

# PARTILEDARNAS STÄLLNING

HENRIK OSCARSSON

Sverige är fortfarande ett starkt partiorienterat politiskt system. Väljarna röstar främst på partier och inte kandidater. Trots ökade inslag av personval och trots ett större utrymme för ledande företrädare i medierna saknas alltså robusta belägg för att medborgarnas kännedom om kandidater och ledare ökar eller att betydelsen av ledare för partival växer (Curtice & Holmberg 2005; Karvonen 2010; Bjerling 2013; Oscarsson & Holmberg 2013). I synnerhet när det gäller den brännande och ständigt aktuella frågan om partiledareffekter på väljares partival råder ingen konsensus om hur starka effekterna är eller om ledarnas betydelse vuxit över tid (Blais, Schmitt & Aarts 2013).

Studier av väljarnas kännedom om och uppskattning av partiernas ledande företrädare har pågått sedan 1950-talet i Sverige. Det finns således ett mycket rikt empiriskt material att luta sig emot. Gott om sentida kartläggningar och analyser av utvecklingen (Holmberg 2012b; Holmberg 2012a; Oscarsson & Holmberg 2013) har lärt oss att partiernas riksdagskandidater är betydligt mer anonyma för väljarna idag än under 1950-talet, att hälften av de väljare som personkryssar i val sedan inte kan komma ihåg vilken kandidat de röstade på, att partiledarnas betydelse för partivalet så gott som alltid är högst beskedlig i samband med valen, och att partiledareffekterna blivit något men inte dramatiskt större över tid. Systematiska empiriska studier erbjuder en rejäl uppförsbacke för diverse vanligt förekommande föreställningar om ökad personifiering och presidentialisering.

I det här kapitlet ger vi en uppdaterad beskrivning av läget när det gäller svenska folkets kännedom om och sympatier för den nuvarande partiledargenerationen. Först studerar vi hur befolkningens kännedom om partiernas ledare har utvecklats under de senaste tio åren. Därefter analyseras partiledarnas popularitet bland befolkningen som helhet och bland partiernas egna kärngrupper, de övertygade partianhängarna.

## Det tar tid för partiledare att bli allmänt kända

Bristande kännedom om politiska företrädare – personerna bakom politiken och partibeteckningarna – är de svenska väljarnas akilleshäla när det gäller politisk kunskap. Tidigare forskning har visat att partiernas ledare visserligen är betydligt mer kända än andra ledande företrädare – såsom talesmän eller ministrar – men att nivåerna ofta ligger klart lägre än vad man skulle förvänta sig givet den betydelse som ofta tillskrivs dem av medier och samhällsdebattörer. Liksom all annan

politisk kunskap är det bland de yngsta partiledarkännedomen är som allra lägst (Oscarsson 2008).

I SOM-undersökningarna används en elvagrading ogillar-gillarskala från -5 (ogillar starkt) till +5 (gillar starkt) för att mäta partiledares kännedom och popularitet. Bredvid skalan finns en kryssruta ”personen okänd för mig” som används av de svarspersoner som saknar möjligheter att ge en popularitetspoäng. De som uppger att personen är okänd för dem räknas till gruppen som inte känner till ledaren ifråga. Följaktligen förväntas alla som ger en sympatipoäng vara bekant med ledaren. Eftersom det ofta finns en ovilja bland respondenter att erkänna okunskaper är vårt mått på kändisskap sannolikt överskattningar. Politiskt intresserade och högutbildade som odlar självbilden att vara allmänpolitiskt välorienterade kan förväntas rapportera en högre partiledarkännedom än vad de i själva verket har.

I figur 1 redovisas utvecklingen av kännedom för de nuvarande partiledarna under perioden 2003-2013. Resultaten visar att det kan ta lång tid att bli känd av hela befolkningen. Det gäller i synnerhet för små partiets ledare och för oppositionsledare. Det klassiska exemplet är Fredrik Reinfeldt som var bekant för två tredjedelar (67 procent) av befolkningen när han tillträdde som moderatledare år 2003. Då hade Reinfeldt varit ekonomisk-politisk talesman för Moderaterna alltsedan valet 2002 och redan blivit varm i kläderna som oppositionsledare när mätningen gjordes hösten 2003. Därefter sköt kändisskapet i höjden i samband med Alliansens bildande sommaren 2004 (88 procent). Efter valet 2006 var Fredrik Reinfeldt känd av så gott som alla (99 procent), en position som sedan förstås varit lätt att försvara i egenskap av att vara statsminister.

Exemplet Göran Högglund visar att det många gånger krävs ett val för att partiledare skall bli allmänt kända. Efter Alliansens bildande i Bankeryd sommaren 2004 var Högglund fortfarande relativt okänd för svenska folket. Sextioåtta procent kände till honom hösten 2004. Först i samband med Allianssegern i valet 2010 kravlade sig Högglund över 90-procentnivån i kändisskap. Därefter har han långsamt blivit mer känd.

Jan Björklunds karriär har en lite annorlunda karaktär. Han nådde klart högre kännedomssiffror första gången SOM-institutet mätte honom som ledare 2007 (86 procent), sannolikt beroende på att han lagt en grund som talesman i skol- och utbildningsfrågor långt före tillträdet som FP-ledare och på att han varit minister i Alliansregeringen. Men tillväxten i kännedom har varit svagare för Björklund än för Högglund. Totalt sett över hela regeringsperioden 2006-2013 har Högglund varit något lite mer känd än Björklund.

Annie Lööfs första mätning som Centerpartiets ledare 2011 visade ett normalt ingångsvärde (68 procent) när det gäller andelen av befolkningen som kände till henne. Lööf har sedan mycket snabbt avancerat i kändisskap utan att ha draghjälp av någon valrörelse. Redan 2012 var hon känd av 91 procent av befolkningen – kanske en effekt av uppmärksamheten kring henne som person och/eller de vikande opinionssiffrorna för Centerpartiet – och 2013 har hon stärkt sitt kändisskap ytter-

ligare. Hon är idag lika känd av allmänheten som de andra små Allianspartiernas ledare, Jan Björklund och Göran Hägglund.

Jämfört med Annie Lööf har Jonas Sjöstedt haft det besvärligare när det gäller att snabbt nå höga kändisnivåer. Femtiosju procent kände till Sjöstedt när han tog över som ledare för Vänsterpartiet under 2011. Ett år senare hade kännedomssiffrorna programenligt ökat mycket men bara till 81 procent. Hösten 2013 noterar vi att 84 procent känner till Sjöstedt, en klart lägre andel än Annie Lööf. Förklaringen kan förstås vara att Lööf i närtid varit betydligt mer synlig än Sjöstedt eftersom hon varit minister i Alliansregeringen.

En del partiledare blir omedelbart allmänt kända vid tillträdet. Detta tycks framför allt gälla för Socialdemokraternas ledare. Mona Sahlin och Håkan Juholt har i sina premiärmätningar nått kännedomsnivåer långt över 90 procent. Det gjorde även Stefan Löfven hösten 2012 med 94 procent. SOM-undersökningen 2013 visar att han är känd av 95 procent av befolkningen. Socialdemokraterna är ett stort parti och har en lång historia som regeringsbärande parti, vilket leder till mycket uppmärksammade partiledarskiften. Det är svårt även för människor med låg nyhetsexponering att missa ett partiledarskifte hos Socialdemokraterna.

Miljöpartiets språkrör har alltid haft svårast och tagit längst tid på sig att bli allmänt kända (Oscarsson 2008). En förklaring därtill kan vara det delade partiledarskapet; att Miljöpartiet alltid ska företrädas av två personer. Av de nya MP-språkrörarna är Gustav Fridolin klart mer känd än Åsa Romson 2013 (89 respektive 61 procent). Med de tidigare språkrörarna fanns det också en skillnad i kändisskap: Maria Wetterstrand var mer känd än Peter Eriksson under hela deras gemensamma tid som språkrör för MP.

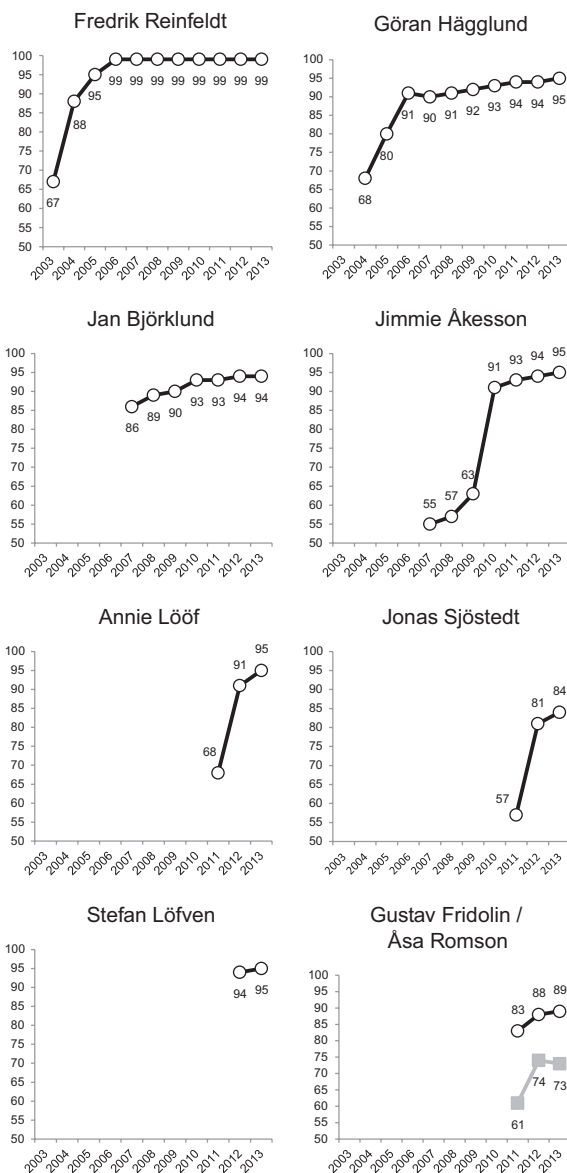
Givet utvecklingen för andra ledares kännedom historiskt kan vi utgå ifrån att såväl Vänsterpartiets Jonas Sjöstedt som Miljöpartiets språkrör Gustav Fridolin och Åsa Romson kommer att vara avsevärt mer kända i nästa SOM-mätning som äger rum efter 2014 års riksdagsval. Val och valrörelser tycks vara centrala för att göra partiledare mer kända.

Jimmie Åkessons genombrott som känd partiledare lät vänta på sig till valet 2006 när Sverigedemokraterna blev invalda i Riksdagen. Mellan hösten 2009 och hösten 2010 ökade andelen som kände till Åkesson från 63 till 91 procent. Efter 2010 har Åkesson långsamt blivit något mer känd och landar på 95 procent i vår mätning från hösten 2013.<sup>1</sup>

## **Partiledare väcker sympati och antipati**

Att en partiledare är allmänt igenkänd är förstås en grundförutsättning om han eller hon ska kunna ha möjlighet att bidra till partiets framgångar på väljararenan i samband med val. En annan förutsättning är att ledaren är populär och kan fungera som ett dragplåster och röstmagnet. Väljare som står och väger mellan två alternativ kan till slut använda partiledarens egenskaper och attribut som utslagsfaktor.

**Figur 1 Andel som känner till partiernas ledare 2003-2013 (procent)**



**Kommentar:** Frågan lyder: "Den här frågan gäller hur mycket man allmänt sett gillar respektive ogillar de politiska partierna. Var skulle du personligen vilja placera de olika partierna på nedanstående skala?" (respondenten placerar ut nio partier på ogillar-gillarskalan mellan -5 och +5). Följdfråga: "Om Du skulle använda samma skala för partiledarna, var skulle du placera...?". Procentbasen är samtliga svarande utom de som råkat kryssa fler svar för samma ledare.

**Källa:** De nationella SOM-undersökningarna 2003-2013.

Populära ledare kan i bästa fall smitta av sig på partiets popularitet och bidra till att omvandla sparad sympatikapital till faktiska röster. I det här avsnittet genomför vi en analys av den nuvarande partiledargenerationens popularitet.

Även om de direkta kortsiktiga effekterna av partiledarpopularitet på partival sällan är särskilt imponerande i partiorienterade flerpartisystem som det svenska (Blais, Schmitt & Aarts 2013; Oscarsson & Holmberg 2013) finns det ändå anledning att förvänta sig betydande indirekta effekter av ett gott politiskt ledarskap. Partiledarna är viktiga aktörer på fler arenor än vad som normalt uppmärksammas: En partiledare förväntas nå framgångar på 1) *den partiinterna arenan* i egenskap av partiordförande som kan bringa ordning och reda i partiorganisationen och frammana entusiasm hos och stöd från partiets fotfolk, 2) på *den parlamentariska arenan* genom ett välorganiserat riksdagsarbete och genom kontakter och samverkan med andra partier (partiledare är inte sällan även medlemmar av regeringen och chefer för departement), 3) på *väljararenan* genom att kommunicera partiets politik till de många människorna och 4) på *mediearenan* genom att utveckla fruktbara kontakter med journalister, medieredaktioner och samhällsdebattörer. Insatser på alla dessa arenor kan på lång sikt bidra till ett positivt valresultat för partiet. Den forskningsmässiga utmaningen är att försöka isolera de olika typerna av partiledareffekter från varandra.

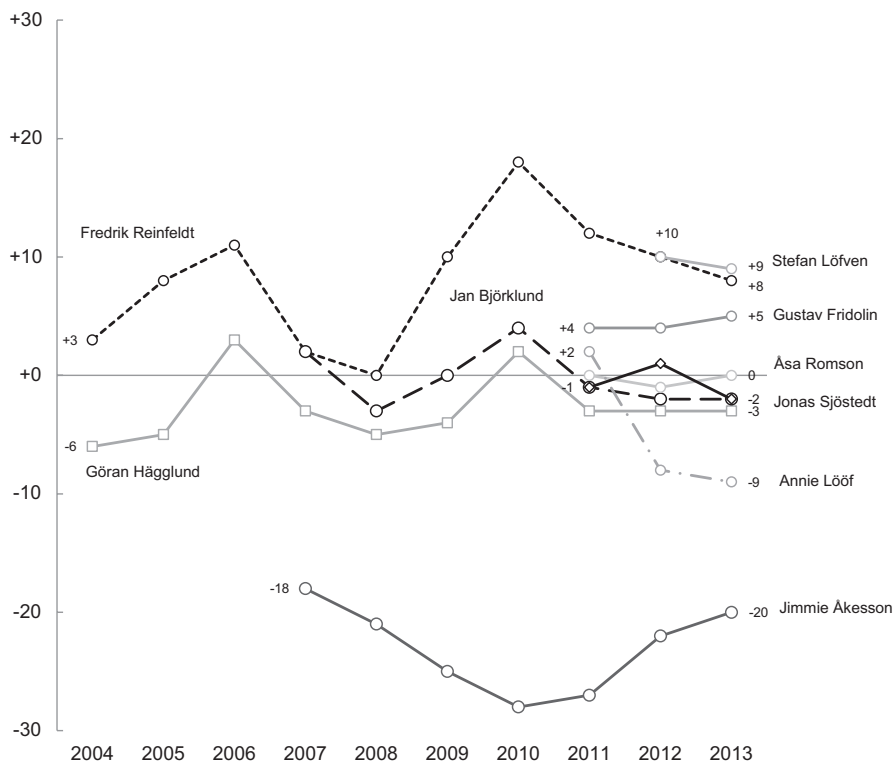
I det här sammanhanget har vi endast möjlighet att uppmärksamma partiledarnas ställning på väljarmarknaden, närmare bestämt att studera hur populära partiernas ledare är. I figur 2 redovisas genomsnittliga sympatipoäng för de åtta riksdagspartiernas ledare.

De stora partiernas ledare – Moderaternas Fredrik Reinfeldt och Socialdemokraternas Stefan Löfven – var lika populära hos svenska folket hösten 2013. Reinfeldts snittpoäng var +8 och Löfvens +9 på en skala mellan -50 (ogillar starkt) till +50 (gillar starkt). Den skillnaden är för liten för att vara statistiskt signifikant i SOM-undersökningen 2013. Dött lopp alltså mellan statsministern och oppositionsledaren.

På tredje och fjärde plats återfinns Miljöpartiets båda språkrör. Mest populär är Gustav Fridolin med +5. Åsa Romson snittar på plus minus noll. Jonas Sjöstedt, Jan Björklund och Göran Hägglund får sympatipoäng strax under nollstrecket 2013 med -2, -2 respektive -3. Annie Lööf är den sjunde mest omtyckta partiledaren med -9. Jimmie Åkesson erhåller i mätningen den i särklass lägsta genomsnittliga sympatipoängen av partiledarna med en snittpoäng på -20.

I närtid är partiledarnas popularitet mycket stabil. Vi ser få rörelser mellan 2012 och 2013. Ingen av partiledarna rör sig med mer än 3 enheter på vår skala, vilket ligger inom felmarginalen. Avsaknaden av dramatik tyder på att det knappast funnits anledning för väljarna att omvärdera sin syn på partiledarna under det gångna året.

Ser vi tillbaka till 2011 är det framför allt Annie Lööf som tappat stort i popularitet. I första mätningen hamnade Lööf på den positiva delen av skalan med +2 men föll till -8 år 2012. Jimmie Åkesson nådde historiskt dåliga resultat åren 2010 och 2011 med -28 och -27 men har därefter blivit något mindre impopulär under 2012 och 2013 (-22 och -20).

**Figur 2 Partiledarpopularitet i Sverige 2004-2013 (medeltal)**

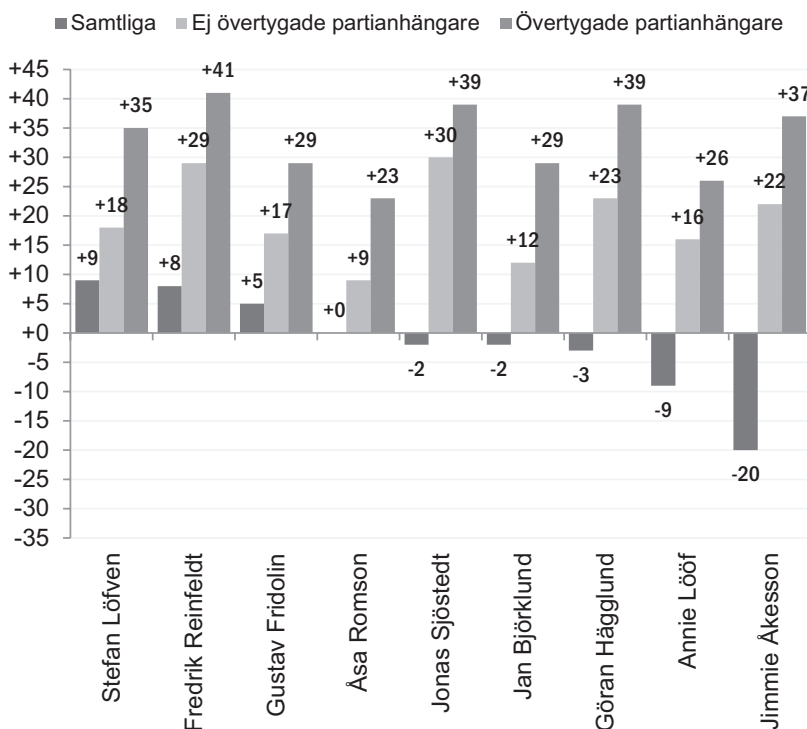
**Kommentar:** Frågan lyder "Var skulle du vilja placera de olika partiledarna på nedanstående skala" där de utmarkerade alternativen är -5 "Ogillar starkt", 0 "Varken gillar eller ogillar" och +5 "Gillar starkt". Skalan har multiplicerats med 10 för att undvika decimaler, vilket gör det lättare att läsa resultat i tabeller och figurer. Respondenterna har också möjlighet att ange att de inte känner till partiledaren genom att kryssa "Personen är okänd för mig". Fredrik Reinfeldts första popularitetsmätning från 2003 gav honom ett snitt på +1.

**Källa:** De nationella SOM-undersökningarna 2004-2013.

SOM-institutets berömda valårseffekt – fenomenet att saker som politikerförtroende, intresse för politik, partianhängarskap och gillande av partier står starkare under valår än mellanvalsår – är märkbar även när det gäller sympatier för partiernas ledare. Fenomenet att ledare värderas högre under valår är synlig framför allt för Fredrik Reinfeldt vars popularitet varit klart starkare valåren 2006 (+11) och 2010 (+18) än under mellanvalsperioderna. Samma tendens finns för såväl Jan Björklund som Göran Hägglund. Det enda undantaget från valårscykeln när det gäller partiledarpopularitet är fallet Jimmie Åkesson som nådde sin hittills lägsta popularitetssiffra just valåret 2010. I SD-ledarens fall kan vi alltså än så länge tala om ett slags omvänd valårseffekt.

Partiledarna är givetvis mer populära bland de egna sympatisörerna än bland befolkningen som helhet. Resultaten i figur 3 visar vilka partiledare som har starkast ställning bland de egna sympatisörerna. Jonas Sjöstedt och Fredrik Reinfeldt toppar popularitetslistan bland V- respektive M-sympatisörer. Stefan Löfven, Göran Haggglund och Jimmie Åkesson är inte långt efter. Miljöpartiets språkrör Åsa Romson och Folkpartiledaren Jan Björklund är de två ledare som totalt sett är minst populära bland de egna partisympatisörerna.<sup>2</sup>

**Figur 3 Partiledarnas popularitet bland samtliga, bland egna sympatisörer och bland övertygade anhängare 2013 (medeltal)**



**Kommentar:** Frågan lyder "Var skulle du vilja placera de olika partiledarna på nedanstående skala" där de utmarkerade alternativen är -5 "Ogillar starkt", 0 "Varken gillar eller ogillar" och +5 "Gillar starkt". Skalan har multiplicerats med 10 för att undvika decimaler. Frågan om partisympati lyder: "Vilket parti tycker du bäst om?". Frågan om anhängarskap lyder "Anser du dig vara en övertygad anhängare av detta parti?" med svarsalternativen "Nej", "Ja, något övertygad" och "Ja, mycket övertygad". I kategorin "ej övertygade partianhängare" ingår de svarande som svarar "Nej" på frågan om anhängarskap. I kategorin "övertygade partianhängare" ingår de som svarat "något övertygad" och "mycket övertygad". För Centerpartiet, Vänsterpartiet och Kristdemokraterna är antalet övertygade relativt lågt, ca 30 personer.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2013.

I figuren presenterar vi också partiledarnas popularitet bland sympatisörer som själva betraktar sig som övertygade anhängare till partiet och bland de partisympatisörer som inte gör det. De övertygade anhängarna är partiets kärnväljare och starkaste stödtrupper. Resultaten visar inte oväntat att partiledarnas ställning genomgående är starkare bland övertygade än bland icke övertygade partisympatisörer. I den hårda kärnan av partiets stödtrupper sluter man upp bakom sina ledare. Det främsta exemplet är Jan Björklund som är klart mer populär bland övertygade FP-anshängare (+39) än bland icke övertygade FP-sympatisörer (+12). På motsvarande sätt står Stefan Löfven klart starkare bland övertygade S-anshängare (+39) än bland mindre övertygade S-sympatisörer (+18).

Partier behöver kunna gå till val som helgjutna och samspelta aktörer (*unitary actor*) för att kunna kommunicera sina valbudskap effektivt till väljarna. Sprickor i fasaden i form av ifrågasatt ledarskap, ideologisk splittring eller bristande organisation kan få ödesdigra konsekvenser under en intensiv valrörelse. Gapet i sympatipoäng mellan kärnsympatisörer och svalare sympatisörer kan indikera hur starkt stöd partiledarna egentligen har i de egna leden. SOM-undersökningen 2013 visar att fem ledare är mycket populära bland de övertygade anhängarna av sina respektive partier. Hit hör Jonas Sjöstedt, Fredrik Reinfeldt, Stefan Löfven, Göran Hägglund och Jimmie Åkesson som alla har genomsnittliga sympatipoäng på +35 eller högre. Fyra ledare har relativt de andra ledarna klart lägre sympatier från de varmaste partianhängarna. De ledarna är Gustav Fridolin, Åsa Romson, Jan Björklund och Annie Lööf med poäng mellan +22 och +29.

## Partiledarna inför riksdagsvalet 2014

Vilken roll kommer partiernas ledare egentligen att spela för sina partiers framgångar vid valurnorna i samband med 2014 års riksdagsval? Analyserna av partiledarkännedom och partiledarpopularitet har visat att svenska väljare tycker bra om sina politiska ledare inför 2014 års riksdagsval. Bland egna sympatisörer har samtliga ledare för närvarande mycket bra och stabila popularitetssiffror. Det gör inte saken sämre att valår tenderar att göra dem än mer populära. Mot bakgrund av tidigare erfarenheter förväntar vi oss att partiernas ledare kommer att belönas med högre popularitetspoäng i den kommande mätningen i SOM-undersökningen hösten 2014.

Att de svenska partiernas ledare är populära ger å ena sidan goda förutsättningar för positiva partiledareffekter i samband med 2014 års val, det vill säga situationer då enskilda ledare kan fungera som dragplåster för sitt eget parti. Å andra sidan brukar enskilda ledares popularitet ändå inte ge särskilt stora väljarvinster på kort sikt. Storleken på partiledareffekter har visat sig vara mycket små i partiorienterade flerpartisystem som det svenska (Blais, Schmitt & Aarts 2013) och ledareffekterna kan många gånger inte särskiljas från effekter av ideologiska positioneringar eller politiska utspel under valrörelsen.



Partiledareffekter tillhör inte vanligheterna i den svenska valrörelsehistorien. De ledarframgångar vi tenderar att minnas särskilt – såsom Bengt Westerberg (FP) 1985, Alf Svensson (KD) 1998, Gudrun Schyman (V) 1998 och Lars Leijonborg (FP) 2002 – har alla gått hand i hand med spektakulära och snabba spurtvinster för små partier sent under valrörelserna. Det har handlat om väljarvinster som också haft andra orsaker än partiledarnas insatser. Det finns dock en gemensam nämnare för dessa fall av spurtframgångar: I samtliga dessa fall har det varit ospännande i regeringsfrågan (Oscarsson 2013). Små ideologiska avstånd mellan partier och brist på spänning i regeringsfrågan är två exempel på faktorer som kan generera stora framgångar för enskilda partier och som kan ge partiledare ett eftermäle som röstmagnet. Karaktären på årets valrörelse – om det blir spännande eller inte i regeringsfrågan och om de ideologiska avstånden mellan partierna uppfattas som små eller stora – blir central för huruvida partiledarnas ställning i folkopinionen kommer kunna ha stor eller liten betydelse i 2014 års val.

## Noter

- <sup>1</sup> Närmare analyser visar att partiernas ledare samtliga är mer kända inom sitt eget parti än i befolkningen som helhet. Största skillnaderna syns för Jonas Sjöstedt (V) som är klart mer känd bland Vänsterpartiets sympatisörer (93 procent) än i befolkningen (84 procent). Motsvarande andelar för Gustav Fridolin (MP) är 94 mot 89 och för Åsa Romson (MP) 79 mot 73 procent.
- <sup>2</sup> Sympatipoängen bland partiernas sympatisörer (oavsett om de själv betraktar sig som övertygade anhängare eller inte) är Stefan Löfven +30, Fredrik Reinfeldt +37, Gustav Fridolin +23, Åsa Romson +15, Jonas Sjöstedt +36, Jan Björklund +17, Göran Hagglund +33, Annie Lööf +21 och Jimmie Åkesson +32.

## Referenser

- Bjerling, Johannes (2013). *The Personalisation of Swedish Politics. Party Leaders in the Election Coverage 1979-2010*. University of Gothenburg, Department of Journalism, Media and Communication.
- Blais, André, Hermann Schmitt & Kees Aarts (2013). *Leaders and Democratic Elections*. Oxford, Oxford University Press.
- Curtice, John & Sören Holmberg (2005). "Party Leaders and Party Choice". I Thomassen, Jacques, Red. *The European Voter*. Oxford, Oxford University Press.
- Holmberg, Sören (2012a). "Mer känd, men inte mer uppskattad". I Bergström, Annika & Jonas Ohlsson Red. *Medborgarna om välfärden*. Göteborgs universitet, SOM-institutet.
- Holmberg, Sören (2012b). "Populära och mindre populära partiledare". I Weibull, Lennart, Henrik Oscarsson & Annika Bergström, Red. *I framtidens skugga*. Göteborgs universitet, SOM-institutet.

- Karvonen, Lauri (2010). *The Personalisation of Politics. A study of Parliamentary Democracies*. London, ECPR Press.
- Oscarsson, Henrik (2008). "Partiledarkännedom". I Holmberg, Sören & Lenart Weibull, Red. *Skilda världar*. SOM-rapport 44. Göteborgs universitet, SOM-institutet.
- Oscarsson, Henrik (2013). "Väljarnas valrörelser". I Strömbäck, Jesper & Lars Nord, Red. *Kampen om opinionen*. Stockholm, SNS.
- Oscarsson, Henrik & Sören Holmberg (2013). *Nya svenska väljare*. Stockholm, Norstedts Juridik.