøkelser på grunn av tilfeldige utvalgsfeil (vi vil forkaste H_0). Å gjøre en enkelt signifikanstest av endringer i tidsserier er imidlertid problematisk fordi den vanlige forutsetningen om ukorrelerte restledd nesten alltid brytes i tidsserier (McDowall m.fl. 1980). En løsning på dette er å gjennomføre en variant av ARIMA-analyse som modellerer effekten av en eller flere «intervensjoner» (hendelser) i en tidsserie. Grunntanken i modellen er å skille mellom «støy» og «intervensjon». Støyen (trender, drift, sesongvariasjon, effekter av tilfeldige «sjokk») nøytraliseres gjennom omforming av tidsserien, og effekten av intervensjonen studeres på den omformede tidsserien. Støyen nøytraliseres gjennom å bestemme tre parametere for «integration» (fjerner trender og drift), «autoregression» og «moving average» (som begge fjerner ulike virkninger og ettervirkninger av tilfeldige sjokk). I en intervensjonsstudie bestemmes disse parameterne på grunnlag av den delen av tidsserien som går forut for intervensjonen.

Vi er ikke bare opptatt av om finanskrisen hadde en signifikant effekt på opinionen. Vi er også opptatt av om effekten varte helt fram til valget. I ARIMA-analyse kan intervensjonene studeres som en mulig varig effekt («step») eller en forbigående effekt («puls»). I tabell 1 presenteres resultatene fra intervensjonsstudier, med både en langsiktig effekt og en kortsiktig, basert på omformede tidsserier. I alle tilfeller er en ARIMA (0,1,1)-modell brukt for å omforme tidsserien (se appendiks for detaljer).

Det er slående at estimatene for de langsiktige virkningene av finanskrisen i alle tilfeller er større enn de kortsiktige. De langsiktige effektene er også statistisk signifikante for alle tidsseriene, bortsett fra oppslutningen om Høyre. Om vi baserer vurderingen på kriterier for modelltilpasning som Aikes informasjonskriterium (AIC) og Schwarzs Bayesian kriterium (SBC), er det ikke stor forskjell mellom modellene. Begge modellene sier oss følgelig noe om hvilken effekt mediedekningen av finanskrisen hadde på velgerne.

Tabell 1. Endring i oppslutning om regjeringsalternativer og utvalgte partier som en følge av finanskrisen. Intervensjonsanalyse i en ARIMA-modifisert (0,1,1) tidsserie.

Tidsserie:	Varighet	Estimat	Standardfeil for estimatet
Oppslutning om regjeringspartiene (SV, Ap, SP)	Kortvarig	3,751***	1,429
	Langvarig	5,892***	1,776
Oppslutning om opposisjonen (V, KrF, H, FrP)	Kortvarig	-3,932***	1,323
	Langvarig	-5,862***	1,681
Differanse mellom oppslutningen om Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet	Kortvarig	4,536*	2,495
	Langvarig	6,729**	3,398
Oppslutning om Arbeiderpartiet	Kortvarig	2,256	1,443
	Langvarig	4,054**	1,735
Oppslutning om Fremskrittspartiet	Kortvarig	-2,385*	1,361
	Langvarig	-3,363*	1,923
Oppslutning om Høyre	Kortvarig	0,318	0,754
	Langvarig	-0,450	1,045

N=51. *p < 0,10 **p < 0,05 ***p < 0,01

Resultatene i tabell 1 reiser en ny problemstilling: Hvorfor er de langvarige effektene større enn de kortsiktige? Burde ikke andre saker og valgkampen som sådan, dempe virkningen av finanskrisen og dermed bidra til å redusere langtidseffekten? Resultatene for Høyre i tabell 1 (koeffisientene har ulikt fortegn), kan – selv om koeffisientene ikke er signifikante – tyde på at valgkampen kan ha påvirket oppslutningen uavhengig av finanskrisen. Det samme kan være tilfelle også når virkningene av finanskrisen og valgkampen drar i samme retning. Mange velgere utsetter valgbeslutningen til den korte valgkampen. I denne perioden stod spillet om regjeringsmakt i fokus i medievalgkampen (jf. figur 3). «Borgerlig kaos» og Høyres framgang på FrPs bekostning ble et tema. Arbeiderpartiet brukte sine store organisasjonsressurser (Olsen 2009). Kort sagt, valgkampen har sin egen dynamikk som både kan ha forsterket opinionsbevegelser fra perioden finanskrisen dominerte i mediebildet for noen partier (Ap og FrP), eller reversert dem (Høyre). Vi har derfor gjennomført en ny analyse med to intervensjoner: finanskrisen og den korte valgkampen (tabell 2). Vi gjengir bare resultatene for modellen for langvarig effekt av finanskrisen, siden den fikk mest støtte i den foregående analysen.

Resultatene i tabell 2 styrker ytterligere påstanden om at finanskrisen påvirket opinionen slik at regjeringen ble sittende. Valgkampen hadde ikke en signifikant effekt verken på oppslutningen om regjeringen, opposisjonen, Arbeiderpartiet eller styrkeforholdet mellom Ap og FrP. Estimaten for effekten av finanskrisen i den utvidete modellen er nesten identiske med resultatene i tabell 1. Estimaten framstår som robuste. For Fremskrittspartiet og Høyre hadde den korte valgkam-

pen betydning. Fremskrittspartiet hadde et signifikant tap både som en følge av finanskrisen og i den korte valgkampen. Høyre økte sin oppslutning signifikant i valgkampens slutfase.

Tabell 2. Finanskrisen (vedvarende) og den korte valgkamp som årsaker til endring i partiopplutning. Intervensjonsanalyse basert på en ARIMA (0,1,1)-modell. Standardfeil for estimatet i parentes.

Tidsserie:	Intervensjon 1: Finanskrisen	Intervensjon 2: Den korte valgkampen
Oppslutning om regjering (SV, Ap, SP)	5,945*** (1,706)	2,006 (1,798)
Oppslutning om opposisjonen (V, KrF, H, FrP)	- 5,911*** (1,604)	-2,031 (1,679)
Differansen i oppslutning mellom Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet	7,126** (3,280)	5,045 (3,303)
Oppslutning om Arbeiderpartiet	4,166** (1,693)	1,249 (1,746)
Oppslutning om Fremskrittspartiet	-3,566** (1,798)	-3,726** (1,811)
Oppslutning om Høyre	-0,750 (0,383)	2,056** (0,919)

N=51. *p < 0,10 **p < 0,05 ***p < 0,01

Regjering og opposisjon knivet tett om å vinne valget. De knappe 6 prosentpoengene regjeringen økte sin oppslutning med i perioden under og etter finanskrisen var nok til å vinne valget i 2009. Den korte valgkampen hadde betydning, men forskyvningen av velgere fra FrP til Høyre fikk ikke betydning for regjeringsspørsmålet.

Så langt det er mulig å trekke slutninger på grunnlag av sammenfall i tid mellom to hendelser, styrker tidsserieanalysene påstanden om at finanskrisen reddet den rødgrønne regjeringen. Det er imidlertid nødvendig å tydeliggjøre grunnlaget denne konklusjonen bygger på. Først av alt, velgerne er til enhver tid opptatt av mange saker. Økonomisk politikk er én blant flere saker velgerne kan ha lagt vekt på. Tallene både fra innholdsanalysen (figur 3) og fra valgdagsmålingene tyder på at økonomi *ikke* var det sentrale spørsmålet for flertallet av velgerne i den korte valgkampen. Vårt argument bør derfor presiseres: Mediefokuset på finanskrisen løftet oppslutningen om Arbeiderpartiet til et nivå som gjorde det mulig for de rødgrønne partiene å oppnå flertall ved valget i 2009. Selv om valgkampen *ikke* økte oppslutningen om Ap og regjeringen signifikant ifølge

resultatene fra ARIMA-analysen (tabell 2), bør vi ikke utelukke at Arbeiderpartiets mobilisering av hjemmesittere og førstegangselgere i den korte valgkampen bidro til valgfallet.¹³

En annen mulig innvending krever en nærmere vurdering: Forklares opinionseffekten vi har observert bedre av sakseierskapsmodellen, enn av argumentet om at mediebildet av finanskrisen skapte en «politisk nådetid»?

Var det sosialdemokratiets sakseierskap til sysselsetting og motkonjunkturpolitikk som reddet regjeringen?

Så langt har vi beskrevet en «politisk nådetid» som en situasjon der regjeringer *uavhengig av politisk farge*, har en mulighet til å innfri folks forventninger og framstå som særlig besluttsomme og handlekraftige. Velgerne responderer positivt på bakgrunn av regjeringens «performance», ikke dens partipolitiske farge. En plausibel konkurrerende tolkning av opinionsendringene i Norge fra oktober 2008, er forankret i «sakseierskapsmodellen» (Budge og Farlie 1983; Petrocik 1996). Ifølge Petrocik (1996) opparbeider partiene «eierskap» til bestemte saker gjennom å stadig hevde en gruppes interesse i saken, eller gjennom å vise evne til å løse bestemte problemer i spesielt vanskelige situasjoner. Valgkamp arter seg, ifølge denne teorien, som en konkurranse mellom partiene om å få velgerne til å tenke på saker de selv har eierskap til, og dermed gjøre sitt partivalg ut fra disse sakene. De sosialdemokratiske partienes historie er nær knyttet til framveksten av industrisamfunnet og interessene til industriarbeiderklassen (Rokkan 1970; Korpi 1983; Esping-Andersen 1985). Mange av disse partiene, ikke minst i Norden, vant regjeringsmakt i etterkant av den økonomiske krisen på 1930-tallet. På dette grunnlaget har sosialdemokratiske partier gjerne hevdet å ha «eierskap» til sysselsettings- og motkonjunkturpolitikk. Det er derfor rimelig å spørre om Arbeiderpartiets framgang fra november 2008 skyldes partiets historiske eierskap til nettopp motkonjunkturpolitikk og sysselsettingspolitikk? I så fall bør en kunne vise at: (1) disse temaene var svært viktige for velgerne før 2009-valget, og (2) at sosialdemokratiske partier i andre land også styrket seg som en følge av finanskrisen.

Bare 5,7 prosent av de spurte oppfattet sysselsetting og næringspolitikk som vik-

13. Resultatet i tabell 2 kan lede oss til å gjøre en såkalt type II-feil: å forkaste en sann hypotese. Med bare 51 observasjoner må utslagene være betydelige for å oppnå statistisk signifikans. Ifølge valgdagsmålingen Synovate gjorde for NRK, fikk Arbeiderpartiet et nettotilskudd fra hjemmesittergruppen på 70.000 velgere i 2009 sammenliknet med 2005. Tall fra valgundersøkelsens panel (Aardal m.fl. 2010) tyder på at Arbeiderpartiet gjorde det godt blant førstegangselgerne.

tigste sak ved stortingsvalget i 2009, ifølge Synovates valgdagsmåling for NRK.¹⁴ Utdanning, eldreomsorg, miljø og helsepolitikk var viktig for langt flere. Den økonomiske krisen var *ikke* det dominerende valgkamptemaet i 2009. Riktignok ble Arbeiderpartiet oppfattet som «sakseier» (partiet med best politikk på feltet) av hele 56 prosent av dem som nevnte sysselsetting og næringspolitikk som viktigste sak, men den potensielle gevinsten for Arbeiderpartiet var like fullt begrenset.¹⁵

Spørsmålet om hvorvidt sosialdemokratiske partiers sakseierskap på sysselsettingspolitikk var avgjørende i forbindelse med finanskrisen, kan også studeres komparativt. Den økonomiske krisen slo inn i flere land samtidig, og regjeringer med ulik partipolitisk farge møtte den med forholdsvis like tiltak: staten økte pengemengden, ga rimelige lån til bankene for å bedre kapitaltilgangen, og forsøkte å holde det private konsumet oppe med ulike tiltak. Gjennom disse tiltakene kunne regjeringer i flere land framstå som handlekraftige og kompetente i en krevende situasjon. Oversikten i tabell 3 (under) sannsynliggjør at de sosialdemokratiske partiene ikke automatisk fikk noe løft i opinionen på grunn av finanskrisen.

Valget til Europaparlamentet sommeren 2009 ble et tilbakeslag for de sosialdemokratiske partiene i nesten alle EUs medlemsland.¹⁶ Selv om deltakelsen ved disse valgene er så lav at utfallet gir begrenset informasjon om opinionsutviklingen, er det ingenting ved valgresultatet som tyder på noen sosialdemokratisk mobilisering i kjølvannet av den økonomiske krisen.

Det var ikke bare sosialdemokratiske regjeringspartier som økte sin oppslutning i månedene etter utbruddet av finanskrisen. I flere land synes det som om regjeringspartiene kom godt ut av krisen *uavhengig* av partifarge. I landene med brede koalisjonsregjeringer (Nederland, Tyskland) ser det ikke ut til at de sosialdemokratiske partiene gjør det bedre enn de kristelig-demokratiske. Heller ikke sosialdemokratiske partier i opposisjon synes å styrke seg, slik en burde forvente ut fra sakseierskapsmodellen.

14. Skatte- og avgiftsspørsmål er ikke innbefattet i denne kategorien. «Motkonjunkturpolitikk» var ikke en kategori i Synovates valgdagsundersøkelse.

15. De fleste valg vinnes med små marginer, så en potensiell gevinst på 2,8 prosentpoeng ($0,56 \times 5,7 - 0,07 \times 5,7$) i forhold til Aps erklærte hovedmotstander ved valget, FrP, er interessant sett med en valgstrategis øyne. En gevinst på 2,8 prosentpoeng er imidlertid liten i forhold til den endringen i styrkeforholdet mellom Arbeiderpartiet og FrP vi søker å forklare. Skal vi tro resultatene i figur 5 styrket Arbeiderpartiet seg med mer enn 10 prosentpoeng vis-à-vis Fremskrittspartiet i perioden oktober 2008 – januar 2009.

16. Se for eksempel BBCs hjemmeside for en oversikt over resultatet: http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_depth/europe/2009/election_09/default.stm.

Tabell 3. Oppslutning om regjeringspartiene i månedene etter utbruddet av den internasjonale økonomiske krisen i oktober 2008 i noen utvalgte land.

<i>Land</i>	<i>Regjering</i>	<i>Utvikling på meningsmålingene november og desember 2008</i>
Norge	Sentrum-venstre	Det største regjeringspartiet, Arbeiderpartiet, styrket seg. Regjeringen gjenvalgt 2009.
Sverige	Sentrum-høyre	Det største regjeringspartiet, Moderaterna, styrket seg i november og desember 2008. ^a Regjeringen ble gjenvalgt 2010.
Danmark	Sentrum-høyre	Det største regjeringspartiet Venstre går noe tilbake og opposisjonspartiet Sosialdemokratene noe fram i oktober 2008, men oppslutningen for begge var stabil i november og desember 2008. ^b
Storbritannia	Sosialdemokratisk	Labour-regjeringen styrket seg i desember 2008 og januar 2009, men tapte deretter oppslutning og valget i 2010. ^c
Nederland	Storkoalisjon kristelig-demokrater og sosialdemokrater.	Regjeringspartiene (CDA-CU-PvdA) styrket seg ^d og tilliten til finansminister Wouter Bos økte. ^e
Tyskland	Storkoalisjon CDU/CSU-SPD	Lite endring for regjeringspartiene i november og desember 2008. ^f Sosialdemokratene (SPD) kraftig tilbake i valget september 2009, mens kristelig-demokratene CDU/CSU holdt stillingen.

a. Jamfør målingene fra TV4/Novus väljarbarometer. Se: www.novusopinion.se.

b. Se meningsmåling i avisa Politiken: <http://politiken.dk/politik/article380531.ece>. I den danske avisdebatten ble det et eget tema hvorfor sosialdemokratene ikke gikk fram som en følge av den økonomiske krisen. Se f.eks.: <http://politiken.dk/debat/kroniker/article878347.ece>

c. <http://www.guardian.co.uk/politics/interactive/2009/jan/26/icm-polls-uk-voting-intention>.

d. I en måling referert i de Volkskrant 19. desember 2008 styrket regjeringen seg. Det var først og fremst sosialdemokratene som gikk fram. Se: http://www.volkskrant.nl/binnenland/article1111026.ece/Barometer_coalitie_zit_in_de_lift.

I begynnelsen av desember gikk det kristelig-demokratiske partiet CDA fram på en måling gjengitt i de Volkskrant.

e. Finansministeren kommer fra det sosialdemokratiske PvdA. Målingen er gjennomført av byrået Motivaction og gjengitt i avisa de Volkskrant: http://www.volkskrant.nl/archief_gratis/article1126506.ece/Crisis_versterkt_imago_politiek.

f. Opinionsdata for Tyskland kan hentes fra tidsskriftet Der Spiegel: <http://www.spiegel.de/flash/flash-17440.html>.

En kan innvende mot denne komparasjonen at Norge sto i en særstilling. Norge hadde større økonomiske muskler pr. capita å motvirke krisen med enn de fleste land i Europa. Dermed oppsto det neppe en «politisk nådetid» i samme grad som i Norge. Med utgangspunkt i sakseierskapsmodellen vil en imidlertid måtte hevde at jo mer alvorlig krisen ble, jo sterkere ville et sakseierskap til motkonjunktur- og selssettingspolitikk prege opinionens vurdering av partiene. Slik sett diskrediterer resultatene i tabell 3 sakseierskapsargumentet mer enn det underbygger argumentet om en «politisk nådetid».

Forventninger og vurderinger

Folks forventninger og politikernes evne og vilje til å møte disse forventningene går ikke alltid hånd i hånd. Dette gjelder også i den økonomiske politikken. Valgene i 2001 og 2005 var preget av «stigende forventningers misnøye» og regjeringene falt, til tross for en god realøkonomisk utvikling. I 2009 ble regjeringen reddet av en «politisk nådetid»: folks forventninger var lavere enn det regjeringen kunne levere. Analysen støtter argumentet om at finanskrisen bidro til at regjeringen overlevde valget i 2009. Resultatene tyder på at det største regjeringspartiet, Arbeiderpartiet, fikk et opinionsløft i den perioden finanskrisen dominerte mediebildet som brakte flertall innen rekkevidde.

De tre siste valgene i Norge illustrerer at det ligger en svakhet i flere av modellene innen økonomisk stemmegivning (jf. figur 1): de tar ikke tilstrekkelig hensyn til folks forventninger og til at forventningene skapes av flere forhold enn utviklingen i realøkonomien. Ut ifra en rasjonalistisk «reward-punishment»-tankegang, skulle den sittende norske regjeringen styrket sin oppslutning i både 2001 og 2005, men tapt i 2009. Det motsatte skjedde. Resultatene i tabellene 1 og 2 må tolkes som en støtte til og videreutvikling av hypotesen om den sosiotropiske velgeren: velgerne responderer på utviklingen i den nasjonale økonomien og mediene bidrar til velgernes vurderinger gjennom å skape forventninger.

Mediene tegnet et meget dramatisk bilde av finanskrisen og de mulige konsekvensene for Norge. Dette bidro trolig til reduserte forventninger hos folk. Samtidig fremstilte mediene en handlekraftig og kompetent regjering. Mens regjeringen overveiende ble omtalt negativt i sammenheng med oppslag om økonomi før finanskrisen, ble tonen overveiende positiv etter utbruddet av krisen (Kalstø 2010:38–45). Dermed oppsto en kort, men viktig «politisk nådetid» for regjeringen. Vi vil karakterisere finanskrisen som en *nødvendig* forutsetning for at den rødgrønne regjeringen skulle overleve. Samtidig var den *ikke en tilstrekkelig* forutsetning. Den økonomiske krisen var bare én av mange saker som påvirket utfallet av valget. Den såkalte «hijab-saken» er i så måte et interessant eksempel. Sammenliknet med den internasjonale økonomiske krisen var den knapt verdt en fotnote i norsk politisk historie. Like fullt fortrengete hijab-saken den økonomiske krisen som sak i februar og mars 2009, og bremset dermed trolig Arbeiderpartiets framgang.

Til tross for en betydelig forskningsinnsats, er mekanismene i økonomisk stemmegivning fortsatt tema for faglig debatt. Vi er overbevist om at mediene har en viktig rolle som leverandører av virkelighetsbildene som skaper forventningene regjeringer blir målt mot. Mens koblingen mellom velgerens personlige økonomi

og regjeringens økonomiske politikk ofte er både innfløkt og uoversiktlig, rapporterer mediene løpene om landets økonomiske utvikling og regjeringens håndtering av den. Mediene tilbyr sitt publikum ferdige sosiotropiske vurderinger, mens velgeren blir overlatt til seg selv om han eller hun vil danne seg et bilde av den ofte komplekse sammenhengen mellom regjeringens politikk og utviklingen i den personlige økonomien.

Litteratur

- Altheide, David L. og Robert P. Snow (1979) *Media logic*. Beverly Hills: Sage.
- Bengtsson, Åsa (2004) «Economic voting: The effect of political context, volatility and turnout on voters' assignment of responsibility» *European Journal of Political Research*, 43 (5): 749–767.
- Berglund, Frode (2004) *Partiidentifikasjon og politisk endring. En studie av langsiktige tilknytninger blant norske velgere 1965-1997*. Oslo: Unipax.
- Bjørklund, Tor (1991) «Election Campaigns in Postwar Norway (1945-89): From Party Controlled to Media-Driven Campaigns» *Scandinavian Political Studies*, 14 (3): 279–302.
- Boomgarden, Hajo (2004) «The News Media and Economic Voting in the 1998 German Bundestag Election». Paper presentert på det årlige møtet til the International Communication Association, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA.
- Budge, Ian og Dennis J. Farlie (1983) *Explaining and predicting elections: Issue effects and party strategies in twenty-three democracies*. London: Allan and Unwin.
- Campbell, Angus, Philip Converse, Warren Miller og Donald Stokes (1960) *The American Voter*. New York: John Wiley & Sons.
- Cappelen, Ådne og Torbjørn Eika (2010) *2000-tallet: Fra optimisme til krise*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Conover, Pamela Johnston, Stanley Feldman og Kathleen Knight (1987) «The personal and political underpinnings of economic forecasts» *American Journal of Political Science*, 31: 559–583.
- Davis, James A. (1985) *The logic of causal order*. Newbury Park: Sage.
- Davies, James C. (1962) «Toward a theory of revolution» *American Sociological Review*, 27 (1): 5–19.
- Della Fave, L. Richard (1980) «The Meek Shall Not Inherit the Earth: Self-evaluation and the Legitimacy of Stratification» *American Sociological Review*, 45: 955–71.
- Downs, Anthony (1957) *An Economic theory of democracy*. New York: Harper and Row.
- Ekeland, Anders, Helge Nærshheim, Dag Rønningen og Christoffer Berge (2009) *Hvordan påvirkes innvandrerne av omslaget i arbeidsmarkedet?* Notater 2009/61. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Esping-Andersen, Gøsta (1985) *Politics against markets. The social democratic road to power*. Princeton: Princeton University Press.
- Fiorina, Morris P. (1981) *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale University Press.

- Fogarty, Brian J. (2005) «Determining economic news coverage» *International Journal of Public Opinion Research*, 17 (2): 149–172.
- Franklin, Mark, Tom Mackie, Henry Valen (1992) *Electoral change. Responses to evolving social and attitudinal structures in Western countries*. Oxford: Oxford University Press.
- Heidar, Knut og Jo Saglie (2002) *Hva skjer med partiene?* Oslo: Gyldendal.
- Hellevik, Ottar (1977) *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget
- Holmberg, Sören (1984) *Väljare i förändring*. Stockholm: Publica.
- Inglehart, Ronald (1990) *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton: Princeton University Press.
- Jenssen, Anders Todal (1993) *Verdivalg. Ny massepolitikk i Norge*. Oslo: Ad Notam.
- Jenssen, Anders Todal (2009) «Does public broadcasting make a difference? Political knowledge and electoral campaigns on television» *Scandinavian Political Studies*, 32 (3): 247–271.
- Jenssen, Anders Todal (2010) «Widening or closing the knowledge gap? The role of different media in changing the distribution of political knowledge». Paper til Nasjonal fagkonferanse i statsvitenskap, Kristiansand 6. -8. januar 2010.
- Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (2007) «Den politiske allmenningens tragedie?» i Anders Todal Jenssen og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Jørgensen, Terje (2010) *It's the economy, stupid. Medieinnhold som grunnlag for økonomisk stemmegiving i Norge*. Masteroppgave i statsvitenskap. Trondheim: NTNU.
- Kalstø, Åshild Male (2010) *Avgjorde mediebildet av finanskrisen stortingsvalget 2009? En studie av hvordan medieeffekter og forventninger påvirker velgerne*. Masteroppgave i statsvitenskap. Trondheim: NTNU.
- Karlsen, Rune (2009) *Election campaigns and new media technology. A closer look at campaigning in Norway*. Ph.D-avhandling. Det samfunnsvitenskapelige fakultet. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Key, V. O. (1966) *The responsible electorate*. New York: Vintage.
- Kinder, Donald R. (1981) «Presidents, prosperity, and public opinion» *Public Opinion Quarterly* 45 (1): 1–21.
- Kinder, Donald R. og Roderick Kiewiet (1979) «Economic Discontent and Political Behaviour: The Role of Personal Grievances and Collective Economic Judgments in Congressional Voting» *American Journal of Political Science*, 23 (3): 495–527.
- Kinder, Donald R. og Roderick Kiewiet (1981) «Sociotropic Politics: The American Case» *British Journal of Political Science*, 11 (2): 129–161.
- Kinder, Donald R. og Walter R. Mebane (1983) «Politics and Economics in Everyday Life» I Monroe, Kristen R. (red.) *The Political Process and Economic Change*. New York: Agathon.
- Kluegel, James R. og Eliot R. Smith (1986) *Beliefs about inequality. Americans' views of what is and what ought to be*. New York: Aldine De Gruyter.
- Knutsen, Oddbjørn (2007) «The decline of social class» i Russell J. Dalton og Hans-Dieter Klingemann (red.) *Oxford handbook of political behavior*. Oxford: Oxford University Press.

- Korpi, Walter (1983) *The democratic class struggle*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Lewis-Beck, Michael S. (1986) «Comparing economic voting: Britain, France, Germany and Italy» *American Journal of Political Science*, 30: 315–346.
- Lewis-Beck, Michael S. (1988) *Economics and elections. The major Western Democracies*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lewis-Beck, Michael S. og Martin Paldam (2000) «Economic voting: an introduction» *Electoral studies*, 19 (2–3): 113–121.
- Lewis-Beck, Michael S. og Mary Stegmaier (2007) «Economic models of voting» i Russell J. Dalton og Hans-Dieter Klingemann (red.) *The Oxford Handbook of Political Behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Lipset, Seymour Martin (1960) *Political man*. London: William Heinemann.
- Lipset, Seymour Martin og Stein Rokkan (red.) (1967) *Party Systems and Voter Alignments*. New York: Free Press.
- Listhaug, Ola (1989) *Citizens, parties and Norwegian electoral politics 1957-1985*. Trondheim: Tapir.
- Listhaug, Ola (2005) «Oil wealth dissatisfaction and political trust in Norway: A resource curse?» *West European Politics*, 28 (4): 834–851.
- Listhaug, Ola (2007) «Retrospective voting» i Thomassen, Jacques (red.) *The European Voter. A Comparative Study of Modern Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- MacKuen, Michael B. Robert S. Erikson og James A. Stimson (1992): «Peasants or bankers? The American electorate and the U.S. economy» *American Political Science Review*, 86 (3): 597–611
- McDowall, David, Richard McCleary, Errol E. Meidinger og Richard A. Hay jr. (1980) *Interrupted Time Series Analysis*. Newbury Park: Sage.
- Miller, Arthur H. og Ola Listhaug (1984) «Economic effects on the vote in Norway» *Political Behavior*, 6 (4): 301–319.
- Mills, Terence C. (1990) *Time Series Techniques for Economists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mutz, Diana C. (1992) «Mass Media and the Depoliticization of Personal Experience» *American Journal of Political Science*, 36 (2): 483–508.
- Mutz, Diana C. (1994) «Conceptualizing personal experience: The role of the mass media» *The Journal of Politics*, 56 (3): 689–714.
- Nannestad, Peter og Martin Paldam (1994) «The VP-function: a survey of the literature on vote and popularity functions after 25 years» *Public Choice*, 79 (3–4): 213–245.
- Narud, Hanne Marthe og Bernt Aardal (2007) «Økonomisk stemmegivning i oljefondets skygge» i Bernt Aardal (red.) *Norske velgere. En studie av stortingsvalget 2005*. Oslo: Damm.
- Narud, Hanne Marthe og Henry Valen (2007) *Demokrati og ansvar. Politisk representasjon i et flerpartisystem*. Oslo: Damm.
- Olsen, Dag Øyvind (2009) «Fikk pris for Aps valgkamp». *Nyhetsbyrået Newswire*. Hentet 01.05.2010 fra <http://www.newswire.no/?adv=1&left=3&melding=9182>.
- Petrocik, John R. (1996) «Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study» *American Journal of Political Science*, 40 (3): 825–850.
- Popkin, Samuel, John W. Gorman, Charles Phillips og Jeffery A. Smith (1976)

- «Comment: what have you done for me lately? Toward an investment theory of voting» *American Political Science Review*, 70 (3): 779–805.
- Ringdal, Kristen (2007) *Enhet og mangfold. Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 2. utgave. Bergen: Fagbokforlaget.
- Rokkan, Stein (1970) *Citizens Elections Parties*. Oslo: Scandinavian University Press.
- Sanders, David (2000) «The real economy and the perceived economy in popularity functions: How much do voters need to know? A study of British data, 1974–1997» *Electoral Studies*, 19 (2–3): 275–294.
- Sears, David og Carolyn L. Funk (1990) «Self-interest in American's political opinions» i Jane J. Mansbridge (red.) *Beyond self-interest*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Sheafer, Tamir (2008) «The Media and Economic Voting in Israel» *International Journal of Public Opinion Research*, 20 (1): 33–52.
- Simon, Herbert (1957) «A Behavioral Model of Rational Choice» i *Models of Man, Social and Rational: Mathematical Essays on Rational Human Behavior in a Social Setting*. New York: Wiley
- Simon, Herbert (1972) «Theories of Bounded Rationality» i C. B. McGuire og Roy Radner (red.) *Decision and Organization*. Amsterdam: North-Holland Publishing Company.
- Soroka, Stuart N. (2006) «Good News and Bad News: Asymmetric Responses to Economic Information» *The Journal of Politics*, 68 (2): 372–385.
- SPSS (1999) *SPSS Trends 10.0*. Chicago: SPSS Inc.
- Stouffer, Samuel A., Edward A. Suchman, Leland C. DeVinney, Shirley A. Star og Robin M. Williams, Jr. (1949) *The American Soldier: Combat and its Aftermath*. Bind I. Princeton: Princeton University Press.
- Svåsand, Lars, Kaare Strøm og Bjørn Erik Rasch (1997) «Change and adaptation in party organization» i Kaare Strøm og Lars Svåsand (red.) *Challenges to political parties. The case of Norway*. Michigan: The University of Michigan Press.
- Tønsager, Anne Merete (2001) *Amerikaniseringen av den norske valgkampen*. Hovedoppgave. Institutt for sosiologi og statsvitenskap. Trondheim: NTNU.
- Valen, Henry (1981) *Valg og politikk*. Oslo: NKS-forlaget.
- Valen, Henry, Bernt Aardal og Gunnar Vogt (1990) *Endring og kontinuitet. Stortingsvalget 1989*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Waldahl, Ragnar og Hanne Marthe Narud (2004) «Den 'lange' valgkampen. Mediestoffet i månedene før valget» i Bernt Aardal, Hanne Marthe Narud og Anne Krogstad (red.) *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Østbye, Helge (1997) «Media in Politics: Channels, Arenas, Actors, Themes» i Kaare Strøm og Lars Svåsand (red.) *Challenges to Political Parties. The Case of Norway*. Michigan: The University of Michigan Press.
- Aalberg, Toril og Tove Brekken (2007) «Når spill og enkeltepisoder blir viktigst» i Anders Todal Jensen og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Aardal, Bernt (2003) *Vælgere i 90-årene*. Oslo: NKS-forlaget.
- Aardal, Bernt (2006) *How to lose a walk-over election? Rapport 2006:6*. Institutt for samfunnsforskning.

- Aardal, Bernt (red.) (2007) *Norske velgere. En studie av stortingsvalget 2005*. Oslo: Damm.
- Aardal, Bernt og Ola Listhaug (1986) *Economic Factors and Voting Behavior in Norway 1965-1985*. Working Paper 1986:4. Oslo: Institute for Social Research.
- Aardal, Bernt, Ola Listhaug og Henry Valen (1987) «Økonomi og stemmegivning». *Søke-lys på arbeidsmarkedet*. Oslo: Institutt for samfunnsforskning.
- Aardal, Bernt, Henry Valen, Hanne Marte Narud og Frode Berglund (1999) *Velgere i 90-årene*. Oslo: NKS-forlaget.
- Aardal, Bernt, Ingvild Stakkevold Reymert og Stine Renate Otterbeck (2010) «Stortingsvalget 2009. Trenden er brutt - færre skifter parti». Hentet fra www.ssb.no/ssp/utg/201002/04/.

Vedlegg

Data

Den kvantitative innholdsanalysen er gjennomført som et rettet søk i databasen Retriever (tidligere A-tekst). Artikler som inneholdt minst ett av i alt 48 forhåndsbestemte søkeord ble valgt ut og kodet. Søkeordene er dokumentert i Kalstø (2010:27). Utvalget er basert på materialet i arkivet for perioden oktober 2007 til september 2009. En nærmere beskrivelse av denne analysen og mer detaljerte og utførlige resultater finnes i Kalstø (2010).

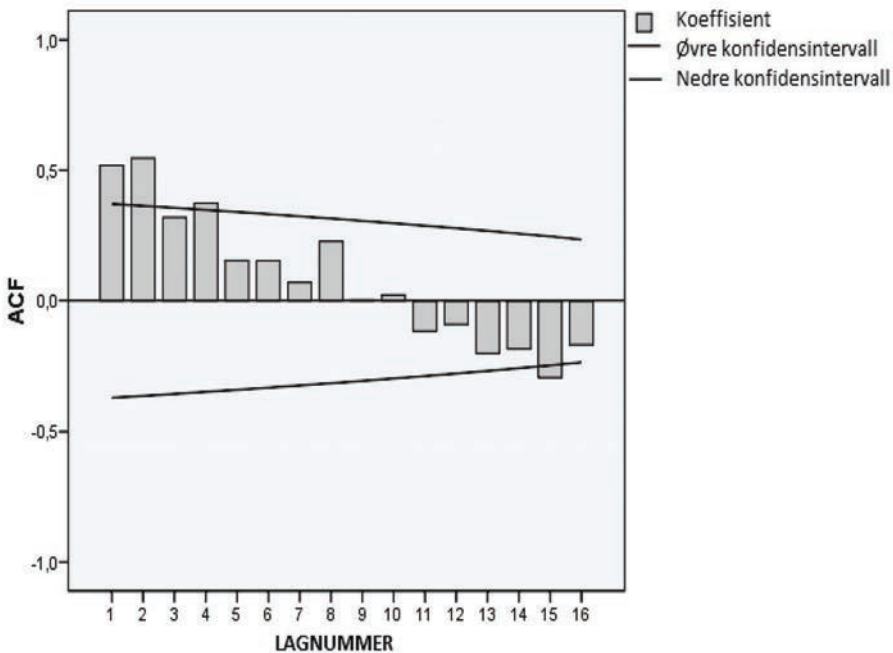
Opinionsdataene er stilt til rådighet av Sentio A/S. Forfatterne ønsker å uttrykke sin takknemlighet, og vi vil samtidig presisere at Sentio ikke har noe ansvar for de analysene og konklusjonene som gjøres her. Norsk Statistikk har stått for intervjuingen for markeds- og meningsmålingsinstituttet Sentio A/S for Bergens Tidende og Dagens Næringsliv. Tidsserien omfatter perioden uke 35 i 2007 til og med uke 38 i 2009. Valgresultatet er tatt med som siste observasjon. Målingene er stort sett gjort annenhver uke, slik at det blir publisert målinger to ganger i måneden. Intervjuene er i hovedsak innhentet i uken før de ble publisert.

Tidsserieanalyse

Analysen er basert på en ARIMA-modell (Auto Regressive Integrated Moving Average). Vi antar at den observerte utviklingen av oppslutningen om partiene er et resultat av en stokastisk prosess og en intervensjon. For å vurdere betydningen av en intervensjon må vi fjerne virkningene av de stokastiske prosessene på tidsserien. De stokastiske prosessene modelleres ved hjelp av ARIMA. Sentralt her står virkningen av en serie uavhengige sjokk («white noise»). Sjokket er et resultat av tilfel-

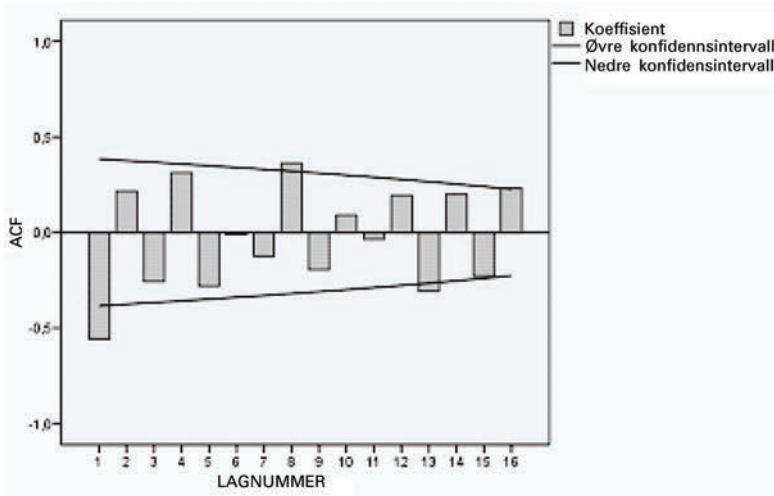
dige forhold og kan forplante seg i tidsserien over flere tidspunkt. I vårt tilfelle er det at tidsseriene er basert på utvalgsundersøkelser, trolig den viktigste kilden til slike sjokk. Utvalgsfeil vil ikke påvirke tidsserien på mer enn et tidspunkt. En serie av sjokk antas i ARIMA-modellen å ha samme konstante varians og forventningsverdi 0 (McDowall m.fl. 1980:15). Valg av ARIMA-modell er basert på iterative analyser av de ubearbejdede tidsseriene. En ARIMA-modell spesifiseres med tre parametre: p , d og q . p er assosiert med det «autoregressive»-leddet, kalt $AR(p)$. Videre er d assosiert med «integrated»-leddet, kalt $I(d)$. Endelig er q assosiert med «Moving Average»-leddet, kalt $MA(q)$. I intervensjonsstudier er det vanlig å bruke tidsserien før intervensjon for å fastsette parametrene i ARIMA-modellen.

Identifikasjonen av modellen starter med å avgjøre om tidsseriene må differensieres, det vil si at irrelevante trender og såkalt «drift» må fjernes. I alle de aktuelle tidsseriene viste autokorrelasjonsplottet at tidsseriene måtte differensieres. Dette fordi feilleddene hadde en tydelig trend (se figur A). Etter prøving viste en enkel differensiering ($d=1$) seg tilfredsstillende.



Figur A. Autokorrelasjonsplott for tidsserien «Oppslutning om regjering» før intervensjonen.

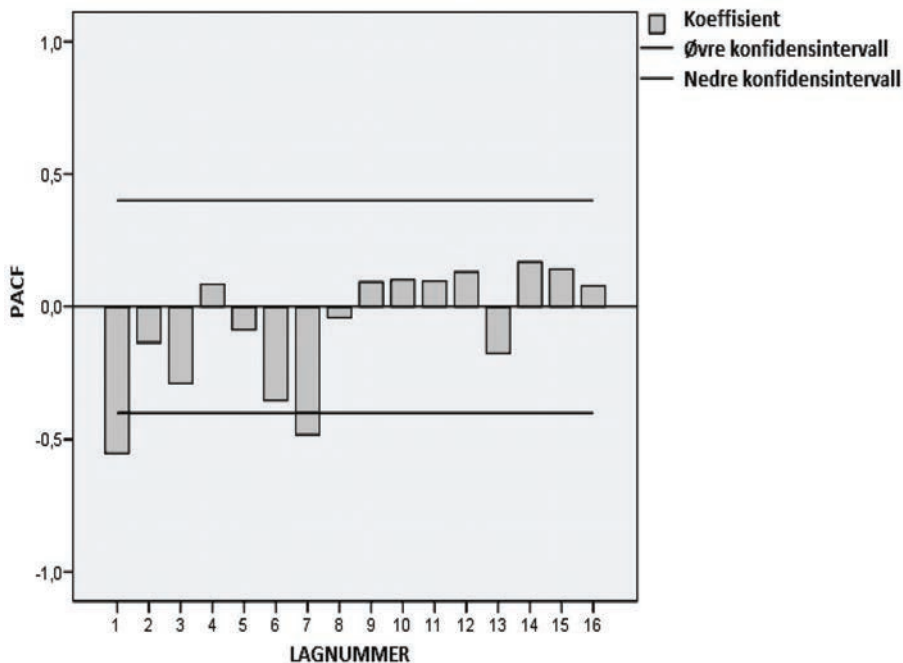
For å undersøke om modellen skal ha et AR-ledd eller MA-ledd ser vi på autokorrelasjonsplottene til den differensierte tidsserien (0,1,0). For å avgjøre om modellen skal ha et MA-ledd må vi se nærmere på autokorrelasjonsplottet som viser «Auto-correlation function» (ACF) (SPSS 1999:58).



Figur B: Autokorrelasjonsplott (ACF) for den differensierte tidsserien «Oppslutning om regjeringen» (før intervensjonen).

ACF-plottet viser en tydelig topp («spike») for første tidsforsinkelse («lag»). Vi ser også flere topper seinere, men disse er mindre enn den første. At autokorrelasjonsplottene viser én tydelig «spike», og at denne er ved første forsinking, tyder på at vi skal benytte oss av ett MA-ledd, altså at q er 1. Ifølge McDowall m.fl. (1980:54) vil man som regel bare benytte 0 eller 1 for q i MA-leddet i samfunnsvitenskapelige analyser. Vi regner med andre ord med at virkningen av det tilfeldige sjokket dør ut allerede etter den første tidsforsinkelsen.

Analysen av PACF-plottet («partial autocorrelation function») antyder at våre tidsserier kan trenge et AR(1)-ledd. Plottet (figur c) viser at vi har både en tydelig topp ved første «lag», men også flere seinere. At autokorrelasjonsplottet viser at koeffisienten ikke «dør ut raskt», men også har flere topper, kan tyde på at en kraftig AR-modifikasjon er ønskelig. Derfor ble også ARIMA (1,1,1)-modeller testet, men forkastet.



Figur C: Plottet for partiell autokorrelasjon (PACF) for den differensierte tidsserien «Oppslutning om regjering» (før intervensjonen).

I det endelige valget mellom en (1,1,0) og en (0,1,1) modell har vi brukt modelltilpassningskriteriene Aikes informasjonskriterium (AIC) og Schwarzs Bayesian kriterium (SBC). Resultatene for modelltilpassningen viser at den differensierte MA-modellen passer klart best til dataene. Det gjelder også tidsserien for styrkeforholdet mellom A_p og FrP , som vurdert ut fra ACF og PACF-plottene alene, kunne vært en AR(1)-modell.

Uavhengige variabler i den endelige intervensjonsanalysen: «step» og «puls».

De to mulige effektene av finanskrisen, en langvarig (step) og en kortvarig (puls) effekt, er modellert som to dummyvariabler. Pulsvariabelen har verdien 0 før finanskrisen inntreffer (uke 35 i 2007 til og med uke 38 i 2008), verdien 1 i den perioden finanskrisen preget mediedagsordenen (uke 40 i 2008 til og med uke 5 i 2009) og deretter verdien 0 (uke 8 i 2009 til og med valgresultatet, uke 38 i 2009).

Den varige effekten er operasjonalisert med en stepvariabel som har verdien 0 før finanskrisen inntreffer (uke 35 i 2007 til og med uke 38 i 2008), og verdien 1 etter (uke 40 i 2008 til og med valget). Effekten av den korte valgkampen er også spesifisert i form av en stepvariabel. Denne har verdien 0 før den korte valgkampen (uke 35 i 2007 – uke 33 i 2009), og verdien 1 deretter (uke 35 og uke 38 i 2009 samt valgresultatet).

Valg av signifikansnivå er alltid en avveining mellom faren for å gjøre type 1 og type 2 feilslutninger (Hellevik 1977). Med 51 observasjoner har vi valgt å anse p-verdier på 0,10-nivå, eller mindre, som signifikante.