



Valg 2.0 – politikk på nett

Barack Obama vant en klar seier i presidentvalget i USA. Obama-kampanjens bruk av internett var avgjørende for å mobilisere velgere og finansiere valgkampen. Nordmenn ligger i verdenstoppen i bruk av internett med bl.a. 1,2 millioner brukere på Facebook. Kan internett prege det norske stortingsvalget på samme måte som valget i USA?

Web 2.0

Web 2.0 referer til et interaktivt og deltakende internett der opplasting er like vanlig som nedlasting. Brukere kommuniserer med hverandre via sosiale nettverk som MySpace og Facebook, og kommenterer direkte på nyhetssaker på nettavisene. De formidler eget innhold i blogger eller legger ut bilder og videosnutter på Flickr og YouTube, samt bidrar til å definere hendelser og begreper på Wikipedia. Interaktive netttjenester skaper nye muligheter for kommunikasjon – også på den politiske arenaen.

Mobilisering via MyBO

Bruk av digital teknologi var et viktig verktøy for den unge senatoren Obama i presidentvalgkampen – ikke minst i nominasjonsprosessen der tusenvis av tilhengere mobiliserte lokalt via nettet. Obama-kampanjen brukte Facebook-gründer Chris Hughes til å sette opp nettsiden my.barackobama.com (kjent som MyBO). MyBO hadde en nøkkelrolle i å mobilisere frivillige. Interaktive sosiale tjenester, nedlastbart valgkampmateriell, samt databaser med ringe- og besøkslister, gjorde det enkelt for frivillige å mobilisere andre frivillige.

Obamas nettsuksess kan tilskrives effektiv organisering av ny teknologi. Obama-kampanjen integrerte nye sosiale medier med mer tradisjonelle metoder som telefonsamtaler, valgkampmøter og masseutsendelser av sms og e-post. Kampanjen gav tilhengere tilgang til teknologi som bidro til kreativitet, mobilisering og engasjement på grasrotnivå.

Politisk engasjement på nett

Den amerikanske valgdeltakelsen i 2008 var rekordstor. Over 50 prosent av de unge i alderen 18-29 år stemte (høyeste prosentandel siden 1972). De unge stemte overveldende for Obama (66 prosent, mot 32 prosent for McCain). Hvilken rolle hadde internett i denne mobiliseringen?

YouTube og andre publiseringstjenester har ikke bare gjort politisk innhold mer tilgjengelig for internettgenerasjonen; de har også revolusjonert mulighetene for enkeltpersoner til å nå ut med politiske budskap. Videoen "Obama girl", laget av ivrige tilhengere, er sett av over 12 millioner på YouTube. I tillegg til å gjøre det lett for frivillige selv å arrangere møter eller ta en ringerunde, fungerte MyBO som et sosialt nettverk hvor millioner av brukerne hadde egne blogger, kunne delta i online grupper og invitere til "events". MyBO lenket direkte til brukernes videosnutter, blogger og bilder – uten å velge bort "useriøst" politisk innhold i særlig grad.

Finansiering fra mange

Som et effektivt supplement til dyre TV-reklamer, la Obama ut videosnutter på YouTube som oppfordret folk til å gi et bidrag. På MyBO kunne velgere enkelt betale inn et lite engangsbeløp eller et fast månedlig beløp. Å samle inn penger var sosialt: frivillige kunne sette personlige mål, organisere innsamlinger, og se sitt eget innsamlingsbarometer stige.

Obamas valgfond slo alle rekorder. Kampanjen samlet inn over 600 millioner dollar (mer enn 4 milliarder norske kroner) – fra mer enn 3 millioner individuelle bidragsytere.

Saken forklart: Valg 2.0

Redaksjon

Kari Laumann, Tore Tennøe

Mer informasjon

www.teknologiradet.no

Valg 2.0 i Norge?

Norge er i verdenstoppen når det gjelder tilgang til bredbånd. I følge SSB bruker 89% av alle nordmenn internett (100% i alderen 16-24 år). Samtidig har bruken av sosiale nettjenester eksplodert - hele 77 % av de unge bruker Facebook ukentlig.

Mange norske politikere er allerede etablerte bloggere, og flere partier bruker sosiale nettverktøy som Twitter, Facebook og Flickr.

Men hvilket potensial har internett for å påvirke stortingsvalget høsten 2009?

Nye muligheter – nye spørsmål

Følgende spørsmål er aktuelle når vi skal vurdere om internett kan bidra til mobilisering av grasrota i Norge:

- Kan sosiale nettjenester ha like stor effekt i det norske valget hvor personfokuset er mindre fremtredende enn i USA?
- Hva slags type politisk engasjement skaper internett? Får vi flere genuint politisk interesserte eller et mer overfladisk og kortvarig politisk engasjement?
- Skaper internett reell toveiskommunikasjon mellom velgere og politikere? Hvilken status har egentlig borgerinnspill på nett?
- Endres politikernes rolle når alt de sier og gjør kan legges ut på nett av borgerjournalister?

Web 2.0 etter valget – godt nytt for demokratiet?

Web 2.0-applikasjoner kan, som vi har sett i USA, spille en viktig rolle i en valgkamp. Kanskje enda viktigere er bruken av dem etter valget. Internett muliggjør deltakelse, lett tilgang til informasjon og muligheten for å uttrykke egen mening – sentrale aspekter i et demokrati.

Techpresident Obama

Barack Obama har uttrykt at han ønsker å åpne myndighetene opp for folket, stimulere deltakelse og å gjøre offentlig informasjon mer tilgjengelig. Nettsiden change.gov er et første steg for å gjøre overgangsperioden transparent. Obama vil videre opprette stillingen "Chief Technology Officer (CTO)" for å sikre at den mest oppdaterte teknologien bedrer informasjonsflyten mellom politikere og borgere. Hva er Obamas neste steg? Vil vi få se utstrakt bruk av "crowdsourcing" ved åpne høringer der borgerne kan kommentere på politisk viktige dokumenter tidlig i prosessen? Vil folk ha tilgang til sanntids video fra alle politiske møter og prosesser på mobilene sine? Vil vi få flere og større politiske aksjoner organisert av grasrota via internett og mobil?

E-petitions i Downing Street

Britiske myndigheter har innført "e-petitions" som er en tjeneste der borgere kan foreslå tiltak til statsministeren. Forslagene omhandler alt fra arveavgift til å nekte Margaret Thatcher en statlig begravelse. Forslagene er avhengig av støtte fra 200 personer for å bli sendt videre til behandling. Alt skjer på nett, og mer enn tre millioner mennesker (rundt 7% av den britiske befolkning) har gitt sin støtte til ett eller flere forslag. Skeptikere spør seg hvor seriøst forslagene blir behandlet, og hvorvidt teknologisk entusiasme overskygger den politiske effekten av e-petitions.

Elektronisk innbyggerinitiativ i norske kommuner

Flere norske kommuner har prøvd ut en ordning der innbyggerne kan sende inn forslag elektronisk til kommunestyret. Målet med elektronisk tilrettelegging for innbyggerinitiativ var å gjøre det lettere for folk å få tatt opp saker de brenner for. Hvis 300 innbyggere støtter forslaget har kommunestyret plikt til å sette saken på agendaen i følge kommunelovens §39a. Ideene som har blitt foreslått spenner fra innspill om byutvikling til størrelsen på støtten til leirskoleopphold for sjetteklassinger.

Teknologirådet er et uavhengig, rådgivende organ for teknologivurdering. Det ble opprettet ved kgl. res. 30.april 1999 etter initiativ fra Stortinget. "Saken forklart" utgis av Teknologirådets sekretariat.

Pb. 522 Sentrum
0105 Oslo

Prinsensgate 18
Norway

T: +47 23 31 83 00
F: +47 23 31 83 01

www.teknologiradet.no
post@teknologiradet.no