

Hans Bergström: Efter USA-valet: Är "demography destiny"?

Debattartikel införd på Newsmill, november 2012.

Vad är viktigast i en demokrati: Vad väljarna tycker eller vilka de är? Detta är en gammal diskussionsfråga inom statsvetenskapen. Den är delvis empirisk, delvis en fråga om demokratisk norm. Svensk valforskning, ledd från Göteborgs universitet, har betonat åsikterna som viktigare för en sund demokrati än gruppidentiteterna.

Barack Obama vann återval på en mästerligt genomförd identitetsstrategi. En majoritet av dem som röstade uttrycker traditionell amerikansk skepsis mot växande statsmakt och högre skattetryck. Men tillräckligt många valde ändå Obama på grund av sin identitet som svarta eller latinos. Till detta kom ungdomarnas stöd, i stor utsträckning en reflex av college-roll. Obama är vår tids ledande rock star i en celebritetskultur som också den vädjar till identitet.

Det är alltså dåligt förstått i Europa hur systematiskt Obama och hans kampanjteam gick till väga för att vädja till olika gruppers identitet och söka upp väljare med skilda grupptillhörigheter. Politiska åtgärder från presidenten understödde kampanjstrategin. Collegeungdomar fick vissa lättnader i sina lån. Barn till illegala invandrare från främst Latinamerika gavs ökade möjligheter att få stanna i USA. Krav ställdes på att även katolska kyrkans försäkringsbolag ska betala för kvinnors p-piller, varpå republikanerna kunde utmålas som mot preventivmedel när de försvarade religionsfrihet.

Under nära två års tid, från januari 2010 till november 2012, har USA:s president bedrivit valkampanj i stället för att styra landet. Det innefattade dubbelt så många evenemang för att samla pengar till valkassen som hans företrädare. Pengarna användes för att under lång tid kunna anställa medarbetare på valkontor, i nyckelstaterna nästan lika tätt spridda som McDonalds-restauranger. Enbart i Ohio hade Obamakampanjen 5 000 heltidsanställda medarbetare, vartill kom volontärer. De fick till sitt förfogande data om individer, som var mer sofistikerade än för något konsumentvaruföretag. Var bor de? Vilka är de? Vad läser de? Vad köper de? Hur höga inkomster har de?

Här i Florida söktes de upp med personliga kontakter under lång tid. Väljare från Puerto Rico, från Haiti, från Centralamerika. Svarta väljare. Ensamstående yngre kvinnor. Etc. Obamas kampanjledare visste var de hade sina väljare och bearbetade dem med en precision i personlig marknadsföring som är unik i amerikansk politisk historia. Här i Broward County i södra Florida marscherade svarta väljare till vallokalerna i organiserade led, för att förtidsrösta enligt förhandsgivna listor. Mot alla odds blev valdeltagandet bland svarta, latinos och unga lika högt som 2008, när Obama bars av "hope and change". Det vita valdeltagandet sjönk däremot något.

Resultatet visade sig på valnatten. Obama hade i praktiken redan vunnit valet innan vita väljare över 30 års ålder ens räknats. Redan när "exit polls" publicerades tidigt på valnatten, utan en enda röst räknad, utbrast demokraten Bob Beckel: "Obama har vunnit valet". Han kunde säga detta grundat på en enda siffra: 72 procent av dem som röstade var vita. Det var för lite för att Romney skulle ha en chans. Romney vann i den vita väljarkåren med hela 20

procentenheter (59 procent mot 39 för Obama). Men de vitas andel av väljarkåren hade sjunkit från 77 procent 2004 och 74 procent 2008 till 72 procent nu. Med 75 procent hade Romney varit president. De svarta röstade för Obama mot Romney i proportionen 12-1, Latinos i proportionen 7-3 och de unga i proportionen 12-7.

Alla strävar efter att vinna val. Och för Obama personligen var det en existentiell skillnad mellan att bli en "one term president" och en "two term president". Jack Welch, den framstående företagsledaren som starkt stödde Romney, uttryckte som expert på management sin beundran för Obama-teamets extrema skicklighet på "micro targeting". "The Chicago Machine" som visade sig överlägsen Clintons i primärvalet 2008 imponerade en sista gång.

Så vad är problemet? Det är värt att ställa den frågan, eftersom Obamas metoder för att vinna årets presidentval nu kommer att sprida sig världen över, inte minst till Sverige 2014.

Från demokratisk utgångspunkt finns det åtminstone två grava problem med att segmentera väljarkåren på det sätt som Obama-kampanjen gjorde:

För det första är det inte hälsosamt för karaktären hos folkstyret. En demokrati där partierna söker stöd för ett program för helheten vädjar till medborgarna som tänkande individer, med vilja och förmåga att söka bedöma vad som är bäst för landet. Detta lyfter förväntan på att människor kan lyfta sig ovanför sina snävare identiteter och just på valdagen handla som medborgare, inte som medlemmar i olika stammar. Därmed bryter man också den tendens som förstås alltid finns till ett snävare grupptänkande.

Idéer för hela landet bryter gruppmotsättningar, medan identitetspolitik stärker dem och även inbjuder till korruption. Detta är ett stort problem för många unga demokratier i Afrika; stamtillhörighet blir viktigare än ideologi. När nio av tio vita i delstaten Mississippi röstade på Romney och mer än nio av tio svarta på Obama, är det inte bra för demokratin och det alstrar misstro mellan grupper.

För det andra förbereder identitetspolitiken inte för att styra ett land. Barack Obama redovisade under valrörelsen ingen som helst plan för sin andra mandatperiod. Detta trots att de problem som USA nu står inför är enorma. Presidenten var fullt upptagen med vad som kan kallas "mikropolitik", att finna initiativ han kunde ta för olika grupper, för att ge valarbetarna argument när de sökte upp dessa grupper. Identitetspolitiken är också till sin karaktär i stor utsträckning symbolisk. Via ordval, forum för framträdanden, små åtgärder som ska markera ett synsätt signalerar man till olika delsegment av befolkningen "jag är med er". Det starka inslaget av klasskamp i Obamas valbudskap hör också hit.

Men den som vinner ett val på identitetspolitik har sedan inget program att regera med. Gigantiskt växande statsskuld, kris för jobbskapandet och ett skattesystem som gjort bankrott – tunga realiteter som dessa kan inte lösas med symboliska gester, som Janerik Larsson visat i sin valanalys på Newsmill (7/11). De kräver verkliga åtgärder, med hantering av de målkonflikter och opinionsrisker som sådana ofrånkomligen för med sig. Där står nu Obama, med vunnit återval men utan program.

Är identitetspolitik vad som nu gäller, efter Obamas visade mästerskap i grenen? Är "demography destiny"? Jag vet inte hur många grannar och vänner i ett bostadsområde med lägre medelklass i Broward County som sagt mig efter valet "vi har förlorat det land som skapades av européer". Den känslan var stark bland många vita väljare omedelbart efter valet. Är den ödesbekräftad? Inte säkert. Trots besvärande dåliga resultat i ekonomin hade Obama några underliggande förhållanden på sin sida. Känslan har växt hos amerikanerna att ekonomin håller på att vända till det bättre; om de två sista månadernas statistik över arbetslösheten varit betydligt sämre, kunde Obama ha förlorat trots sin skickliga segmentering i valkampanjen. Obama lyckades, visar "exit polls", med sin taktik att i stor utsträckning skylla den svaga ekonomiska återhämtningen på andra: på kongressen, på Europa och inte minst på George W. Bush. Tillräckligt många var beredda att låta honom fortsätta – samtidigt som Republikanerna gavs en majoritet av väljarna i "folkets kammare", Representanthuset.

Barack Obama är en unik politisk personlighet; det är inte säkert att demokraternas kandidat 2016 har samma förmåga att skapa känslor av identitet. 2012 var det sista val då Obama stod på valsekeln.

Omvänt kommer republikanerna att modifiera sin invandringspolitik i spåren av valutgången (uppfattningen att man inte ska bryta mot lagen borde dock inte i sig ses som "invandrarfi-entlig"). I andra frågor – som synen på abort, familj och företagande – ligger många amerikaner med latinamerikansk bakgrund närmare det republikanska partiet.

Det kan heller knappast vara enbart ett plus för Demokraterna att överges av de vita väljarna, som trots allt utgör mer än två tredjedelar av den amerikanska väljarkåren – och mer än så i mellanårsval.

Erfarenheten från de senaste 100 åren är också att andra mandatperioden alltid är sämre än den första. Från detta finns faktiskt inget undantag, från Wilson och framåt. Roosevelts andra period präglades av en fruktlös kamp mot Högsta Domstolen och återigen stigande arbetslöshet, Trumans av Koreakriget, Eisenhowers av två hjärtattacker samt U2-konflikten med Sovjetunionen, Johnsons av Vietnamkriget, Nixons av Watergate, Reagans av Iran-Contras-affären och sammanbrottet för den amerikanska sparbanksrörelsen, Clintons av Monica Lewinsky, Bushs av Irakkriget och Lehman Brothers.

För Amerikas och världens skull får vi hoppas att Barack Obama lyckas bryta detta olycksbådande mönster.

Hans Bergström

Hans Bergström är docent i statsvetenskap och f.d. chefredaktör för Dagens Nyheter. Han bor i USA sedan 2003 och har dubbelt medborgarskap USA/Sverige.

--- Införd på Newsmill i november 2012. Newsmill var en svensk nyhets- och debattsajt, som drevs mellan 2008 och 2013. Chefredaktör var P.M. Nilsson.

