

STUDENTVALG- RAPPORT 2023

DEN FULLSTEDINGE VALGRAPPORTEN OM
STUDENTVALGET 2023

**AV NESTLEDER: JAKOB
MEYER VEVATNE**





Innholdsfortegnelse

Bakgrunn

Forberedelse til valg

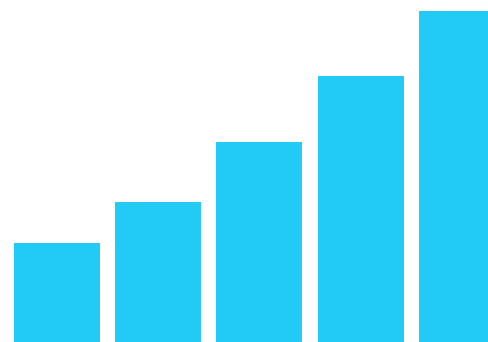
Gjennomføring av Valget

Arrangementer under valget

Markedsføring

Resultatet

Refleksjon



BAKGRUNN

Studentparlamentet består av 19 medlemmer og er det øverste studentdemokratiske organet på Universitetet i Stavanger. Hvert år avholdes det studentvalg ved universitetet. Alle semesterregistrerte studenter har rett til å stemme på studentene som stiller til valg til studentparlamentet. Studentvalget ved UiS foregår ved listevalg, og de ulike listene stiller med egne liste-program. For å kunne stille liste er det et minste krav om at listen må bestå av fem kandidater. Medlemmene i studentparlamentet trår inn i sine verv fra og med 1. januar og sitter til 31. desember. Valget ble lagt i perioden 16. oktober til 29. oktober.

Parlamentsvalgkomiteen

Under valget 2023 besto Parlamentsvalgkomiteen av Nestleder i StOr og Organisasjonsrådgiver, i tillegg bisto leder en del i perioder. Det fungerte relativt godt, men vi skulle gjerne hatt en full Parlamentsvalgkomite. Derimot var dette noe som var vanskelig å rekruttere til, dette er også ikke det første året det har vært utfordringer knyttet til rekruttering av denne gruppen. Undertegnede ser det som en utfordring å skulle rekruttere til en Parlamentsvalgkomite, samtidig som det rekrutteres til lister som stiller til valg. Det er i større grad mange av de som kunne bidratt i denne komiteen, som er på en liste som stiller til valg. Resultat av dette blir derfor ofte at det blir en avveining om personer skal stå på en liste eller være en del av denne komiteen.

Digitalt arbeid

Bruken av sosial medier ble sett på som et sentralt element for å kunne nå ut til en større bredde av velgere. Det ble lagt ned tid i godt digital materiell som skulle bli brukt under valgperioden i sosiale medier, nettsider, generelle informasjonskanaler og spesifikke studentsider. Dette er et område som har blitt laget på nytt hvert eneste år, over tid er dette ineffektivt og det bør ses på måter å unngå å måtte gjøre dette på nytt hvert eneste år. Valgsiden med informasjon til alle listene ble lagt på hjemmesiden til UiS, som et tiltak til å gjøre hele valget mer tilgjengelig og tydelig for alle studentene.

Oppslutning

Det er generelt mål å stadig øke valgoppslutningen. Et mål som man har sett for seg i flere år, er å passere 20% valgoppslutning, dette er et spesielt viktig tall da universitetene er lovpålagt 20% representasjon i alle råd og utvalg. En valgoppslutning som speiler dette, bør være et minimum for studentvalget. Vi er derfor veldig fornøyde med å lande på en oppslutning på 21,74%!



STILL TIL STUDENTVALGET 2023

Frist: 2. Oktober

nestleder@stor.uis.no



FORBEREDELSE TIL VALGET

Hendelsesforløpet i forkant av valget

Datoene for gjennomføringen av parlamentsvalget ble fastsatt i juli og det var noe som vi i StOr hadde med inn i bakhodet på alt vi gjorde i oppstartstiden. Det ble arbeidet med en bevisstgjøring i hele oppstarten. Hvor det å snakke om studentvalget var noe som vi snakket om i alle introduksjonsforelesninger som vi var inne i de 2 første ukene etter semesterstart. I tillegg til at StOr prøvde å tilrettelegge for flere eller større lister.

Den opprinnelige fristen ble satt til 25. september, som er 3 uker før startdato til parlamentsvalget. Derimot var det kun en liste som hadde alt klart innen den fristen. Det ble derfor etter en samtale med KK bestemt å utsette fristen til onsdag 4. oktober klokken 12. Etter den fristen hadde vi 6 registrerte lister med minst 5 kandidater på alle listene.

Det oppsto et problem med vår hjemmeside i august, som gjorde at den ikke ble sett på som tilregnelig under studentvalgprosessen. Det ble derfor tidlig tatt et valg om å forhøre seg om kommunikasjonsavdelingen (AKS) kunne bistått oss med å legge alt av valg på hjemmesiden til UiS. Her fikk vi et raskt ja og begynte arbeidet med dette tidlig oktober. Det ble lagt inn en knapp på student siden til UiS rett til siden om valget og den siden fikk vi stor innflytelse på utformingen av. Alle 6 listene ble lagt inn, med sitt opprinnelige program og en kort versjon av sitt program. I tillegg til at alle listekandidatene ble nevnt i rekkefølgen de står oppført i og det ble publisert bilde av de 3 øverste kandidatene på listen. Spesielt det siste tror vi var veldig viktig, da det ga mange et ansikt til dem de eventuelt stemte på.

Synlighetskampanje

Som en del av årets valg, så prøvde også vi i StOr å kjøre en bevisstgjøringskampanje. Hvor vi prøvde å gjøre så mange studenter som mulig klar over både hva StOr var, hva studentdemokratiet var, enhver enkeltstudent sin mulighet til å påvirkning og hvorfor akkurat hver enkelt student burde engasjere seg gjennom å bruke stemmeretten sin. For å oppnå dette, ble det sendt inn en søknad til Norsk Studentorganisasjon (NSO) på 40 000 kroner som skulle støtte dette arbeidet. Dette er vi veldig glade for og vi tror at midlene som vi fikk gjennom støtten til NSO, var med på å gjennomføre en enda bedre valgperiode.

Budsjett

StOr mottok 40 000 kroner i støtte til et prosjekt som ble kjørt i løpet av parlamentsvalget. Dette var midler som ble tilført de midlene som var satt av til studentvalget. Dette gjorde at vi kunne utvide bruken av ressurser til dette valget. Blant annet satt av større midler til arrangementer knyttet til valget, deriblant dekket det alt av standsvirksomhet som skjedde i løpet av valget. Eksempelvis brukte vi 8000 kroner til boller i løpet av perioden.

Det var budsjettet totalt 20 000kr fra StOr til valget, derav 10 000 kroner til en digital markedsføringskampanje. I tillegg til dette, fikk alle listene midler på 5500 kroner hver som de selv kunne disponere slik de ønsket.



Tidslinje i valgprosessen

Parlamentvalgkomiteen lagde tidlig en oversikt over viktige frister og hendelser som ble viktig for gjennomføringen av valget. Denne tidslinjen hadde de forskjellige viktige datoene i løpet av denne valgperioden. Fra de satte fristene for å stille til valg, til ulike arrangementer som foregikk i løpet av valgperioden. Nedenfor er det listet opp de viktigste punktene.

1.

Fastsette dato for valget
Fastsatt sommer 2023

2.

Registrering av liste til valg
Opprinnelig frist: 25. september
Utsatt til 4. oktober

3.

Workshop listeledere
Avholdt den 6. oktober, Praktisk info om valget, samt forventninger og ambisjoner

4.

Nettside
Hele nettsiden med all info om listene var tilgjengelig 10. oktober

5.

Valgstart
Valget startet 16. oktober klokken 12

6.

Morgenaksjon
Morgenen den 16. og 17. oktober

7.

Studentmessa
Avholdt i Tjodhallen 17.10

8.

Stand aktivitet
Dette foregikk kontinuerlig i løpet av valgperioden

9.

Morgenaksjon
Avholdt morgenen den 24. oktober

10.

Debatt i Bokkafeen
Avholdt 26. oktober kl 17

11.

Valgslutt
Valget avsluttet 27. oktober kl 23.59

VALGET

Arrangement under valget

Morgenaksjon

Det ble totalt avholdt 3 morgenaksjoner i løpet av valgperioden. Datoene for det var 16. og 17. oktober, i tillegg til 24. oktober. Disse dagene ble sett som mest hensiktsmessige og potensielt til å nå ut til flest mulig. Spesielt de 2 første var viktig for først å gjøre studentene oppmerksomme på at det foregikk et studentvalg og for å informere til Studentmessa som ble avholdt i stolpetimen den 17. oktober. Morgenaksjonen var vellykket. Til aksjonene 16. og 24. ble det kjøpt inn boller som ble delt ut på stands, det ble totalt kjøpt inn 400 boller og flere kanner kaffe til det som ble delt ut på standene. Dette var meget populært, og det gikk fort unna.



Debatt i bokkafeen

Mot slutten av valgperioden, ble det arrangert en debatt på Bokkaféen. Alle listene stilte under debatten og debatten i seg selv gikk veldig bra. Derimot var det ikke et så stort oppmøte som ønskelig. Tanken var at man skulle promotere debatten i løpet av hele valget, men uten så stor suksess som ønskelig.



Studentmessa

Det ble arrangert en studentmesse under valgperioden, denne foregikk i Tjodhallen. Denne messa skulle ha 2 ønskede mål. Vise studenter det brede utvalget av organisasjoner som man som student kan ta del i samt mulighetene det innebar og det var en god mulighet for flere av listene til å sanke stemmer. Det var godt over 40 organisasjoner og nesten alle listene som deltok. Det var godt trykk i hele Tjodhallen hele denne stolpetimen og vi fikk veldig mange gode tilbakemeldinger.



VALGET



Markedsføring

Sosiale Medier

En del av fokuset under valget gikk til å promotere studentvalget gjennom sosiale medier. Dette med et mål om å kunne nå ut til enda flere studenter og få dem til å sette av litt tid. I tillegg blir en del av fokuset med aktivitet gjennom sosiale medier å bevisstgjøre så mange studenter som mulig om både hva det innebærer og hvorfor det er viktig at de bidrar til studentdemokratiet, og stemmer under parlamentsvalget.

Nettsider

Tidlig på høstsemesteret opplevde StOr større utfordringer på hjemmesiden. Som gjorde at det ble utfordrende å få delt all informasjon om selve valget, men mer kritisk at informasjonen på hvordan å opprette en liste eller ble en del av en etablert liste. Dette førte til at vi tidlig tok valget å flytte all informasjon knyttet til valget til UiS sine sider. Et valg som vi opplevde som et riktig valg og som vi tror har bidratt til at flere har fått med seg at det er et valg.



FREMGANGSMÅTE UNDER VALGET

Bruk av forskjellige kanaler og arbeidet som ble gjort

Digitale kanaler

Canvas

Bruken av Canvas som en kanal til å nå en stor andel studenter er viktig. Her ble det lagt inn 2 annonseringer i god tid før frist til å stille liste til valg eller bistand til å komme i kontakt med en av listene som man hadde det siste året. Videre ble det publisert 4 annonseringer i Canvas i løpet av valgperioden. Den første var først om studentmessa, deretter kom det 3 som var rettet mot valget og hvor studentene kunne klikke seg inn for å stemme. Det å ha en tilgjengelig lenke på det som er studentenes viktigste måte for kommunikasjon i løpet av semesteret, er avgjørende.

Mailene

Det ble sendt ut flere e-poster under studentvalget, både til studentmail og privat mail som studentene har ført opp. Dette vet vi når ut til alle studenter, og det er tydelig at de har en stor effekt på valgdeltakelsen. Tekstene som ble delt på canvas og mail holdt seg like slik at det ble mer konsekvent for studentene.

Info skjermer

Det ble også sendt ut grafiske elementer til alle som hadde eller administrerte informasjonsskjermer rundt om på Campus. Hvorvidt dette sanket mye stemmer, er usikkert. Likevel er det nok en måte til å lage enda mer informasjon og publisitet rundt valget.

Sosiale Medier

En del av fokuset under valget gikk til å promotere studentvalget gjennom sosiale medier. Dette med et mål om å kunne nå ut til enda flere studenter og få dem til å sette av litt tid. I tillegg blir en del av fokuset med aktivitet gjennom sosiale medier å bevisstgjøre så mange studenter som mulig om både hva det innebærer og hvorfor det er viktig at de bidrar til studentdemokratiet, og stemmer under parlamentsvalget.

Nettsider

Tidlig på høstsemesteret opplevde StOr større utfordringer på hjemmesiden. Som gjorde at det ble utfordrende å få delt all informasjon om selve valget, men mer kritisk at informasjonen på hvordan å opprette en liste eller ble en del av en etablert liste. Dette førte til at vi tidlig tok valget å flytte all informasjon knyttet til valget til UiS sine sider. Et valg som vi opplevde som et riktig valg og som vi tror har bidratt til at flere har fått med seg at det er et valg.



FREMGANGSMÅTE UNDER VALGET

Bruk av forskjellige kanaler og arbeidet som ble gjort

UiS.no/nb/student

Som et resultat av at hjemmesidene til StOr var nede, ble det allerede en måned før oppsatt valgstart gjort avgjørelsen å flytte hele valgsiden for valget 2023 over på UiS sine hjemmesider. I samarbeid med kommunikasjonsavdelingen, da spesifikt deres «nett-team», bisto med å opprette dette. Ved å overføre dette til hjemmesiden til UiS, ga det også en mulighet til hvordan få frem så mye informasjon som mulig. Når muligheten derfor bydde seg til å ha både større dokumenter og bilder på denne siden også, ble valget tatt å prøve å tilrettelegge for en best mulig side som mulig. Samtidig ble det gjort grep for å ta kommutative grep, med mye visuelt for leserne. Både med å sette bilder på navnene som stiller til valg og å ha programmene til de ulike listene som stiller til valg. Dette var noe som det kom mange gode tilbakemeldinger på i løpet av valget og det er noe som bør ses på å videreutvikles enda mer neste år. Det ble delt en kortversjon av programmet, gjerne på 5 punkter som de skulle jobbe for. Derimot var det en underliggende tanke at denne endringen ikke skulle begrense noen av listenes politiske plattform, derfor var alle de helhetlige listeprogrammene også tilgjengelig på samme side. Det var dermed så mye informasjon som enhver velger kunne selv velge å sette seg inn i. Slikt det ble gjort her denne gangen, var en tydelig test på hvordan dette kan ses på videre.

Smis

Det ble gjort et forsøk på å koble på studentavisen og få dem til å lage litt oppmerksomhet rundt valget. Det fungerte ikke ekstremt godt. Det ble laget en video med hver listeleder og det ble skrevet en artikkel. Så, selv om det ikke kom like mye som ønsket her, så kom det litt ekstra blest rundt det. Det er spesielt dette med å skape mer oppmerksomhet rundt valget som vi har en del å gå på. Her bør smis være en aktiv deltaker for å kunne skape mer oppmerksomhet og aktivitet mot valget.



Fysisk markedsføring

Mye av den fysiske markedsføringen, handlet i stor grad om fysisk materiale som ble delt ut og plakater som ble hengt opp. Det ble gitt ut hundrevis av flyers og vi opplever at det hadde en god respons til å øke valgdeltakelsen. En stor del av den fysiske markedsføringen foregikk gjennom stands og gjerne vandrende stands. Dette var en måte som gjorde at man nådde ut til en stor andel av studenter. Det ble gjennomført mye vandrende stands på de områdene hvor det er mest studenter. Eksempelvis ble det gjennomført mange runder på biblioteket for å oppfordre studenter som satt der til å stemme. Her var det mange som poengterte at det var fordelaktig at det kom en oppfordring fra noen til de skulle ta seg tiden til å stemme.



Regnskap

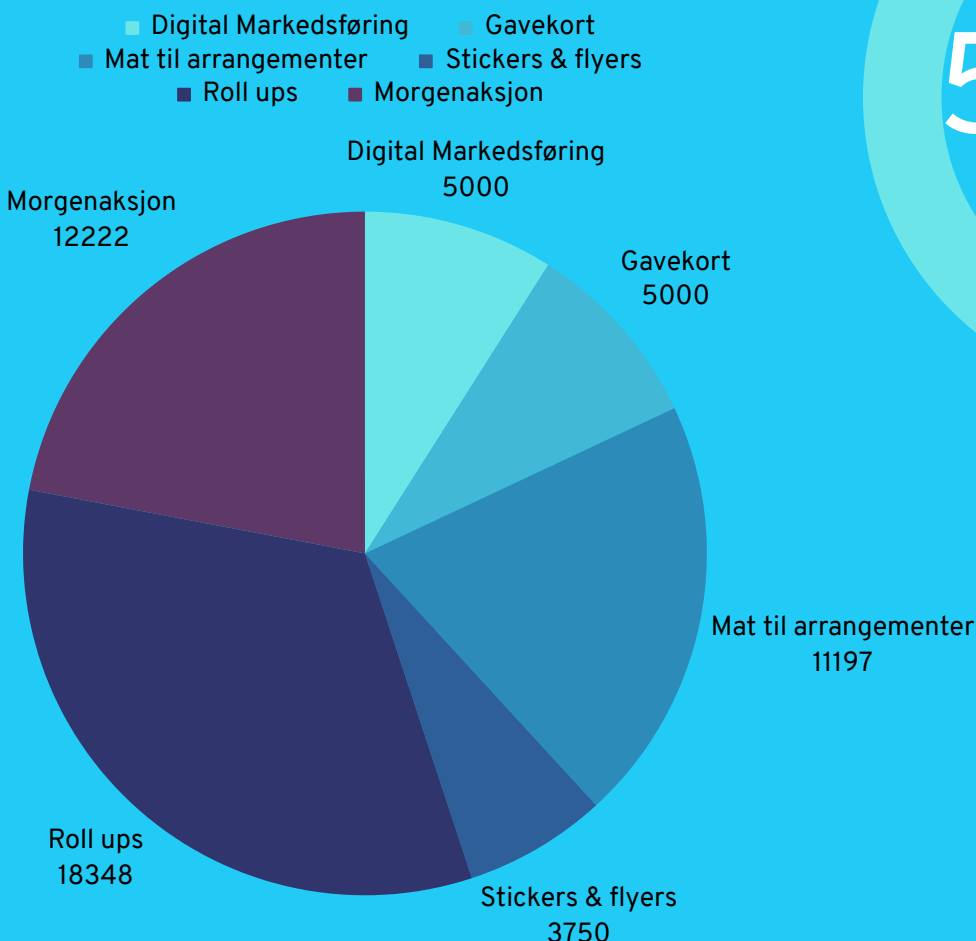
Det var budsjettet 5500kr til hver av listene som stilte til valg i tillegg til 40 000kr som StOr mottok fra NSO (Norsk Studentorganisasjon). Dette gjorde at vi i StOr kunne legge et større trykk

Mye av midlene som ble satt av, ble gitt til mat, materiell eller annet som kan gis ut til studenter. Hvor gjennom dette, er en motiverende faktor til at de stemte. Dette fungerte godt. Det ble en god måte å snakke med mange og man ble møtt mye mer positivt.

En stor utfordring som oppsto gjennom valgperioden, var utfordringer knyttet til den betalte markedsføringskampanjen under valgperioden. Det var satt av 10 000kr, men da det var en del utfordringer her. Så ble midlene flyttet over til arrangementer eller annet materiell som kunne gis ut for å oppfordre folk til å stemme.

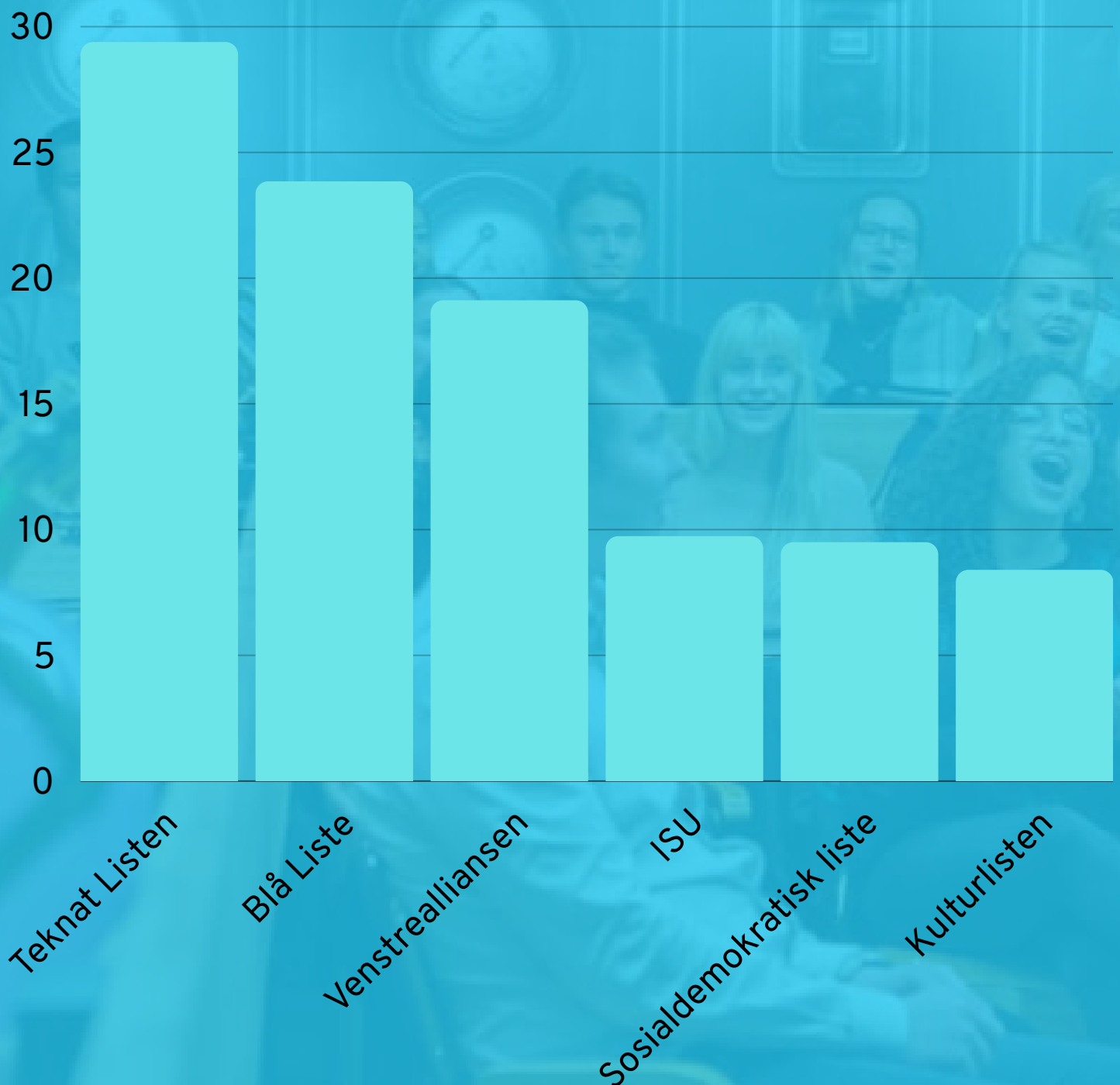
Midlene som ble brukt på Roll ups kan også argumenteres med at ikke nødvendigvis hører hjemme her. Da det er et mer varig innkjøp, som planen er at skal brukes i årene fremover.

Prosent av midlene som listene hadde til disposisjon so ble brukt



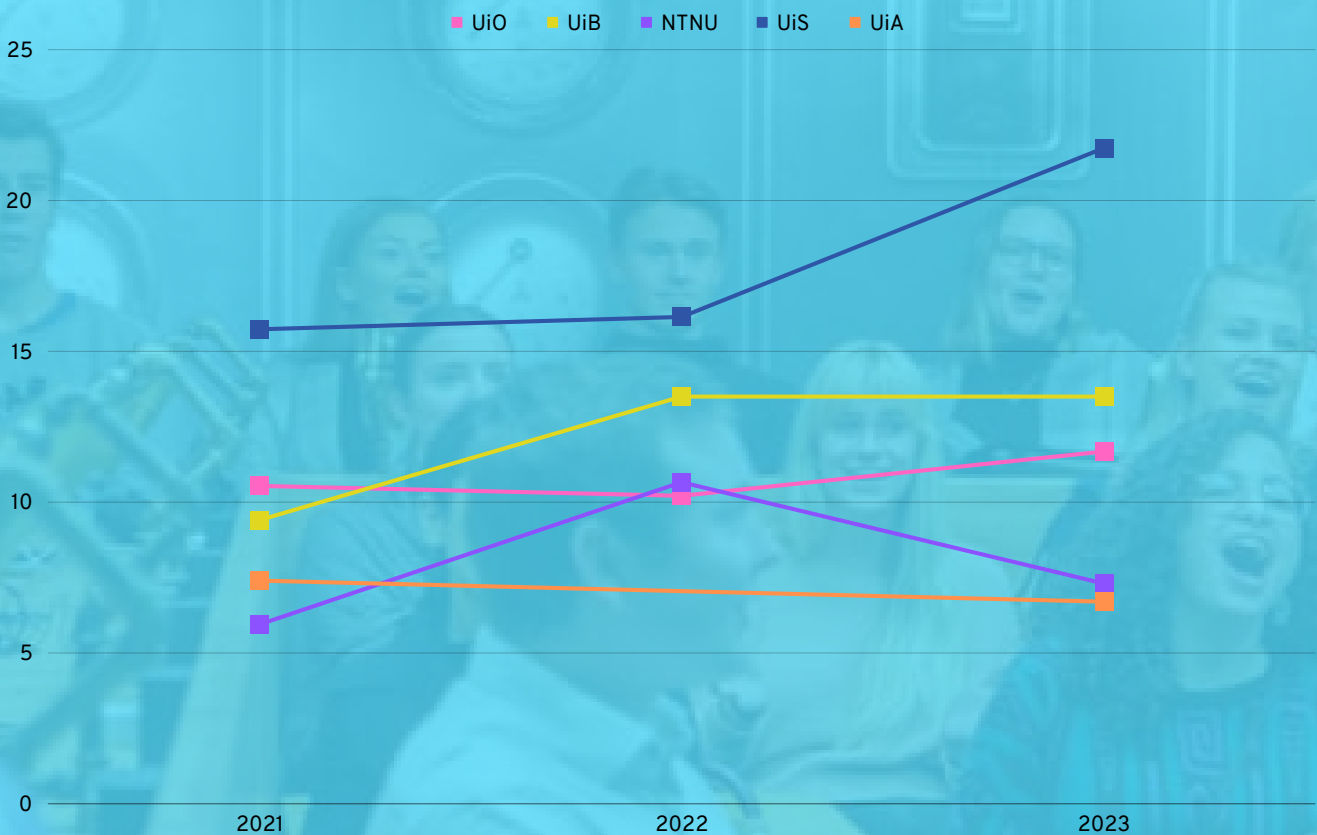
Valg Resultat

■ Oppsluttningsprosent



Valgoppsluttning på: 21.74%!

Sammenligning med andre studentdemokratier



Mandatfordeling etter valget



REFLEKSJON

Notat med tanker fra ansvarlige, hva fungerte og hva fungerte ikke? (& tips)

Den korte refleksjonen rundt valget, var at jeg er fornøyd. Både med at det ble satt rekord og at vi endelig bikket 20% kneika. Som begge to er utrolig moro! Likevel har jeg blitt sittende og tenke på hvordan man kunne få til et enda bedre valg. Det er en realitet at studenter er en gruppe som er spesielt utsatt for spørreundersøkelser og vurderinger. Videre er et valg like etter et valgår utfordrende, spesielt når det har vært lokalvalg. Samtidig, er det også en mulighet for at det setter viktigheten av valg tydeligere på agendaen. Derimot er dette kun en antakelse og en utfordring knyttet til valgtrøtthet (da spesielt for de som er aktive i partier), er antakelig en større risiko. Det skal nødvendigvis ikke ha en sammenheng mellom seg, da det er på ingen som helst måte et krav om at man må være politisk aktive for å kunne til valg i studentparlamentet. Likevel er det mye å jobbe fremover mot, men jeg opplever at dette valget har lagt en god grobunn for de neste valgene. For å kunne ta store steg videre med studentvalget. For å kunne få det, er det noen få ting som man er veldig avhengig av, spesielt er det aktive lister som blir et grunnlag for dette. Noe annet som også er viktig, blir å få viktigheten av dette tydeligere kommunisert fra ansatte og da spesielt forelesere til hvert eneste studieprogram, i et hvert enkelt emne og hvert eneste seminar. Dette gjelder spesielt under valgperioden.

Dette leder også til det tredje poenget og et arbeid som blir utrolig viktig. Det handler om å kunne kommunisere til hver enkelt student viktigheten av at de stemmer. Sentralt for å kunne få til dette, er at studentenes mulighet for påvirkning og ikke minst viktigheten av deres stemme inn i et studentdemokrati er utrolig viktig.

Det leder dermed til en problemstilling, hvordan får man kommunisert og understreket viktigheten av en god valgdeltakelse?

Debatten er et fast arrangement som foregår i løpet av studentvalget. Det kan potensielt ha et stort utfall, men samtidig så har den sine begrensninger. Så, hvordan gjøre dette mer populært og interessant? Skal man lage en mer uformell debatt? På kanten til satire, eller blir det feil retning å gå? Interaktive debatter, spørretime? Dette er bare noen tanker for hvordan man vi kan se på å utvikle dette i tiden fremover.

Vandrende stands fungerte veldig godt, men det var avhengig av at man hadde noe til å dele ut også. Spørsmål knyttet til dette til tross, så er det en måte hvor det kommer inn mange stemmer. Det ble spesielt tatt godt imot at det var så mye informasjon om de forskjellige listene på den første siden som de fikk opp når de scannet en QR kode som vi gikk rundt med. Denne siden er noe som må arbeides med mye mer neste år og som bør gjøres veldig mye mer brukervennlig. Muligheten til å kunne både få en forkortet og en lang versjon av valgkampprogrammet ble verdsatt av mange som var usikre på hva de skulle stemme. Det at det ble lagt inn et par punkter inne hvor stemmingen foregikk, var satt godt pris på. Universitet i Stavanger har rundt 12 000 studenter, det er ikke mulig å kjenne til alle eller vite hvem alle er. Det blir derfor utrolig viktig å klare å løfte frem de ulike listene, hvem som er på de ulike listene og hva som er kampsakene til de ulike listene. Et sentralt element for å få dette til, er et tett og godt samarbeid med AKS utrolig viktig.



KONKLUDERENDE TANKER

En problemstilling som jeg kjente på selv, var knyttet til en frustrasjon til at det hvert eneste år må lages alt nytt av promo materiale. Dette gjelder egentlig alt som brukes i løpet av valget, med noen få unntak. En ting med dette, er at det fører til at valgansvarlige hvert eneste år må bruke ganske mange timer til å lage alt av promo materiale som deles ut i løpet av denne perioden. Det skaper også en mangel på tilknytning og potensielt en forsømmelse av identiteten, både StOr sin profil og en fast merkevare knyttet til valget. Det går rett og slett på å ha mer gjennomgående elementer og profiler gjennom alt som StOr bruker. Da spesielt rettet mot mer standardiserte grafiske elementer som kan deles på UiS sine forskjellige kanaler og informasjonskilder. Dette er en del av et større arbeid som er satt i gang og som må ses på videre i tiden fremover.

Digitalmarkedsføring var noe som ikke gikk helt veien for oss denne gangen. Vi hadde gjentatte ganger utfordringer knyttet til annonser som vi prøvde å få delt fra vår Facebook konto, heller ikke hjelpesenteret til Facebook var til bistand her. Dette førte til at det ble veldig mye mer utfordrende. Innsatsen ble dermed heller lagt på å prøve å nå ut så mange steder som man klarer, gjennom andre sosiale kanaler.

En styrket bistand sentralt ser jeg som fundamentalt for å kunne ta videre steg for studentvalget. Da spesielt på en helhetlig plan. At vi både får mer bistand til å kunne nå ut til enda flere studenter, samt får bistand til å appellere til enda flere studenter og gjennom det få en enda tyngre vekt til at de også må stemme. Dette ganger et nytt spørsmål og kanskje en klarere utfordring i valgene som kommer: Hvordan nå ut til deltidsstudentene og andre studenter som er lite delaktige i studiehverdagen? Dette er igjen en videreføring av en vedvarende utfordring, som går på informasjon til dette hele året. Det må ses på muligheter for å fremme et aktivt studentparlament gjennom hele året, ikke kun knyttet til selve valgperioden. Her bør StOr være mer aktiv og det er noe vi skal arbeide med å bli bedre på, men det er også viktig at listene selv er mer aktive her og det bør ses på en bedre kommunikasjon med UiS hvor de også er mer påkoblet til informering om studentdemokratiet.

Som en sentralt grunnleggende faktor for å kunne øke studentdeltakelsen i valget, så ser jeg det helt sentralt at det er en enda større bredde valgmuligheter av de som stiller til valg. Det handler hovedsakelig for å skape en mulighet for meningsutveksling og det at de som sitter i parlamentet representerer studentene. For å kunne oppnå det, trengs det flere lister. Gjennom listene som stilte til valg sist, er det en relativt god spredning. Riktignok med en liten vekt med lister som lener mot den venstre siden av den politiske aksens. Der det eventuelt kan pekes på som en mangel, er at det ikke er et liberalt parti eller tydelig grønt parti. Riktignok, er ingen av disse representasjonene et krav, men jeg tror for en del studenter vil det være den representasjonen som de også vil føle mangler. Derimot, var det en kandidat som manglet for at det var en liberal liste som stilte til valg og det er tydelig interesse om å stille liste til valget i 2024 allerede.

