

# Valghøst

TEKST

**Arne Olav L. Hageberg**

PUBLISERT 2. oktober 2007

---

... partimålinger påvirker hvordan innbyggerne velger. På engelsk heter dette «The Bandwagon effect»; at vi stemmer på dem vi tror skal vinne. Et godt norsk uttrykk for dette er «flokkmentalitet».

Det motsatte er det såkalte «underdogsyndromet»; den det går dårlig med, får vår sympati. I 1998 gjennomførte psykologen Albert Mehrabian et forsøk hvor han mente å kunne bevise at bandwagon-effekten virker sterkere en underdog-sympatien. Stemmer Mehrabians konklusjon, kan det bety at media, ved å konstruere nyheter av resultater som statistisk sett er langt fra sikre, påvirker velgerne til å foreta valg som igjen bidrar til å forsterke og underbygge journalistenes feilaktige tolkning av meningsmålingene.

Sosiolog Ørjan Nordhus Karlsson i Aftenposten 23.8.2007

*Teksten sto på trykk første gang i Tidsskrift for Norsk psykologforening, Vol 44, nummer 10, 2007, side*

TEKST

**Arne Olav L. Hageberg**, Journalist og nettansvarleg i Psykologtidsskriftet