

Reykjavík, 4. apríl, 2018

Minnisblað

Að auka kjörsókn ungs fólks í borgarstjórnarkosningum vorið 2018

Yfirlit: Til stendur að gera svokallaða inngripsrannsókn sem hefur þann tilgang að auka kjörsókn meðal ungs fólks en jafnframt leggja mat á hvað aðferðir til að auka kosningaþátttöku eru vænlegastar til árangurs. Rannsóknin verður unnin í samhengi við borgarstjórnarkosningarnar vorið 2018. Markmiðið er að senda mismunandi gerðir kynningarefnis til ungmenna samkvæmt tilraunasniði, sem gerir það kleift að leggja mat á hvaða kynningarefni nær best til ungmenna. Áherslur kynningarefnisins byggja á niðurstöðum alþjóðlegra rannsókna í félagssálfræði og á niðurstöðum rannsókna sem rannsakendur hafa gert á kosningaþátttöku ungmenna í tengslum við tvær síðustu alþingiskosningar. Rannsóknin er gerð samhliða áttakinu #ÉgKýs og í samvinnu við skipuleggjendur þess átaks.

Framkvæmd: Stuttu fyrir kosningar verður sendur út markpóstur á öll þau ungmenni sem nú eru að kjósa í fyrsta sinn í sveitastjórnarkosningum. Fimm mismunandi áherslur verða í markpóstinum, byggt á niðurstöðum fyrri rannsókna á því hvers konar efni er líklegast til þess að hvetja fólk á kjörstað:

- Hópur 1: Áhersla á jafningjaáhrif (byggt á þekktum niðurstöðum í félagssálfræði).
- Hópur 2: Áhersla á praktískar leiðbeiningar um hvernig og hvar skuli kjósa. (byggt á þekktum niðurstöðum í félagssálfræði og niðurstöðum úr könnunum rannsakenda eftir síðastliðnar alþingiskosningar)
- Hópur 3: Áhersla á borgaralega skyldu, að kosningar skipti máli og ekki séu allir flokkar eins (byggt á þekktum niðurstöðum í stjórnmálafræði og niðurstöðum úr könnunum rannsakenda eftir síðastliðnar alþingiskosningar).
- Hópur 4: Áhersla á að viðtakandinn sé ekki minna „hæfur“ til að kjósa en aðrir kjósendur (byggt á niðurstöðum úr könnunum rannsakenda eftir síðastliðnar alþingiskosningar).
- Hópur 5 - samanburðarhópur: sem fær hefðbundið bréf sem áður hefur verið sent til nýrra kjósenda.

Í hópum eitt til fjögur verða 1000 ungmenni í hverjum hópi sem valin eru samkvæmt slembivali. Fjöldi í hverjum hópi er valinn miðað við að mat á áhrifum verði tölfræðilega marktækt miðað við vænta áhrifastæð. Í samanburðahópi verða þá allir aðrir sem tilheyra hópnum nýir kjósendur.

Hóparnir eru valdir eftir kjördeildum (allir viðtakendur í tiltekinni kjördeild fá póst með sömu áherslu). Með því að taka saman þátttöku eftir kjördeildum fyrir þann hóp sem kýs nú í fyrsta skipti má bera saman áhrif þessara mismunandi áhersluskeyta.

Rannsókninni verður svo fylgt eftir með spurningakönnun í síma og/eða netkönnun sem gerð verður á hluta þessa hóps. Könnunin verður með svipuðum áherslum og fyrri kannanir rannsakenda og tekur til viðhorfs til kosninga, verkefnins #ÉgKýs, og annarra þátta.

Næstu skref: Á fundi fulltrúa mannréttindanefndar og rannsakenda þann 3. apríl 2018 var farið yfir hvað þarf að gera til að vinna þessa rannsókn. Fyrir utan fjármögnun verkefnisins eru stærstu þættirnir sem snúa að framkvæmdinni af hálfu borgarinnar:

1. Tryggja að úrtak eftir kjördeildum verði aðgengilegt svo hægt sé að senda á rannsóknarhópana.
2. Að við vinnslu á kjörskráum eftir kosningar verði unnar nauðsynlegar upplýsingar um kosningaþátttöku úrtakshópanna, þ.e. að innan hvernar kjördeildar verði kjörsókn greind eftir því hversu hátt hlutfall „nýrra kjósenda“ mætti á kjörstað.
3. Að gerð kynningarefnis sem ákveðið hefur verið að senda á þennan hóp verði unnin með hliðsjón af rannsókninni.
4. Að innan borgarinnar fái viðeigandi aðilar vitneskju um verkefnið og að tryggður sé samstarfsvilji þeirra sem rannsakendur þurfa að reiða sig á.

Rætt var um að Anna fari yfir málið innan borgarinnar og kanni hverjir þurfi að koma að málinu til að ofangreint gangi upp.

Stærstu þættirnir sem snúa að rannsakendum eru:

1. Tryggja að verkefnisstjóri sem heldur utan um framkvæmdina verði ráðinn.
2. Hanna inngripin í samvinnu við auglýsingastofu og aðila innan borgarinnar.

Virðingarfyllt,

Magnús Þór Torfason, lektor við Viðskiptafræðideild HÍ

Hulda Þórisdóttir, dósent við Stjórnfræðideild HÍ.