

Takk til Johannes Bergh ved Institutt for samfunnsforskning for godt samarbeid og veiledning.

Get Out the Vote

Eksperimenter i velgermobilisering ved stortingsvalget 2017 i Oslo

Petrus Risan Granlund

Abstract

Voter turnout in Oslo amongst immigrants and young voters under 30 years old are lower than for the population in general. Behavioral economics and Get-out-the-Vote literature help us predict how to increase turnout in these groups by sending letters and text messages to voters encouraging them to vote in the upcoming election. These field experiments aim to replicate experiments completed during the local election in 2015 but in a new context for the 2017 parliamentary election in Oslo. The parliamentary election is a high salience election where citizenship is a requirement for the right to vote and has a turnout of around 80 per cent, almost 20 per cent higher than a local election.

This study aims to test the effectiveness of nudges sent by text and mail to voters with lower turnout than rest of the electorate. This is done by analyzing the turnout in our control and experimental groups in a randomized experimental setting. We find that the most effective nudge is sending letters to immigrants that can vote in a parliamentary election for the first time. While there are no significant results for immigrants that have previously voted nor young voters under 30. This is the first time Get-out-the-Vote field experiments are conducted in a Norwegian parliamentary election, thus providing important results for further research into GOTV campaigns and how to increase turnout in high salience elections.

Innholdsfortegnelse

1	Introduksjon til effektstudien	1
	Starten på velgermobiliserende felteksperimenter	3
	Eksperimenter ved lokalvalget i 2015	4
	Stortingsvalget 2017	5
2	Eksperimenter gjennomført i 2015.....	7
	Eksperimentdesign og forberedelser	8
	Resultat av brevutsendelsene.....	10
	Resultat av tekstmeldinger	11
	Tidspunkt for utsendelse.....	12
	Oppsummering	12
	Forventninger til stortingsvalget 2017.....	13
3	Teori og tidligere forskning.....	14
	Introduksjon til Get-out-the-Vote.....	17
	Normer og stemmegivning	21
	Utviklingen av velgermobiliserende tiltak	22
	The Noticeable Reminder Theory	23
	Dansk eksperiment med SMS-påminnelser i 2013	24
	Bruk av brev til velgermobilisering.....	26
	Dansk eksperiment med brevutsendelser i 2013	30
	Oppsummering	30
4	Eksperimentdesign og forskningsmetode	32
	Forutsetning for eksperimentene	32
	Elektronisk manntall.....	32
	Design og metodikk.....	34
	Utforming av brev-eksperimentene	38
	Utforming av SMS-eksperimentene	43

5	Resultat av brevene	44
	Retursending av brev.....	48
6	Resultat av tekstmeldingene	49
	Unge velgere.....	50
	Tidspunkt for utsendelse.....	51
	Omfang av registrerte mobilnummer	52
7	Diskusjon	53
	Brev	54
	Tekstmeldinger	56
	Påminnelser for økt deltakelse.....	57
	Støy i valgkampen	57
	Nudger kommunen på flere måter?	58
	Konklusjon	59
	Litteratur:	62

1 Introduksjon til effektstudien

Ved stortingsvalget i 2017 benyttet 4 av 5 Oslovelgere seg av stemmeretten sin. Med en valgdeltakelse på 80,2 prosent lå Oslo nøyaktig 2 prosentpoeng over landsgjennomsnittet på 78,2 prosent.¹ Det er samme oppslutning som Oslo hadde i 2013, hvor det også den gang var 80,2 prosent valgdeltakelse. I Norge har oppslutningen ved stortingsvalg vært noenlunde stabil i etterkrigstiden og fram til i dag. Siden toppåret 1965 med 85,4 prosent har deltakelsen ligget på rundt 80 prosent, dermed er ikke tallene fra 2017 noe som fraviker fra det som har vært normen over tid.

Til tross for stabilt høy valgdeltakelse er det store variasjoner i oppslutningen innad i byen. Mens hele 90,5 prosent av de stemmeberettigede i stemmekrets Engebråten skole i Bydel Nordre Aker stemte, gjorde bare 64,3 prosent av velgerne som tilhører stemmekretsen Stasjonsfjellet skole i Bydel Stovner det samme ved valget i 2017 (Oslo kommune 2017).

Det er bred politisk enighet i Oslo om at man ønsker å øke valgdeltakelsen hos de gruppene i samfunnet som tradisjonelt ligger under snittet, nemlig statsborgere med innvandrerbakgrunn og unge velgere. Problemstillingen er interessant og høyst aktuell nettopp fordi man ser at noen grupper i samfunnet bruker stemmeretten sin i vesentlig lavere grad enn andre grupper, noe som gir en skjev fordeling av den politiske representasjonen som storting og kommunestyre utgjør.

Denne oppgaven introduserer en effektstudie hvor formålet er å gjennomføre eksperimenterer med tiltak som kan bidra til å øke valgdeltakelsen hos de gruppene som har lavest deltakelse. Eksperimentene gjennomføres i samarbeid mellom Oslo kommune og Institutt for samfunnsforskning i forsøk på å øke valgdeltakelsen hos enkeltgrupper i Oslo ved stortingsvalget i 2017.

Eksperimentene innebærer utsendelse av brev og SMS til velgere for å undersøke om disse tiltakene kan bidra til å øke valgdeltakelsen. Vi sammenligner effektene i eksperimentgruppene mot tilsvarende kontrollgrupper for å kunne måle om tiltakene fungerer. Hensikten med tiltakene er å aktivt oppfordre velgere til å bruke stemmeretten sin. Vi sender tekstmeldinger til alle velgere for å måle om det kan være en generell effekt av et så enkelt tiltak, og fordi vi sender ut såpass mange tekstmeldinger kjører vi en egen analyse på velgere under 30 år for å se om tiltakene har en spesiell effekt hos denne velgergruppen. Statsborgere med innvandrerbakgrunn får et brev med et budskap om å bruke stemmeretten sin, altså et noe mer personlig tiltak, men det er også denne gruppen som har lavest valgdeltakelse av målgruppene.

¹ Valgresultat.no

SSB startet sine målinger av valgdeltakelse blant personer med innvandrerbakgrunn i 1997, og ved alle valg siden har denne velgergruppen hatt en lavere valgdeltakelse enn resten av befolkningen (Wiggen & Aalandslid 2014). Valgdeltakelsen i Norge ved stortingsvalget i 2013 var på 78,2 prosent, men som SSB viser til i sine målinger var valgdeltakelsen for norske statsborgere med innvandrerbakgrunn bare 53 prosent, altså hele 25 prosentpoeng under snittet i befolkningen.

Tidligere forskning fra USA bekrefter den samme tendensen med lavere deltagelse blant statsborgere med innvandrerbakgrunn enn gjennomsnittet (Barreto 2005). Barreto gjennomførte en studie for å se om personer av latinamerikansk bakgrunn som var født utenfor USA og blitt statsborgere i ettertid har den samme valgdeltakelsen som latinamerikanere som var født i landet. Funnene viser at de som er født i USA av foreldre med innvandrerbakgrunn har høyere deltagelse enn de som har innvandret fra den samme regionen og senere fått amerikansk statsborgerskap.

Undersøkelsen fra SSB bekrefter tidligere funn om at valgdeltakelsen øker med alderen, helt til man når et visst punkt hvor det snur dramatisk ved rundt 80 år. Likevel er det en gruppe som skiller seg ut fra denne statistikken, andregangsvelgerne i alder 22 – 25 år, de som gjerne har flyttet hjemmefra siden de stemte første gang har en negativ utvikling fra de stemte for første gang. Blant de tilhørende denne gruppen stemte bare 62 prosent i 2013. Velgere i nærliggende alder, altså velgere under 30 år, har alle lavere valgdeltakelse enn befolkningen generelt (Wiggen & Aalandslid 2014).

Forsøket som Oslo kommune er en del av er en videreføring av en studie gjennomført av Institutt for samfunnsforskning (ISF) ved valget i 2015, med fokus på å øke valgdeltakelsen ved lokalvalget hos innvandrere og unge velgere.

Resultatene er imidlertid ikke overførbare til et stortingsvalg, hvor kravene til stemmerett er statsborgerskap og valgdeltakelsen er høyere. Derfor gjennomføres nye eksperimenter i 2017 for å måle effekten av slike tiltak ved et stortingsvalg, hvor gruppen definert som innvandrere også er statsborgere. Vi snakker altså ikke om midlertidig bosatte, arbeidsinnvandrere og nyankomne flyktninger fra krigsherjede land når vi bruker betegnelsen innvandrere i denne sammenheng. Kravene for å bli statsborger er strenge, krever ordinært minst 7 års botid, og opplæring i norsk og samfunnskunnskap hvor demokratiske prosesser inngår.²

² Krav varierer ut ifra bakgrunn, se <https://www.udi.no/skal-soke/statsborgerskap/utenfor-eu/#link-578>

Ekspérimentene som presenteres i denne oppgaven er et tillegg til ISFs nasjonale forsøk, men kun med fokus på Oslo. Valgstyret i Oslo besluttet i møte 15.03.2017, sak 16/17^{3 4} at Oslo kommune skal delta i et samarbeid med ISF for å øke valgdeltakelsen i Oslo, samtidig som man ikke ødelegger for det nasjonale forsøket som gjennomføres i regi av ISF med støtte fra Kommunal- og moderniseringsdepartementet (KMD). Det innebærer at det gjennomføres to tilsvarende forsøk parallelt, det ene er myntet på hele landet (inkl. Oslo) mens det andre fokuserer kun på Oslo. Det tas følgelig forhåndsregler slik at det ikke er mulig for en velger å havne i begge eksperimentgruppene og motta mobiliseringstiltak fra både Oslos og KMDs forsøk.

Starten på velgermobiliserende felteksperimenter

En pioner av felteksperimenter innenfor statsvitenskapelig forskning er Harold Gosnell. Han viste på starten av 1920-tallet interesse for å undersøke og identifisere effektene av velgermobilisering. I 1924 undersøkte han GOTV-effektene (get-out-the-vote) av utsendte brev til presidentvalget, og til ordførervalget i Chicago i 1925 (Gerber & Green: 2017). Det er noe uklarerhet knyttet til Gosnells metodikk, man vet at han gikk rundt i nabolag i Chicago og indentifiserte identiske par med gater. Han valgte ut en av gatene i hvert par til å motta tiltakene, men man vet ikke hva som lå til grunn for hvilken av de to gatene i hvert par som ble utvalgt.

Tråden ble plukket opp på 50-tallet av Samuel Eldersveld som i 1953 og 1954 gjennomførte eksperimenter i Ann Arbor, Michigan. Han undersøkte effektene av forskjellige typer valgkampanje-mobilisering som kunne øke valgdeltakelsen. Forsøket innebar bruk av post, telefon og stemmeverving. For å kontrollere effekten av tiltakene ble målgruppene i etterkant av valget sjekket opp mot manntallet for å se etter økt deltakelse hos de som hadde mottatt tiltak i forkant. Metoden til Eldersveld baserte seg på en forsøksgruppe på 500. De 500 hadde alle stemt ved valg på delstats- og nasjonalt nivå i 1948, 1950 og 1952, men aldri ved lokalvalg. Bakgrunnen for at man undersøkte grundig velgernes stemmegivningshistorikk var for å finne personer som hadde levd i Ann Arbor over flere år, men som ifølge Eldersveld ikke hadde interesse for lokaldemokrati (Eldersveld 1956).

Effektstudier som forskningsdesign innenfor statsvitenskapen lå, med få unntak, ganske latent etter Gosnell ga ut *Getting-out-the-vote: An Experiment in the Stimulation of Voting* i 1927.

³ https://www.oslo.kommune.no/dok/Valgstyret%20i%20Oslo/2017_03/1187737_17_1.PDF

⁴ https://www.oslo.kommune.no/dok/Valgstyret%20i%20Oslo/2017_03/1190556_1_1.PDF

Revitaliseringen, eller snarere, gjennombruddet for eksperimentmetoden kom først på tidlig 2000-tall, med Gerber og Green i spissen. Deres bok *Get out the Vote: How to Increase Voter Turnout* fra 2004 søker å gi politiske kampanjer praktiske og effektive måter å få flere velgere til urnene på. Boken fokuserer på strategier som gir en kortvarig effekt, i motsetning til mulige institusjonelle endringer i valgmodellen for å øke og opprettholde valgdeltakelsen over tid. Forskingen er gjort i USA hvor velgere må registrere seg i forkant for å kunne stemme.

Resultatene til Gerber og Green er spesielt interessante ettersom USA har en av de laveste valgdeltakelsene av alle vestlige land. Ved presidentvalget i 2016 stemte kun 55 prosent av de stemmeberettigede, den laveste deltakelsen på 20 år (CNN 2016). Gerber og Green fant at personlige dør-til-dør-aksjoner hadde høyest effekt med opptil 8 til 10 prosent økning i deltakelsen i noen av eksemplene. Politiske flyers og brev hadde på sin side veldig begrenset effekt, kun en halv til en prosents effekt i de fleste tilfeller.

Ekspirimeter ved lokalvalget i 2015

Kommunestyrevalget i 2015 var første gang en slik effektstudie ble gjennomført her til lands, og det er kun få eksempler i andre europeiske land å vise til.

Institutt for samfunnsforskning gjennomførte to grupper eksperimenter med tiltak for å øke valgdeltakelsen blant innvandrere og unge velgere. Formålet var å undersøke hvilke tiltak som var mest effektive for å mobilisere til økt deltakelse (Bergh et al. 2016). For å måle effekten av tiltakene må man ha en kontrollgruppe som er identisk med målgruppen, men som ikke mottar tiltak.

Det aller meste av forskning på dette området stammer fra USA, og viser at enkle upersonlige tiltak har begrenset effekt, mens personlige tiltak som dør-til-dør-aksjoner kan være veldig effektive. Som vist til i Gerber og Greens forskning er det lav effekt av mer upersonlige tiltak som brev og flyers.

I 2015 sendte ISF i samarbeid med KMD ut SMS til alle velgere uka før valgdagen, med nye utsendelser til nye grupper hver dag fram til og med valgdagen 14. september.

Det andre eksperimentet gikk ut på å sende brev til innvandrere. Ved kommunestyrevalg har utenlandske statsborgere med 3 års botid, eller nordiske statsborgere bosatt før 30.06 valgåret stemmerett.⁵

⁵ Valgloven § 2-2 Stemmerett ved fylkestingsvalg og kommunestyrevalg

Det ble sendt ut tre typer brev, med forskjellig vinkling på valgdeltakelse blant innvandrere for å se om innholdet hadde en effekt på mobiliseringen.

Alle tiltakene hadde større effekt enn forventet. Effekten var lavest blant den gruppen som hadde høyest deltakelse i utgangspunktet, nemlig norske velgere uten innvandrerbakgrunn. Effekten økte betraktelig for de to gruppene unge velgere under 30 og innvandrere, som har vesentlig lavere deltakelse enn snittet på landsbasis. For sistnevnte gruppe hadde brev enda større effekt enn utsendelse av SMS (Bergh et al. 2016).

For det ene brevet så man hele 7 prosentpoengs økning i valgdeltakelsen hos målgruppen som mottok det negative budskapet i sitt brev. Altså en negativ vinkling på mange innvandreres begrensede deltakelse ved valg. SMS-effektene på 3-4 prosent hos unge velgere var også høyere enn forventet. Det er altså stor variasjon mellom funnene hos Gerber og Green fra 2004, sammenlignet med de som ISF fant i 2015.

Hos befolkningen generelt så man 1 prosentpoengs effekt av SMS-tiltak. Denne effekten er i tråd med den effekten Gerber og Green fant i sin forskning, men valgdeltakelsen er vesentlig høyere i Norge enn i USA, noe som betyr mindre potensiell effekt av tiltakene samlet sett.

Stortingsvalget 2017

Som forklart vil ISF gjennomføre tilsvarende forsøk i 2017 ved stortingsvalget. Oslo kommune skal i den forbindelse samarbeide med ISF om et avgrenset forsøk som kun omfatter velgere bosatt i Oslo. Valgstyret i Oslo har bestemt at kommunen skal gjøre mer i arbeidet for å øke valgdeltakelsen i Oslo, da med fokus på de gruppene som har lavest valgdeltakelse.

Valgdeltakelsen i Oslo ved stortingsvalget i 2013 var på hele 80,2 prosent, tredje høyest i landet bak Hordaland og Akershus. Men også i Oslo ligger norske statsborgere med innvandrerbakgrunn og unge velgere under 30 år under gjennomsnittet. Fordi Oslo har den største andelen statsborgere med innvandrerbakgrunn og mange i alderen 20 til 30, betyr det også at det i Oslo er flere stemmer å hente totalt ved å øke deltakelsen for disse gruppene.

Tiltakene som sendes ut i Oslo kommunes regi vil ha en annen avsender enn det nasjonale forsøket. På nasjonalt nivå står valg.no som avsender av SMS, for Oslos forsøk vil avsender være Oslo kommune. SMS er det mest upersonlige tiltaket, hvor man kun får en oppfordring til å stemme uten noe bakgrunn for hvorfor man bør stemme.

Brevene i det nasjonale forsøket sendes med Valgdirektoratet ved Direktør Bjørn Berg som avsender og følger deres brevmal. Oslo kommunes brev sendes med Valgstyret som avsender

og følger naturlig kommunens brevmal. Innholdet ellers vil være identisk. På den måten kan man måle avsendereffekten ved å sammenligne resultatene for det nasjonale forsøket avgrenset til velgere bosatt i Oslo mot Oslo kommunes resultater.

Rent praktisk måles effektene ved at målgruppene er trukket ut fra det elektroniske manntallet. Valgdirektoratet gir tilgang til manntallet som deretter kombineres med data fra folkeregisteret for å kunne identifisere hvilke velgere som har innvandrerbakgrunn. Stortingsvalget 2017 er det første valget i Norge hvor elektronisk manntall er mulig å bruke for alle kommuner, det har tidligere kun vært forsøkskommuner som har hatt tilgang til elektronisk avkryssing på valgdagen. Oslo har vært med i forsøket både i 2013 og 2015, og vil i 2017 benytte seg av det igjen. Etter valget gir Valgdirektoratet oss tilgang til avkryssingsmanntallet for de kommunene som har elektronisk manntall, og man vil se hvor mange av de som har mottatt tiltak som har stemt, sammenlignet med de som er i kontrollgruppene og på den måten kunne måle tiltakenes effekt.

Oppgaven er disponert ved at det først redegjøres grundig for eksperimentene som ble gjennomført av Institutt for samfunnsforskning i 2015. Det er viet et eget bakgrunnskapittel til disse eksperimentene fordi de anses som det viktigste fundamentet for våre egne eksperimenter i 2017. I stor grad er tiltakene fra forrige valg videreført i samme format hvor vi repliserer eksperimentene for å se om tiltakene har den samme effekten i en ny kontekst. Videre redegjøres det for det teoretiske fundamentet til denne typen eksperimenter. Tiltakene har sitt utspring i ideen om nudging, en teori som legger grunnlaget for blant annet denne type eksperimenter hvor vi tester om en liten dytt kan få folk til å i større grad benytte seg av stemmeretten sin. Det redegjøres så for eksisterende litteratur som omhandler temaet, hvor det er viet ekstra plass til en serie danske eksperimenter gjennomført i nyere tid. Dette er et av få andre sammenlignbare eksperimenter gjennomført i Europa. Det meste av litteraturen innenfor dette feltet har nemlig sitt opphav fra USA hvor det institusjonelle rammeverket rundt valg er noe mer varierende fra vårt eget rammeverk.

Videre belyses de metodiske forutsetningene for at eksperimentene kan gjennomføres. Det vises til hvordan vi får tilgang til manntallet, hvilke data vi får fra folkeregisteret og ikke minst hvordan brevene og tekstmeldingene er utformet. Utformingene er inspirert av tidligere forsøk hvor tilsvarende typer tiltak har vist en effekt. I analysen vises det til effekten av disse tiltakene før vi til slutt diskuterer våre resultater og refleksjoner knyttet til eksperimentene.

2 Eksperimenter gjennomført i 2015

Effektstudien Institutt for samfunnsforskning gjennomførte i 2015 er bakteppet for de forsøkene som skal gjennomføres i 2017. Dette kapittelet vil redegjøre for de tiltakene, vurderingene og resultatene man fant i 2015, altså er hele kapittelet en oppsummering av Bergh et al. (2016) *Getting out the vote: Experiments in voter mobilization among immigrants and natives in Norway*. Begrunnelsen for at 2015-eksperimentene dedikeres et eget kapittel, er for å redegjøre for hva som ligger til grunn for de eksperimentene vi gjennomfører i 2017. I tillegg er det helt klart det mest nærliggende eksperimentet vi kan sammenligne med, ettersom de institusjonelle forutsetningene er de samme.

Institutt for samfunnsforskning gjennomførte eksperimentene ved lokalvalget i 2015 på oppdrag fra Kommunal- og moderniseringsdepartementet (KMD) og Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi). IMDi har siden trukket seg fra prosjektet, dermed er det i 2017 KMD alene som er oppdragsgiver for forsøkene nasjonalt, mens Oslo kommune bidrar lokalt.

Johannes Bergh ved ISF ledet prosjektet i 2015. Dette var første gang slik type forskning ble gjennomført i Norge, og det er få andre Europeiske eksempler. Det at man i Norge har et felles valgsystem med elektronisk manntall gjør at slike forsøk er mulig her til lands i stor skala.

Forsøkene i 2015 ble gjennomført i 27 av landets kommuner. Årsaken til at det bare var 27 kommuner er at i 2015 var det fremdeles et forsøk med elektronisk avkryssing i manntallet på valgdagen. Blant disse 27 var de fleste av landets større kommuner med.⁶ Totalt var 1,7 millioner velgere bosatt i en kommune som var med i forsøket eller 42 prosent av de stemmeberettigede.

Til valget i 2017 har elektronisk avkryssing i manntallet på valgdagen blitt en permanent ordning som alle kommuner selv bestemmer om de vil benytte seg av.⁷ Alternativet er å benytte det gamle papirmanntallet og krysse manuelt. For kommuner som benytter papirmanntall vil det ikke være mulig å gjennomføre eksperimentene da det er nødvendig å kontrollere opp mot det elektroniske manntallet for å kunne måle tiltakenes effekt.

Selve manntallsuttrekkene kom fra Kommunal- og moderniseringsdepartementet som hadde ansvar for valgsystemet EVA (elektronisk valgadministrativt system) den gang.

⁶ De 27 kommunene som hadde elektronisk manntall i 2015: Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger, Bærum, Fredrikstad, Drammen, Sandnes, Sarpsborg, Asker, Skien, Skedsmo, Bodø, Sandefjord, Larvik, Tønsberg, Karmøy, Porsgrunn, Haugesund, Ålesund, Mandal, Vefsn, Hammerfest, Re, Tynset, Radøy og Bremanger.

⁷ Valgloven § 9-5a Elektronisk avkryssing i manntallet på valgdagen

Manntallsopplysningene ble kombinert med informasjon fra folkeregisteret for å lage en database med oversikt over fødselsdato, kjønn, fødeland, statsborgerskap, og foreldrenes fødeland og statsborgerskap. Eksperiment- og kontrollgruppene ble så trukket fra denne databasen. Etter valget fikk man oversendt avkryssingsmanntallet fra KMD for å kunne sammenligne data og kjøre statistiske analyser på utvalgene og derav måle tiltakenes effekt.

Eksperimentdesign og forberedelser

De to tiltakene man ønsket å måle effekten av var utsendelse av brev og SMS til velgere i målgruppene. Eksperimentgruppene var førstegenerasjons innvandrere og velgere generelt. Førstnevnte gruppe utgjorde ca. 278 000 velgere fordelt på de 27 deltakende kommunene. Innvandrerne kom fra hele verden, men høyest representert var innvandrere fra Europa og Asia.

Det var kun velgere med innvandrerbakgrunn som mottok tiltak i brevs form. Eksperimentgruppen ble delt inn i 3 grupper, hver gruppe på 6500 velgere, totalt 19 500 velgere. Det ble formulert tre forskjellige brev til disse gruppene for å måle effekten av brevenes innhold. Kontrollgruppen ble så trukket tilfeldig blant det resterende utvalget på ca. 141 000 velgere.

Brevenes innhold

Som forklart ble eksperimentgruppen delt inn i tre utvalg for å se om ulikt innhold hadde ulik effekt. Hvert brev var inndelt i tre avsnitt, hvor det første og siste avsnittet var identisk i alle brev. Det midterste avsnittet hadde varierende budskap knyttet til innvandreres deltakelse ved valg vinklet på forskjellige måter.

Det første brevet fokuserte på betydningen av hemmelig valg i Norge. At kun du vet hva du stemmer på, og at verken andre velgere eller valgmedarbeiderne har mulighet til å finne ut hvilket parti som får din stemme. I mange andre land, spesielt de utenfor Europa er det ikke alltid en selvfølge at valghendelsen er en hemmelig prosess.

Det andre brevet hadde en positiv vinkling på innvandreres deltakelse i norske valg, og at man burde gjøre sin del for å sette ny rekord. Det informerte om at man ikke må være statsborger for å stemme ved lokalvalg og at forrige valg (2011) hadde satt ny rekord i antall innvandrere som stemte ved valget.

Det tredje brevet hadde en negativ vinkling på innvandreres deltakelse, og at man burde stemme for å øke valgdeltakelsen. Det informerte på samme måte som det positive brevet om kravene til stemmerett ved lokalvalg, men i stedet for å forsøke å øke deltakelsen med et positivt innhold om økende valgdeltakelse blant denne velgergruppen hadde det negative brevet fokus på den

lave deltakelsen hos denne velgergruppen. Innvandrere har langt lavere deltakelse enn befolkningen ellers, og hos flere innvandrergupper lå den på godt under 50 prosent.

Både det positive og det negative brevet inneholdt en oppfordring om å benytte stemmeretten sin i siste setning av andre avsnitt.

Alle brevene ble sendt ut på norsk. Det ble gjort en vurdering av om man skulle oversette disse til hver velgers eget språk, men man valgte å ikke gjøre det av to hensyn. Det ene er mengden arbeid det ville generert å oversette brevene til så mange språk, noe som også gjør det vanskelig å kvalitetskontrollere innholdet. Det andre hensynet var at en del vil kunne reagere negativt på å få et brev som ikke er forfattet på norsk, og derav implisere at mottakerens norskkunnskaper ikke er gode nok. Det å sende brevene på norsk innebar trolig at ikke alle som mottok et brev var i stand til å lese og forstå innholdet.

Det første brevet med fokus på hemmelig valg ble kun sendt til innvandrere som fikk stemmerett for første gang i 2015, mens de to andre brevene ble sendt til respondenter fra hele utvalget.

Utsendelsene ble gjort av IMDi i samarbeid med fylkesmennene i de kommunene som deltok i forsøket. Fylkesmannen i hvert fylke var avsender av alle brev. Alle brevene ble sendt slik at de skulle nå fram innen fredag 11. september, altså 3 dager før valgdagen mandag 14. september. Dette var før posten sluttet med postombæring på lørdager, noe som betydde to dager postgang etter brevet skulle vært framme.

Både IMDi og fylkesmennene er relevante aktører for å kommunisere med innvandrere om slike tema. IMDi har over lengre tid hatt valgdeltakelse som et fokusområde i sitt arbeid for å bedre integreringen.

Ingen av målgruppene hadde på forhånd registrert seg eller var klar over at de kom til å motta tiltak knyttet til disse eksperimentene. Dette var et nødvendig ledd for å sikre den eksterne validiteten slik at dataene ikke skulle bli påvirket av de som allerede stemmer skulle være de som registrerte seg for å motta tiltak. Et slikt tilfelle kunne, og ville mest sannsynlig, ført til helt andre resultater.

Tekstmeldingenes innhold

De resterende velgerne på nesten 1,3 millioner mennesker, både innvandrere og nordmenn med et registrert telefonnummer var med i utformingen av SMS-forsøkene. Totalt ble 131 315 av disse valgt ut til å motta tiltak, mens 465 014 var med i kontrollgruppen. Her kunne man i langt

større grad ha flere velgere i eksperimentgruppene fordi SMS er et mye enklere og billigere tiltak enn det å sende brev er.

Eksperimentgruppen ble inndelt i fire grupper, 1. innvandrere som for første gang fikk stemmerett, 2. førstegenerasjons innvandrere som har hatt stemmerett ved tidligere valg, 3. andregenerasjons innvandrere, og 4. norske velgere uten innvandrerbakgrunn.

For å unngå at flere i en husstand mottok forskjellige tiltak, ble det justert i uttrekkene at ikke flere personer i en husstand skulle bli valgt ut til å motta tiltak. Det kunne i så fall ha påvirket resultatene i forsøket. Norske velgere uten innvandrerbakgrunn i alderen 18 – 29 ble i større grad valgt ut for å se om denne gruppen med lav valgdeltakelse kan få en økning ved bruk av SMS-tiltak.

Tekstmeldingene ble sendt ut den siste uka før valget og fram til og med valgdagen, med forskjellige tidspunkt for utsendelse for å se om det kunne ha en effekt. Meldingene som gikk ut uka før valgdagen inneholdt en påminnelse om valgdagen 14. september og en oppfordring om å stemme. Meldingene som gikk ut på valgdagen oppfordret folk som ennå ikke hadde stemt til å stemme, samt informasjon om valglokalenes åpningstid i kommunen.

Begge meldingene var signert avsender valg.no som var KMDs valgportal, nå overtatt av Valgdirektoratet. I likhet med brevene hadde heller ikke mottakerne av SMS på forhånd gitt samtykke til å være en del av eksperimentet, dette for å styrke validiteten til forsøkene.

Resultat av brevutsendelsene

Analysene ble gjort separat for innvandrere med stemmerett for første gang, og de som har hatt stemmerett tidligere. Det var nødvendig av to årsaker. Den første for å måle effekten spesifikt på denne gruppen, da de har veldig lav valgdeltakelse i utgangspunktet. Den andre for å kunne måle effekten av de tre brevene, da innvandrere med stemmerett for første gang var de eneste som mottok brevet om hemmelig valg.

For innvandrere som fikk stemmerett for første gang i 2015 hadde kontrollgruppen en valgdeltakelse på 20,9 prosent. I gjennomsnitt hadde brevene en effekt på 4,9 prosentpoengs økning i deltakelsen. Med en feilmargen på kun 0,45 prosentpoeng var det en klar målbar effekt av tiltakene samlet sett.

De individuelle brevene hadde varierende effekter hos de som fikk stemmerett for første gang. Hemmelig valg-brevet hadde en effekt på 5,6 prosentpoeng, det positive brevet en effekt på 4,8 prosentpoeng og det negative brevet en effekt på 7,0 prosentpoeng. Disse effektene er betydelig

høyere enn det de fleste andre velgermobiliserende studier har funnet i sin forskning hvor innvandrere er i fokus.

For resten av innvandrerbefolkningen hadde det positive brevet en effekt på 3 prosentpoeng og det negative 3,7 prosentpoeng. Denne gruppen hadde dog en generell deltakelse på 40,1 prosent, nesten dobbelt så høy som innvandrere som stemmer for første gang. Siden valgdeltakelsen er dobbelt så høy vil det påvirke tiltakenes potensielle effekt til å mobilisere. Men en markant økning med over 3 prosentpoeng av å motta et slikt brev er fremdeles en betydelig effekt.

Det negative brevet ser i begge tilfeller ut til å være det som hadde høyest effekt. Likevel er det vanskelig å kunne si med sikkerhet at det var årsaken, ved å sette brevene mot hverandre var ikke forskjellen mellom effektene signifikant.

Resultat av tekstmeldinger

For innvandrere med stemmerett for første gang hadde kontrollgruppen her en deltakelse på 21,7 prosent, altså en liten differanse fra den deltakelsen kontrollgruppen for brevutsendelse hadde. For andre førstegenerasjons innvandrere (de som har hatt stemmerett tidligere) lå deltakelsen på 41,3 prosent og andregenerasjons innvandrere hadde en deltakelse på 50,6 prosent. For norske velgere uten innvandrerbakgrunn lå deltakelsen på 68,8 prosent.

Som ved brevutsendelsene fant man også den største effekten hos de med lavest deltakelse i utgangspunktet, nemlig innvandrere med stemmerett for første gang. Et enkelt tiltak som å utsendelse av SMS med en påminnelse om valget hadde hos denne gruppen en effekt på 3,1 prosentpoeng. Hos andre førstegenerasjons innvandrere lå effekten på 2,7 prosentpoeng, mens for andregenerasjons innvandrere så man ingen effekt. For nordmenn uten innvandrerbakgrunn så man en effekt på ca. 0,4 prosentpoeng.

Justert for variablene kjønn, alder og vestlig opphav så man at effekten var stabil hos innvandrergroppene, med ingen markant endring på noen av resultatene. For nordmenn uten innvandrerbakgrunn økte effekten fra 0,4 til 1,6, noe som indikerte at det kunne være en ujevn fordeling i eksperiment eller kontrollgruppen, mest sannsynlig med hensyn til alder.

Til slutt kalkulerte man effekten av SMS til norske velgere uten innvandrerbakgrunn for å se forskjeller basert på velgernes alder. Her så man at for velgere under 30 år hadde man en sannsynlighet for å stemme på 45,3 prosent for kontrollgruppen. For unge velgere som mottok SMS-tiltaket var deltakelsen 49,9 prosent. Altså så man at selv om SMS-tiltak generelt hadde

liten effekt blant velgere uten innvandrerbakgrunn, er det for den gruppen med lavest deltakelse også her en betydelig effekt på 4,6 prosentpoeng.

Tidspunkt for utsendelse

Tekstmeldingene ble sendt ut i intervaller i uka før valgdagen og på selve valgdagen til forskjellige dager og tidspunkt. Eksperimentene viste at effekten var høyere for meldinger sendt ut nært opptil valgdagen, spesielt hos innvandrere. Onsdag til fredag uka før, hadde høyere effekt enn det mandag og tirsdag hadde.

På selve valgdagen hadde meldingene sendt midt på dagen høyere effekt enn de som ble sendt om morgenen og de sendt om ettermiddagen få timer før lokalene stengte. Resultatene viser at dette i større grad er tilfeldigheter enn at tidspunkt for utsendelse har noen stor betydning.

Oppsummering

Den største effekten så man hos innvandrere med stemmerett for første gang som mottok tiltak i form av det negative brevet. Hos denne gruppen hadde alle brev-tiltakene samlet en høyere effekt enn det SMS hadde, men også SMS hadde en effekt.

For førstegenerasjons innvandrere som ikke stemmer for første gang så man en tilnærmet lik effekt på brev og SMS, mens det for andregenerasjons innvandrere ikke var noen målbar effekt av tiltakene.

Utsendelse av SMS hos unge velgere under 30 uten innvandrerbakgrunn hadde en effekt på nesten 5 prosentpoeng. Denne gruppen har vesentlig lavere valgdeltakelse enn befolkningen ellers og hadde derfor stort potensial for at dette tiltaket skulle ha effekt. For norske velgere over 30 år var det derimot lite å hente ved disse tiltakene.

Brev er helt klart den dyreste og mest omfattende formen for tiltak, sammenlignet med SMS som enklere og vesentlig billigere kan sendes til mottakerne. Siden disse eksperimentene ble gjennomført til et kommunestyrevalg hvor valgdeltakelsen og kravene til stemmerett er noen helt andre enn ved stortingsvalg vil det være høyst interessant å måle effekter for valget i 2017 for å kunne sammenligne på tvers av valg, og også se tiltakenes effekt i et valg med vesentlig høyere generell deltakelse.

Forventninger til stortingsvalget 2017

Basert på de resultatene man fant i 2015 er det grunn til å forvente at vi skal finne noen målbare effekter på tilsvarende tiltak i 2017. Det man derimot må ta høyde for er forskjellen i velgergrupper og valgdeltakelse mellom lokalvalg og stortingsvalg.

I 2017 vil gruppen definert som innvandrere være norske statsborgere med innvandrerbakgrunn og valgdeltakelsen både for denne gruppen og for befolkningen generelt ligger betydelig høyere enn ved lokalvalg. Siden valgdeltakelsen er høyere er potensialet for tiltakene redusert ettersom det er færre velgere som kan mobiliseres.

Basert på de forutsetningene er det sannsynlig å kunne forvente signifikante effekter for brev til statsborgere med innvandrerbakgrunn samt SMS til velgere under 30. Men disse effektene vil neppe være av samme grad som i 2015. Vi forventer størst effekt i de gruppene hvor valgdeltakelsen i 2017 viser seg å være lavest.

3 Teori og tidligere forskning

Dette kapittelet redegjør for tidligere forskning og det teoretiske fundamentet som ligger til grunn for eksperimentene vi skal gjennomføre. Før vi dykker ned i faglitteraturen er det nødvendig å ta et skritt tilbake og se mer overordnet på idéen som ligger til grunn for hvorfor denne type tiltak kan ha en effekt.

10. desember 2017, Stockholms rådhus. Nobelprisen i økonomi overrekkes fra Kong Carl Gustav XVI til den amerikanske økonomen Richard Thaler for hans bidrag til atferdsøkonomi (behavioral economics). Han har skrevet flere artikler innenfor temaet, men det er bestselgeren *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness* (2008) som er hovedverket bak teorien om nudging. Forfatterne, Richard Thaler og Cass Sunstein, bruker psykologi og økonomisk teori for å forklare menneskelig atferd. Enkelt forklart argumenterer Thaler og Sunstein for at et nudge, altså en liten dytt, kan få folk til å gjøre noe de i utgangspunktet har lyst til å gjøre eller mener er riktig (Sugden 2009).

Det er forskjellige nivåer av politiske virkemidler som brukes for å styre i et samfunn. Noen viser seg i form av lover og forbud, andre i form av insentiver. Vi har for eksempel store økonomiske insentiver i Norge for å få folk til å kjøpe elbil i stedet for fossile kjøretøy. Tilsvarende er det skatter og avgifter på ting man ønsker å kutte i forbruket av, det være seg fossilt drivstoff, sukker, tobakk eller alkohol.

I tillegg til dette har vi noen virkemidler som brukes hele tiden, men som man kanskje ikke tenker like mye over, nemlig nudges eller dytt. Små hint som styrer atferd i en bestemt retning uten at det tar bort frihetsaspektet knyttet til valget. De siste årene har bruk av nudge som virkemidler økt i omfang fordi de generelt koster lite og har stort potensial (Sunstein 2014).

Sunstein (2014) lister opp tre kjennetegn ved bruk av nudging som virkemiddel:

Først og fremst så står frihetsprinsippet sterkt. Et nudge skal hjelpe folk å ta det riktige valget men det kan ikke hindre vedkommende i å ta et fritt valg hvor man like godt kan gjøre det motsatte. I vårt tilfelle, et nudge om å bruke stemmeretten sin er på ingen måte tvang. Velgeren står fritt til å ikke stemme uten frykt for at det får represalier eller konsekvenser for vedkommende.

Noen nudge er korrekt beskrevet som en «myk paternalisme» fordi de er designet for å styre individet i en gitt retning. Men selv om det er tilfellet, er alle nudge laget for å ivareta friheten til å selv velge hva man ønsker å gjøre.

For det andre, alle nudge i regi av offentlige myndigheter bør være transparente og åpne, i stedet for å ha en skjult agenda. En prinsipiell fordel ved bruk av nudge, sammenlignet med påbud og forbud, er at man unngår bruk av tvang. Selv om man unngår tvang bør ikke nudge brukes til manipulering og skjulte agendaer. På linje med alle andre offentlige inngrep bør også bruken av nudge være åpne prosesser som kan diskuteres og kritiseres offentlig. Våre nudge i disse eksperimentene er alle signert Oslo kommune og vi er åpne på hvorfor de sendes ut.

Det siste er behovet for testing og kontroll om nudgene har en reell effekt. Prinsippet bør gjelde all iverksatt politikk for å se om det er en effekt knyttet til tiltakene i stedet for dogmer, ønsketenkning og anekdoter som tilsier at effekten er der. De mest effektive nudgene baserer seg ofte på det beste innenfor atferdsforskning, inkludert atferdsøkonomi, og reflekterer derfor en realistisk forståelse for hvordan individer reagerer på offentlige myndigheters initiativ. Men noen nudge som på papiret har alle forutsetninger for å være suksessfulle med god effekt, faller helt igjennom når de settes ut i live. Empiriske tester inkludert randomiserte kontroll- og eksperimentgrupper er uvurderlige. Siden et nudge kan være så enkelt som å omformulere et offentlig brev til klart språk kan tiltakene være veldig billige og enkle å måle, ved å se på flere variasjoner av brevene kan man finne ut hvilket som er mest effektivt (Sunstein 2014).

Våre eksperimenter oppfyller alle disse retningslinjene eller kravene for riktig bruk av nudges. Vår målgruppe, de som ikke stemmer, står fremdeles fritt til å ikke bruke stemmeretten sin. Vi er åpne på bakgrunn og hensikten for nudgene vi sender ut, og hvem som er avsender. Vi har forskjellige formuleringer i tiltakene våre, og vi gjennomfører forsøkene som felteksperimenter slik at vi kan måle effekten før kommunen tar stilling til om tiltakene skal bli permanente ordninger.

Nudging er mye mer enn tiltak tilsvarende våre eksperimenter med budskap i form av brev og SMS. Et av de mest kjente eksemplene stammer fra 90-tallet på Amsterdams lufthavn Schiphol. Flyplassen ville redusere søling ved urinalene, løsningen deres var å gravere inn en flue rett ved avløpet for at menn skulle få noe og sikte på. Resultatet var hele 80 prosents reduksjon i søl ved urinalene (Thaler & Sunstein 2008).

Thaler og Sunstein omtaler dette eksempelet som en av deres favoritter, nettopp fordi det er så enkelt men samtidig veldig effektivt og overhodet ikke inngripende i folks liv. Effekten forklares ved at gir du menn noe å sikte på, så vil de gjøre det. Det illustrerer poenget med nudging godt, i form av at det får folk til å gjøre noe de i utgangspunktet har lyst til. Ingen ønsker å urinere på gulvet, men uten noe å sikte på er det større sjanse for uhell.

I Storbritannia har de tatt skrittet videre, tidligere statsminister David Cameron etablerte Behavioural Insights Team også kjent som «Nudge unit» som en enhet underlagt regjeringen. Deres oppgave er alt fra å sørge for økte skatteinnbetalinger til å gi folk en bedre opplevelse når de skal hjelpe arbeidsledige å få jobber (BBC 2017). Ved å gjøre invitasjonen til jobbsøkere om å komme på jobbsøkermesse personlig, økte deltakelsen fra 11 prosent til 27 prosent. Det eneste de gjorde var å legge til vedkommendes navn «Hei Sam» og avslutte med «Lykke til, hilsen Michael» (BBC 2015).

Det mest oppsiktsvekkende eksempelet brukt er hvis du ikke betalte inn bilavgifter til rett tid. Da fikk du et brev i posten med bilde av bilen på med overskriften «Betal bilavgiftene ellers tar vi din Ford Fiesta» (BBC 2017). Sistnevnte eksempel er ikke god bruk av nudging ettersom bilavgifter ikke er valgfritt og nudging bør ikke brukes med tvang eller pisk. Likevel var det en veldig effektiv kampanje.

Nudging kan med andre ord brukes i mange former, kontekster og sammenhenger. Et kjapt søk på internett gir treff på alt fra bedre folkehelse til ledelsesmetodikk ved bruk av nudging noe som illustrerer godt omfanget og bredden denne typen teori og metodikk kan brukes til.

Eksperimenter for økt valgdeltakelse er altså en type nudging i den forstand at teorien om nudging kan hjelpe oss å utvikle tiltak som kan tilpasses velgeren for å forsøke å få vedkommende til å benytte seg av stemmeretten sin. Valgdeltakelse er en type aktivitet som de fleste ønsker å gjøre, men som ikke alle gjør. Derfor baserer vi våre tiltak rundt prinsippet om nudging, ved at velgeren skal få en liten dytt til å ta steget og gå til nærmeste valglokale for å avlegge sin stemme.

Våre eksperimenttiltak er en av mange mulige måter å nudge velgere på for å få de til å stemme. I neste delkapittel redegjøres det for tidligere forskning og teorier som i stor grad har bidratt til at vi har landet på nettopp de tiltakene vi har valgt oss ut til våre eksperimenter og utformingen av disse tiltakene.

Introduksjon til Get-out-the-Vote

«When the Democrats win the election and you didn't do your part to stop it... YOUR NEIGHBORS WILL KNOW.»

«Do your part... VOTE IN THIS ELECTION. After all, voting is a matter of public record. Your neighbors need you. Apply to vote by mail today!» (New Mexico In Depth 2016).

Slik innleder to av kampanjene til det republikanske partiet foran det amerikanske presidentvalget i 2016. Dette er eksempler på flyers sendt i posten til velgere i republikanske valgkretser i New Mexico. Denne type politiske budskap er ikke vanlig, men det dukker opp nå og da i amerikanske valgkamper hvor hva man har stemt på er hemmelig, men ikke om man har stemt.

Et tilsvarende eksempel er utarbeidelse av «karakterkort» for deg og dine naboer som sendes til hele nabolaget for å opplyse om stemmehistorikken ved de siste valg, samt informere om at et tilsvarende brev vil sendes ut etter det kommende valget med opplysninger om hvem i nabolaget som benyttet seg av sin stemmerett. I kampen om å bli republikansk presidentkandidat sendte Ted Cruz sin kampanje ut brev med overskriften «Voting violation» og forklaringen under lød som følger:

«You are receiving this election notice because of low expected voter turnout in your area. Your individual voting history as well as your neighbors' are public record. Their scores are published below, and many of them will see your score as well. CAUCUS ON MONDAY TO IMPROVE YOUR SCORE and please encourage your neighbors to caucus as well. A follow-up notice may be issued following Monday's caucuses.» (The New Yorker 2016).

Cruz-kampanjen bygde et omfattende maskineri basert på store dataanalyser med informasjon samlet inn fra sosiale medier, reklamer, apper og mobiler. All data ble samlet og analysert,

resultatet var skreddersydde GOTV-tiltak til hver enkelt velger basert på de analysene som var gjort. Noen fikk tradisjonelle brev, noen fikk epost, noen fikk telefonoppringning, noen fikk reklame på sosiale medier. Alle med skreddersydde budskap ment for å passe hver enkelt mottaker. De lagde også sin egen app for å samle inn mer data. Android og iPhone-appen Ted Cruz 2016 er sannsynligvis den mest sofistikerte appen noen gang lansert av en presidentkandidat. Den kobler til Facebook for å sende tilbake data om demografi, sosial bakgrunn, venner, og hvor vedkommende befinner seg, alt for å kunne kartlegge målgruppene bedre. Brukerne ble tildelt poeng basert på deltakelse, donasjoner og rekrutteringsarbeid, disse listene var offentlige og skapte konkurranse blant grasrota for å øke engasjementet rundt Cruz (Techrepublic 2016).

Litteraturen som bygger på Getting-Out-The-Vote-forskning og eksperimenter som er gjort i forsøk på å finne ut av hvordan man kan øke valgdeltakelsen er underrepresentert i valgfaglig litteratur. Sammenlignet med forskning, teorier og metoder som søker å forklare hvorfor folk stemmer som de gjør og valgdeltakelse generelt, er det relativt sett lite forskning som søker å forklare hvordan man kan få folk til å stemme. Er det politikernes ansvar alene å få potensielle velgere ut av sofaen og til valglokalene for å bruke sin demokratiske rett eller kan forskningen her bidra til å finne virkemidler som samfunnet generelt kan dra nytte av for å øke den demokratiske deltakelsen.

Frie, direkte og hemmelige valg er valglovens paragraf §1-1 også kjent som formålsparagrafen. Det er regnet som en nødvendig betingelse for et demokratisk politisk system. De som berøres av myndighetenes beslutninger og pålegg, skal selv kunne velge de politiske ledere og den retning man ønsker landet skal styres etter på vegne av befolkningen. Dette bidrar til å legitimere styresettet og regimets rettmessige politiske makt. I den forstand er diskusjonen knyttet til valgoppslutning og demokratiets legitimitet et aktuelt spørsmål. Høy deltakelse tolkes ofte som et tegn på et velfungerende demokrati, mens lav deltakelse kan bli sett på som det motsatte. Denne forestillingen er noe enkel, da de regimene med høyest deltakelse som oftest også er de mest autoritære. I tillegg har man over tid sett en nedgang i deltakelse i mange vestlige land som ikke har obligatorisk stemmegivning, uten at det nødvendigvis representerer et problem på dagens nivå. Det man derimot kan slå fast uten å skulle definere hvor grensen går, er at alle demokratiske styresett er avhengig av en viss deltakelse for å kunne rettmessig legitimere sin makt over befolkningen. For lav deltakelse vil altså kunne bidra til å svekke demokratiets legitimitet i befolkningen, derfor er lav valgdeltakelse noe som angår oss alle, ikke bare de politiske partiene.

Tilsvarende kan lav demokratisk deltakelse i en spesifikk del av befolkningen kunne føre til at den gruppen blir stående utenfor samfunnet, og videre lede til parallellsamfunn hvor man følger andre normer, lover og regler. Det derfor er i alles interesse at hele befolkningen deltar og er representert i våre folkevalgte organer for å unngå denne type tendenser.

Den akademiske motivasjonen for studien er å øke forståelsen for eksperimenter og deres effekter på valgdeltakelsen til velgergrupper i vår kontekst. Det teoretiske grunnlaget for denne typen eksperimenter er som vist på et overordnet nivå teorien om nudging, hvordan man kan påvirke folk til å ta et valg de i utgangspunktet har lyst til å gjøre. Denne teorien er generell og er ikke direkte knyttet til valgdeltakelse. Den teorien som direkte tar for seg valgdeltakelse og tiltak som kan bidra til å øke denne er the Noticable Reminder Theory som det redegjøres for senere i kapitlet. Som vi skal se er ikke det en universell teori i samme grad som nudging, men har noen forutsetninger som må være oppfylt for at tiltakene skal ha en effekt hos den gruppen eksperimentene gjennomføres på.

I tillegg til å teste eksisterende teorier bidrar eksperimentene våre til informasjonsinnhenting på fagfeltet. Det er ikke tidligere gjennomført tilsvarende eksperimenter til et stortingsvalg i norsk kontekst, dermed er dette på sett og vis banebrytende forskning som vil øke vår forståelse innenfor fagområdet betydelig.

Økt forståelse og større teoretisk fundament er nødvendig for å finne ut av hvordan man best kan bruke GOTV-virkemidler for å øke valgdeltakelsen i et gitt scenario, og til å kunne analysere og planlegge en suksessfull implementasjon, noe våre eksperimenter bidrar til.

I dette kapitlet redegjøres det for den forskningen som eksisterer på feltet med fokus på den oppblomstringen som har vært de siste 20 år innenfor GOTV-metodikk. Selv om man kan spore litteraturen tilbake til 1920-tallet hvor Harold Gosnell gjennomførte de første statsvitenskapelige felteksperimentene blant velgere i Chicago til presidentvalget i 1924 og ordførervalget i 1925, har det generelt sett vært lite fokus på dette temaet fram til de siste tiår. Noe av årsaken til det kan være at kampen for å gi nye velgergrupper stemmerett har historisk sett hatt prioritet foran å få de som ikke benytter seg av sin til å stemme. En annen medvirkende årsak kan være den historiske utviklingen og at nedgangen i valgdeltakelse i vesten har økt de siste tiår, dermed har også behovet for å lære mer om dette fenomenet økt.

En viktig presisering i denne sammenhengen er at ved disse eksperimentene så er ikke fokuset på å finne ut av hvorfor folk ikke stemmer. Det vi søker å finne ut av er om man med enkle tiltak kan øke valgdeltakelsen, og hvilke tiltak som fungerer best. I den prosessen så kan det

tenkes at man finner mekanismer som bidrar til økt forståelse for det som ligger til grunn for valgdeltakelse, men vårt fokus er å finne ut av hva som fungerer for å øke valgdeltakelsen, ikke forklare hvorfor noen velger å ikke benytte seg av sin. Kapitlet er strukturert ved at de forskjellige studiene og teoriene presenteres gruppert basert på hvilken type tiltak som er benyttet i forskningen. Som vi skal se stammer mye av forskningen fra USA, et land med store kontraster til det norske samfunnet, både på et generelt nivå men også konkret med tanke på valgordning og valgdeltakelse. Derfor er en studie gjennomført i Danmark i 2013 viet ekstra plass da det er den som ligger tettest opp til våre eksperimenter, både i form av tiltakenes utforming og den demografiske og samfunnsmessige sammensetningen som danner grunnlaget for forsøkene.

Eksemplene innledningsvis fra 2016 vil med norske øyne anses som noe ekstreme, i den forstand at her til lands er ikke bare hva man har stemt på hemmelig, men også om man har stemt. Likevel er det nyttige eksempler da mye av den relevante forskningen på dette feltet stammer fra USA. Derfor er det nødvendig å forstå den politiske konteksten, hvem aktørene er og hvilke virkemidler som benyttes. Aktørene er som regel politiske partier eller politiske eller apolitiske interesseorganisasjoner, det er aldri de føderale myndighetene som står bak slike forsøk. Innholdet i budskapene vil også deretter kunne være sterkt påvirket av aktøren bak initiativet. I presentasjonen av tidligere forskning er strukturen i tillegg til det som er nevnt over, forsøkt inndelt basert på type avsender og nøytraliteten i budskapet. Det er viktig å bemerke seg at selv med et nøytralt budskap og ingen offisiell partitilhørighet er det flere interesseorganisasjoner hvor medlemmene har en klar dreining mot en bestemt politisk retning. Med det i bakhodet vil det i noen tilfeller være vanskelig å definere en aktør som politisk nøytral, selv om man ikke har frontet et spesielt parti eller politisk retning i budskapet som formidles.

Det er til en viss grad problematisk for forskningen på dette feltet at så mye av den relevante empirien og teorien stammer fra USA. Siden vi gjennomfører eksperimenter for å finne ut om tiltakene våre har en effekt er det nødvendig å dokumentere godt de faktiske forhold som ligger til grunn for det vi gjør. I den forstand er det vanskelig å overføre kompetansen som finnes på dette feltet enn så lenge det er så store kontraster mellom landene. Det er ingen automatikk i at det som fungerer ett sted fungerer like godt et annet sted, men det er sannsynlig å anta at jo likere statene og samfunnene er organisert, desto større er sannsynligheten for at tiltakenes effekt er tilsvarende for de to.

Normer og stemmegivning

Teorier om valgdeltakelse basert på rasjonell egeninteresse klarer ikke alene forklare den høye deltakelsen vi har i vestlige land. Dette er det klassiske paradokset ved stemmegivning, også kalt Downs paradoks etter Anthony Downs og hans verk *An Economic Theory of Democracy* (1957). Downs argumenterer for at kostnaden ved å stemme overgår sannsynligheten for at stemmen vil være avgjørende for valget. Dermed er det irrasjonelt å stemme fordi stemmen ikke vil være avgjørende. Flere har i ettertid argumentert ved at velgere ikke er rasjonelle, lagt til ytre forklaringsvariabler som forventninger eller normer i samfunnet, eller ved å forklare det med en indre selvfølelse av å ha stemt (Fedderson 2004). Hensikten med diskusjonen er ikke å rasjonalisere valghandlingen, men forsøke å identifisere faktorer som er avgjørende for at folk skal stemme. Ved å skille på den indre selvfølelsen eller tilfredstilelsen av å stemme, og de ytre forventninger fra samfunnet om å delta, kunne forskere fra Yale i 2008 publisere en artikkel som viste effekten av å øke det ytre presset. Et stort felteksperiment med flere hundre tusen velgere ble igangsatt, hvor man sendte ut brev med forskjellige budskap og målte effekten. Det man så var en markant økning i valgdeltakelse hos de som mottok brev hvor budskapet var offentliggjøring av stemmegivning til husstanden og til nabolaget. Funnene demonstrerer viktigheten av sosialt press som et incentiv til politisk deltakelse (Gerber et al. 2008).

I Norge har man ikke stemmeplikt ved valg slik som Belgia, Hellas, Kypros og en del Sør-amerikanske land har. Likevel er det en forståelse om at deltakelse i valg er en normativ forpliktelse for gode samfunnsborgere, det ligger en forventning og forpliktelse fra samfunnet om at man bør og skal delta i demokratiet. Forpliktelsen er altså moralsk og ikke juridisk, og det er gjennomført flere tiltak fra myndighetenes for å muliggjøre at alle skal ha mulighet til å avlegge sin stemme i valget. Til lokalvalgundersøkelsen i 2003 ble det stilt spørsmål til respondentene for å prøve og fange opp begge sider av stemmegivning som en sosial norm. Svarene er interessante da 85 prosent svarte at det er en borgerplikt å delta ved valg, altså en ytre plikt til å stemme som medlem av samfunnet. Med det som bakteppe er det litt forundrende å se at relativt få ser ut til å oppleve sterkt sosialt press om å måtte delta, og kun 10 prosent svarte at de synes det ville vært sterkt ubehagelig hvis de skulle fortalt venner og kjente at de ikke stemte ved et kommunevalg. 20 prosent antyder noe ubehag, mens hele 70 prosent svarte at de ikke ville følt det ubehagelig. Det er altså få indikasjoner på en oppfatning av stemmegivning som en norm med merkbare sosiale konsekvenser eller et ytre press om å delta (Rose 2005).

Disse funnene er interessante, da det ikke ser ut til å være helt samsvar mellom folks oppfatning av stemmeplikt og tabu rundt det å ikke stemme. Hvem som har stemt er heller ikke offentlig informasjon i Norge. Dermed kan vi ikke bruke avkrysningsmanntallet til å teste om et brev med budskap om offentliggjøring av stemmegivningshistorikk til familie og naboer ville hatt en høy effekt her til lands.

Utviklingen av velgermobiliserende tiltak

Hjemmebesøk var en gang gullstandard for partienes mobilisering av velgere, spesielt i byer og tettbygde strøk hvor man forholdsvis enkelt den gang kunne møte en stor andel velgere på kort tid. Med den teknologiske revolusjon forsvant samtidig mange av argumentene for hjemmebesøk når kostnaden for telefonsamtaler og masseutsendelse av brev ble betydelig rimeligere. Hjemmebesøk forsvant på ingen måte fordi det ble funnet til å være ineffektivt, og flere partier bruker det fremdeles aktivt selv den dag i dag, men over tid forandret samfunnet seg i retning av andre typer flater for å nå ut til folk. Lokallagene er oftere pådrivere for dør-til-dør-aksjoner, mens partiene sentralt som regel foretrekker sentraliserte tiltak hvor de i større grad beholder kontrollen over valgkampen (Green et al. 2015). Et nylig eksempel på det vil være Arbeiderpartiets valgkamp ved Stortingsvalget i 2017, hvor lokallaget i Oslo gikk på husbesøk mens partiet sentralt sendte ut SMS til potensielle velgere.

Bhatti et al. (2013) undersøkte effekten av fire dør-til-dør-kampanjer i København gjennomført foran lokalvalget i 2013. Tre av kampanjene var upolitiske, mens den siste var partipolitisk og baserte seg på Socialdemokratenes kampanje. De fant ingen signifikante effekter på noen av de fire kampanjene, men bemerker at det var svakheter knyttet til den partipolitiske som kan ha medført underestimert av effekten (Bhatti et al. 2013).

Felles for mye av forskningen på GOTV, spesielt den amerikanske hvor mesteparten av litteraturen har sitt opphav, er at avsender/oppdragsgiver som regel kan deles inn i fire kategorier. De fordeler seg på studier i regi av en forskningsinstitusjon, av interessegrupper, av politiske partier eller av kandidatene selv (Green et al. 2015). Altså ikke på et offentlig forvaltningsnivå slik de norske forsøkene som gjennomføres på oppdrag av stat og kommune. Avsender kan være en mulig variabel for tiltakenes effekt, derfor er det nødvendig å ha i bakhodet at for den amerikanske litteraturen er det så godt som aldri statlige aktører som står bak utsendelser av denne type.

The Noticeable Reminder Theory

Tradisjonelt innen GOTV-litteraturen har personlige tiltak ansikt til ansikt vært ansett som de mest effektive i å mobilisere velgere til valglokalene, dette sammenlignet med upersonlige tiltak som telefonsamtaler, epost og brev som har vist seg å ha lavere effekt (Green et al. 2015; Michelson 2003; Ramirez 2005). Denne forestillingen utfordres av The Noticeable Reminder Theory (NRT) som fordrer at en enkel påminnelse i form av en tekstmelding kan øke velgermobiliseringen (Bergh et al. 2016; Dale & Strauss 2009). Dale og Strauss (2009) fant ved bruk av SMS, som er et upersonlig tiltak, men samtidig lite sannsynlig å skulle bli ignorert, en økning i valgdeltakelsen hos eksperimentgruppen på 3,0 prosentpoeng og statistisk signifikante resultater. Den anslåtte effekten for average treatment-on-treated (ATT) var på 4,1 prosentpoengs økning. Ved ATT er de som man vet ikke mottok tiltaket tatt ut av analysen.

Malhotra et al. (2011) repliserer Dale og Strauss (2009) sitt eksperimentdesign og utvider det ved å separere forsøksgruppene til «kalde» og «varme» tekstmeldinger. I det opprinnelige forsøket til Dale og Strauss (2009) kom ikke tekstmeldingen uanmeldt, men mottakerne hadde på forhånd sagt ja til å motta SMS. Dette skiller Malhotra et al. (2011) ut i et eget eksperiment for å se effekten kontra «kalde» tekstmeldinger som da kommer alene uten noen form for kontakt i forkant eller etterkant av tiltaket. Malhotras eksperiment er tilsvarende våre ved at velgeren mottar «kalde» tekstmeldinger uten å ha gitt samtykke til å motta en slik påminnelse.

En viktig forutsetning av NRT er at effekten av en påminnelse avhenger av (a) «viktigheten» av valget og (b) individenes stemmehistorikk. Dale og Strauss (2009) sitt argument er ikke ulikt det av Arceneaux og Nickerson (2009) om «betinget mobilisering»; en påminnelse vil kun påvirke en persons avgjørelse om å stemme hvis vedkommende er nær sin likegyldighets terskel i beslutningen om å stemme. I «mindre betydningsfulle» valg forventer man at de som stemmer hyppig, altså ved nesten hvert eneste valg vil være nær sin terskel. De som stemmer sjelden (kun i «betydningsfulle» valg, eller har en varierende deltakelseshistorikk) vil være uinteressert i valgets innhold og er derfor likegyldig til resultatet. Omvendt, i «betydningsfulle» valg vil de som stemmer sjelden være nær sin terskel for å delta, mens de som er engasjert og stemmer ofte vil uansett bruke sin stemmerett (Malhotra et al. 2011). Denne konkretiseringen av betinget effekt for NRT vil kunne være avgjørende for om våre nudge vil ha en effekt. Teorier rundt nudging på et generelt nivå setter ikke betingelser for når et nudge vil kunne ha effekt, mens NRT har gitte forutsetninger for når nudging vil kunne ha en effekt ved valg. Altså må velgeren ha en viss interesse ifølge NRT for at nudging skal kunne ha en gitt effekt.

I norsk kontekst er det vanskelig å definere tydelige skiller mellom viktige og mindre viktige valg, enn så lenge vi kun har to, lokalvalg og stortingsvalg. I amerikansk kontekst har man flere lokale og føderale forvaltningsnivå hvor det ofte er valg, samt valg av kongress og president. I tillegg har man valg av en del offentlige stillinger som ikke er på valg i Norge. Det man derimot har og kan observere i Norge er en lavere valgdeltakelse jevnt over ved lokalvalg, kontra stortingsvalg, og en enda lavere deltagelse hos de kommunene som har hatt folkeavstemninger de siste årene knyttet til kommunereform og kommunesammenslåing.

I Malhorta et al. (2011) er lokalvalget i 2009 i San Mateo County, California definert som lite betydningsfullt og beskrives slik:

This relatively sleepy, off-cycle election featured ballot measures on taxes and other issues as well as campaigns for city councils, local school boards, and other municipal or special district positions (Malhotra et al. 2011:669).

Det betydningsfulle valget var også gjennomført i San Mateo County i California men da ved primaries i 2010 for valg av republikansk kandidat til senatet, samt både republikansk og demokratisk kandidat til guvernør i delstaten.

Ved å replisere Dale og Strauss' (2009) eksperiment finner Malhotra et al. (2011) at kalde tekstmeldinger representerer en effektiv mobiliseringsstrategi med tilsvarende resultat for målt effekt og statistisk signifikans. Ved å ta høyde for stemmegivningshistorikk finner de at upersonlige påminnelser er veldig effektive i mindre «betydningsfulle» valg overfor velgere som stemmer hyppig, men har lav effekt hos de som stemmer sjelden. Motsatt effekt ser man i «viktige» valg hvor effekten er størst hos de som stemmer sjelden, mens de som stemmer hyppig vil stemme uansett og derav lav effekt (Malhotra et al. 2011).

Tilsvarende forventer vi i våre forsøk at effekten av SMS-utsendelsene har størst effekt hos de som har lavest valgdeltakelse, herunder unge velgere under 30 år. Hos de som har høy deltagelse fra før av så vil det neppe være mye å hente da de som stemmer stort sett deltar. Valgdeltakelsen i Oslo er rett i overkant av 80 prosent, så det er hos de gruppene som skiller seg ut at det vil være størst potensial for økt deltagelse som følge av en SMS-påminnelse.

Dansk eksperiment med SMS-påminnelser i 2013

Eksperimentene vies et eget underkapittel både for SMS og for brev, da det er et av ytterst få slike forsøk i Norden. Det at forsøket er gjennomført i vårt naboland i nyere tid innebærer at

det er langt mer sannsynlig å måle de samme effektene i Norge, enn så lenge det er to relativt like samfunn organisert på samme måte, med tiltak som er relativt lik hverandre.

Bhatti et al. (2014) gjennomførte en rekke eksperimenter til det danske kommunalvalget i 2013. De forskjellige eksperimentene hadde fire hovedtyper av tiltak: Brev, tekstmeldinger, dør-til-dør-kampanjer og diverse andre tiltak.

SMS ble sendt ut i tre kampanjer, den største av de gikk ut til 55 000 stemmeberettigede i regi av Folketinget (Danmarks parlament) i alderen 18 til 29 år og gikk ut dagen før valgdagen. Effekten av dette tiltaket var på beskjedne 0.4 prosentpoeng og var ikke signifikant. Det andre eksperimentet ble gjennomført i samarbeid med Dansk Ungdoms Fællesråd, her ble det sent ut 35 000 SMS til 27 500 tilfeldig utvalgte i aldersgruppen 22 til 29 år. 17 500 tekstmeldinger gikk ut uka før valgdagen, 7 500 av disse fikk ytterligere en påminnelse på valgdagen. De resterende meldingene ble sendt ut til nye mottakere på valgdagen med timesintervaller. Effekten her var 1.8 prosentpoeng og signifikant, hvor man så størst effekt hos de meldingene som gikk ut i forkant av valgdagen. Likeså hadde meldingene som gikk ut tett opptil valgdagen høyere effekt enn de som gikk ut lenge i forkant. Det siste eksperimentet ble gjennomført i samarbeid med Ministeriet for Børn, Ligestilling, Integration og Sociale Forhold. Her ble det dagen før valgdagen sendt ut 4 forskjellige tekstmeldinger til 51 000 stemmeberettigede. Den overordnede effekten var ikke signifikant og på bare 0,3 prosentpoeng. For meldingenes primære målgruppe, innvandrere og barn av innvandrere var effekten derimot på henholdsvis 1,8 og 2,9 prosentpoeng. Samtidig viser undersøkelsen at effekten for meldinger uten nettadresser er større enn meldinger med, sannsynligvis fordi nettadresser får innholdet til å framstå som søppelpost (Bhatti et al. 2014).

Bhatti et al. (2017) gjennomførte et tilsvarende forsøk til det europeiske parlamentsvalget i 2014. Det er et valg med mye lavere oppslutning enn det danske lokalvalg har, henholdsvis 56,3 prosent mot 71,9 prosent. Den målte effekten var likevel lavere for tekstmeldinger sendt i forkant av det europeiske parlamentsvalget med kun 0,63 prosentpoengs økning (Bhatti et al. 2017).

Eksperimentet gjennomført i samarbeid med Dansk Ungdoms Fællesråd hadde som mål å øke valgdeltakelsen til velgere under 30. Som en del av dette sendte de SMSer til 27 500 velgere mellom 22 og 29 år. Denne aldersgruppen var utvalgt fordi de var en del av DUFs målgruppe. De i alderen 18 til 21 var ikke med fordi denne gruppen fikk massivt fokus fra andre steder. Dette er av de tre eksperimentene det som ligner mest på vårt eget, både med tanke på definerte

målgrupper, utsendelsestidspunkt og ikke minst meldingenes innhold. De meldingene som gikk ut i forkant av valgdagen hadde følgende innhold:

Hej [navn]. Dette er en venlig påmindelse om valget tirsdag den 19. november. Demokratiet har brug for dig, så husk at stemme!

Mens de som gikk ut valgdagen hadde følgende formulering:

Hej [navn]. Tak fordi du har stemt til kommunalvalget. Hvis du ikke har stemt endnu, kan du nå det frem til kl. 20.

Disse formuleringene er nesten identiske i ordlyd med de vi sender ut i forkant av stortingsvalget. Vi har tilsvarende som også to sett med meldinger som henholdsvis går ut uka før valgdagen og på selve valgdagen.

Effekten er størst for de som mottok SMS før valgdagen på 2,33 prosentpoeng økning fra kontrollgruppen. For de som mottok melding på valgdagen var det ingen effekt å finne, med kun 0.79 prosentpoengs økning som ikke var statistisk signifikant. Dermed later altså til at den beste strategien er å sende meldingene innen valgdagen (Bhatti et al. 2014).

En mulig forklaring på det kan være at velgeren trenger tid til å bestemme seg for hvilket parti vedkommende ønsker å gi sin stemme og at det gjør det enklere å planlegge stemmegivningen i forkant.

Siden det danske valget var et lokalvalg er det vanskelig å si noe om forventet effekt basert på erfaringene fra Danmark. Det vil være mer naturlig å sammenligne Bhatti et al. (2014) med Bergh et al. (2016) hvor effektene til sistnevnte ved lokalvalget i 2015 var noe høyere enn effektene fra Danmark.

Bruk av brev til velgermobilisering

Brev er en mye brukt metode for å nå ut til potensielle velgere og velgergrupper. Årsakene til det er åpenbare da man enkelt kan nå ut med et budskap til en stor gruppe med relativt liten arbeidsmengde. I tillegg er brev noe som kan forberedes lang tid i forveien, slik at det meste kan være klart til selve valgkampen når man kanskje er opptatt med andre ting, avhengig av hvem som står bak og hvilke andre arbeidsoppgaver man har i det tidsrommet. Når innholdet er klart kan postvesenet eller en annen tredjepart ta seg av trykk og utsendelse. Ulempen med brev er først og fremst kostnaden, det er kostbart å sende ut post i de fleste land, dermed skal man være relativt ressurssterk for å ha råd til det. Det andre er at selv om man kan lage et

budskap som favner mange vil det fremdeles være mer upersonlig enn dør-til-dør-aksjoner hvor man har en fysisk interaksjon med potensielle velgere. Brev som sådan må kunne anses som en mellomting mellom SMS og dør-til-dør. Det at folk i dag får færre brev enn før, kan muligens bidra til at opplevelsen føles mer personlig enn det ville gjort tidligere den gang det var vanligere å få brevpost.

Gerber og Green (2017) sammenfattet en metastudie som analyserer resultatene av 85 forskjellige GOTV-studier utført mellom 1998 og 2014, og som benyttet brev som metode i eksperimentene. Effekten av alle forsøkene sammenlagt viste en økning i valgdeltakelse ved å sende brev til stemmeberettigede på 0,75 prosentpoeng. Videre er det flere ting som tyder på at brevenes innhold påvirker effekten de har. De forsøkene i metastudien som benytter sosialt press som virkemiddel er vesentlig mer effektive enn mer normative GOTV-budskap, hvor førstnevnte i snitt gir en økning i 2,3 prosentpoeng for denne type brev. I metastudien er det stor variasjon mellom både de estimerte effektene og utgangspunktet som ligger til grunn de forskjellige studiene noe som kan påvirke resultatene, såkalt statistisk heterogenitet. I tillegg er det få av studiene som Gerber og Green analyserer som har «konkurrans» mellom forskjellige budskap i tiltakene, mens resten av de eksperimentelle variablene er konstant. Det er derfor mulig at noen av de observerte forskjellene i tiltakenes innhold skyldes andre forhold enn formuleringene i brevene. Denne oppfatningen fremheves av de store variasjonene i målt effekt mellom flere studier som bruker noenlunde samme innhold i sine tiltak (Gerber & Green 2017).

Denne usikkerheten knyttet til innholdets eller budskapets effekt er nettopp derfor noe av årsaken til at man i tillegg til de tre forskjellige budskapene som benyttes i våre eksperimenter, også har et fjerde kontrollbrev hvor det varierende budskapet er tatt ut fra brevet. Kontrollbrevet inneholder kun faktaopplysninger sendt i samme format som de tre andre brevene, men det midterste avsnittet som har et personlig budskap til velgeren er fjernet. Ved å gjøre det vil man kunne se om det er en underliggende variabel, i stedet for brevenes budskap som avgjør om brevet har en effekt på velgeren. Man vet egentlig ikke om mottakeren faktisk leser hele innholdet i brevet, kanskje brevet i seg selv er nok til å skape den samme effekten som innholdets betydning.

Matland og Murray (2010) gjennomførte GOTV-eksperimenter rettet mot latinamerikanere i en ny kontekst for det de definerer som en understudert befolkningsgruppe. De målte effekten av nøytrale tiltak uten partitilhørighet på denne gruppen i form av dør-til-dør-aksjoner og bruk av brev under presidentvalget i 2004. Konklusjonen bekrefter hypotesen, at mobiliseringstiltak øker valgdeltakelsen, men tiltakenes effekt varierer på bakgrunn av målgruppens sannsynlige

valgdeltakelse. De fant store økninger i valgdeltakelsen blant de som stemmer sjelden, men liten effekt blant de som har høy deltakelse fra før av. For brev-tiltakene fant man en signifikant effekt med økning i deltakelse på 2,95 prosentpoeng, noe som er en høyere effekt enn normalen for tilsvarende kampanjer rettet mot befolkningen generelt (Matland & Murray 2010).

I eksperimentene fra lokalvalget i 2015 fant man at det er forskjell i valgdeltakelse hos innvandrere som stemmer for første gang sammenlignet med de som har hatt stemmerett ved tidligere valg. Innvandrere som fikk stemmerett for første gang i 2015 hadde lavere valgdeltakelse enn de som hadde stemmerett fra før av (Bergh et al. 2016). Det er viktig å bemerke at de som var definert som innvandrere og fikk stemmerett for første gang da ikke var statsborgere. Forskning viser til at vi faktisk kan få motsatt effekt i 2017, hvor det er en mulighet for at de som nettopp har fått statsborgerskap kan ha høyere deltakelse enn de som har fått det tidligere og dermed har hatt stemmerett ved tidligere stortingsvalg. Hainmueller et al. (2017) viser at det å få statsborgerskap kan fungere som en katalysator for økt integrering i samfunnet. Det å få statsborgerskapet i seg selv kan altså fungere som et springbrett for å få nye statsborgere til å delta aktivt i samfunnet, herunder stemme ved valg. Det er derfor et poeng å skille ut innvandrere som nylig har fått statsborgerskap for å se om vi kan observere en forskjell i deltakelse og effekt i analysen vår mellom denne gruppen og innvandrere som har hatt stemmerett ved tidligere stortingsvalg.

Green (2004) analyserer resultatene av flere eksperimenter gjennomført av NAACP National Voter Fund rettet mot afroamerikanere under presidentvalget i år 2000. Analysen fokuserte kun på de tiltakene som besto av telefonoppringninger og brevutsendelser, totalt 980 208 stemmeberettigede. Konklusjonen for brevutsendelser var så vidt en økning uten signifikante resultater. Legger man sammen alle tiltakene får man en svak effekt, hvor tiltakene genererte et anslått 7 100 flere stemmer til en pris på 158 dollar, ca. 1300 kroner med dagens kurs, per stemme (Green 2004).

Green og Zelizer (2017) undersøker en annen tilnærming til GOTV, ved å sende flere brev til samme person for å undersøke om mengden brev kan være en viktig faktor. De analyserer effektene av brev sendt ut i forkant av senatorvalget i New Hampshire i 2014. Registrerte kvinnelige republikanske velgere ble tilsendt opptil 10 brev fra en konservativ interesseorganisasjon som oppfordret til deltakelse i det kommende valget. De konkluderte med at å motta ett brev øker oppslutningen og at økningen fortsetter opp til fem brev. Etter det kan man ikke se noen økt oppslutning. Deltakelsen ser ut til å være lavere hos de som mottar 10 brev,

enn hos de som mottar fem. Det er i tråd med andre eksperimenter hvor lignende forsøk er gjennomført (Green & Zelizer 2017).

Det er undersøkelser som tyder på at innholdet i GOTV-tiltakene bør vektlegges mer fokus i forskningen. Murray og Matland (2014) gjennomførte et felteksperiment for å teste effektene av politisk nøytrale brev under guvernørvalget i 2010. Forsøket tok for seg sosialt press i brevenes budskap, bruk av deskriptive og normative argumenter for at man bør stemme, og tidspunktet for når mottakeren mottar brevet. Mye av den eksisterende litteraturen fokuserer på effektene i mindre «viktige» valg og i et begrenset geografisk område. De testet derfor for effekten i det som defineres som et viktig valg og som har tradisjonelt høy oppslutning sammenlignet med andre valg. Forsøkene ble gjennomført i to forskjellige geografiske områder som både har ulik politisk kultur og politisk dagsorden, Texas og Wisconsin. Resultatene er tvetydige, sosialt press hadde en effekt i Wisconsin hvor man så en økning på inntil 1.5 prosentpoeng, mens i Texas hadde det ikke en målbar effekt. Det kan bety at normen om å stemme står sterkere i Wisconsin og at det derfor hadde en effekt der, men det kan også være at det i Texas ble oppfattet som en trussel og at den politiske kulturen der er innordnet til at man ikke skal la seg presse til noe man ikke vil. Budskapet kan dermed ha fungert mot sin hensikt, ved at velgere frasto fra å stemme på det grunnlaget. Timing hadde stor betydning i Wisconsin, hvor 90 prosent av stemmene i Kenosha County ble avgitt på valgdagen, effekten var høyere jo nærmere valgdagen man mottok brevet. Mens i Texas har man forhåndsvalg som er godt tilgjengelig i perioden før valgdagen, og bare 32 prosent av de avgitte stemmene i Lubbock County ble avgitt på selve valgdagen. Her så man ingen forskjell på når brevet ble mottatt, kanskje fordi velgeren kan stemme neste gang vedkommende er på byen, skolen eller biblioteket. Bruk av deskriptive og normative argumenter hadde høyere effekt i Wisconsin. Det kan være fordi stemmegivningskulturen generelt er mye høyere der, med en av de høyeste valgdeltakelsene i landet og en moralistisk kultur, mens Texas er en av statene med lavest valgdeltakelsene og en mye mer individualistisk og tradisjonell kultur (Murray & Matland 2013). Sammenlignet med Norge er det nærliggende å tro at tendensen her til lands er tilsvarende den i Wisconsin. Vi har en stemmegivningskultur som ligger nærmere til den i Wisconsin enn den i Texas.

Bruk av deskriptive og normative argumenter kan som sådan også kunne ha en forventet effekt i Norge, da vi har en høy stemmegivningskultur her til lands. Det er en forventning om at man skal delta i demokratiet, dermed vil man kunne tenke seg at det alene vil kunne bidra til å øke valgdeltakelsen. Vi tester ikke for sosialt press i våre eksperimenter, men vi har forskjellige

budskap nettopp for å kunne teste for brevenes innhold og se om det er avgjørende for brevenes effekt. For to av brevene våre, henholdsvis det positive og det negative brevet, er det bruk av deskriptiv og normativ argumentasjon for å bevisstgjøre mottakerne om hvorfor de bør benytte seg av stemmeretten sin. Basert på det man ser her skulle man da kunne anta at det vil være disse to brevene som har høyest effekt, hvis innhold har en betydning for effekten. De to andre brevene, henholdsvis hemmelig valg-brevet og kontrollbrevet har på sin side ingen slik argumentasjon og er å regne mer som faktaopplysninger, i den grad de er mer nøytrale i sin utforming enn det de to andre er.

Dansk eksperiment med brevutsendelser i 2013

Bhatti et al. (2014) gjennomførte som nevnt over også forsøk med brevutsendelser i sine eksperimenter foran det danske kommunalvalget i 2013. De hadde forskjellige brevkampanjer hvor alle inneholdt oppfordringer om å stemme. Det første eksperimentet ble gjennomført i samarbeid med folketinget, hvor to typer brev, sammen med grunnloven ble sendt til tilfeldige velgere som fylte 18 år mellom 9. mai og 19. november 2013. Effekten var ikke signifikant og på bare 0,6 prosentpoeng hvis brever hadde vanlig utforming. For det andre brevet var effekten hele 1,6 prosentpoeng, forskjellen var at brev nummer 2 var utformet som en tegneserie. I den andre kampanjen sendte Økonomi og Indenrigsministeriet brev ut til førstegangselgere mellom 18 og 21 år. Totalt 8 forskjellige typer brev var med i forsøket, hvor den generelle samlede effekten kun var på 0,4 prosentpoeng. Den største effekten på 1,1 prosentpoeng lå for et brev som inneholdt mange argumenter for å stemme, i stedet for fokus på kun ett argument. Den tredje, og mest effektive kampanjen var i regi av Silkeborg kommune med bruk av brev og postkort, med henholdsvis 2,8 og 2,9 prosentpoengs økning hos eksperimentgruppen. Den store effekten kan muligens forklares av sterkere lokal forankring, samt at tiltakene var en del av en større mobiliseringskampanje (Bhatti et al. 2014).

Oppsummering

Kapitlet startet med en introduksjon til nudging som virkemiddel for å få mennesker til å utføre en handling de i utgangspunktet har lyst til å gjøre. Nudging er som utgangspunkt et virkemiddel for å «dytte» folk i riktig retning, enten det være seg å bruke stemmeretten sin eller treffe urinalet på flyplassen. Forutsetningen er at vedkommende ikke kan presses til å gjøre noe man ikke ønsker å gjøre. Prinsippet om nudging inneholder en grunnleggende valgfrihet til å gjøre det motsatte. Det er også en forutsetning når det kommer til våre eksperimenter. I land som har stemmeplikt er ikke demokratisk deltakelse en utfordring i samme kontekst, nettopp fordi det er et innslag av tvang som ligger til grunn for stemmeplikten.

The Noticeable Reminder Theory bygger på ideen om nudging som et effektivt virkemiddel, men gir oss visse forutsetninger for når, hvor og hvordan man kan bruke virkemidler som brev og SMS og forvente en viss effekt på tiltakene. Disse forutsetningene ligger til grunn for de målgruppene vi ønsker å øke valgdeltakelsen til gjennom våre eksperimenter, herunder unge velgere og innvandrere som har lavere deltakelse enn resten av befolkningen. Som forklart av introduksjonen til nudging er måling av effekter et nødvendig virkemiddel skal man kunne sikre en suksessfull implementasjon av tiltakene. Uten den kontrollen kan man ikke være sikker på om effekten er der, og uten den sikkerheten, vil tiltakene kunne være bortkastede penger.

Litteraturen kan ikke oppsummeres i en gylden regel for hvordan velgermobiliserende tiltak best implementeres til et gitt valg. Det er tydelig at det er utallige variabler som påvirker tiltakenes effekt i positiv eller negativ forstand. Underliggende samfunnsstrukturer kombinert med valgdeltakelse i forskjellige typer valg er alle relevante faktorer som har innvirkning på resultatet.

De store variasjonene i resultater mellom de forskjellige studiene viser at konteksten til de forskjellige GOTV-tiltakene avhenger av ganske mange faktorer for å oppnå ønsket effekt. Den definerte målgruppen og måten det nås ut til disse på i form at tiltakenes utforming, innhold og budskap er alle variabler som har betydning for resultatet. I tillegg kan mediebildet, tiltak fra andre aktører, selve valgkampen og andre variabler være underliggende faktorer som det er vanskelig å måle gjennom slike felteksperimenter. Med andre ord er ikke nødvendigvis kunnskapen overførbart mellom stater, mellom forskjellige valg eller mellom målgrupper. Nettopp derfor gjennomfører vi disse eksperimentene til stortingsvalget, fordi det er ingen garanti for at det som fungerte godt i Norge i 2015 vil kunne ha samme effekt i 2017.

4 Eksperimentdesign og forskningsmetode

Eksperimentene ble iverksatt i forkant av stortingsvalget 11. september 2017. Før vi presenterer designet og metoden er det hensiktsmessig med en orientering om valgordningen i Norge og valgsystemet som legger til rette for at eksperimentene er mulig å gjennomføre.

Stortingsvalg avholdes hvert fjerde år, stemmerett har alle norske statsborgere som fyller 18 år i valgåret, og som er eller har vært folkeregisterført i Norge.⁸ Kravet som statsborgerskap gjelder kun for stortingsvalg, ved lokalvalg er det andre regler som gjør at flere har stemmerett ved sistnevnte.

Forutsetning for eksperimentene

Valgstyret i Oslo vedtok i møte 15.03.2017 sak 16/17 at Oslo kommune skulle delta i et samarbeid med Institutt for samfunnsforskning (ISF) om en studie for å måle effekten av kommunikasjonstiltak rettet mot velgergrupper definert i kommunens kommunikasjonsstrategi for valg i Oslo. Kommunikasjonsstrategien ble vedtatt i møte 22.11.2016 og bød på en endring fra tidligere år, ved at kommunen nå aktivt skulle gå ut til enkeltgrupper som har lavere valgdeltakelse enn resten av befolkningen, herunder velgere med innvandrerbakgrunn og unge velgere.

Årsaken til at valgstyret besluttet et samarbeid med ISF var at det på nasjonalt nivå var et tilsvarende samarbeid mellom ISF og Kommunal- og moderniseringsdepartementet (KMD). Dette forsøket inkluderte innbyggere i Oslo, men i mindre grad enn det valgstyret i Oslo ønsket. For å unngå at man lagde to separate forsøk mot den samme målgruppen, hvor tiltakene kan utligne hverandre, besluttet man å delta i samarbeidet med ISF slik at man kunne koordinere forsøket. Dermed sikrer man at ingen velgere mottok flere tiltak, og man i varetar muligheten for å måle tiltakenes effekt ved å ha en kontrollgruppe som ikke er berørt.

Elektronisk manntall

Utgangspunktet for at man kan gjennomføre slike forsøk i Norge bygger på det elektroniske valgadministrative systemet kalt EVA. EVA ble anskaffet av det daværende Kommunal- og regionaldepartementet i 2010, og videreutviklet til en pilot i 2011 hvor utvalgte kommuner og fylker benyttet systemet. Fra 2013 av har EVA blitt brukt i alle landets kommuner og fylker ved valggjennomføringen.

⁸ Valgloven § 2-1 Stemmerett ved stortingsvalg

Det har skjedd mye siden KRD i sin tid anskaffet EVA, og fra 01.01.2016 av har det vært det nyetablerte Valgdirektoratet lokalisert i Tønsberg som er ansvarlig for den praktiske valg gjennomføringen på statlig nivå, og har overtatt ansvaret og eierskapet til EVA fra KMD (Regjeringen 2016).

EVA har bidratt til en digitalisering av valgprosessene i Norge. Ved forhåndsstemmegivningen benytter alle kommuner det elektroniske manntallet i EVA til å krysse av velgere, mens det fram til og med 2015 var utvalgte forsøkskommuner (herunder de tre store Oslo, Bergen og Trondheim) som fikk muligheten til å benytte seg av elektronisk manntall på valgdagene, i stedet for papirmanntall. Fra 2017 av kan kommunene selv velge om de ønsker å bruke elektronisk manntall på valgdagene, noe 255 kommuner valgte å gjøre. Det er en politisk ønsket utvikling at alle kommuner tar i bruk elektronisk manntall også på valgdagene, noe innstillingen til fullmaktskomiteen på Stortinget fra 2017 reflekterer.

Komiteen ser mange fordeler med elektronisk avkryssing i manntallet på valgtinget. En av fordelene er at stemmestyret skal krysse av i det elektroniske manntallet både for velgere som er manntallsført i vedkommende krets, og for velgere som er manntallsført i andre kretser i kommunen. En følge av dette er at kategorien «fremmede stemmer» i særskilt omslag utgår, da avkryssing også for disse velgerne skjer direkte i valglokalet. Dessuten antar komiteen at risikoen for feil blir mindre med elektronisk manntall, og at avviklingen av stemmegivingen i valglokalet vil gå raskere og mer smidig. [...] På denne bakgrunn vil Komiteen be regjeringen vurdere hva som kan gjøres for å få samtlige kommuner til å benytte elektronisk manntall også på valgtinget (Fullmaktskomiteens innstilling 2017: 9-10).

Et elektronisk manntall muliggjør denne typen studier ved at manntallet eksisterer i elektronisk format hvor man kan sammenligne tallene mot kontroll- og eksperimentgruppene i forsøket. Det er få land som har kommet like langt i digitaliseringen av valgprosessen som det Norge har, derfor er det som tidligere vist, også få studier av samme omfang, nettopp fordi det tidligere har vært en stor og krevende jobb å overføre manntallsdata fra papir til skjerm.

Design og metodikk

Til å utarbeide eksperimentene fikk vi tilgang til det elektroniske manntallet for Oslo fra Valgdirektoratet. Deretter kobles det på flere personopplysninger fra folkeregisteret etter egen tillatelse. Vi kobler på variabler som bl.a. kjønn, dato for når man fikk statsborgerskap, opprinnelsesland, familienummer og fødselsdato. Evry ble så hyret inn til å knytte mobilnummer til hver enkelt velger i manntallet for at vi skal kunne gjennomføre SMS-eksperimentene. Av 445 754 velgere overført fra manntallet kunne Evry knytte mobilnummer til 362 856 velgere, eller 81.4 prosent. De data som kobles på fra folkeregisteret og Evry legges inn i datasettet med manntallet slik at vi kan gjennomføre analysene i STATA.

Studiegruppen for brev-eksperimentene er førstegenerasjons innvandrere med statsborgerskap som har bodd i Norge under 25 år.⁹ Totalt 40 633 personer oppfylte dette kravet i Oslo. Den største enkeltgruppen kommer fra Somalia, men hovedsakelig er de fleste innvandrerne fra områder i Asia. Selv om EU-innvandring ifølge SSB¹⁰ står for nesten 50 prosent av alle innvandrere i Norge, er det betydelig færre arbeidsinnvandrere som søker statsborgerskap. Dermed er det innvandrere fra andre deler av verden som dominerer på statistikken over landbakgrunn til studiegruppen. Tabell 4.1 gir en oversikt over stemmeberettigede i Oslo over de 20 mest folkerike innvandrergroppene med stemmerett. Tallene er hentet fra datasettet vårt.

Tabell 4.1 – Opprinnelsesland for de 20 største innvandrergroppene i Oslo med stemmerett

Opprinnelsesland	Antall velgere	Opprinnelsesland	Antall velgere
Somalia	5096	Tyrkia	1188
Pakistan	4553	Filippinene	1185
Irak	3589	Vietnam	1174
Iran	2014	Russland	1061
Afghanistan	1839	India	843
Sri Lanka	1812	Eritrea	728
Jugoslavia	1603	Thailand	691
Bosnia-Hercegovina	1494	Kina	582
Marokko	1263	Chile	400
Etiopia	1195	Polen	379

⁹ Anslått basert på maks 18 års statsborgerskap og krav til 7 års botid før man kan søke.

¹⁰ <https://www.ssb.no/innvandring-og-innvandrere/faktaside/innvandring>

Som vi ser av tabellen er det de landene det siden 90-tallet har kommet flest flyktninger og familiegjenforeninger fra som dominerer statistikken over statsborgere. Dette er i tråd med SSBs funn som viser at arbeidsinnvandrere i mindre grad skifter statsborgerskap. Polen er på 20. plass med kun 379 stemmeberettigede i Oslo.

Studiegruppen for SMS-eksperimentene er velgere uten innvandrerbakgrunn, med et spesielt fokus på velgere under 30 år. Unge velgere har en lavere deltakelse enn resten av befolkningen, derfor kjører vi egne analyser på velgere under 30 for å se om det er noen forskjell i effektene hos denne gruppen kontra resten av befolkningen.

Felteksperimenter og validitet

Som vist i forrige kapittel har bruken av felteksperimenter i statsvitenskapelig forskning hatt en eksplosiv økning de siste to tiår. Det som startet med en bølge av eksperimenter innenfor valgkamper, kommunikasjon og valgdeltakelse, ledet an av Gerber og Green har utviklet seg til langt flere områder innenfor statsvitenskapelig forskning. Felteksperimenter er benyttet for å forske på alt fra valgfusk, representasjon, opprørsbekjempelse og informasjonsutveksling (Druckman et al. 2011). Felteksperimenter som metodisk tilnærming til statsvitenskapelig forskning er med andre ord noe vi sannsynligvis kommer til å se mer av i tiden fremover.

Eksperimentdesignet vårt har både høy ekstern og intern validitet. Ekstern validitet angår det som har med generalisering av funn å gjøre, mens intern validitet er et spørsmål om årsakssammenhenger (Fishkin & Luskin 2005). Hvordan kan vi være sikker på at x sin effekt på y er reell, og at det ikke er andre variabler som spiller inn? Det er spørsmålet om intern validitet. Hvordan kan vi være sikker på at tiltakenes målte effekt vil være den samme i et ekte scenario utenfor eksperimentets kontroll, og at vi dermed kan si noe generaliserende om effekten av tiltakene? Det er spørsmålet om ekstern validitet.

Høy intern validitet betyr at vi kan sannsynliggjøre en årsakssammenheng mellom tiltakene og den økte valgdeltakelsen, hvis det er en slik effekt, mens høy ekstern validitet medfører at vi kan si noe generaliserende om effekten av slike tiltak på befolkningen. Vi er altså avhengig av både høy intern og ekstern validitet i eksperimentet, for at eventuelle resultater skal kunne si noe om hvordan tiltakene faktisk fungerer.

Fordelen med slike felteksperimenter er at trekningen av eksperiment- og kontrollgruppe basert på tilfeldig trekning blant alle velgere som oppfyller kriteriene (f.eks. innvandrer, har mobil) bidrar til økt validitet for forsøkene.

Høy intern validitet er normen for de fleste eksperimenter, det er en av fordelene med denne type forskning. Ulempen er ofte at samfunnsvitenskapelige eksperimenter har lav ekstern validitet fordi de ikke produserer funn som er generaliserbare fra eksperimentgruppen til en større populasjon (Lucas 2003). Det som er fordelen med våre eksperimenter er at vi også har høy ekstern validitet.

Eksperimentdesignet vårt er ment å kopiere et reelt scenario, altså skulle eksperimentene bli videreført som permanente tiltak fra det offentliges side, vil de resultatene vi finner være overførbare. Som med Malhorta et al. (2011) er våre brev og tekstmeldinger sendt ut til velgere uten at de som mottar tiltakene har gitt noen form for samtykke til å motta SMS eller brev i forkant. Vi trekker store eksperiment- og kontrollgrupper i praksis fra hele populasjonen og de som blir valgt ut til å motta tiltakene, blir ikke informert om at de er en del av et forsøk. Disse faktorene bidrar til å styrke eksperimentets eksterne validitet og dermed kan vi si noe generaliserende om resultatene.

Sammenligner man med et survey-eksperiment så vil alle respondentene der være klar over at de er en del av forsøket og det kan påvirke de svarene som gis. Et eksempel på det er Oslo kommunes opinionsmåling for valggjennomføringen i 2017. Opinion AS gjennomfører analysen på vegne av kommunen, ved å spørre et representativt utvalg velgere i Oslo spørsmål knyttet til valget. Her oppgir hele 95 prosent av respondentene at de stemte ved årets valg, når vi vet at fasiten er 80,2 prosent (Opinion 2017). Det representerer en skjevhet i utvalget eller at folk bevisst svarer at de har stemt når det ikke er tilfellet. Hvis sistnevnte er årsaken kan vi dra paralleller tilbake til forrige kapittel og diskusjonen rundt normer og stemmegivning for å forklare avviket.

Intent-to-treat vs Average treatment-on-treated

I eksperimenter skilles det på effekten av intent-to-treat (ITT) og average treatment-on-the-treated (ATT). Det er nødvendig å forstå forskjellen på disse to når man leser forskningsresultater for å forstå hvilke tall som legges til grunn. Intent-to-treat betyr at effekten måles for hele eksperimentgruppen uten å gjøre tilpasninger på utvalget før man kjører analysen. Det er ved ITT at man måler den forventede effekten i et reelt scenario ved at de som ikke mottar tiltaket av diverse årsaker fremdeles er med i analysen. Brevene kan komme i retur grunnet feil adresse, dermed vil mottakeren aldri motta tiltaket. Tekstmeldingene kan gå til et ugyldig nummer hvis det er registrert feil informasjon eller meldingene kan forbli uåpnet, sistnevnte kan man sjekke for ved henting av lest-status hos mottakerens telefon. Ved ITT tar man ikke ut

de som man vet med sikkerhet ikke har mottatt brev eller SMS fordi det vil alltid være noen som ikke får tiltaket skulle man innføre det som en fast ordning. Average treatment-on-the-treated er da altså å fjerne de som ikke har mottatt tiltaket fra eksperimentgruppen før man kjører analysen. Det er i et forskningsmessig perspektiv ofte ønskelig å vite den faktiske effekten av tiltaket. Da vil man ta ut de man vet ikke har mottatt tiltaket for å kunne måle den reelle effekten (Lamb et al. 2015). Brev som kommer i retur eller ugyldige mobilnummer er variabler man kan forsøke å motvirke ved bedre kvalitetskontroll eller benytte andre utsendelsesmetoder, det betyr ikke at tiltakene som sådan ikke har den ønskede effekten på målgruppen. Derfor er det viktig å skille på ITT og ATT, ved at førstnevnte er forventet effekt i et reelt scenario mens det andre er et forsøk på å finne den reelle effekten av tiltakene. Vi sier forsøk fordi det fremdeles er usikkerhetsmomenter som gjør at man ikke med 100 prosents sikkerhet kan fastslå at mottaker har lest innholdet.

ITT er en enkel metode å analysere resultater av slike eksperimenter på, da man kun måler forskjellen mellom de to gruppene slik de i utgangspunktet ble trukket ut. For tekstmeldingene rapporterer vi på ATT i tillegg til ITT. ATT kan beregnes ved å dele ITT-effekten på de vi vet med sikkerhet mottok tiltaket. Vi kan også komme fram til den samme effekten (ATT) ved å kjøre en totrinns minste kvadraters-estimering (2SLS) og i tillegg få korrekt standardfeil (s.e) slik at vi kan se om effekten er signifikant eller ikke (Gerber & Green 2005). ATT vil i slike tilfeller rapportere høyere effekt enn ITT, dermed gir det oss en idé om hva den maksimale effekten vil være av tiltakene kun på de velgerne som faktisk mottok SMS.

Bruk av STATA

Alle analysene kjøres i STATA. Intent-to-treat-effektene er en standard ttest-kjøring og regress mens vi bruker ivregress 2sls for regresjonen til average treatment-on-treated-effektene. Vi lager noen nye variabler for å sjekke for avsender, budskap, alder, tidspunkt for utsendelse etc., men et mål med slike eksperimenter er å finne noen generaliserende effekter. Derfor er analysene relativt enkle slik at vi beholder den eksterne validiteten til eksperimentet. Det er en del av hensikten med felteksperimenter at dataene ikke skal bearbeides mer enn nødvendig, slik at de effektene vi finner skal være overførbare. Fordi eksperiment- og kontrollgruppene er basert på tilfeldig trekning er det heller ikke behov for kontrollvariabler som f.eks. sosial bakgrunn som man ellers kunne hatt behov for i andre studier for å ta høyde for skjevheter i utvalget.

Forutsetning for utsendelser – tillatelse fra NSD

Som tidligere forklart er det forskjell på «kalde» og «varme» påminnelser. Malhorta et al. (2011) gjennomførte eksperimenter for å se på forskjellen mellom påminnelser man har gitt aksept for å motta og de som kommer uanmeldt.

For vår del er det en nødvendig forutsetning at kontroll- og eksperimentgruppene ikke er informert eller har samtykket til å delta i eksperimentet på forhånd. Det ville gått på bekostning av eksperimentets eksterne validitet og medført at resultatene av eksperimentene ikke ville vært generaliserende.

For å kunne gjennomføre eksperimentene har vi derfor fått tillatelse fra NSD på vegne av Datatilsynet om å kunne fravike fra krav om samtykke av de det forskes på i henhold til personopplysningslovens § 20 b. Eksperimentene er vurdert til å være av stor samfunnsnyttig betydning og ulempen for den enkelte anses som liten, forutsatt at all data som publiseres er anonymisert.

Utforming av brev-eksperimentene

Totalt var 10 641 Oslovelegere med innvandrerbakgrunn i eksperimentgruppen og fikk brev tilsendt. Utvalget var inndelt i fire grupper, hvor tre av gruppene mottok et brev med et spesifikt budskap, mens det fjerde brevet er et kontrollbrev uten et slikt budskap. Tilsvarende er kontrollgruppen trukket basert på de samme kriteriene, men har da ikke mottatt noen tiltak.

De brevene som er sendt ut har hvert sitt budskap for å se om innholdet i brevet kan ha en betydning for dets effekt, kontrollbrevet uten budskap er for å se om budskapet i seg selv ikke har noen effekt, men at det å motta et brev er nok. Det er uvisst hvor mye leseren faktisk oppfatter av brevets innhold, derfor har vi et slikt kontrollbrev. Disse budskapene ble i utgangspunktet utarbeidet av Institutt for samfunnsforskning i samarbeid med Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi) i 2015, men har blitt tilpasset valget og målgruppene i 2017. Både brevene fra 2015 og 2017 kan sees og sammenlignes i appendiks.

Budskapene i brevene er utformet basert på en gjennomgang av tilsvarende innhold benyttet i amerikansk forskning, og har der vist til en høyere enn gjennomsnittlig deltakelse. Det er ikke benyttet formuleringer i brevene som legger opp til sosialt press på mottaker, slik det finnes eksempler på fra USA som tidligere vist.

Alle brevene har lik utforming, de er på en side hver, benytter seg av Oslo kommunes brevmal eller Valgdirektoratets brevmal og har et likt første og siste avsnitt. Av oppsettet følger en

generell oppfordring til å benytte seg av stemmeretten sin, et midtre avsnitt med forskjellige budskap og til slutt litt praktisk informasjon om valget og valghandlingen. Første og siste avsnitt i Oslo kommunes brev var stilet til velgere i Oslo som vist under, mens Valgdirektoratets brev var noe mer generelt siden brevene var de samme i hele landet. Brevene kan sees i appendiks.

Det første og siste avsnittet i alle fire av Oslo kommunes brev var som følger:

BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

[...]

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i Oslo er det også valgdag søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Du kan stemme i alle valglokaler i Oslo på valgdagen. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte Oslo kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Vennlig hilsen

Valgstyret i Oslo

De tre forskjellige budskapene i midtre avsnitt i de resterende brevene var som følger:

1. Din stemme er hemmelig

I valglokalet går du inn i et eget avlukke der du er helt alene når du stemmer. Etter at du har bestemt deg for hvilket politisk parti du vil stemme på, legger du stemmeseddelen i en forseglet urne med mange andre stemmesedler. Hverken valgmedarbeidere eller andre i valglokalet har lov til å spørre deg hvem du har stemt på. Du kan være helt trygg på at din stemme er hemmelig.

2. Deltakelsen blant velgere med innvandrerbakgrunn er økende. Bidra til å sette ny rekord!

Alle med norsk statsborgerskap har rett til å stemme ved valget. Ved stortingsvalget i 2013 økte valgdeltakelsen blant statsborgere med innvandrerbakgrunn. I flere grupper var deltakelsen godt over 60 prosent. Bidra til enda større deltakelse ved å stemme ved årets valg!

3. Deltakelsen blant velgere med innvandrerbakgrunn er for lav. Bidra til å snu trenden!

Alle med norsk statsborgerskap har rett til å stemme ved valget. Dessverre deltok velgere med innvandrerbakgrunn i langt mindre grad enn resten av befolkningen ved stortingsvalget i 2013. I flere innvandrergupper var deltakelsen godt under 50 prosent. Du kan bidra til å snu trenden ved å stemme ved stortingsvalget den 11. september!

Alle brevene er skrevet på norsk, som for mange statsborgere med innvandrerbakgrunn er et andrespråk. Likevel kan vi anta at med så lang botid som kreves for å få statsborgerskap, i tillegg til statsborgerprøve, vil de aller fleste beherske språket godt, og derav fint kunne lese innholdet i brevene.

Budskapet om hemmelig valg i det første brevet baserer seg på arbeidet til Gerber et al. (2013). En undersøkelse blant personer som ikke stemte viste at ikke-velgere hadde ulike misoppfatninger av hva det å stemme innebar. Flere hadde blant annet en oppfatning av at det ikke var hemmelig valg, men at stemmen kunne spores tilbake til velger. Hvis velgere bekymrer seg for eventuelle represalier eller måtte forsvare valget sitt kan det gjøre at man velger å ikke

benytte seg av stemmeretten sin (Gerber et al. 2013). I en oppfølgingsstudie året etter av Gerber et al. (2014), i samarbeid med Secretary of State of Connecticut, ble det sendt ut brev til et utvalg ikke-velgere med forsikringer om at stemmegivningen var hemmelig. Effekten av brevet var på over 3 prosentpoeng for de i utvalget som aldri hadde stemt tidligere, mens det for de som hadde stemt før ikke hadde noen effekt. Med en såpass stor målbar effekt i Connecticut er det rimelig å anta at vi vil kunne se en forskjell også på norske velgere, da vi vet at statsborgere med innvandrerbakgrunn har betydelig lavere deltakelse enn befolkningen generelt, blant noen grupper er deltakelsen under 50 prosent (Wiggen & Aalandslid 2014).

Norge har lange tradisjoner og et strengt lovverk for å sikre hemmelighold av valghendelsen. Lovens formålsparagraf § 1-1 vektlegger at loven tilrettelegger for frie, direkte og hemmelige valg. Vi vet at mange innvandrere kommer fra stater som har langt svakere institusjonelle rammeverk for å ivareta prinsippene om hemmelig valg. Valgfusk og vold i og rundt valglokale er ikke ukjente fenomen i mange land. Derfor er det sannsynlig å kunne anta at innvandrere med bakgrunn fra mindre demokratiske stater kan bli påvirket av et budskap som fremhever at det er hemmelig valg. Siden budskapet om hemmelig valg er mer å regne som en opplysning enn et aktivt budskap eller nudge, er det de som har stemmerett for første gang ved et stortingsvalg som er i gruppen som får det brevet.

De to siste brevene bruker deskriptive og normative argumenter i sin fremstilling. Det positive brevet fremhever at deltakelsen blant innvandrere er økende, og at man kan bli med for å slå rekorden fra sist. Det negative brevet poengterer at deltakelsen blant innvandrere er langt lavere enn befolkningen ellers, men at man kan hjelpe med å snu trenden. Begge påstander er sanne, men man ønsker å finne ut av hvilken vinkling av budskapet har størst effekt, hvis det er en forskjell. Det vil kunne være avgjørende for fremtidige kommunikasjonstiltak å vite om man bør vinkle budskapet i positiv eller negativ retning for å oppnå størst mulig effekt. Det er flere studier på denne type vinkling med stridende resultater. Som vist i tidligere var effekten ulik blant velgere i Texas og Wisconsin ved bruk av denne typen formuleringer (Murray & Matland 2013).

Med de to siste brevene tester man gruppeidentitetsteori som sier at inkonsekvent bruk av deskriptive og normative argumenter vil gi svakere effekt enn konsekvent bruk (Gerber & Rogers 2009). Normative argumenter fremhever alltid at man burde benytte seg av stemmeretten sin og stemme, mens deskriptive beskriver situasjonen slik den er. Situasjonen kan likevel beskrives i både positiv eller negativ retning, slik vi gjør i disse to brevene, men der det positive er konsekvent positivt, er det negative først negativt også en oppfordring om å snu

trenden (positivt). Gerber og Rogers (2009) argumenterer for at konsekvent bruk av deskriptive og normative argumenter (positivt) gir høyere utfall, enn ved å erkjenne nederlag først og derav lette presset på mottaker ved at vedkommende ikke er alene om å sitte hjemme (negativt) før velger oppfordres til å snu trenden. I disse to brevene er altså det første konsekvent mens det andre er inkonsekvent i sin bruk av deskriptive og normative argumenter.

Gerber og Rogers (2009) fant i sin forskning at brevene var vesentlig mer effektive ved konsekvent bruk, men de testet hypotesen sin i en spørreundersøkelse, ikke gjennom et faktisk felteksperiment. Det negative brevet har en tvist ved at man direkte sammenligner statsborgere med innvandrerbakgrunn mot majoriteten, og fremhever i negativ forstand at førstnevnte gruppe deltar i langt lavere grad enn det befolkningen ellers gjør. Nickerson og White (2013) gjennomførte en studie blant afroamerikanske demokrater i Nord-Carolina hvor de fant store forskjeller i resultatene. Når afroamerikanere, som bodde i nabolag hvor svartes deltakelse var lavere enn hvites deltakelse, og de ble fortalt dette, ble deltakelsen deres enda lavere. Mens for afroamerikanere som bodde i nabolag hvor svarte og hvite hadde like høy deltakelse, gikk den opp. Ergo er det nok et argument for at vi kan forvente høyere effekt på det positive enn det negative brevet.

Det som derimot skjedde i 2015, da tilsvarende eksperiment som vi foretar her ble gjennomført av ISF, fant man motsatt effekt. Der hadde det negative brevet litt høyere målt effekt enn det positive (Bergh et al. 2016). Altså finnes det motstridende forskning for hvilket budskap man i utgangspunktet forventer skal ha høyest effekt.

Utsendelse og gjennomføring

Oslo kommune sto selv for utforming av brevmal, pakking og utsendelse av egne brev, totalt 5308 brev. Det ble benyttet Bring til utskrift, pakking og frankering, før de ble overlevert til Posten. Alle brevene fikk en egen trykt konvolutt med Oslo kommunes byvåpen og Valgstyret på forsiden over vinduet.

Brevene ble sendt med B-post mandag 4. september, slik at de skulle komme fram mellom onsdag og fredag før valgdagen. Valgstyret i Oslo er ansvarlig for gjennomføringen av offentlige valg i kommunen og er sådan er svært relevant aktør i valggjennomføringen, selv om mange velgere ikke nødvendigvis har noe forhold til selve det politiske utvalget. Likevel kan vi forvente at alle mottakere har et forhold til kommunen som ansvarlig myndighet for valggjennomføring.

På bakgrunn av dette bør eksperimentet være identisk med et reelt scenario for hvordan man ville gjennomført lignende tiltak uten å måle effekten. Dette bidrar til å styrke den eksterne validiteten til eksperimentet. Tilsvarende vil det faktum at vi ikke gir mottakerne et varsel om forsøket på forhånd videre bidra til å styrke validiteten.

Utforming av SMS-eksperimentene

Tekstmeldingene ble sendt ut i intervaller fra og med mandag 4. september og til og med valgdagen, mandag 11. september. Totalt antall utsendte meldinger for velgere i Oslo var 18 369. Tekstmeldingene som ble sendt uka før valgdagen gikk ut hver ettermiddag klokken 19.00. For de meldingene som ble sendt ut på valgdagen startet utsendelsene klokken 08.00 og ble sendt ut i timesintervaller fram til klokken 16.00.

Selve utsendelsene sto Respons Analyse for, da de har utstyr og kompetanse til å sende ut store mengder tekstmeldinger samtidig. I tillegg har de systemer for å føre oversikt over hvilke tekstmeldinger som ble levert til mottakers mobiltelefon og hvilke tekstmeldinger som av en eller annen grunn feilet i utsendelsen. Dette gir oss senere mulighet til å analysere den reelle effekten av meldingene som ble mottatt.

Tekstmeldingene hadde to formuleringer avhengig av når de ble sendt. De som ble sendt uken før valgdagen hadde en egen formulering, mens de som gikk ut på selve valgdagen hadde en annen. Forskjellen i innholdet var tilpasset tidspunkt for utsendelse. Totalt 18 369 velgere i Oslo fikk tilsendt SMS i løpet av perioden.

Meldingene som ble sendt uka før valgdagen hadde følgende formulering:

*Hei! Dette er en vennlig påminnelse om valget 11. september. Demokratiet har bruk for din stemme så husk å delta i valget. Hilsen Oslo kommune
[Hilsen valg.no]*

Mens meldingene som gikk ut på selve valgdagen hadde følgende formulering:

Hei! Har du stemt? Hvis ikke, kan du ennå rekke det. Valglokalene er åpne fra kl. 09 til kl. 21 i dag. Delta i valget! Hilsen Oslo kommune [Hilsen valg.no]

Avsender av tekstmeldingene var Oslo kommune, som vedtatt av valgstyret i sak 46/17 i møte 19.06.2017. Fra det nasjonale forsøket sto valg.no som avsender av tekstmeldingene.

5 Resultat av brevene

For at man skal kunne sammenligne forsøket i år med det ISF gjennomførte etter lokalvalget i 2015 gjennomføres analysen på samme måte. Det innebærer at vi først sammenligner de fire eksperimentgruppene (tre budskap og kontrollbrev) mot kontrollgruppen.¹¹ Analysen gjennomføres separat for å skille mellom de som stemmer for første gang og innvandrerbefolkningen generelt, dette fordi vi kan forvente en mulig forskjell i målt effekt mellom disse gruppene, og fordi vi senere skal se om brevenes budskap har betydning for deres effekt.

Årsaken til at vi kan forvente en mulig forskjell i effekten hos de som stemmer for første gang og resten er at det kan være ulik valgdeltakelse mellom disse gruppene. I 2015 så vi at de innvandrerne som stemmer for første gang har betydelig lavere deltakelse. Selv om tallene eller forventningene ikke er overførbare til statsborgere med innvandrerbakgrunn er det interessant nok å skille ut denne gruppen for å se om effektene varierer. I tillegg viser forskning at det å få statsborgerskap bidrar til økt integrering. Hainmueller et al. (2017) viser til at det å få statsborgerskap fungerer som en pådriver for økt integrering. Derfor ønsker vi å skille ut de som har fått statsborgerskap siden forrige stortingsvalg og er stemmeberettiget for første gang til stortingsvalget i 2017 for å finne ut om effekten er større hos de som nyligst har blitt statsborgere.

Det gjennomføres som tidligere nevnt et forsøk nasjonalt parallelt med det forsøket som er gjennomført i Oslo. Fordi det nasjonale forsøket også var avhengig av å bruke deler av eksperimentgruppen i Oslo slår vi sammen de tilsvarende brevene som er sendt ut for å ha et større grunnlag til å kunne analysere de forskjellige budskapenes betydning. Brevene hadde samme formuleringer, hvor det eneste som skilte var brevmal og avsender. Henholdsvis var det valgstyret i Oslo og Valgdirektoratet ved direktør Bjørn Berg som sto som avsendere. Tabell 5.1 viser totalt antall utsendte brev for Oslo kommune og Valgdirektoratet samlet, fordelt på de forskjellige budskapene brevene hadde.

¹¹ Merk at det ikke var et kontrollbrev i 2015, kun de tre budskapene i hvert sitt brev.

Tabell 5.1 – Antall brev sendt fra Oslo kommune og Valgdirektoratet samlet

Budskap	Innvandrere som er førstegangsvølgere	Alle innvandrere
Hemmelig valg	1,723	-
Positivt brev	551	2,978
Negativt brev	524	2,978
Kontrollbrev	507	2,962
Totalt	10,641	

Som det vises av tabellen har brevet med budskapet hemmelig valg kun gått til de som stemmer for første gang. De andre brevene til de som stemmer for første gang er også med under «alle innvandrere» i analysen slik at vi får en samlet effekt.

Tabell 5.2 viser valgdeltakelsen for hver av eksperimentgruppene sammenlignet med kontrollgruppen. Tabellen er delt i innvandrere som er førstegangsvølgere og alle innvandrere. Tabellen viser ITT-effektene (intent to treat) som forklart er hvordan den opprinnelige eksperimentgruppen ble randomisert og trukket, uten å ta høyde for om brevene er mottatt eller ikke. ITT har på grunn av sin høye validitet blitt standarden for hvordan slike forsøk måles og analyseres, nettopp fordi man ikke bearbeider tallene ved å f.eks. fjerne de brevene som kom i retur eller legge til andre variabler før man kjører analysen. Effekten ved ITT er den forventede effekten som er overførbar ved generalisering av funnene.

Vi har ingen informasjon om brevene ble lest eller ikke, og vi vet heller ikke om de kom fram i tide før valgdagen. Selv om de ble sendt i god tid (en uke før valgdagen) kan det i noen tilfeller være at posten er forsinket i leveransen som gjør at brevene ikke kommer fram før etter valgdagen. Vi kan likevel anta at de aller fleste brev som ikke kom i retur, kom fram i tide.

Tabell 5.2 – Eksperimentresultater. ITT (intention to treat) = prosentpoengs økning i valgdeltakelse i eksperimentgruppene.

	Innvandrere som er førstegangsvølgere			Alle innvandrere		
	ITT	(s.e.)	N	ITT	(s.e.)	N
Brev – Hemmelig valg	2,4	(1,3)	1.723			
Brev – Positivt	4,4**	(2,2)	551	0,5	(1,0)	2.978
Brev – Negativt	-0,7	(2,3)	524	0,8	(1,0)	2.978
Brev - Kontrollbrev	2,6	(2,3)	507	1,2	(1,0)	2.962
Kontrollgruppens valgdeltakelse	59,7		4.252	59,5		24.437

** = statistisk signifikant på 0.05

Tabellen viser en positiv effekt av brevene hos innvandrere som er førstegangsvølgere med unntak av det negative hvor det er en marginal negativ tendens, men det er kun det positive brevet som er signifikant. Hos alle innvandrere er også tendensen svak positiv, men det er ingen signifikante effekter.

At kun det positive brevet skal ha en målbar effekt hos innvandrere som stemmer for første gang er noe usannsynlig. Tabellen viser en antydning til at nesten alle brevene har en positiv effekt i større eller mindre grad, men tallene tyder på at budskapet ikke nødvendigvis har noen betydning for effekten. Siden eksperimentgruppene blir relativt små når vi skiller mellom budskapene, vil det være mer interessant å kjøre analysen på nytt for alle brevene samlet.

Tabell 5.3 – Resultater for brevene samlet

	Innvandrere som er førstegangsvølgere			Alle innvandrere		
	ITT	(s.e.)	N	ITT	(s.e.)	N
Eksperimentgruppe	2,3**	(0,7)	3.305	1,1	(0,6)	10.641
Kontrollgruppens valgdeltakelse	59,7		4.252	59,5		24.437

Etter å ha kjørt analysen på nytt for alle brevene samlet ser vi at vår antakelse om at brevene i seg selv har større betydning enn budskapet ser ut til å stemme. Tabell 5.3 viser en signifikant

effekt på 2,3 prosentpoengs økning hos eksperimentgruppen sammenlignet med kontrollgruppen. Dermed kan vi fastslå at for innvandrere som stemmer for første gang til et stortingsvalg vil vi kunne øke valgdeltakelsen ved å sende velgerne i denne gruppen et brev i forkant av valget.

Sammenlignet med effektene fra 2015 fremstår disse resultatene ved første øyekast som noe mer moderate. I 2015 hadde brevene en effekt hos innvandrere som kunne stemme for første gang på 5,6 prosentpoeng, 4,8 prosentpoeng og 7,0 prosentpoeng for henholdsvis brevet om hemmelig valg, positivt budskap og negativt budskap. Mens for alle innvandrere var effekten på det positive brevet 3,0 prosentpoeng og 3,7 prosentpoeng for det negative brevet (Bergh et al. 2016).

Forskjellen mellom målgruppene ved lokalvalg og stortingsvalg tydeliggjøres her, for sammenlignet med 2015 har våre eksperiment- og kontrollgrupper betydelig høyere valgdeltakelse. Valgdeltakelsen for innvandrere som stemte for første gang i 2015 var på 20,9 prosent, mens for alle innvandrere var den 40,1 prosent. Sammenlignet med våre tall hvor begge gruppene ligger på rundt 60 prosents deltakelse. Betydelig høyere deltakelse i utgangspunktet påvirker naturlig nok tiltakenes potensielle effekt.

Det er interessant at brevene har en signifikant effekt hos statsborgere med innvandrerbakgrunn som stemmer for første gang, men ikke hos alle statsborgere med innvandrerbakgrunn. Disse to gruppene har tilnærmet lik valgdeltakelse, 59,7 prosent vs. 59,5 prosent, dermed burde vi i utgangspunktet kunne forvente en signifikant effekt her også. For alle innvandrere i tabell 5.3 er man veldig nærme signifikante resultater. P-verdien er på 0,051, dermed ser vi en tendens her uten å kunne være helt sikker på effekten av tiltakene.

Disse analysene viser brevene sendt fra Oslo kommune og fra Valgdirektoratet samlet. Analysen er i tillegg kjørt separat for brevene fra Oslo kommune og brevene fra Valgdirektoratet til innvandrere som stemmer for første gang for å se om avsender har en betydning. Der finner vi at kun brevene fra Oslo kommune har en signifikant effekt, mens brevene fra Valgdirektoratet ikke har det. Ved å kjøre en ttest av Valgdirektoratets brev mot Oslo kommunes brev finner vi ikke at avsender har noen betydning, og at det mest sannsynlig er tilfeldigheter eller andre forhold som gjør at kun kommunens brev er signifikante.

Tabell 5.4 – Brev til innvandrere som stemmer for første gang.

	Valgdeltakelse	(s.e)	N
Brev fra Oslo kommune	62,7	1,2	1.646
Brev fra Valgdirektoratet	61,2	1,2	1.659

Effekten er ikke signifikant, dermed er ikke avsender av betydning for om brevet skal ha en effekt eller ikke.

Retursending av brev

Det var overraskende hvor stor andel av brevene som kom i retur. Adresseinformasjonen var kun et par måneder gammel ved utsendelse, og i Oslos tilfelle var det Bring og Posten som sto for produksjon, trykk og postlegging av brevene. Dermed er det ingenting som tilsier at Postens systemer på et eller annet grunnlag skulle få problemer med å lese mottakernavn el.l. De fleste brevene som kom i retur, kom i ukene rett etter valget, men et og annet brev kom i retur et par måneder fram til jul. Totalt kom hele 603 av 5308 brev som Oslo kommune sendte ut i retur. Det tilsvarer hele 11,4% av brevene, noe som må sies å være relativt mye. Siden så mange brev kom i retur har det blitt gjennomført stikkprøvekontroller av returnerte brev opp mot adresseinformasjon i folkeregisteret, uten at man har funnet noen avvik der. Det ble også sendt ut brev til et fåtall ansatte i kommunen for å verifisere at brevene kom fram i tide, noe de gjorde for alle ansatte som fikk tilsendt brev (disse er ikke med i analysen). Dermed er det sannsynlig at feilen ligger i umerkede postkasser, personer som flytter uten å melde fra hos folkeregisteret og andre eksterne forhold utenfor vår kontroll.

På bakgrunn av returandelen hadde det ved et senere forsøk vært interessant å se om brev sendt digitalt til Altinn (digipost/e-boks) har en annen effekt. Med digital forsendelse er det også mulig å få en lesebekreftelse, samt tidspunkt for når brevet ble lest. I denne omgang valgte man å ikke sende digitalt, nettopp fordi tanken er at et fysisk brev skal ha større betydning for mottaker. I tillegg vet man at en del elektroniske brev forblir ulest, uten at man har tilsvarende tall for brev sendt pr. post.

6 Resultat av tekstmeldingene

Tekstmeldingene ble sendt uken før valgdagen og på valgdagen. Som med brevene ble en del av tekstmeldingene i det nasjonale forsøket sendt til velgere i Oslo. Tekstmeldingene hadde samme formulering, men ulik avsender. De sendt av Oslo kommune hadde Oslo kommune som avsender, tekstmeldingene sendt i nasjonal regi hadde valg.no som avsender. Tabell 6.1 gir en oversikt over antall tekstmeldinger sendt til velgere i Oslo med norsk opphav med henholdsvis Oslo kommune og valg.no som avsender, samt valgdeltakelsen hos disse to gruppene.

Tabell 6.1 – Antall tekstmeldinger sendt til velgere med norsk opphav

Avsender	Antall	Valgdeltakelse
Oslo kommune	10.141	87,8%
Valg.no	8.228	88,7%
Totalt	18.369	88,2%

Umiddelbart så ser vi av tabell 6.1 at her skiller utvalget seg fra befolkningen i Oslo generelt. Oslo hadde en valgdeltakelse i 2017 på 80,2%, dermed ligger utvalget vårt samlet hele 8 prosentpoeng over snittet. Så hvorfor ligger det så høyt?

Årsaken bak dette ligger nok ikke i trekningen av utvalget, som har vært tilfeldig. Vi har også trukket et såpass stort utvalg at tilfeldigheter ikke kan forklare den store forskjellen i valgdeltakelse. Det som derimot har vært forutsetningen blant de vi har trukket ut, både eksperimentgruppe og kontrollgruppe, har vært at velgeren har et registrert mobilnummer i sitt navn.

Det å ha et registrert mobilnummer i eget navn er en nødvendig forutsetning for eksperimentet, ellers ville det ikke ha vært mulig for oss å sende velgeren en SMS. Det er derfor mye som tyder på at bare ved å oppfylle dette ene kravet, øker sannsynligheten betraktelig for at du finner veien til nærmeste valgurne i løpet av valgperioden.

Det å ikke ha et registrert mobilnummer i eget navn kan selvfølgelig ha flere forklaringer, abonnenten kan ha valgt å skjule mobilnummeret fra telefonkatalogen, abonnementet kan stå registrert i en annen person sitt navn eller det kan være at man rett og slett ikke eier en mobiltelefon. Men det er tydelig at det å ha et registrert mobilnummer øker sannsynligheten for at man bruker stemmeretten sin.

Tabell 6.2 – Effekten av å sende SMS til norske velgere i prosentpoengs økning fra kontrollgruppen

	ITT	(s.e)	N
Effekt hos eksperimentgruppen	0,2	(0,2)	18,369
Kontrollgruppens valgdeltakelse	88,0	(0,06)	272,921

Som vist i tabell 6.2 er det en 0,2 prosentpoengs forskjell mellom kontrollgruppen og eksperimentgruppen, men det er ikke signifikant. Dermed ser det ikke ut til at å sende en SMS som påminnelse til alminnelige velgere har en målbar effekt ved et stortingsvalg.

Systemet for utsendelse av SMS gir beskjed hvis tekstmeldingene av en eller annen årsak feiler ved sending. Det gir oss mulighet til å måle ATT-effekten av å sende tekstmeldinger. Dette gjøres ved å fjerne de meldingene som feilet fra analysen, og lar oss dermed måle effekten av kun de meldingene som nådde mottakers mobiltelefon. Tabell 6.3 viser ATT-effekten av SMS til norske velgere.

Tabell 6.3 – ATT-effekt av SMS til norske velgere

	ATT	(s.e)
Effekt hos eksperimentgruppen	0,2	(0,3)
Kontrollgruppens valgdeltakelse	88,0	(0,06)

Som vi ser av tabellen er det ingen endring i effekt fra kontrollgruppen, og effekten er heller ikke nå signifikant. Det hadde vi heller ikke ventet, enn så lenge deltakelsen til kontrollgruppen er såpass høy. Når nesten 9 av 10 vi gjør et forsøk på allerede benytter seg av stemmeretten sin, blir marginen for hva det er mulig å oppnå i forsøket betydelig minimert. En deltakelse på nesten 90 prosent er helt i toppsjiktet for hva man kan forvente i et land uten stemmeplikt.

Unge velgere

Resultatene til Bergh et al. (2016) viste at ved lokalvalget i 2015 hadde SMS-påminnelser en effekt på 4,58 prosentpoeng hos norske velgere under 30 år. Denne velgergruppen hadde en valgdeltakelse på 45,3 prosent til kommunestyrevalget i 2015. Tabell 6.4 viser velgere under 30 år, både ITT og ATT. Statsborgere med innvandrerbakgrunn er ikke inkludert i analysen.

Tabell 6.4 – ITT og ATT for velgere under 30 år

	ITT	(s.e)	ATT	(s.e)	N
Eksperimentgruppe	0,1	(0,6)	0,2	(0,7)	3,760
Kontrollgruppe	82,0	(0,2)	82,0	(0,2)	55,464

Som vi ser av tabell 6.4 finner vi heller ingen effekt hos velgere under 30 år, dette gjelder både ITT og ATT. Det som igjen er slående er hvor høy valgdeltakelsen er hos kontrollgruppen. 82 prosent valgdeltakelse ligger over landsgjennomsnittet på 78,2 og er også høyere enn valgdeltakelsen i Oslo som var på 80,2.

Igjen er dette velgere med registrert mobilnummer i sitt navn, altså ser vi den samme tendensen for de under 30 som vi ser for alle andre ved at de som har registrert mobilnummer har høyere deltakelse enn resten. Velgere under 30 har tradisjonelt lavere valgdeltakelse enn de over, noe vi også ser uttrykk for her ved at kontrollgruppen «bare» har 82 prosents deltakelse mens det for alle lå på 88 prosent.

Et argument som ofte brukes for hvorfor unge velgere har lav deltakelse ved lokalvalg er at mange studerer/bor i en annen by enn den de er folkeregistrert i. Dermed kan lokalpolitikken i hjemkommunen fremstå som mindre interessant siden man ikke bor der til daglig, og det påvirker deltakelsen. Men ved stortingsvalg har ikke bosted den samme betydningen.

Resultatene ser ut til å indikere at the Noticable Reminder Theory ikke har noen effekt i våre eksperimenter. Det er ikke urimelig med tanke på teoriens forutsetning ved at velgeren skal være «på vippen til å stemme» for at en liten dytt skal ha noen effekt. Det vi ser i disse tallene er at de som ønsker å stemme, ser ut til å benytte seg av stemmeretten sin.

Tidspunkt for utsendelse

Tekstmeldingene hadde noe ulik formulering avhengig av utsendelsestidspunkt. De meldingene som gikk ut uken før valgdagen hadde en litt annen ordlyd enn de som gikk på selve valgdagen. Eksperimentgruppen er litt for liten til at det er hensiktsmessig å bryte ned analysen i dager før valgdagen og timesintervaller på valgdagen. Det ble sendt ut totalt 18 369 meldinger totalt, derfor valgte vi heller å differensiere meldingene ved å se samlet på de som gikk ut uken før valgdagen og samlet for de som gikk ut på selve valgdagen.

Resultatene er de samme når vi analyserer tallene på nytt, altså ingen signifikante effekter. Vi kjørte analysen for alle velgere og velgere under 30, med meldinger sendt uken før valgdagen

og meldinger sendt på valgdagen som en egen variabel. At vi ikke ser noen effekt av å dele opp utvalgene basert på når tekstmeldingen ble sendt er ikke overraskende ettersom det ikke var noen signifikant effekt for alle tekstmeldingene samlet heller.

Omfang av registrerte mobilnummer

Det mest overraskende funnet vi har kommet fram til i dette kapittelet er hvor høy valgdeltakelse velgere med registrert mobilnummer har. I dagens samfunn er det fort gjort å tenke at alle har en mobiltelefon, men tallene våre viser at det ikke stemmer.

Tabell 6.5 – Velgere i Oslo med registrert mobilnummer

	Antall	Valgdeltakelse
Velgere uten registrert mobilnummer	82,898	75,5%
Velgere med registrert mobilnummer	362,856	83,2%

Tabell 6.5 viser både statsborgere med innvandrerbakgrunn og norske velgere. Tabellen bekrefter det vi har sett tydelige tendenser til i hele kapittelet, nettopp at for de velgerne som har et registrert mobilnummer i sitt navn så ligger valgdeltakelsen betydelig høyere enn for de uten. Nesten 83 000 velgere uten registrert mobiltelefon ligger hele 8 prosentpoeng under de 363 000 velgerne med registrert nummer.

Det er åpenbart at det er ikke det at de har registrert mobilnummer som er utslagsgivende for om de stemmer eller ei. Det er heller ikke slik at for den gruppen som ikke har registrert mobilnummer så er valgdeltakelsen bekymringsverdig lav. Men for våre eksperimenter så er det nettopp hos denne gruppen det er mest å hente, men vi kan ikke nå de via disse tiltakene. Dermed er ikke SMS nødvendigvis egnet som virkemiddel for å kunne teste ut the Noticable Reminder Theory ved stortingsvalg i Oslo, da vi ikke når ut til den gruppen vi ønsker å nå i dagens format.

7 Diskusjon

Den grunnleggende ideen bak eksperimenter av denne typen er nudging, hvordan kan vi enkelt påvirke individer til å utføre en handling de selv ønsker å gjøre, men av ulike årsaker ikke nødvendigvis får utført.

Målet med disse eksperimentene har vært å se på om det finnes noen enkle gjennomførbare tiltak som kan bidra til å øke valgdeltakelsen hos de gruppene som har lavest valgdeltakelse. Nudging bygger på prinsipper fra atferdsøkonomi hvor tanken bak er at små dytt skal kunne påvirke velgere til å gjøre noe de i utgangspunktet mener er riktig å gjøre, nemlig bruke stemmeretten sin. Eksperimentene besto i å sende ut brev og SMS til velgere for å se om dette kan ha en positiv effekt og derav få flere til å stemme.

Det er få tidligere eksempler på GOTV-forsøk gjennomført i europeisk sammenheng. Enda færre eksempler finnes på forsøk gjennomført blant minoritetsbefolkninger. Derfor er eksperimentene våre i en særstilling når det kommer til gjennomføring av denne typen forsøk.

Som tidligere vist har Norge og Oslo en generelt høy valgdeltakelse ved stortingsvalg, men også her er det nyanser som ikke kommer tydelig fram før man bryter ned tallene og ser på enkeltgrupper som ligger betydelig under snittet. Oslo hadde en deltakelse på 80,2 prosent i 2017, som var over gjennomsnittet for hele landet. Likevel hadde statsborgere med innvandrerbakgrunn en deltakelse som lå helt nede i 60 prosent, altså 20 prosentpoeng under snittet for hele kommunen. Bryter man ned disse tallene igjen, vil man se at blant disse ligger noen grupper enda lavere enn 60 prosent, mens andre ligger høyere. Fordi utvalgsstørrelsene i Oslo basert på landbakgrunn raskt blir veldig små grupper vil det ikke presenteres mer spesifikke tall enn det som allerede er presentert for valgdeltakelsen hos statsborgere med innvandrerbakgrunn.

Vi gjennomfører disse eksperimentene for å se om tiltakene fungerer. Det er viktig å presisere at målet med eksperimentene er å se om tiltakene fungerer, ikke å oppnå høyest mulig effekt. Målet med eksperimentene, å finne ut om man med enkle tiltak kan øke valgdeltakelsen, er viktig fordi det er en forutsetning i demokratiske systemer at det er oppslutning blant befolkningen i å velge sine representanter til de demokratiske institusjonene som skal ivareta befolkningens interesser. Selv om gjennomsnittlig valgdeltakelse i Oslo er relativt høy, og for øvrig ligger over landsgjennomsnittet med 2 prosentpoeng, så viser tallene våre at det er deler av befolkningen i Oslo som deltar i betydelig lavere grad enn snittet. For å unngå utenforskap og parallellsamfunn er det en politisk målsetning å øke valgdeltakelsen hos de gruppene hvor

valgdeltakelsen er lavest. Vi søker derfor å finne ut om vi med enkle grep kan bidra til å øke deltakelsen blant disse velgerne ved hjelp av enkle virkemidler som brev og SMS.

Den akademiske motivasjonen for å gjennomføre eksperimentene har til hensikt å øke forståelsen på dette fagfeltet. Det er gjennomført relativt få GOTV-forsøk i nordisk og europeisk sammenheng. Motivet vårt er derfor å gjennomføre eksperimenter på linje med de som ble gjennomført i 2015 for å øke forståelsen av hvordan disse eksperimentene fungerer under norske forhold i et valg med høy valgdeltakelse. Da tiltakene ble gjennomført i 2015 hadde de høy effekt, men når vi i 2017 tester de samme tiltakene i en ny kontekst har de lavere effekt. Sammenligner vi med 2015-resultatene ser vi at tiltakene våre ikke har en overførbar effekt mellom stortingsvalg og lokalvalg. For offentlige myndigheter og andre som kan ha interesse av å gjennomføre slike tiltak er dette viktig og nyttig informasjon.

Den teoretiske bakgrunnen for denne typen eksperimenter er en blanding av teori innenfor atferdsøkonomi, tidligere GOTV-forsøk, teorier innenfor GOTV, og forskningsmetodikk vi kjenner fra andre vitenskaper. Vi måler effektene våre med kontroll og eksperimentgrupper, slik som man gjør i bl.a. legevitenenskapen hvor man tester effekten av nye behandlingsmåter og medisiner på samme måte. Det at forsøkene våre har høy ekstern og intern validitet bidrar til gode forutsetninger for at eventuelle funn er gjeldende i populasjonen. Høy intern og ekstern validitet innebærer at eksperimentene er gjennomført som om det var et ekte scenario, samtidig som resultatene er generaliserbare skulle tiltakene bli innført som permanent ordning.

Brev

Det ble sendt ut totalt 10 641 brev til norske statsborgere med innvandrerbakgrunn bosatt i Oslo. Det var totalt 4 typer budskap i brevene, henholdsvis et brev som informerte om hemmelig valg i Norge, et brev som hadde positiv vinkling på innvandreres deltakelse, et brev med negativ vinkling på innvandreres deltakelse og et kontrollbrev. Sistnevnte hadde ikke noe budskap, kun faktaopplysninger. Avsendere av brevene var Oslo kommune og Valgdirektoratet, hvor budskapene i brevene var identisk. I målingen av effekter er brevene slått sammen for å øke størrelsen på utvalgene.

Gerber og Rogers (2009) argumenterer for at konsekvent bruk av deskriptive og normative argumenter, slik det positive brevet vårt er, vil ha høyest effekt når man tester ut slike virkemidler. Det negative brevet mener de vil ha en svakere effekt fordi bruken av normative argumenter ikke er konsekvent. Da Institutt for samfunnsforskning gjennomførte sine

eksperimenter i 2015 var effekten motsatt av det vi forventer, hvor det negative brevet hadde høyest effekt (Bergh et al. 2016).

De funnene vi derimot sitter igjen med i analysen viser at alle brevene har en positiv effekt på eksperimentgruppen, med unntak av det negative brevet hvor det er en svak negativ effekt, men den er ikke signifikant. Vi klarer altså ikke å finne at det er en signifikant forskjell mellom budskapene. I tillegg ligger effekten vi fant betydelig lavere enn den fra 2015. Det henger nok sammen med at eksperimentgruppen vår har høyere valgdeltakelse i utgangspunktet enn den fra 2015. Det fremstår altså for oss, basert på de resultatene som er presentert at det å få et brev kan være nok i seg selv og at brevets budskap er underordnet betydningen for om brevet får deg til å gå til valgurnene eller ei.

Hva er så betydningen av våre funn?

Det mest interessante knytter seg til forskjellen mellom de innvandrerne som stemmer for første gang og de som har hatt stemmerett ved tidligere stortingsvalg. Deres valgdeltakelse er nesten identisk på ca. 60 prosents deltagelse. Likevel har brevene kun en effekt på de som stemmer for første gang, mens det for de resterende ikke er noen målbar effekt. Hvorfor er det slik?

Vi kan ikke med sikkerhet gi svaret på det, men en mulig forklaring kan være betydningen av det å nylig å ha fått statsborgerskap. Hainmueller et al. (2017) viser til at det å få statsborgerskap bidrar som en katalysator til økt økonomisk, sosial og politisk integrering. Hvis det å få statsborgerskap har en positiv integrerende betydning, er det heller ikke urimelig at brevene har størst effekt hos de som nyligst fikk statsborgerskap.

Hvis det å få statsborgerskap faktisk har de implikasjoner Hainmueller argumenterer for så kunne i utgangspunktet den gruppen som stemmer for første gang ha noe høyere deltagelse enn de som har stemt ved tidligere stortingsvalg. Det finner vi derimot ikke er tilfellet her, hvor valgdeltakelsen ligger tilnærmet likt på henholdsvis 59,5 og 59,7 prosent. Altså er det vanskelig å slå fast at effekten alene skyldes denne gruppens økte politiske og sosiale integrasjon, enn så lenge valgdeltakelsen hos de som har hatt stemmerett ved tidligere valg er på samme nivå.

En annen forklaring kan knytte seg til usikkerhet rundt valgordning og stemmerett til de som stemmer for første gang. Brevet er en bekreftelse på at de har stemmerett og at den bør benyttes. Velgerne får også et valgkort noen uker i forveien som i praksis inneholder mye av de samme faktaopplysningene om åpningstider og valglokaler. Forskjellen ligger i at valgkortet er veldig teknisk, lite klarspråkvennlig og inneholder ingen oppfordring om å faktisk bruke

stemmeretten. Det er kun ment til faktaopplysninger og inneholder veldig mye tekst om selve valgbehandlingen. De senere år har i tillegg valgkortet gått fra å være ett ark til å bli en to-falset brosjyre på totalt 6 sider som man bretter ut og river av den delen man kan ta med til valglokalet.

Uavhengig av årsak er det et tankekors at tiltak som hadde så god effekt ved lokalvalget i 2015 nå ser ut til å ha en marginal effekt, og det hos kun deler av eksperimentgruppen. For den resterende delen av eksperimentgruppen er det ingen målbar effekt, selv om man ser en tendens også hos denne gruppen.

Tekstmeldinger

18 369 Oslovelgere uten innvandrerbakgrunn fikk SMS, 10 141 meldinger hadde Oslo kommune som avsender, mens de resterende 8 228 tekstmeldingene var signert valg.no. Innholdet var ellers identisk. Det ble sendt ut to typer tekstmeldinger, den ene gikk ut til velgere uken før valgdagen mens den andre gikk ut på selve valgdagen. Ingen mottok mer enn én SMS totalt.

Ingen av tekstmeldingene som gikk ut til alle velgere bidro til økt valgdeltakelse hos de som var mottakere i eksperimentet. Det kunne man kanskje ikke forvente heller, da valgdeltakelsen er veldig høy i utgangspunktet og det var heller ingen effekt hos de over 30 i 2015, til tross for lavere valgdeltakelse ved lokalvalg. Det som kanskje er mer oppsiktsvekkende med våre funn er at det heller ikke er en effekt for velgere under 30 år. Blant utvalget vårt hadde velgere under 30 år hele 6 prosentpoeng lavere deltakelse enn resten av befolkningen, likevel var det ingen effekt av tekstmeldingene å spore her heller.

Sammenlignet med forsøket i 2015 er det noe overraskende da effekten for de under 30 den gang var på 4,58 prosentpoeng økning, altså en betydelig effekt så høy at vi forventet antydninger til en effekt her også.

Som tidligere diskutert ligger noe av utfordringen vår i at de velgerne med registrert mobilnummer har høyere valgdeltakelse enn snittet. Likevel, så er ikke det en forklaring for hvorfor vi ikke ser noen effekter ved utsendelse av SMS. Det er benyttet akkurat samme metode for å identifisere velgere med registrert mobilnummer i 2017 som i 2015. Hvis de som har et registrert mobilnummer har høyere valgdeltakelse er det følgelig noe som også var tilfellet i 2015, forskjellen er bare at ved lokalvalg er valgdeltakelsen blant alle velgere og velgergrupper betydelig lavere enn det den er ved stortingsvalg. Dermed er potensialet for en målbar effekt større, samtidig som det ikke var en like åpenbar forskjell mellom de med og uten mobilnummer sist.

Påminnelser for økt deltakelse

Den fremste teorien for eksperimentene våre er The Noticable Reminder Theory (NRT). NRT fordrer at en enkel påminnelse, for eksempel en tekstmelding, kan øke velgermobiliseringen. Forutsetningene til NRT er at velgeren må være på nippet til å stemme, for at en liten dytt skal kunne ha en effekt. Hvis velgeren i utgangspunktet ikke er interessert i å delta eller allerede har bestemt seg for å stemme, vil følgelig påminnelsen ikke ha noen effekt. I forskningen fra USA ser vi at det er langt flere nyanser for definisjoner rundt betydningen for viktigheten av valget, samtidig som valgordningen deres er grunnleggende forskjellig fra vår ved at velgere må aktivt registrere seg for å få stemmerett.

Det er betydelig flere offentlige valg i USA enn her til lands, noe som innebærer at det er større rom for å definere viktigheten av valgene. I Norge har vi bare to offisielle valgnivå, lokalvalg og stortingsvalg (med unntak av en folkeavstemning i ny og ne). Dermed vil det være mindre rom for å forske på nyansene mellom de forskjellige valgene. I så måte blir kategoriseringen av lokalvalg og stortingsvalg mindre nyansert enn det som ville vært mulig hvis omfanget av offentlige valg hadde vært høyere i Norge også.

Stortingsvalg i Norge er det viktigste valget vi har hvis vi legger valgdeltakelse til grunn, og i Oslo er den på over 80 prosent for befolkningen generelt. Dermed legges det naturlig nok noen begrensninger på hvor effektive tiltakene våre har potensial til å være. Unge velgere uten innvandrerbakgrunn har lavere deltakelse enn snittet, likevel så vi ingen effekt av våre tiltak hos denne velgergruppen. Legger vi NRTs forklaringsvariabler til grunn innebærer det at de i denne gruppen som ønsker å stemme gjør det, og de som ikke stemmer er ikke interessert nok til at en liten dytt skal ha en effekt. Tar man med i resonnementet at valgdeltakelsen for kontrollgruppen for velgere under 30 var på 82 prosent er det ikke urimelig å anta at det er tilfellet. ATT-effekten viser en svak økning hos eksperimentgruppen, men tallene er ikke statistisk signifikant. Dermed kan vi ikke slå fast at den svake økningen skyldes våre tiltak.

Støy i valgkampen

Det var ikke bare Oslo kommune og Valgdirektoratet som sendte ut tekstmeldinger i forkant av stortingsvalget 2017. Også flere politiske partier gjorde det samme, blant annet sendte Arbeiderpartiet SMS til 500 000 velgere (Aftenposten 2017). Undertegnede fikk selv SMS fra både Arbeiderpartiet og fra Liberalistene i dagene før valget med oppfordring om å stemme på de respektive partier. Det er vanskelig å si om disse meldingene kan ha medført at tiltakene utlignet hverandre. Siden vi ikke har noen kontroll eller oversikt over hvem som mottok SMS

fra disse aktørene kan vi heller ikke ta høyde for det i analysen vår. Man kan argumentere for at disse tekstmeldingene var mer politisk reklame enn rene oppfordringer til å stemme og derfor er de ikke direkte sammenlignbare med våre meldinger, men de kan ha ført til mer støy for velgeren som kan ha bidratt til at våre budskap har druknet i mengden. Generelt sett så vil mer støy fra andre aktører kunne bidra til at våre tiltak ikke får utnyttet sitt fulle potensial for å få flere til å stemme.

Nudger kommunen på flere måter?

Teorikapittelet startet med en introduksjon til nudging. Begrepet bygger på en idé grunnet i atferdsøkonomi om hvordan man kan få mennesker til å gjøre noe de i utgangspunktet har lyst til å gjøre. Nudging som metodikk har bred utstrekning og blitt veldig populært de senere år. Bak står Cass Sunstein og Richard Thaler, hvor sistnevnte fikk nobelprisen i økonomi i 2017 for sitt arbeid med nudging.

Det er vist at nudging kan være langt mer enn oppfordringer via brev og SMS, eksempelvis illustrert ved flua i urinalene på Schiphol flyplass som alene reduserte søl med 80 prosent. I forlengelse av den diskusjonen er det hensiktsmessig å redegjøre for andre tiltak Oslo kommune retter mot velgere, både enkeltgrupper og hele velgermassen. Disse tiltakene kan også fungere som nudging uten at velgerne nødvendigvis er like bevisst på disse tiltakene, sammenlignet med det å motta brev eller SMS.

Ved valget i 2017 hadde Oslo kommune et valginformasjonsenter rettet mot unge velgere og velgere med innvandrerbakgrunn. Innvandrerorganisasjoner og alle videregående skoler i Oslo fikk tilbud om å komme på opplæring i valg og demokrati på Rådhuset i forhåndsstemmeperioden. Det er første gang man har hatt et slikt tilbud og oppslutningen rundt tilbudet var god.

De tiltakene som er mest synlig for alle velgere som beveger seg i bybildet er den utstrakte bruken av paviljonger som benyttes til forhåndsstemmegivningen. Det er nesten ikke mulig å dra rundt i byen uten å komme over et slikt forhåndsstemmested i forhåndsstemmeperioden. Ved stortingsvalget i 2017 hadde kommunen rekordmange forhåndsstemmesteder, hele 28 stykker hvorav 24 var slike paviljonger som er sentralt plassert i sentrum og ute i bydelene. Disse paviljongene er åpne fra forhåndsstemmegivningen starter 10. august til og med fredag før valgdagen, åpningstider hverdager 10 til 19 og lørdager 10 til 18. Altså står de i mange uker på de mest sentrale stedene i hovedstaden, eksempelvis er det paviljonger både på Majorstuen,

Egertorget på Karl Johan og Grønland torg. Disse forhåndsstemmestedene alene tok inn 32 307 stemmer i løpet av ukene forhåndsstemmeperioden pågikk.¹²

Oslo er i en særstilling når det gjelder annonsering og tilgjengeliggjøring av valg. Hovedstaden har 28 faste, godt synlige forhåndsstemmesteder åpne i hele perioden med lange åpningstider, reklame på offentlig transport som t-bane og trikk, flagg langs Karl Johans gate med valgprofil som henger i hele perioden, todagers valgdag med 103 valglokaler åpne fra 13 til 18 på søndag og 9 til 21 på mandag.¹³

Eksempelvis hadde Drammen og Stavanger én paviljong hver som kun hadde åpent fra 31. august til fredag før valgdagen 8. september (Drammens Tidende 2017, Aftenbladet 2017). Bergen og Trondheim hadde ingen paviljonger

Alt dette fungerer som nudging av velgere, om noe mer underbevisst enn eksperimentene våre. Det skal godt gjøres å ikke bli påminnet valget i Oslo og muligheten til å stemme hvis man beveger seg rundt i byen i de ukene valget pågår. Dermed er det ikke utenkelig at noe av den potensielle effekten våre tiltak kan gi, allerede er hentet ut via andre tiltak kommunen gjør. Oslo ligger som nevnt innledningsvis over landsgjennomsnittet med 2 prosentpoeng i valgdeltakelse.

Poenget underslår ikke det at vi har en målbar signifikant effekt hos innvandrere som stemmer for første gang, ei heller at målgruppene i dette eksperimentet ligger under snittet i deltagelse. Dermed er ligger det et potensial her som ikke er hentet ut, men det er nødvendig å opplyse om alt det andre kommunen gjør i tillegg for å fremme økt valgdeltakelse og hvordan også det fungerer som små nudger for å få flest velgere til urnene. Og da har vi ikke diskutert det andre aktører gjør, som at de politiske partiene går på husbesøk og at de bygger valgboder langs Karl Johans gate og i nærheten av noen sentrale forhåndsstemmesteder som Grønland torg hvor det er populært å drive valgkamp som er synlig i bybildet over lang tid.

Konklusjon

Oslo kommune ble med i dette forsøket nettopp for å finne ut av om det har en effekt å sende ut SMS og brev til velgere ved et stortingsvalg før man eventuelt innfører tiltakene som en permanent ordning ment for å øke valgdeltakelsen i kommunen.

Valgstyret i kommunen har utvist bekymring over at det er til dels store forskjeller i valgdeltakelsen hos ulike velgergrupper. Som vi har vist til tidligere er det betydelig forskjell i

¹² Majorstuen 11 725, Grønland torg 10 774, Egertorget 9 808

¹³ Kommunene kan selv beslutte å ha valgdag søndag før valgdagen. Valgloven § 9-2 Fastsetting av valgdag.

valgdeltakelsen til statsborgere med innvandrerbakgrunn og resten av befolkningen. Hensikten med å sende ut brev til disse velgerne var for å se om det kunne være et enkelt gjennomførbart tiltak for kommunen for å øke valgdeltakelsen til denne gruppen velgere. Erfaringsmessig hadde man gode resultater med tilsvarende eksperimenter blant innvandrere ved lokalvalget i 2015. Tilsvarende hadde det å sende SMS til velgere under 30 år også god effekt i 2015.

Til tross for erfaringene fra lokalvalget i 2015 har vi med unntak av brevene sendt til innvandrere som stemmer for første gang ingen målbare effekter på de gjennomførte tiltakene hos noen av de andre eksperimentgruppene. I henhold til de føringer NRT legger til grunn for teoriens forutsetninger innebærer det at de som stemmer ved stortingsvalg i Oslo er bevisst på sin handling, og de som ikke stemmer, er pr. dags dato ikke interessert nok til at de er «på kanten» slik at tiltakene våre har en målbar effekt hos disse velgergruppene.

Som tidligere nevnt har vi noen utfordringer knyttet til utsendelse av brev og SMS. At over 10 prosent av brevene kom i retur understreker bare behovet det offentlige har for elektronisk kommunikasjon med innbyggerne fordi normal postgang ikke når frem til alle. Tekstmeldingene ble sendt på våre vegne av Respons Analyse, mens tjenesten for å knytte velger og mobilnummer sammen er levert av Evry. Her er det mulig at andre tjenester kunne i teorien ha gitt oss et noe bedre datagrunnlag. Et alternativ kunne være å benytte Difis Kontakt- og reservasjonsregister. Difi opplyser at pr. 2017 er 9 av 10 innbyggere registrert i registeret og for de under 34 år er det tilnærmet 99 prosent registreringsgrad (Difi 2018).

Uavhengig av tjenesteleverandør ble samme løsning også benyttet i 2015 og da så man betydelige effekter for en velgergruppe hvor effektene uteble denne gang. Dermed er det tvilsomt at datagrunnlaget kan brukes som argument for manglende resultater. Årsaken ligger nok heller i den generelt høye deltagelsen for alle velgere (både med og uten mobilnummer), og at dermed er det få velgere som befinner seg i grenseland og derav er mottakelige for en liten dytt for å komme seg til valglokalet.

Det er et utfordring for samfunnet at norske statsborgere med innvandrerbakgrunn stemmer i betydelig lavere grad enn resten av befolkningen, og at man ikke ser en særlig markant økning i valgdeltakelse i takt med økt botid inntil 25 år. Som vi så var valgdeltakelsen tilnærmet den samme hos de som stemte for første gang som den var for de som har hatt stemmerett tidligere, men brevene hadde kun effekt hos den gruppen som nyligst var tildelt statsborgerskap.

For fremtidig forskning vil det være interessant å måle om tiltakene gjennomført både i 2015 og 2017 har en permanent effekt. Det fordrer at man ikke gjennomfører tilsvarende

eksperimenter i 2019 eller innfører tiltakene som en permanent ordning, men heller velger å se om effektene fra tidligere valg er vedvarende hos eksperimentgruppene. På den måten finner man ut om dette er korte effekter som må gjennomføres ved hvert valg eller om en gang er nok for å utnytte tiltakenes potensial.

Tar vi et skritt tilbake og ser på våre resultater i sammenheng med tidligere forskning fant Gerber og Green (2004) at det er dør-til-dør-aksjoner som gir best resultat av alle GOTV-tiltak, samtidig som det er det mest ressurskrevende. Likevel er det en grunn til at de politiske partiene fremdeles gjennomfører slike valgkampmobiliseringer. Med dør-til-dør når man ut til alle som åpner døra og man får samtidig muligheten til å overbevise velgeren hvilket parti vedkommende bør stemme på.

Litteratur:

Aftenbladet (2017) Fra i dag kan du forhåndsstemme på Torget i Stavanger. Hentet fra:

<https://www.aftenbladet.no/lokalt/i/nzmgQ/Fra-i-dag-kan-du-forhandsstemme-pa-Torget-i-Stavanger>

Aftenposten (2017) Reagerer på valg-SMS fra Arbeiderpartiet. Hentet fra:

<https://www.aftenposten.no/norge/i/02zM6/Reagerer-pa-valg-SMS-fra-Arbeiderpartiet->

Arceneaux, K., & Nickerson, D. W. (2009). Who is mobilized to vote? A re-analysis of 11 field experiments. *American Journal of Political Science*, 53(1), 1-16.

Barreto, M. A. (2005) Latino Immigrants at the Polls: Foreign-born Voter Turnout in the 2002 Election. *Political Research Quarterly*, 58(1), 79-86.

BBC (2015) How politicians learned the power of the gentle nudge. Hentet fra:

<https://www.bbc.co.uk/news/magazine-33629019>

BBC (2017) Have you been nudged? Hentet fra: <https://www.bbc.co.uk/news/business-41549533>

Bergh, J., Christensen, D. A., & Matland, R. E. (2016) Getting out the Vote. Experiments in voter mobilization among immigrants and natives in Norway. Institutt for samfunnsforskning. Rapport 2016:12.

Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H., & Hansen, K. M. (2017) Moving the campaign from the front door to the front pocket: field experimental evidence on the effect of phrasing and timing of text messages on voter turnout. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*. 27 (3), 291-310

Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H., & Hansen, K. M. (2014) Kan man øge valgdeltagelsen? Analyse af mobiliseringstiltag ved kommunalvalget den 19. november 2013. København: Institut for Statskundskab, Københavns Universitet.

CNN (2016) Voter turnout at 20-year low in 2016. Hentet fra:

<http://edition.cnn.com/2016/11/11/politics/popular-vote-turnout-2016/>

Dale, A., & Strauss, A. (2009) Don't forget to Vote: Text message reminders as a mobilization tool. *American Journal of Political Science*, 53(4), 787-804.

- Difi (2018) Kontakt- og reservasjonsregisteret: Registrerte fordelt på alder. Hentet fra:
<https://www.difi.no/rapporter-og-statistikk/nokkeltall-og-statistikk/digitalisering/felleslosninger#4321>
- Downs, A. (1957) *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper.
- Drammens Tidende (2017) Her kan du stemme. Hentet fra:
<https://www.dt.no/drammen/nyhet/politikk-og-samfunn/her-kan-du-stemme/s/5-57-712891>
- Druckman, J. N., Green, D. P., Kuklinski J. H., & Lupia A. (2011) *Cambridge Handbook of Experimental Political Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eldersveld, S. J. (1956) Experimental Propaganda Techniques and Voting Behavior. *The American Political Science Review*, 50(1), 154-165.
- Fedderson, T. J. (2004) Rational Choice Theory and the Paradox of Not Voting. *Journal of Economic Perspectives*. 18(1), 99-112
- Fishkin, J. S., & Luskin, R. C. (2005) Experimenting with a Democratic Ideal: Deliberative Polling and Public Opinion. *Acta Politica* 2005 (40), 284-298.
- Fullmaktskomiteens innstilling (2017) hentet fra:
<https://www.stortinget.no/globalassets/pdf/innstillinger/stortinget/2017-2018/v-inns-201718-001s.pdf>
- Gerber, A. S., & Green, D. P. (2005) Correction to Gerber and Green (2000), replication of disputed findings, and reply to Imai (2005). *American Political Science Review*, 99(2), 301-313.
- Gerber, A. S., & Green, D. P. (2017) Field Experiments on Voter Mobilization: An Overview of a Burgeoning Literature. I Banerjee, A. V., & Duflo, E. (red.). *Handbook of economic field experiments*. North Holland.
- Gerber, A. S., & Rogers, T. (2009). Descriptive social norms and motivation to vote: Everybody's voting and so should you. *The Journal of Politics*, 71(1), 178-191.
- Gerber, A. S., Green, D. P., & Larimer, C. W. (2008) Social Pressure and Voter Turnout: Evidence from a Large-Scale Field Experiment. *American Political Science Review*, 102(1), 33-48

- Gerber, A. S., Huber, G. A., Doherty, D., Dowling, C. M., & Hill, S. J. (2013). Do perceptions of ballot secrecy influence turnout? Results from a field experiment. *American Journal of Political Science*, 57(3), 537-551.
- Green, D. P. (2004) Mobilizing African-American Voters Using Direct Mail and Commercial Phone Banks: A Field Experiment. *Political Research Quarterly*, 57(2), 245-255.
- Green, D. P., & Zelizer, A. (2017) How Much GOTV Mail is Too Much? Results from a Large-Scale Field Experiment. *Journal of Experimental Political Science*, 4(2), 107-118
- Hainmueller, J., Hangartner, D., & Pietrantuono, G. (2017) Catalyst or Crown: Does Naturalization Promote the Long-Term Social Integration of Immigrants? *American Political Science Review*, 111(2), 256-276.
- Lamb, A., Smilack, J., Ho, A., & Reich, J. (2015) Addressing Common Analytic Challenges to Randomized Experiments in MOOCs: Attrition and Zero-Inflation. *Proceedings of the Second ACM Conference on Learning @ Scale*, 21-30.
- Lucas, J. W. (2003) Theory-Testing, Generalization, and the Problem of External Validity. *Sociological Theory*, 21(3) 236-253.
- Malhotra, N., Michelson, M. R., Rogers, T., & Valenzuela, A. A. (2011) Text Messages as Mobilization Tools: The Conditional Effect of Habitual Voting and Election Salience. *American Politics Research*, 39(4), 664-681.
- Matland, R. E., & Murray, G. R. (2010) An Experimental Test of Mobilization Effects in a Latino Community. *Political Research Quarterly*, 65(1), 192-205.
- Michelson, M. R. (2003) Getting Out the Latino Vote: How Door-to-Door Canvassing Influences Voter Turnout in Rural Central California. *Political Behavior*, 25(3), 247-263.
- Murray, G. R., & Matland, R. E. (2013) Mobilization Effects Using Mail: Social Pressure, Descriptive Norms, and Timing. *Political Research Quarterly*, 67(2), 304-319.
- New Mexico In Depth (2016) Threatening GOP mailer angers recipients. Hentet fra: <http://nmindepth.com/2016/10/15/threatening-gop-mailer-angers-recipients/>

- Nickerson, D. W., & White, I. K. (2013). The Effect of Priming Racial In-Group Norms of Participation and Racial Group Conflict on Black Voter Turnout: A Field Experiment. Ikke publisert. Hentet fra: <https://pdfs.semanticscholar.org/2b6b/fc98a3e8cf0eacd9ad2fc7f8dfae3d656.pdf>
- Opinion (2017) Oppmerksomhetsmåling Valg i Oslo 2017.
- Oslo kommune (2017) Valgdeltakelse. Hentet fra: https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/13243587/Innhold/Politikk%20og%20ad ministrasjon/Politikk/Valg%202017/Valgresultater%20og%20statistikk/Valgdeltakelse_2017.pdf
- Ramirez, R. (2005) Giving Voice to Latino Voters: A Field Experiment on the Effectiveness of a National Nonpartisan Mobilization Effort. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 601, 66-84.
- Regjeringen (2016) Det nye valgdirektoratet er offisielt åpnet. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/det-nye-valgdirektoratet-er-offisielt-apnet/id2469005/>
- Rose, L. E. (2005) Normer og stemmegivning: Både indre plikt og ytre press? I Saglie, J., & Bjørklund, T. (red.) *Lokalvalg og lokalt folkestyre*. Oslo: Gyldendal akademisk forlag, 228-251.
- Sugden, R. (2009) On Nudging: A Review of Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness by Richard H. Thaler and Cass R. Sunstein. *International Journal of the Economics of Business*, 16(3), 365-373.
- Sunstein, C. R. (2014) Nudging: A Very Short Guide. *37 J. Consumer Pol'y*, 583, 1-7
- Techrepublic (2016) Election Tech: Big data is the new ground game - how Ted Cruz won Iowa. Hentet fra: <https://www.techrepublic.com/article/big-data-is-the-new-ground-game-how-ted-cruz-won-iowa/>
- Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2008) *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. Yale: Yale University Press
- The New Yorker (2016) Ted Cruz's Iowa Mailers Are More Fraudulent than Everyone Thinks. Hentet fra: <https://www.newyorker.com/news/news-desk/ted-cruzs-iowa-mailers-are-more-fraudulent-than-everyone-thinks>

Valgresultat.no (2018) Valgresultat 2015 og 2017. Hentet fra:

<https://valgresultat.no/oslo?type=ko&year=2015>

<https://valgresultat.no/oslo?type=st&year=2017>

Wiggen, K. S., & Aalandlid, V. (2014) Valgdeltakelsen blant personer med innvandrerbakgrunn ved stortingsvalget 2013. SSB, Rapport 2014(32), 1-65.

Appendiks



BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Din stemme er hemmelig

I valglokalet går du inn i et eget avlukke der du er helt alene når du stemmer. Etter at du har bestemt deg for hvilket politisk parti du vil stemme på, legger du stemmeseddelen i en forseglet urne med mange andre stemmesedler. Hverken valgmedarbeidere eller andre i valglokalet har lov til å spørre deg hvem du har stemt på. Du kan være helt trygg på at din stemme er hemmelig.

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i Oslo er det også valg søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Du kan stemme i alle valglokaler i Oslo på valgdagen. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte Oslo kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Vennlig hilsen

Valgstyret i Oslo



BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Deltakelsen blant velgere med innvandrerbakgrunn er økende. Bidra til å sette ny rekord!

Alle med norsk statsborgerskap har rett til å stemme ved valget. Ved stortingsvalget i 2013 økte valgdeltakelsen blant statsborgere med innvandrerbakgrunn. I flere grupper var deltakelsen godt over 60 prosent. Bidra til enda større deltakelse ved å stemme ved årets valg!

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i Oslo er det også valg søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Du kan stemme i alle valglokaler i Oslo på valgdagen. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte Oslo kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Vennlig hilsen

Valgstyret i Oslo



BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Deltakelsen blant velgere med innvandrerbakgrunn er for lav. Bidra til å snu trenden!

Alle med norsk statsborgerskap har rett til å stemme ved valget. Dessverre deltok velgere med innvandrerbakgrunn i langt mindre grad enn resten av befolkningen ved stortingsvalget i 2013. I flere innvandrergrupper var deltakelsen godt under 50 prosent. Du kan bidra til å snu trenden ved å stemme ved stortingsvalget den 11. september!

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i Oslo er det også valgdag søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Du kan stemme i alle valglokaler i Oslo på valgdagen. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte Oslo kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Vennlig hilsen

Valgstyret i Oslo



Oslo kommune Valgstyret

BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i Oslo er det også valg søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Du kan stemme i alle valglokaler i Oslo på valgdagen. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte Oslo kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Vennlig hilsen

Valgstyret i Oslo

BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Din stemme er hemmelig

I valglokalet går du inn i et eget avlukke der du er helt alene når du stemmer. Etter at du har bestemt deg for hvilket politisk parti du vil stemme på, legger du stemmeseddelen i en forseglet urne med mange andre stemmesedler. Hverken valgmedarbeidere eller andre i valglokalet har lov til å spørre deg hvem du har stemt på. Du kan være helt trygg på at din stemme er hemmelig.

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i noen kommuner er det også valg søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte din kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Valgdirektoratet



Bjørn Berg
Direktør

BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Deltakelsen blant velgere med innvandrerbakgrunn er økende. Bidra til å sette ny rekord!

Alle med norsk statsborgerskap har rett til å stemme ved valget. Ved stortingsvalget i 2013 økte valgdeltakelsen blant statsborgere med innvandrerbakgrunn. I flere grupper var deltakelsen godt over 60 prosent. Bidra til enda større deltakelse ved å stemme ved årets valg!

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i noen kommuner er det også valg søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte din kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Valgdirektoratet



Bjørn Berg
Direktør

BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Deltakelsen blant velgere med innvandrerbakgrunn er for lav. Bidra til å snu trenden!

Alle med norsk statsborgerskap har rett til å stemme ved valget. Dessverre deltok velgere med innvandrerbakgrunn i langt mindre grad enn resten av befolkningen ved stortingsvalget i 2013. I flere innvandrergrupper var deltakelsen godt under 50 prosent. Du kan bidra til å snu trenden ved å stemme ved stortingsvalget den 11. september!

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i noen kommuner er det også valg søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte din kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Valgdirektoratet



Bjørn Berg
Direktør

BRUK STEMMERETTEN DEN 11. SEPTEMBER

11. september er det stortingsvalg. Ved å delta i valget støtter du opp om demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Praktisk informasjon om valget.

Valgdagen er 11. september 2017, i noen kommuner er det også valg søndag 10. september. Du har tidligere fått tilsendt valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider. Husk å ta med legitimasjon som inneholder navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål kan du kontakte din kommune.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i Norge.

Bruk stemmeretten!

Valgdirektoratet



Bjørn Berg
Direktør



Fylkesmannen i Buskerud

Bruk stemmeretten den 14. september!

14. september er det valg til kommunestyre og fylkesting i Norge. Ved å delta i valget støtter du demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Deltakelsen blant innvandrere er økende. Bidra til å sette ny rekord!

Du trenger ikke være norsk statsborger for å delta i valget. Alle som har bodd tre år eller mer i Norge har stemmerett. Ved lokalvalget i 2011 deltok flere innvandrere enn noen gang tidligere. I flere innvandregrupper var deltagelsen godt over 50 prosent. Bidra til enda større deltakelse blant innvandrere ved å stemme ved årets valg!

Praktisk informasjon om valget

Valgdagen er 14. september 2015, men mange kommuner holder også valg søndag 13. september. Du har tidligere fått tilsendt et valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider på valgdagen. Husk å ta med legitimasjon (ID-kort). Legitimasjonen (pass, førerkort, bankkort) må inneholde ditt navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål, kontakt kommunen du bor i.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i din kommune.

Bruk stemmeretten!

Med vennlig hilsen


Helen Bjørnøy



Fylkesmannen i Buskerud

Bruk stemmeretten den 14. september !

14. september er det valg til kommunestyre og fylkesting i Norge. Ved å delta i valget støtter du demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Deltakelsen blant innvandrere er for lav. Bidra til å snu trenden!

Du trenger ikke være norsk statsborger for å delta i valget. Alle som har bodd tre år eller mer i Norge har stemmerett. Dessverre deltok innvandrere i langt mindre grad enn resten av befolkningen ved lokalvalget i 2011. I flere innvandrergupper var deltagelsen godt under 50 prosent. Du kan bidra til å snu trenden og øke deltakelsen blant innvandrere ved å stemme den 14. september!

Praktisk informasjon om valget

Valgdagen er 14. september 2015, men mange kommuner holder også valg søndag 13. september. Du har tidligere fått tilsendt et valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider på valgdagen. Husk å ta med legitimasjon (ID-kort). Legitimasjonen (pass, førerkort, bankkort) må inneholde ditt navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål, kontakt kommunen du bor i.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i din kommune.

Bruk stemmeretten!

Med vennlig hilsen

Helen Bjørnøy
Helen Bjørnøy



Fylkesmannen i Buskerud

Bruk stemmeretten den 14. september !

14. september er det valg til kommunestyre og fylkesting i Norge. Ved å delta i valget støtter du demokratiet i Norge. Hvilket politisk parti og hvilke kandidater du stemmer på er selvsagt opp til deg. Det viktige er at du deltar.

Din stemme er hemmelig!

I valglokalet går du inn i et eget avlukke der du er helt alene når du stemmer. Etter at du har bestemt deg for hvilket politisk parti du vil stemme på, legger du stemmeseddelen i en låst beholder med mange andre stemmesedler. Hverken valgmedarbeidere eller andre i valglokalet har lov til å spørre deg hvem du har stemt på. Du kan være helt trygg på at din stemme er hemmelig.

Praktisk informasjon om valget

Valgdagen er 14. september 2015, men mange kommuner holder også valg søndag 13. september. Du har tidligere fått tilsendt et valgkort i posten, med informasjon om ditt valglokale og åpningstider på valgdagen. Husk å ta med legitimasjon (ID-kort). Legitimasjonen (pass, førerkort, bankkort) må inneholde ditt navn, fødselsdato og bilde. Har du praktiske spørsmål, kontakt kommunen du bor i.

Benytt sjansen til å bestemme hvordan politikken skal utformes i din kommune.

Bruk stemmeretten!

Med vennlig hilsen

Helen Bjørnøy
Helen Bjørnøy