

Stemmekampanje med suksess

Stemmekampanje med suksess

Medienes stemmekampanjer bidro til at valgdeltakelsen blant unge økte for første gang på 24 år.

I høst stemte ti prosentpoeng flere førstegangselgere enn i 2009, viser nye tall fra Institutt for samfunnsforskning (Isf) som ble lagt fram onsdag.

Valgforskerne forklarer den store økningen med to forhold: 22. juli og medienes stemmekampanjer rettet mot unge. [skriver Aftenposten](#)

Selv om det er gått to år etter terrorangrepet, er 22. juli en mobiliserende kraft, mener forsker Guro Ødegård ved Isf.

- De unge var i en politisk formbar fase og derfor kan det se ut til at terrorangrepet satte enda dypere spor hos dem enn hos voksne. Plutselig så man en relasjon mellom demokrati og politikk. Jeg tror ikke den demokratiske læringskurven har vært brattere for noen generasjon etter krigen, sier Ødegård.

Hun mener medienes stemmekampanjer har gitt ungdom økt kunnskap om politikk.

En rekke av landets [mediehus samarbeidet om kampanjen](#) [Min stemme 2013](#)
Den hadde som mål å rette seg mot unge og få dem til å bruke stemmeretten.

2013.12.19

Nei
Nei