

Kurskod: SKOK01
Termin: Vårterminen 2014
Handledare: Marja Åkerström
Examinator: Nils Gustafsson

Att prata politik

En kvalitativ studie om lobbyistens kommunikativa handlande
ELIN HEMRÉUS & HAMPUS FERNSTRÖM

Lunds universitet
Institutionen för strategisk kommunikation
Examensarbete för kandidatexamen



Abstract

Talking politics

This study intends to increase the understanding of the ways that lobbying is executed in Sweden, how it is understood and portrayed by lobbyists themselves and what the consequences for democratic values are. The study was conducted from the perspective of lobbyists supplemented by the general perception of media and government. The analysis was conducted through hermeneutics where data from qualitative interviews with lobbyists and content analysis from relevant documents and texts, such as news articles and political bills, has been collected. The empirical findings have then been contextualized through a theoretical framework using the concept of lobbyism, power, communicative action, multiple perspectives of communication, deliberative democracy and professionalization. The analysis indicates great relevance to knowledge of factual matters and how rhetorical abilities pave the way in placing an advocacy group in the context of public opinion. As a result of this study three different types of Swedish lobbyists have been defined. It was also concluded that a legislative regulation of lobbying in Sweden is not likely to be implemented. Furthermore, it was also established that lobbyists' incentives could be contextualized by the theory of communicative action and various definitions of power. The study shows that lobbyism is understood to be more complex than previous research and media reports. The results also show a concentration of knowledge within lobby circuits, presumably resulting in an increased distance between politicians and the general public where the latter is excluded from one of the major policy making arenas.

Keywords: lobbyism, communicative action, knowledge, democracy, regulation, political communications, strategic communications, advocacy, power

Number of characters including spaces: 118 374

Sammanfattning

Att prata politik

Denna studie ämnar öka förståelsen om hur lobbyarbete bedrivs i Sverige, hur det förstås och porträtteras av lobbyister själva samt vad det får för konsekvenser för demokratiska värderingar. Studien utgår från lobbyistens perspektiv och kompletteras med den allmänna bilden av lobbyism från media och riksdag. Analysmetoden för studien är hermeneutisk där kvalitativa intervjuer samt innehållsanalys av medie- och riksdagstexter utförts. Empirin har sedan kontextualiserats utifrån relevanta teorier och begrepp som återfinns inom forskningsfältet för strategisk kommunikation som lobbyism, makt, kommunikativt handlande, olika kommunikationsperspektiv, samtalsdemokrati och professionalisering. Analys och resultat visar hur djup sakkunskap och engagemang tillsammans retoriska förmågor ligger till grund för framgångsrikt lobbyarbete. I resultatet har vidare tre olika typer av lobbyister definierats. Det framgick även att lobbyisters handlande kan tolkas som både framgångs- och förståelseorienterat och att det ena handlandet nödvändigtvis inte utesluter det andra. Studien har visat att lobbyism är mer komplext än vad debatten gör gällande. Resultatet visar också på en centralisering av kunskap inom lobbykretsar. Detta kan antas leda till en ökad distans mellan politiker och allmänheten där den senare exkluderas från en avgörande del av den demokratiska viljebildningen.

Nyckelord: lobbyism, kommunikativt handlande, kunskap, demokrati, reglering, politisk kommunikation, strategisk kommunikation, opinionsbildning, makt

Antal tecken inklusive blanksteg: 118 374

Tack

Lunds Universitet, Campus Helsingborg och Marja Åkerström på institutionen för strategisk kommunikation.

Ytterligare ett varmt tack till er som gett intervjuer för denna studie och som så ödmjukt delat med er av erfarenheter, insikter och kompetens.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemformulering	4
1.3 Syfte	5
1.4 Övergripande frågeställning och forskningsfrågor	6
1.5 Disposition	6
1.6 Avgränsningar	6
2. Tidigare forskning.....	8
3. Teori och begrepp	12
3.1 Lobbyism som begrepp	12
3.2 Makt	15
3.3 Samtalsdemokrati och allmänintresset	17
3.4 Kommunikativt handlande	18
3.5 Professionalism och det nya expertsamhället.....	20
3.6 Olika perspektiv på kommunikation	21
4. Metod och material	23
4.1 Vetenskapsteoretisk ansats.....	23
4.2 Intervjuer	24
4.2.1 Urval av intervjupersoner.....	25
4.3 Textanalys	25
4.3.1 Urval av texter.....	25
4.4 Genomförande.....	26
4.5 Tillförlitlighet och metodreflektion.....	27
5. Analys	29
5.1 Tre typer av lobbyister	29
5.1.1 Eldsjälen.....	31
5.1.2 Ombudet.....	32
5.1.3 Konsulten	32
5.1.4 Problematiken med professionalisering	33
5.2 Kunskap som kommunikationsverktyg.....	34
5.2.1 Förståelse eller framgång.....	36

5.2.2 Att kommunicera politik	39
5.2.3 Respekt för tankeverksamheten	41
5.3 Det ligger i allas intresse	43
5.3.1 En bruten ansvarskedja	44
5.3.2 Agera ut att synas	46
5.4 Fri åsiktsbildning eller institutionaliserad lobbyism	47
6. Diskussion och slutsatser	53
6.1 Lobbyismens bidrag	53
6.2 Diskussion och reflektioner	53
6.3 Framtida forskning	55
7. Referenser	56
7.1 Litterära källor	56
7.2 Vetenskapliga artiklar	60
7.3 Riksdagstryck och offentliga dokument	60
7.3.1 Lagar	60
7.3.2 Motioner	61
7.3.3 Betänkanden	62
7.4 Rapporter	62
7.5 Medietexter	62
7.6 Avhandlingar	63
7.7 Elektroniska offentliga källor	63
8. Bilagor	64
8.1 Bilaga 1: Intervjupersoner	64
8.2 Bilaga 2: Intervjumanus	67

1. Inledning

Denna studie görs inom forskningsområdet strategisk kommunikation och syftar till att analysera lobbyism som praktik och akademisk disciplin i relation till det svenska demokratiska klimatet. Lobby- och opinionsarbete är en naturlig del inom det strategiska kommunikationsfältet och leder dagligen till politiskt beslutsfattande som påverkar samhället och medborgarna i det. I kommande avsnitt redogörs för lobbyismens bakgrund där frågan om reglering av lobbyverksamhet lyfts fram som central. Detta kontrasteras även gentemot hur reglering av lobbyverksamhet ser ut i andra länder. Vidare problematiseras lobbyismen som vedertagen disciplin, avsaknaden av forskning kring svensk lobbyism samt brist på insyn i hur lobbyarbete bedrivs. I syftet lyfts problematiken kring lobbyismens inverkan på demokratiska principer och värderingar. Detta följs av en övergripande frågeställning och de forskningsfrågor som studien utgått från i den empiriska undersökningen. Slutligen förklaras studiens disposition och vilka avgränsningar som gjorts.

1.1 Bakgrund

Lobbyism är idag en väletablerad praktik i det svenska samhället och innebär försök till att påverka makthavare och den politiska beslutsprocessen. Huruvida det är en accepterad praktik diskuteras dock på flera arenor från massmedia till riksdagsdebatter där främst arbetsmetoden ifrågasätts: att kommunicera med beslutsfattare där allmänhetens möjlighet till insyn i kommunikationsprocessen är begränsad. I flertalet västerländska demokratier har lagmässiga regleringar införts för att kontrollera lobbyarbete och för att motverka att demokratiska principer urholkas. Forskning inom lobbyism i Sverige är begränsad och utgår huvudsakligen från makroperspektiv på hur lobbyism verkar. En del av oklarheten kring den svenska lobbyismen grundas på argument som bristande transparens och öppenhet (Nothhaft, 2011).

Lobbyarbete har en direkt effekt på ett lands demokratiska klimat då det interagerar med politiker, företag och organisationer för att påverka politiskt beslutsfattande (Moloney, 2009). Det är ett aktuellt samhällsfenomen som får en allt mer betydelsefull och inflytelserik roll i det svenska samhället (Larsson, 2005). Området är en väl etablerad praxis och har en samhällspolitisk funktion i flera demokratiska länder. Både i USA och i den Europeiska Unionen har lagar tillämpats för att reglera lobbyismens inflytande (Svensson, 2012).

Lobbyismens utbredning anses bero på en process av avkorporativisering (Hermansson et al., 1999). Korporativism innebär institutionaliserat samarbete där vissa organisationer har en särställning till staten. Där är aktörer som förtroendevalda och representanter för intresseorganisationer direkt involverade i beslutprocesser i form av exempelvis utredningar och myndighetsstyrelser (Hermansson et al., 1999). I början på nittioalet signalerade regeringen att ett systemskifte från korporativism till pluralism var på ingång där lobbyverksamhet lyftes fram som en av de nya centrala aktörerna. I ett pluralistiskt styrelseskick är beslutsarenan mer öppen där fler aktörer konkurrerar om påverkansmöjligheter och där staten snarare agerar medlare mellan olika intressen än aktör (Bäck, Larsson & Erlingson, 2011). Den decentralisering av makt som ett pluralistiskt system innebär anses ha demokratiserat stater bortom politik och gett mer makt åt individen. En trend som fått fäste i de flesta av de västerländska demokratierna där påtryckningar från massorna ses som den huvudsakliga drivkraften för social förändring (Zakaria, 2003).

De ökade pluralistiska influenserna öppnade upp för lobbyarbete att i större utsträckning etablera sig inom konsultverksamheter från att vara centrerad till intresseorganisationer och fackförbund. Lobbyismens allt mer framträdande roll innebar att det politiska engagemanget ansågs ha professionaliserats och förvandlats till en åsiktsmarknad (Sannerstedt & Jerneck, 1994; Hermansson et al., 1999). Vikten av att kunna kommunicera "på rätt sätt" blev allt viktigare, inte minst mellan stat och medborgare, vilket har fått bland andra Holmberg & Weibull (1998) att referera till det moderna samhället som ett "opinionssamhälle". Lobbyismens möjlighet att påverka politiska beslut blir således omfattande samt svår att kartlägga där en av de största frågorna som forskare ställer sig är huruvida lobbyism är till demokratins fördel eller nackdel (Larsson, 2005). En av dessa frågor som debatteras är ifall lobbyism kräver någon form av lagmässig reglering.

Jesper Strömbäck skriver i rapporten *Lobbyismens problem och möjligheter – Perspektiv från dem som både lobbar och har blivit lobbade* (2011) att lobbyism väcker känslor som misstänksamhet trots att försök att påverka politiken ses som demokratiskt önskvärt. I rapporten poängteras att den svenska forskningen om lobbyism är begränsad. Nothhaft (2011) lyfter också fram denna problematik där forskning utifrån ett mikroperspektiv på lobbyism efterfrågas. Strömbäck (2011) menar att “den offentliga debatten om lobbyism och organiserad politisk påverkan präglas mindre av upplyst förståelse än vad som vore önskvärt”. Det slås i likhet med Nothhafts (2011) resonemang fast att enighet sällan råder kring vad som ska klassificeras som lobbyism samt att subjektiva erfarenheter kring lobbyism sällan framkommer i samhällsdebatten (Strömbäck, 2011).

I artikeln *Demokratin skulle inte klara sig utan lobbying* (Aftonbladet, 2013a) skriver statsvetaren Olof Petersson att ”krav och önskemål från olika intressen och medborgargrupper bildar själva energikällan i den politiska processen”. Petersson menar vidare att det svenska politiska systemet har stora brister gällande transparens vid politiskt beslutsfattande och att “en bättre dokumentation av ledamöter och tjänstemäns kontakter skulle stärka spårbarheten i den politiska beslutsprocessen” (Aftonbladet, 2013a). Här lyfts det fram att lobbyism som disciplin inte inskränker på demokratin, däremot måste transparensen kring vem som är avsändare av en åsikt öka. Tidningen Resumé belyste vidare problematiken att en stor del av lobbyism sker i det dolda samtidigt som lobbyism presenteras som en självklar del av påverkansarbetet på svensk politik (www.resume.se, 2011). Lobbyisternas inverkan på politiskt beslutsfattande debatterades också under Almedalsveckan år 2013. Där grundas kritiken i bristen på ansvar då lobbyister inte är folkvalda och därmed inte kan utkrävas på ansvar. Därmed råder det oklarheter kring vad eller vem de faktiskt representerar (www.debatt.svt.se, 2013). Det har även riktas kritik mot att politiker i Sverige kan gå direkt från politiken till att arbeta med lobbyism och att en form av karenstid skulle vara behövlig (Aftonbladet, 2013b).

Debattartiklar som dessa var vanligt förekommande i svensk riksmidia under våren år 2013. Frågan om lobbyismens bristande transparens som ett demokratiskt problem var dock inte ny. I riksdagsarkivet finns ett flertal motioner som lyfter behovet av att granska eller inkorporera lobbyism i den politiska processen genom lagstiftning. Motion 1990/91:K230 yrkar på dokumentation över lobbyister och

andra intressenter som regeringsföreträdare har möten med. Vidare föreslås ett upprättande av ett lobbyregister likt det som etablerats i Europaparlamentet (motion 1994/95:K203). I motion 2013/14:K251 efterfrågades också karenstid för politiker som en åtgärd för att reglera lobbyism. Samtliga motioner har fått avslag där det senaste betänkandet från Konstitutionsutskottet (2013/14:KU18) motiverar avslagen på följande sätt:

“Eventuell regel om karantänstid skulle motiveras med samma syfte som de nuvarande bestämmelserna om jäv, dvs. att garantera att regeringsformens objektivitetsprincip följs (prot. 2011/12:27 9 §). Regler om karantänstid skulle alltså enligt justitieministern inte ha något självständigt syfte utan i stället närmast tjäna som komplettering till nämnda bestämmelser om jäv. Enligt justitieministern fungerar dock den nuvarande ordningen bra, och det finns därför ingen anledning att överväga några initiativ i fråga om nya regler om karantänstid.”

- 2013/14:KU

Enligt riksdagen fyller objektivitetsprincipen (SFS2009:400) en funktion som begränsar möjligheten för lobbyister med bakgrund inom politiken att använda sig av odemokratiska och oetiska tillvägagångssätt i sitt arbete. Denna princip innebär tystnadsplikt i det allmännas tjänst och information om sakfrågor eller lagförslag får således inte röjas, det skulle vara att bryta mot lagen. Vi noterar att något som betänkandet dock inte kommenterar är kontaktnätet mellan politiker och lobbyister vilket karenstid inte kan kontrollera.

1.2 Problemformulering

Lobbyverksamhet ses av många som ett hot mot demokratin, som något korrupt och hemligt som påverkar samhället negativt. En del i problematiken är att gränserna för vad som klassificeras som lobbying och opinionsbildning suddas ut och överlappar med annan informationsverksamhet där det finns ett behov av kompletterande studier om hur konsulttjänster och lobbyism tillämpas (Larsson, 2005). Samtidigt kan denna syn på lobbyism ses som en negativ mytbildning och att lobbyarbete snarare är en grundpelare i demokratiska samhällen (Pettersson, 2009).

Sedan drygt femton år tillbaka är det fastslaget att professionaliserad lobbyverksamhet rotat sig i det svenska politiska systemet i och med ökade pluralistiska influenser (Hermansson et al., 1999). För många organisationer utgör lobbyverksamhet en viktig kommunikationskanal för att föra fram sina åsikter, och är ett grundläggande verktyg för att kunna påverka beslutsfattare (Larsson, 2005). Olika demokratiteorier gör det möjligt att se lobbying som antingen upprätthållare eller urholkare av demokratiska grundprinciper (Petersson, 2009). Samtidigt brister transparensen i opinionsbildande aktiviteter och lobbyisten förblir till stor del osynlig i offentliga sammanhang (www.olofpetersson.se, 2013). Det svenska styrelseskicket präglas starkt av offentlighetsprincipen och möjligheten att hålla folkvalda ansvariga för sina handlingar (SFS1974:152). Krav på öppenhet efterlevs i hög grad samtidigt som svenska politiker har ett högt förtroende och anses lyhörda för medborgarnas åsikter (Dagens Nyheter, 2014). I detta system visar tidigare studier om lobbyism att möjligheten att påverka ofta setts som självklar, men att vem som fört fram budskapen inte alltid varit lika självklart (Larsson, 2005). Samtidigt är den tidigare forskningen inte tillräckligt omfattande, speciellt inte ur en svensk kontext och ur ett mikroperspektiv. Befintlig forskning ger en förenklad och statisk bild av praktiken (Nothhaft, 2011). I takt med en ökad professionalisering och tillämpning av experter på olika områden uppstår därför allt fler frågetecken kring expertisen som lobbyisten förmedlar (Furusten & Werr, 2012). Vi menar då att den centrala frågan är hur relationerna till svenska politiker egentligen ser ut och vilka röster som de lyssnar till i den demokratiska viljebildningsprocessen. Till skillnad från tidigare forskning bidrar denna studie genom att studera mikronivån och på så sätt belysa roller och värderingar på ett tydligare sätt (Nothhaft, 2011).

1.3 Syfte

Syftet med studien är att analysera lobbyism ur ett mikroperspektiv, med fokus på roller och värderingar, och därmed öka förståelsen för dess betydelse vid politiska kommunikationsprocesser. Därigenom ämnar vi nyansera och komplettera forskningen kring den svenska lobbyismens samhällspolitiska funktion och inverkan på demokratiska värderingar och principer.

1.4 Övergripande frågeställning och forskningsfrågor

Den övergripande fråga studien ämnar besvara är: Vad bidrar lobbyismen med till den demokratiska viljebildningen? Forskningsfrågorna är som följer:

- Hur beskrivs och definieras lobbyverksamhet av svenska lobbyister?
- Hur kan lobbyismens inverkan på informell makt i politiska beslutsprocesser förstås i relation till svenska demokratiprinciper?

1.5 Disposition

Studien har delats upp i sex avsnitt: inledning, tidigare forskning, teori och begrepp, metod och material, analys och avslutningsvis slutsatser och diskussion. I det inledande avsnittet presenteras bakgrunden till lobbyism som forskningsområde där problemformuleringen lyfter fram relevansen för studien. Vidare redogörs i den inledande delen för studiens syfte, övergripande frågeställningar och de forskningsfrågor som studien utgått från presenteras. I det andra avsnittet presenteras tidigare forskning i form av vetenskapliga artiklar, rapporter och uppsatser. I nästa del återfinns de teorier och begrepp som används för att kontextualisera det empiriskt insamlade materialet. Då studien är eklektisk har teorier om strategisk kommunikation kompletterats med sociologiska och statsvetenskapliga begrepp vilket möjliggjort för en nyanserad och djup analys. I metodavsnittet beskrivs det vetenskapsteoretiska förfaringssättet samt vilka insamlings- och analysmetoder som använts för att tolka empirin. I analysdelen har teorierna sedan applicerats på studiens insamlade empiri. Slutligen sammanfattas studiens resultat genom slutsatser och diskussion utifrån syfte och forskningsfrågor. Här görs även ytterligare reflektioner och rekommendationer för framtida forskning om lobbyism i Sverige.

1.6 Avgränsningar

Studien har gjorts inom forskningsfältet strategisk kommunikation. Forskning om hur lobbyism i Sverige är tunn och ofta utgått från makroperspektiv (Nothhaft, 2011). Att det saknas forskning utifrån ett perspektiv som undersöker lobbyprocessen som sådan har lett denna studie till att fokusera på hur lobbyister ser på sin roll och vilka värderingar och normer som återfinns i deras vardag. Därför har denna studie avgränsats till att undersöka lobbyismen ur dels den svenska kontext-

ten samt hur den upplevs och förstås ur ett mikroperspektiv, med fokus på roller och värderingar (Nothhaft, 2011). Detta har sedan analyserats och problematiserats utifrån den generella bilden av hur lobbyarbete beskrivs i media och riksdag. Lobbyism består i bred bemärkelse av såväl strategisk kommunikation som statsvetenskap där en avgränsning för denna studie gjorts till det kommunikativa perspektivet. Vi har också gjort en geografisk avgränsning till Stockholm då en majoritet av lobbyister är verksamma där.

2. Tidigare forskning

I detta avsnitt följer en genomgång av tidigare forskning om lobbyism. För att skapa en bred bild av fältet har fem vetenskapliga artiklar analyserats tillsammans med två rapporter och fyra uppsatser. Det finns inte speciellt mycket tidigare forskning som berör det svenska perspektivet på lobbyism. Vi har därför valt att fokusera främst på forskning som behandlar länder med samma debatt som i Sverige. Utifrån detta har vi analyserat hur problematiken, förutsättningarna och de potentiella lösningarna skiljer sig respektive liknar varandra. Genom att definiera likheter och olikheter mellan länderna får vi ökad insyn i den svenska kontexten.

Richard Briffault (2014) har skrivit en artikel som kartlägger lobbyism och regleringen av densamma i USA och dess olika stater. *The Anxiety of Influence: The Evolving Regulations of Lobbying* (2014) redogör för lobbyismens historia, hur människor såg på lobbyism tidigare och när debatten började. Artikeln ställer de olika typerna av reglering mot medborgarnas rättigheter i och med *The First Amendment*, där amerikanernas motsvarighet till bland annat yttrandefrihet, pressfrihet och organisationsfrihet återfinns. Diskussionen liknar den i Sverige med några undantag. Bland annat diskuteras mycket om huruvida de stora summor pengar som krävs för att personer ska kandidera det i USA ska få finansieras av lobbyister. Detta problem är inte lika närvarande i det svenska, particentrerade systemet. Slutsatsen i artikeln är att lobbyism är starkt förknippat med demokrati. Det är en mänsklig rättighet att få påverka eller anställa någon för att påverka sina folkvalda. Trots detta finns det risk för hemlig och orättvis påverkan, varför Briffault (2014) anser att det nuvarande regleringssystemet i USA är befogat.

Nicholas W. Allard (2014) är enig med Briffault (2014) om vikten av lobbyister för samhället. Allard (2014) menar i artikeln *The Seven Deadly Virtues of Lobbyists: What Lawyer Lobbyists Really Do* (2014) att bilden av lobbyister baseras på myter snarare än sanningar. Han menar att det krävs bättre kunskap om vad lobbyister faktiskt gör, för att kunna genomföra bra regleringar. Utifrån detta har

Allard (2014) tagit fram sju ”dödsförtjänster” med lobbyister för att, genom att parafrasera de sju dödssynderna, belysa mytbildningen som finns. Allard menar att lobbyism, trots allmänhetens ganska mörka bild av den, är en hedervärd profession. Det är dessutom en självklar del i demokratin, och förtjänar inte den negativa bild yrket fått (Allard, 2014).

I *Codecision: a practitioner's view from inside the Parliament* (2013) skriver Katrin Huber och Michael Shackleton om risken med att ekonomiska intressen får ökad betydelse för demokratin, som ett led i lobbyismens utbredning. De tar upp balansen mellan effektivitet och transparens i den lagstiftande processen inom EU, med fokus på medbestämmande (codecision). Artikeln tar upp att det blir vanligare med ”first reading agreements”, vilket innebär att det krävs en kvalificerad majoritet i parlamentet som röstar för att revidera ett förslag som rådet lagt fram genom en andra läsning innan beslut tas. Detta kortar ned den lagstiftande processen, och ger medborgarna färre möjligheter till insyn och påverkan. Det ses som problematiskt att EU-parlamentet därigenom fokuserar mer på snabba lagstiftande processer än möjligheten till insyn. Detta leder i sin tur, menar artikelförfattarna, till att lobbyisters påverkan blir oklar med den bristande transparensen (Huber & Shackleton, 2013).

Lawrence Lessig (2009) uppmärksammar även han problematiken med bristande transparens. I artikeln *What everybody knows and what few accept* (2009) beskriver han den korruption som finns i USA, och fokuserar på ett fall där Don Blankenship betalade 3 miljoner dollar för att påverka valet av en representant i The Supreme Court. Lessig (2009) menar att detta finansiella bidrag är grundlagskyddat i sak, men att det riskerar att korrumpera systemet när beroendeförhållandena blir otillbörliga. Det finns alltså en kluvenhet i frågan, och det går inte helt enkelt att avgöra om handlandet är rätt eller fel. Ett informellt beroende leder till att det är svårt att vara objektiv i sin bedömning. Vidare poängteras att om kampanjerna var billigare, bidragen mindre eller bidragsgivarna anonyma så finns det ingen risk för misstanke kring motiv. Det beroende som skapas, antingen avsiktligt eller inte, då en kandidat mottar pengar för att kunna kandidera riskerar att försvaga systemets integritet. Slutligen menar Lessig (2009) att samma handling, att spendera pengar för att påverka ett juridiskt beslut, inte nödvändigtvis behöver ligga på samma sida om lagens gräns. Det som är avgörande är på vilket sätt detta görs, varför Lessig efterfrågar en reviderad syn på korruption.

Ett fall när lågt förtroende och korruptionsskandaler fått stora konsekvenser beskrivs i Gary Murphy, John Hogan och Raj Charis artikel *Lobbying regulation in Ireland: some thoughts from the international evidence* (2011). Artikeln handlar om debatten om huruvida ett lobbyingregister bör införas på Irland, genom att lyfta fram politikernas, lobbyisters och journalisters syn på lobbyism. Artikeln redogör för ett politiskt klimat där förtroendet för de folkvalda är mycket lågt, dels till följd av den stora ekonomiska krisen Irland genomgick år 2008 men också de många korruptionsskandaler irländska politiker varit inblandade i. Artikelns slutsats är att ett register skulle vara nödvändigt för att stärka det låga förtroendet för politikerna på Irland. Dessutom kritiserar de regleringsförslag som lagts fram för att vara för vaga.

På grund av det bristfälliga antalet artiklar med ett svenskt perspektiv på lobbyism som tidigare nämnt har vi också analyserat rapporten *Lobbyismens problem och möjligheter – Perspektiv från dem som både lobbar och har blivit lobade* (Strömbäck, 2011). Där beskrivs lobbyism som en demokratisk rättighet och som någonting av grundläggande vikt för samhället. Diskussionen om otillbörlig påverkan, manipulation och gynnande av resursstarka grupper gör att reglering av lobbyism debatteras flitigt även i Sverige. Genom att intervjua personer som varit på båda sidor av lobbyismen kommer Strömbäck fram till att lobbyism är ett väldigt oklart begrepp för både praktiker, politiker och allmänheten, att det figurerar många myter om lobbyism och att det på grund av detta behövs mer forskning med anknytning till svenska förhållanden.

Vi har också tittat på rapporten *Villkor för lobbyism* (Svensson, 2012) som identifierar skillnaderna mellan de politiska systemen i Sverige, USA och EU och som beskriver hur dessa skillnader påverkar regleringen av lobbyister. Författaren menar att de politiska systemen skiljer sig så fundamentalt att det är nödvändigt att särskilja debatterna, och att ett lands regleringssystem inte är generaliserbart över nationsgränser.

För att ytterligare komplettera den kunskapsbas på vilken vår uppsats vilar har vi även sett över uppsatser (Dorf, 2012; Hellqvist & Svensson, 2012, Eriksson & Sernbo, 2013; Brocknäs & Ahlner, 2014) som skrivits inom vårt valda ämne. Det har även varit svårt att hitta uppsatser som tar ett brett grepp om branschen ur ett svenskt perspektiv. Majoriteten av studierna beskriver situationen i EU, medan andra är mer fokuserade kring en specifik fråga. Många uppsatser är dessutom

skrivna ur ett tydligt statsvetenskapligt perspektiv, varför lobbyisters kommunikativa funktion ofta lämnas utanför.

3. Teori och begrepp

Denna studie undersöker ett komplext ämne i en komplex kontext. Lobbyism är ett tvärvetenskapligt ämne som inbegriper såväl strategisk kommunikation, i form av Public Relations och marknadsföring, som statsvetenskap och sociologi (Strömbeck, 2011). I en grundlig teorigenomgång har nödvändiga verktyg tagits fram för att tolka det empiriska materialet i analysen. Lobbyism, makt, det kommunikativa handlandet, kommunikationsteoretiska perspektiv, professionalisering, samtalsdemokrati och allmänvilja har varit centrala för att på ett nyanserat sätt tolka resultaten studien genererat.

3.1 Lobbyism som begrepp

Även om svensk forskning kring lobbyism är bristfällig (Larsson, 2005) är politisk kommunikation och konsten att övertala i grunden områden som delar födelseepok med demokratin själv. Bland annat beskrivs olika sätt att argumentera för politisk förändring redan i Quintus Tullius Ciceros bok *How to win an election* från år 64 före Kristus (Freeman, 2012). Såväl forskning som debatt kring ämnesområdet är på framfart, både i Sverige och internationellt (Falkheimer & Heide, 2007).

Det ord som används mest när man pratar om att politiskt påverka är *lobbyism*, ett ord vars innebörd varierar mycket. Denna studie har undersökt hur lobbyism fungerar på mikronivå utifrån en bredare definition av lobbyverksamhet. Definitionen som använts är en vidareutveckling av Nothhafts (2011), där lobbying görs synonymt med strategisk kommunikation. Lobbyism handlar om att en aktör på ett eller annat sätt vill påverka en beslutsfattare i dennes arbete, antingen i beslutsprocessen eller i den förberedande processen. Lobbyisten har en idé om hur detta mål ska nås med hjälp av olika former av kommunikation som kan se ut på flera sätt: från direkt kontakt med en politiker genom fysiska möten och samtal eller indirekt kontakt via massmedia i såväl traditionella som sociala medier genom att skriva debattartiklar, insändare eller andra inlägg. Denna definition av lobby-

ism är strukturell i avseendet att lobbyisterna verkar från plattformar utanför det formella politiska systemet. Gemensamt för all lobbyism är att den genomförs av personer utan formell politisk makt för att påverka personer med formell politisk makt (Nothhaft, 2011).

I *Political Public Relations* diskuterar Strömbäck och Kiouisis (2011:8) lobbyism och politisk kommunikation där de skriver:

”Political Public Relations is the management process by which an organization and individual actor for political purposes, through purposeful communication and action, seeks to influence and to establish, build, and maintain beneficial relationships and reputations with its key publics to help support its mission and achieve its goals.”

- Strömbäck & Kiouisis, 2011

Denna definition är liksom Nothhafts av bred karaktär och inkluderar flera aspekter av vad lobbyism innebär. Exempelvis tar denna definition med relationer, marknadsföring och kampanjande. Andra definitioner är snävare i beskrivningarna och fokuserar ofta enbart på direktkontakt mellan lobbyist och politiker (Larsson, 2005). Vi har medvetet valt en bredare definition av lobbyism, som Larsson (2005) menar påminner mer om opinionsbildning. Detta motiveras med att Larssons (2005) definition exkluderar många som arbetar med politisk påverkan men som aldrig träffar politiker. Vi menar att syftet att förändra politiska beslut är centralt för definitionen av lobbyism. Genom att använda en bredare definition kan vi på ett djupare sätt undersöka de demokratiska effekterna av politisk påverkan.

Samtidigt som lobbyism är en väletablerad disciplin (Hermansson et al., 1999) i Sverige ifrågasätts, som tidigare nämnts, legitimiteten och huruvida lobbyism är skadligt eller inte för demokratin. Ivy Lee, som av vissa anses vara upphovsmanen till Public Relations som vi känner det idag, menade enligt Petersson (2009) att opinionsbildning, och därmed också lobbyism, bör ha allmänhetens bästa i åtanke och äga rum med total transparens. Detta innebär att det är viktigt för företagen att fokusera på frågor som gynnar den enskilde medborgaren, och inte egna ekonomiska intressen.

”All offentlig makt i Sverige utgår från folket. Den svenska folkstyrelsen bygger på fri åsiktsbildning och på allmän och lika rösträtt. Den förverkligas genom ett representativt och parlamentariskt statskick och genom kommunal självstyrelse.”

- SFS1974:152

Att fri åsiktsbildning berörs redan i Regeringsformens andra mening insinuerar just hur viktigt det är för att bibehålla grunden i det svenska demokratiska statskicket. Fri åsiktsbildning anses ha central betydelse för den demokratiska processen och valförfarandet genom att ge den enskilde individen möjlighet påverka landets styrande organ (Petersson, 2009).

Petersson (2009) skriver att trots att det kan uppfattas som att det konstitutionella skyddet gäller alla former av yttranden finns det vissa begränsningar av yttrandefriheten i Sverige som påverkar vilka yttranden som ses som accepterade. Förutom att det görs skillnader i lagstiftning baserat på vilket medium som används i förmedlandet av ett yttrande genom tryckfrihetsförordningen (SFS1949:105) och yttrandefrihetsgrundlagen (SFS1991:1469) så regleras även innehållet i meddelandet av lagar. Det görs en fundamental skillnad på reklam å ena sidan och nyhetsrapportering samt politisk opinionsbildning å andra sidan där de sistnämnda är mer skyddade av grundlagarna (Petersson, 2009).

I Sverige har stor del av röstandet tidigare baserats på klasstillhörighet, uppväxt och social tillhörighet. Demografin har därför ofta kunnat förutspå vilket parti en person ska rösta på. Således har sakfrågor haft relativt låg betydelse jämfört med exempelvis partiloyalitet. Det är dock vanligare idag att denna typ av röstning har ersatts av en mer sakfrågemedveten röstning vilket lett till att sakfrågor på ett naturligt sätt fått större vikt för utfallet i valen (Petersson, 2009). När sakfrågor får större påverkanskraft på det slutgiltiga valresultatet är det rimligt att anta att olika organisationer tydligare väljer att profilera sina sakfrågor för att påverka politiska beslut, vilket skulle kunna ge opinionsbildare och lobbyister mer makt.

Hur stor vikt som läggs vid en specifik sakfråga avgörs av flera faktorer, bland annat hur många som känner till frågan och hur viktig frågan är för väljarna i relation till andra frågor. Dessa frågors vikt i relation till varandra definierar sedan

den politiska dagordningen ur väljarnas perspektiv (Petersson, 2009). Vi menar att det är där möjligheten skapas för påverkan, att lyfta upp sin fråga på den politiska dagordningen, och att det är just här många tar hjälp av lobbyister. Det kan antas att genom ökad kunskap om frågan, och genom att tillskriva frågan vikt är det möjligt att skapa opinion kring sin fråga och därmed påverka politiken.

3.2 Makt

Makt och lobbyism förekommer ofta synonymt med varandra då påverkansarbete innebär att medvetet försöka påverka människor, skapa inflytande och lyfta frågor med syftet att få politisk bärkraft (Petersson, 2009). Synen på makt och hur eller om den utövas varierar dock. Robert Dahls (1989) definition av makt att A får B att göra något B inte annars skulle göra förekommer ofta inom politisk teori och i synen på beslutsfattande. Detta synsätt koncentrerar sig på formell makt som uttrycks i en synlig konflikt eller offentliga sammanhang. Steven Lukes (1974) och Michel Foucaults (1993) teorier utvecklar maktbegreppet där de menar att flera dimensioner av makt måste tas i beaktning.

Lukes teori om makten över tanken (1974) innebär att makt i den tredje dimensionen tar sig uttryck i form av att kontrollera människors tankar och behov i ett falskt medvetande. Detta ses av Lukes som den högsta formen av maktutövande och att detta maktutövande möjliggörs genom kontroll över information i massmedia och socialiseringsprocesser. Makt sätts här in i en hegemonisk kontext där Lukes menar att det är först när de som underordnats makten förstår sina verkliga intressen och ifrågasätter den rådande ordningen som makt kan förflyttas och elimineras (Lukes, 1974). I likhet med de teorier om samtalsdemokratin (se punkt 3.3) går det genom upplysning och kunskapsförvärv att åskådliggöra den maktutövning som manifesterar sig i ett falskt medvetande (Lukes, 1974). Detta synsätt delar Foucault (1993) till viss del men där han menar att även om förståelse uppnås i en fråga eller ett ämne så går makt aldrig att eliminera. Positioner och institutioner i ett samhälle påverkar maktspelen där just diskurserna har en avgörande betydelse.

Foucault (1993) använder sig vidare av historiebrevningar i sin teoribildning för att skilja på, och synliggöra hur, olika typer av kunskap genererar makt genom att institutionaliseras. Olika typer av kunskap möjliggör för deltagande i

vissa diskurser och kontexter där Foucault (1993) smälter samman kunskapers in-
nebörd med makt. Istället för att se på makt som en resurs som utövas över någon
likt den modell Dahl (1989) föreslår menar Foucault (1993) att makt istället finns
immanent i individer och i ett samhälles strukturer och diskurs. Individer, institut-
tioner och organisationer innehar olika mycket makt beroende på vilka positioner
de har i diskursen. Kunskap tillsammans med en viss profession garanterar således
enligt Foucault (1993) inträde till vissa nivåer inom diskursen. En bärande tanke i
denna teori är att ingen kan ses stå helt utanför diskursen utan att det ständigt på-
går ett samtal som bildar och omformar vårt samhälle. Även Foucaults (1993) re-
sonemang går på så vis att relatera till samtalsdemokratisk teori.

Ur Foucaults (1993) och Lukes (1974) maktperspektiv kan det antas att lobby-
verksamhet sker i en kontext utanför synliga konflikter och därför inte är direkt
observerbar. Via Dahls (1989) syn på maktutövande har lobbyister inte någon di-
rekt makt, då detta synsätt endast ser till det formella beslutsfattandet som en
makthandling och effekterna det får i form av exempelvis lagändringar. För stu-
dien blir denna maktteori (Dahl, 1989) otillräcklig då den endast ser till det slut-
giltiga resultatet av en beslutsprocess. Exempelvis har en politisk beslutsfattare
mycket formell makt genom den status det demokratiska samhället gett folkvalda
beslutsfattare. Politisk sakkunskap, förståelse om de politiska strukturerna och den
politiska retoriken, ger denne sedan olika förutsättningar att erhålla mer eller
mindre informell makt (Foucault, 1993). Lobbyisten i denna kontext kan också
genom kunskap och förståelse om politiska och demokratiska processer ges in-
träde i den politiska diskursen och det politiska rummet, utan att besitta den for-
mella makten. Utifrån den långlivade debatt som förts kring lobbyverksamhetens
roll i det politiska maktspelet där kommunikation mellan olika aktörer som före-
går ett fattat beslut har Lukes (1974) och Foucaults (1993) teorier därför varit cen-
trala för denna studie. Ordet lobbying kommer från ordet lobby (korridor på eng-
elska) vilket insinuerar påverkan och politik bakom kulisserna, så kallad "korri-
dorpolitik" (www.ne.se; Sannerstedt & Jerneck, 1994).

Utifrån perspektiv där ett flertal maktdimensioner tas i beaktning har det in-
formella maktspel som lobbyismen verkar inom studerats och satts i relation till
Foucaults (1993) regleringsmekanismer som styr diskursens ordning. Ordspråket
"kunskap är makt" blir således verklighet för den verksamme lobbyisten.

3.3 Samtalsdemokrati och allmänintresset

Svensk politisk kultur har en stark tradition när det kommer till transparens och insyn i det politiska livet där medborgarförsamlingar i hög grad inkorporeras i beslutsprocesser (Möller, 2011). Folkligt deltagande anses höja kvaliteten på det politiska livet och engagerade medborgare får större kunskaper och politisk kompetens (Möller, 2011). I denna bemärkelse präglas också svensk politisk kultur starkt av tanken på gemensamt uppnådd konsensus och lägger stor vikt vid offentligt samtal och diskussion. Denna demokratisyn härleds till Habermas (1995) deliberativa demokratiteori i *Tre normativa demokratimodeller: Om begreppet deliberativ politik*. Habermas (1995) beskriver här politiska principer om åsiktsbildande genom öppet och offentligt åsiktsutbyte. Denna demokratisyn betraktas även mer som ett demokratiskt medel än demokratiskt mål (Lundström, 2009). Medborgare ska göra självständiga och välgrundade politiska ställningstaganden. Tanken är att ett offentligt samtal i ett politiskt system som präglas av transparens och konsensus bidrar till kunskapsspridning och jämlikhet. Samtalet genererar förnuft där moralisk kunskap leder till insikter om rätt eller fel och sant eller falskt (Habermas, 1995). Detta går som tidigare påpekat att se i den svenska regeringsformen (SFS1974:152) som inleds med meningen "All offentlig makt i Sverige utgår från folket och riksdagen är folkets främste företrädare".

Även Petersson (2009) redogör för den deliberativa demokratitanken men använder sig av istället av begreppet *samtalsdemokrati*. Det är även detta begrepp som denna studie tillämpat för att kontextualisera det empiriska materialet i analysen. Habermas (1995) bidrag till den samtalsdemokratiska teorin innebär att diskursen och förvärvandet av kunskap ligger till grund för det ideala åsiktsbildandet. Politiska beslut bör således fattas utifrån samhällets gemensamt alstrade kommunikation och förnuft och på sätt spegla ett samhälles sanna vilja. Vidare är Habermas (1995) en av de största kritikerna till såväl Public Relations som lobbyverksamhet. Ett viktigt inslag den samtalsdemokratiska teorin är Habermas (1996) teori om det kommunikativa handlandet (se punkt 3.4). Inom samtalsdemokratin är som sagt den samlade opinionen med många åsikter en bärande tanke där dialog och argumentationsutbyte innebär att olika idéer ställs mot varandra, en kompromiss som accepteras av alla involverade parter (Petersson, 2009). Denna idé återfinns också i teorier om en allmänvilja; allmänintresset.

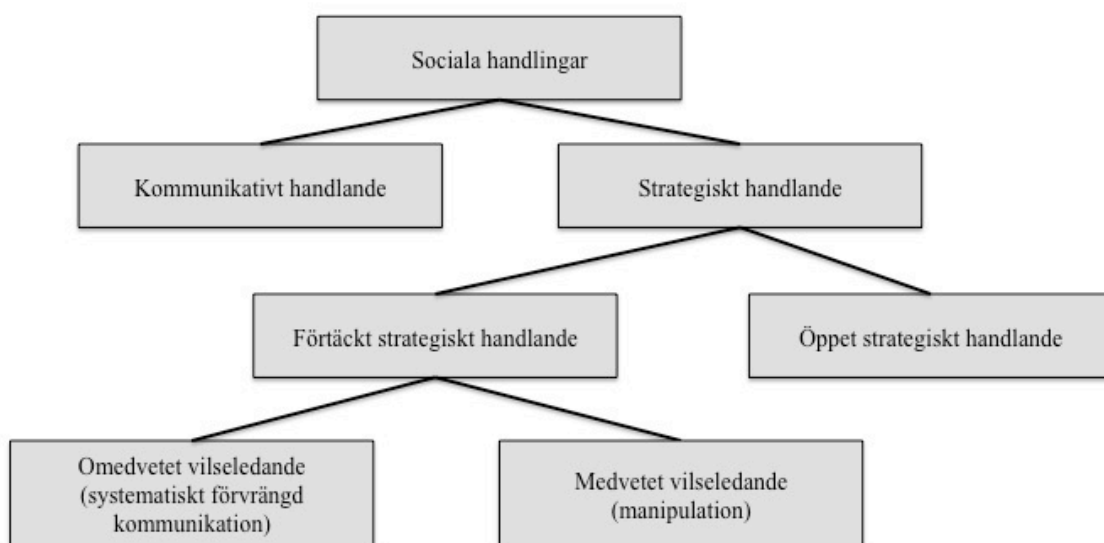
Tanken om allmänintresset går tillbaka till antiken. Aristoteles (översättning Mårten Ringbom, 1988) skriver i *Den nikomachiska etiken* (350f.Kr) om samhällskonsten och hur denna avgör vilka kunskaper och vilken förståelse som är nödvändig för ett gott samhälle. Aristoteles slår fast att de mest uppskattade förmågorna som strategin, förvaltningen och retoriken tjänar samhället. Just retoriken benämns också av Petersson (2009) som demokratins arbetsmetod. Vidare skriver Aristoteles att de utfärdar normer som förklarar vad som ska göras respektive låtas bli vilket leder till att dess mål kan antas vara det mänskligt goda. Det vackraste, mest gudomliga, är enligt Aristoteles att eftersträva mål för ett helt samhälles räkning framför individens mål även om också dessa är värdefulla.

Ytterligare en inflytelserik filosof som bidragit till de moderna demokrati-teorierna är Jean-Jacques Rousseau (översättning Richard Hejll, 1919) som i *Om samhällsfördraget* (1762) resonerade kring hur en sammanvägning av ett folks olika åsikter och viljor gemensamt visade på den allmänna viljan. Det är således allmänviljan som ska leda statens krafter. Han menar vidare att det är motsättningen mellan enskilda intressen som nödvändiggjort samhällenas uppkomst och att det är just en överensstämmelse mellan dessa olika intressen som upprätthåller dem. Det gemensamma i dessa olika intressen utgör enligt Rousseau det ”sociala bandet”. Kritik mot denna ideala syn på hur en harmoni av intressen utgör en samhällelig vilja som speglar allmänhetens intresse kritiserar av David Gauthier i *Morals by agreement* (1986). Naturlig överensstämmelse mellan individers intressen anses inte existera enligt Gauthier. I den moralfilosofi som presenteras anses ändå politiskt beslutsfattande baseras utifrån moraliska rationaliteter (Gauthier, 1986). Genom att förstå hur individer alltid kommer drivas av egenintresse, men väljer att handla i enlighet med ett samhälleligt intresse, motiverar Gauthier (1986) sin mindre utopiska syn på vad som driver ett samhälles medborgare mot ett allmänintresse.

3.4 Kommunikativt handlande

Det kommunikativa handlande ingår i diskursteorin och är en vidareutveckling av Webers fyra olika handlingstyper (Habermas, 1996). Kunskap och förnuft är centralt för teorierna om det kommunikativa handlandet. I en ideal samtalssituation skapas förståelse om ett ämne eller fråga genom att olika aktörer utbyter kun-

skap med varandra i ett offentligt och öppet samtal (Habermas, 1996). Habermas skiljer på två sorters handlande inom två olika kontexter: livsvärlden och systemvärlden. Inom systemvärlden regleras förhållanden av pengar och makt där ett framgångsorienterat och strategiskt handlande har företräde. Aktörer agerar inom det framgångsorienterade handlandet på ett sätt som uteslutande stävar efter att uppnå precisa, strategiska, mål. Livsvärlden innefattar istället gemenskap och intersubjektivitet och här är det kommunikativa handlandet centralt. Detta ses också som den ideala samtalsituationen enligt Habermas (1996). Följande modell ger en förenklad bild av de olika typerna av handlande:



Figur 1: Typer av sociala handlingar (Habermas, 1996:101)

Det förståelseorienterade handlandet strävar efter sanningssökande i en jämlik och offentlig samtalsituation. Den kunskapsbas som politiska beslut baseras på ska, enligt Habermas (1996), uppstå genom det kommunikativa handlandet. I sin kritik menar Habermas att det framgångsorienterade handlandet i allt högre utsträckning inskränker på det kommunikativa handlandets sfär. Denna sfär där den genuina förståelsen, utan makt eller egenintresse som bas för demokratisk viljebildning, sätts således ur spel i och med ökat påverkansarbete och framgångsorienterat handlande. Detta menar Habermas (1996) i förlängningen kan antas underminera den demokratiska processen.

3.5 Professionalism och det nya expertsamhället

I *Expertsamhällets organisering – Okunskapens triumf?* lyfts det fram hur experter och expertiskunskap nyttjas i allt fler sammanhang och frågor (Furusten & Werr, 2012). Bland andra sakkunnighetsuppdrag, rådgivning och kommunikation, upplysning och information är områden där expertrollen blivit allt mer eminent. En bärande tanke för denna definition av expertis är att allt fler yrkesområden har utvecklats till starka professioner som tar ansvar för komplicerade arbetsuppgifter. Lobbyism som praktik kan ses om en typ av expertis i sig. Traditionella experter beskrivs av Furusten och Werr (2012) ha nära band till vetenskap och starka professioner där de dagligen utsätts för krav och kontrollmekanismer som definierar vad som är professionellt agerande eller inte (Furusten & Werr, 2012).

Inom detta nya expertsamhälle saknas traditionella förutsättningar och processer för expertisens organisering där denna är kontinuerligt präglad av övervakning och granskning (Furusten & Werr, 2012). Dagens lobbyister kan ses som en typ av experter och förmedlar expertiskunskap i olika frågor på olika nivåer i samhället. Detta kan ses som problematiskt då vilken sorts kunskap som förmedlas är oklar då insyn och kontroll är begränsad (Furusten & Werr, 2012).

Forskning inom professionalisering och expertis som riktar sig mot framväxten av ett expertsamhälle nyanserar bilden av en ökad tillgång av kunskap via experter som enbart positiv. Detta genom att ifrågasätta just kvaliteten på den expertis som genereras (Furusten & Werr, 2012). Denna kritik har tidigare lyfts av Mats Alvesson, professor i företagsekonomi vid Lunds Universitet, i boken *Tomhetens triumf* (2006). Alvesson är mycket kritisk till en utveckling där högre utbildning och exklusiva titlar ökar medan relevansen för samhällsnyttan förblir tveksam (Alvesson, 2006).

Professionaliseringslitteraturen belyser utvecklingen från det traditionella expertsamhället som riskabelt på grund av att andra grupper än experterna får inflytande över den mer vetenskapsförankrade expertisen. Denna kunskapsbaserade expertmakt har fyllt en maktdelningsfunktion i samhället som de nya aktörerna försvagar och släpper in kommersiella och politiska intressen (Furusten & Werr, 2012). Dock är det inte alla nya expertområden som anses underminera den traditionella expertisen. Michael I. Reed benämner vissa av nya expertområden som exempelvis management och media i positivt ljus i studien *Expert Power and Control in Late Modernity* (1996). Dessa tenderar enligt Reed (1996) utveckla

liknade system för kontroll med mekanismer som legitimerar expertisen som produceras. Lobbyarbete kan antas placera sig bland Reeds (1996) mer positivt märkta områden då en viktig fråga är eventuell reglering för inom vilka etiska ramar lobby- och PR-arbete ska bedrivas. De självregleringsinitiativ som tagits genom branschföreningen PRECIS kan liknas vid de primära legitimeringsmekanismer som professionaliseringslitteraturen föreskriver (Furusten & Werr, 2012). Ur detta perspektiv är det också relevant att se till hur adekvat lagmässig reglering är i relation till kvaliteten på den expertis lobbyister förmedlar. I praktiken är nämligen inte alltid de professionaliserade idealen så starkt efterlevda. Att inneha professionell kunskap är inte detsamma som att verka professionellt där balansgången mellan professionskrav och att verka inom en kommersiell kontext beskrivs som professionalismens största dilemma (Gray, 1998). Gray (1998) pekar på en problematik kring legitimering vilket är centralt för lobbyismen som på grund av brist på insyn och ett svagt regelverk ofta möts av misstro och lågt förtroende.

3.6 Olika perspektiv på kommunikation

Som tidigare etablerat är lobbyism en del av forskningsfältet strategisk kommunikation (Nothhaft, 2011), och det går således inte att prata om lobbyism utan att nämna kommunikation. Lobbyism handlar om användande av kommunikation för att uppnå politiska mål (Strömbäck, 2011), varför vi anser det viktigt att definiera vad begreppet kommunikation innebär för oss och förklara hur vi väljer att använda det.

James Grunig och Todd Hunt (1984) definierar fem modeller för kommunikation. Dessa fem har olika sätt att se på vad syftet med en kommunikationsinsats är, och hur de som kommunicerar ställer sig till såväl målgruppen som sanningen. Publicitetsmodellen handlar om att skapa publicitet och få uppmärksamhet. Enligt denna modell är inte sanningshalten i vad som sägs viktig, utan övertalningen av målgruppen är central, oavsett vilka medel som krävs. Informationsmodellen ser på kommunikation som ett paket som transporteras från punkt A till punkt B, från en avsändare till en mottagare. Kommunikation handlar om att distribuera ett budskap till en mottagare, och när budskapet kommit fram till mottagaren anses målet vara uppnått. Den tvåvägs asymmetriska modellen skiljer sig från informationsmodellen på så sätt att avsändaren intresserar sig för återkoppling från mottagaren.

Målet anses inte uppnått innan avsändaren vet hur meddelandet mottagits. Den symmetriska modellen bygger på dialog, mellan två jämställda parter. Spelmodellen bygger på förhandling, att parterna möts på mitten för att uppnå ett "allmänt bästa".

Strömbäck (2011) skriver om vikten att knyta starka relationer, att detta är centralt för att lyckas med lobbyism. Detta leder till att såväl informationsmodellen, publicitetsmodellen samt till viss del även den tvåvägs asymmetriska modellen anses vara förkastliga. Den symmetriska modellen och framförallt spelmodellen är däremot centrala vid studier om lobbyism enligt vår definition av begreppet (se punkt 3.1). Detta då lobbyarbete kräver att det subjektiva målet lyfts upp och i samförstånd blir någonting som båda parter är överens om, en allmännytta. Det krävs då av båda parter att de sätter sig in i den andra partens situation, och anpassar sig efter denna. Även sanningshalten i budskapet är viktigt, eftersom det demokratiska systemet bygger på att beslutsfattare har bästa möjliga underlag för att fatta sina beslut. Publicitetsmodellen är däremot intressant i observationer kring rådande diskurs och mytbildning kring lobbyism, då bilden som finns av lobbyister till stor del baseras på ett synsätt där sanningshalt är mindre viktigt i budskapet än själva resultatet (Allard, 2014).

4. Metod och material

I detta avsnitt behandlas studiens metodologiska förfaringssätt. Inledningsvis redogörs för den vetenskapsteoretiska ansatsen. Detta följs av två delar där insamlingsmetoderna för insamling av empiriskt material presenteras med reflektioner kring urval. Vidare behandlas genomförande av den empiriska insamlingen och avslutningsvis en metodreflektion som redogör för studiens tillförlitlighet. Totalt genomfördes tolv intervjuer med personer som på olika sätt arbetar med lobbyism. Intervjuerna var mellan 40-60 minuter långa och genomfördes mellan den 4e och 14e april 2014. Vidare har åtta riksdagsmotioner från år 1990 till år 2013 analyserats samt det senaste betänkandet från Konstitutionsutskottet (2013/14: KU18) tillsammans med sex medietexter.

4.1 Vetenskapsteoretisk ansats

Denna studie är av fallstudiekaraktär och gjorts utifrån ett hermeneutiskt perspektiv. För att undersöka hur lobbyism fungerar och upplevs i Sverige på mikro-nivå, och hur detta påverkar svenska demokratiprinciper och värderingar har det hermeneutiska perspektivet varit lämpligt. Detta då det ämnar förbättra eller fördjupa förståelsen av det som studeras (Stake, 1981 i Merriam, 1994). För att finna material har därför semistrukturerade intervjuer och textanalys använts som insamlingsmetoder. Studien grundar sig vidare på induktiva resonemang där begrepp och hypoteser grundar sig på den information som samlats in (Goetz & LeCompte, 1984). Resultatet är deskriptivt i den bemärkelsen att beskrivningarna är omfattande och välförankrade i det empiriska materialet. Generalisering och arbetshypoteser har grundat sig i tillgänglig information och i den kontext som studien utförts i (Guba & Lincoln, 1981).

Det hermeneutiska perspektivet utgår från sociala verkligheter där världen konstant förändras, vilket relateras till lobbyismen då det uppfattas som en verksamhet grundat i sociala praktiker (Daymon & Holloway, 2011).

4.2 Intervjuer

Att använda intervjuer som metod för att samla in data har valts utifrån syftet med studien som är ”att analysera lobbyism ur ett mikroperspektiv, med fokus på roller och värderingar, och därmed öka förståelsen för dess betydelse vid politiska kommunikationsprocesser” (se punkt 1.3). Detta fyller det huvudsakliga syftet med en kvalitativ studie där intervjun är ett sätt att få kunskap inom ett område och vad berörda personer upplever och tycker (Patton, 1985). Upplägget av intervjuer kan variera från strukturerade till explorativa beroende på vilken information som efterfrågas. I detta fall har intervjufrågor utformats efter en semistrukturerad modell där ett antal teman och frågor formulerats på förhand, utan att följa någon given ordningsföljd. De flesta intervjuer inom kvalitativ forskning är öppna och mindre strukturerade då intervjupersonerna upplever och definierar ämnet som studeras olika (Merriam, 1994). I punkt 4.2.1 följer en mer utförlig redogörelse för urval av intervjupersoner.

Vid kvalitativa studier är också forskarens roll central då det är denne som är det främsta instrumentet för både insamling och analys (Guba & Lincoln, 1981). Det är forskarens uppgift att vara uppmärksam på kontexten som insamlingen av material sker i. Under intervjuerna har därför kontexten studerats som helhet där information kontinuerligt bearbetats och sammanfattats i det material som genererats, för att successivt bygga på och utveckla studiens karaktär (Merriam, 1994). De teman som intervjumanuset byggts på är samhällsnytta, påverkan, makt, kommunikationsprocesser, arbetsverktyg, etik och moral (se punkt 8.2, bilaga 2). Intervjufrågorna har utformats dels för att beskriva den ideala typen av lobbyverksamhet och dels vilka egenskaper och kunskaper som krävs. De utarbetade frågorna har gett god vägledning i intervjuerna. I samtal med intervjupersonerna genererades innehållsrikt material där de gavs relativt stor frihet att uttrycka sin subjektiva förståelse samtidigt som intervjufrågorna underlättade att rama in samtalen inom lobbyverksamhet och demokrati (Denzin, 1970).

Med utgångspunkt i studiens syfte har intervjufrågor koncentrerats till frågor som rör åsikter och värderingar samt kunskapsfrågor. Även standardfrågor som berör intervjupersonernas bakgrund och demografi har använts (Patton, 1980). För att säkerställa en god grund för analysarbetet har ljudinspelning använts vid samtliga intervjuer. Genom denna typ av dokumentering har möjligheten att gå tillbaka i intervjuerna funnits för att kunna avgöra kvaliteten på materialet (Merriam,

1994). Intervjupersonerna har även getts möjligheten till olika graderingar i anonymitet för att minska risken för etiska problem. Vidare ämnar studien att återge en så korrekt bild som möjligt av det insamlade materialet där läsaren också bjuds in att göra egna tolkningar (Diener & Crandall, 1978). Endast en av de tolv intervjupersonerna valde att delta som anonym vilket har gett analysen en hög transparens.

4.2.1 Urval av intervjupersoner

En lämplig urvalsstrategi för kvalitativa studier är icke-sannolikhetsurval där urvalen istället är ändamålsenliga (Patton, 1980). Inom kontexten för lobbyverksamhet fokuserades därför intervjuer till att hållas med konsulter som är verksamma inom lobbyarbete samt experter med sakkunskap inom påverkansarbete och politik. Urvalet passar även Goetz & LeCompte (1984) kriterier och normer och kan definieras som ett nätverksurval.

En geografisk avgränsning har gjorts där majoriteten av intervjuerna genomförts i Stockholm. Denna avgränsning har gjorts utifrån kontakter som tidigare etablerats med verksamma lobbyister. En av intervjuerna har gjorts i Helsingborg.

4.3 Textanalys

För att komplettera det material som genererats från intervjuer har även insamling av dokument använts som empiriskt material. Fördelen med att använda texter är dels objektivitet där forskarens närvaro inte påverkar materialet och att dokument är en produkt av den kontext de tillkom i, där de har en direktkoppling till verkligheten (Merriam, 1994). Till kategorin dokument räknas en bred variation av skrifter såsom offentliga register och protokoll samt massmedialt material och benämns av Webb et al (1981) för en samhällelig redovisning. Tillgång till offentliga källor så som riksdagstryck och utredningar är i stort sett oändlig och begränsas enligt Merriam (1994) endast av forskarens fantasi.

4.3.1 Urval av texter

Mängden texter som rör lobbyism är omfattande i samtliga av dessa kategorier där en första avgränsning av riksdagstexter har gjorts till motioner och betänkan-

den. Vidare har en andra avgränsning gjorts till innehåll som berör lobbyism och transparens i Sverige. Då studien ämnar undersöka lobbyism i den svenska kontexten finns det relativt få motioner så lobbyism är ett så pass utforskat fenomen i svensk politik. Därför har motioner så långt tillbaka som år 1990 varit relevanta för att ge en helhetlig bild av lobbyismens inverkan på den svenska demokratin.

Medietexter har valts ut för att ytterligare kontextualisera bilden av lobbyism i relation till hur den upplevs och förstås av verksamma lobbyister. Medietexter bidrar på ett effektivt sätt med material som öppnar upp för jämförelser mellan olika grupper eller uppfattningar kring ett fenomen och förändringar (Webb et al, 1981). Medielogik och nyhetsvärderingsprinciper har styrt urvalet av medietexter. Utifrån detta har medietexter hämtats från Aftonbladet, Svenska Dagbladet, Resumé, Dagens Media, Dagens Nyheter och Sveriges Television. Kritisk granskning av källor har således varit avgörande för valet av material och i estimeringen av hur användbara de är då de inte skapats för rent vetenskapliga syften (Merriam, 1994). Vid analys av insamlade dokument har särskilt vikt lagts på att avgöra under vilka omständigheter informationen producerades och vilken betydelse informationen haft.

4.4 Genomförande

Under intervjuernas gång kartlades mönster genom att i en kontinuerlig process uppmärksamma återkommande teman, kategorier, ord och språkbruk. Detta tillvägagångssätt ledde till att slutprodukten utformades av den insamlade informationen och det ständigt pågående analysarbetet (Merriam, 1994).

Syftet med detta var dels att finna subjektiva likheter och skillnader som sedan ställdes mot teoribildning. Utvecklandet av kategorier innebar att söka efter återkommande regelbundenheter och företeelser. Detta krävde såväl konvergent som divergent tänkande (Guba & Lincoln, 1981). Att tänka konvergent innebär att forskaren bestämmer vilken information som hör ihop med vilket tema. Divergens innebär vidare att kategorierna fylls ut ordentligt tills en mättnad uppstår. Om insamlad data passas in på förhand skapade teman och kategorier riskerar detta att hindra nya kategorier från att uppstå (Glaser & Strauss, 1967). Karaktären på denna studie är därför helt och hållet sprungen ur den insamlade empirin.

I analys av dokumenten har samma metod som för intervjuerna använts i form av kartläggning av mönster och upprepningar vilket har underlättat för att plocka fram relevant information (Yin, 1984). Detta gjorde det möjligt att synliggöra den allmänna, såväl som den politiska bilden av lobbyism. Genom lyfta in citat från både intervjupersoner och från dokument skapades en transparens i studien där empiri kontextualiserats utifrån relevant teori. Detta har skapat mättnad och tyngd i analysen och ökat trovärdigheten i såväl ställningstaganden som den i analytiska generaliserbarheten.

4.5 Tillförlitlighet och metodreflektion

Kritik mot tillförlitlighet inom kvalitativ forskning är inte ovanlig. Inte minst på grund av att dessa studier ofta har begränsat urval samt förlitar sig till forskarens tolkningar (Kvale & Brinkmann, 2009). Däremot menar Kvale & Brinkmann (2009) att kvalitativa studier visserligen har svårt att uppnå en internationell generaliserbarhet men att metoden är bra för att belysa lokala eller samhällsrelaterade former av sanning. Eftersom studien gjorts i en svensk kontext inom ett relativt utforskat ämne anser vi att det är adekvat att använda intervjuer som empirisk bas. Daymon och Holloway (2011) menar att tillförlitlighet i analysen snarare uppkommer som ett resultat av god kvalitet i själva studien. Genom ett hederligt förfaringsätt, som tydligt presenteras, kan även kvalitativa studier uppnå hög tillförlitlighet då läsaren får möjlighet att följa forskarnas resonemang. Genom studiens gång har Brymans (2011) fyra kritiker mot kvalitativ forskning hållits i åtanke. Dessa risker har undvikits genom att vidta de åtgärder som rekommenderas i Daymon och Holloway (2011) vilka är:

- Risken att forskningen blir för subjektiv
- Svårigheter att replikera resultatet
- Problemen med generalisering
- Bristen på transparens i forskningsförfarandet

Samtidigt har inte målet med denna studie varit att uppnå generaliserbarhet. Studien är snarare av spekulativ art. Spekulation skapar ibland mer förvirring än klarhet, samtidigt är det först i det spekulativa förhållningssättet som teoribildning kan äga rum inom kvalitativ forskning. På detta sätt har det linjära tänkandet undvikits samt gett en mer kontextualiserad bild av forskningsfältet (Patton, 1980).

Kritiska forskare menar att kvalitativa intervjuer inte speglar verkligheten, utan enbart respondenternas subjektiva uppfattning av verkligheten. Intervjusituationen präglas enligt kritikerna av förutfattade meningar samt en önskan att bidra med idealiserande och förskönande svar (Alvesson & Deetz, 2000). Den bild av lobbyism som genererats i intervjuerna för denna studie kan kritiserats för att framhålla en övervägande positiv bild av lobbyismens effekter på demokratiska värderingar. Detta har dock tagits i beaktning där empiri från texter fungerat som ett objektiva komplement mot intervjupersonernas subjektivitet. Som tidigare nämnt är vi som forskare det främsta instrumentet i forskningen som har en viktig roll att betona (Merriam, 1994). Det insamlade materialet är således en produkt som är tolkat och förmedlat via en mänsklig sensitivitet gentemot kontexten som undersökningen skett i. Detta har också möjliggjort att undersöka motsägande respons (Guba & Lincoln, 1981).

5. Analys

I detta avsnitt följer en genomgång av studiens empiriska material och de resultat som genererats. Genom det empiriska materialets bredd, med såväl intervjuer, artiklar och riksdagstryck, har en djup bild av svensk lobbyverksamhet synliggjorts. Information om intervjupersonerna finns vid punkt 8.1 i bilaga 1. Det mest framträdande resultatet i analysen av det empiriska materialet är en bekräftelse av intervjupersonerna på att definitionen av lobbyism varierar. Utifrån detta har olika typer av lobbyister identifierats som grundats på lobbyisternas olika drivkrafter, värderingar och karaktärsdrag. Detta har genererat en typologi av tre lobbyister. Kunskap är ytterligare ett tema som lyfts i studien. Utifrån begreppen samtalsdemokrati och allmänintresset (se punkt 3.3), kommunikativt handlande (se punkt 3.4) och olika kommunikationsperspektiv (se punkt 3.6) har kunskapens roll inom lobbyarbete i relation till de olika lobbyisttyperna analyserats. Ett tredje tema som lyfts fram i empirin är ansvar där en typ av ansvarskedja har kontextualiserats utifrån maktteori (se punkt 3.2) och professionalism (se punkt 3.5). Slutligen har även synen på reglering problematiserats utifrån samtliga ovan nämnda teorier.

5.1 Tre typer av lobbyister

Mångfald inom lobbyism som disciplin har varit uppenbar i empirin utifrån den breda definition av lobbyarbete som använts för denna studie (se punkt 3.1). Denna definition av lobbyism har således öppnat upp för fler tolkningsmöjligheter inom olika områden där påverkansarbete sker. Det framgick tydligt att det var kontraproduktivt att generalisera alla som arbetar med politisk påverkan som enbart lobbyister. Vi såg det därför nödvändigt att skilja dessa åt, men samtidigt behålla samtliga under begreppet lobbyism. De nyckelfaktorer som ligger till grund för definitionerna av de olika typerna grundas i intervjupersoners beskrivningar av vad som driver dem i yrket, hur den ideala lobbyisten arbetar samt inom vilken typ av organisation de arbetade vid. Den generella bilden av lobbyism utifrån

riksdags- och medietexter har sedan kontextualiserats mot intervjupersonernas subjektiva beskrivningar av lobbyarbete. De olika typerna av lobbyister har således grundats på flertalet perspektiv.

Motivationen till att arbeta med påverkansarbete varierade bland intervjupersonerna. En tydlig drivkraft bland flera intervjupersoner var ett starkt personligt engagemang. “Det har väl alltid bottnat i en längtan [...] ett väldigt starkt rättvisepatos [...] med kunskapen kom ett ansvar och en vilja att påverka för såhär fel får det ju bara inte vara” (Enarsson, intervju, 2014). Att ha ett starkt engagemang lyfts således fram som det optimala incitamentet till påverkansarbete. Detta kan härledas till Habermas (1996) teori om kommunikativt handlande där ett förståelseorienterat handlande också är den ideala vägen till kunskap (se punkt 3.4). Ett eftersträvat mål, som vid lobbyism likställs vid politisk förändring, kan genom ett kommunikativt handlande endast nås genom en lyckad förståelseprocess. Detta sker då den ene parten tar ställning utifrån den förståelse och övertygelse som gemensamt producerats genom samtalsituationen (Habermas, 1996). Denna syn på idealt beslutsfattande delades av andra intervjupersoner. “Det man hoppas på är att de politiska besluten ändå är tagna på rationell grund [...] det slutgiltiga beslutet måste tas av upplysta och väl informerade politiker” (Haage, intervju, 2014). Idealt lobbyarbete som en ömsesidig handling blev här mycket tydlig. Detta kan likställas mot samtalsdemokrati där en kärntanke om dialog och debatt i ett offentligt bruk av förnuftet utgör grunden för ett en demokratisk beslutsprocess (Habermas, 1995).

En annan typ av drivkraft som identifierats är möjligheten att påverka på olika fronter där flexibilitet i arbetet lyftes fram. “Jag jobbar med alltifrån kunder som säljer produkter till organisationer som är väldigt ideella till sin natur. Det är liksom högt och lågt, gott och blandat hela tiden, så jag kan aldrig veta vad som händer när jag vaknar” (Kellner, intervju, 2014). Den fundamentala skillnaden mellan lobbyisttyperna grundades i hur engagemanget uttrycktes: antingen i form av en speciell fråga eller ett specifikt intresse, alternativt i möjligheten att företräda flertalet frågor och intressen under olika förutsättningar från olika uppdragsgivare. Den senare typen av engagemang eller drivkraft kan på så sätt ställas i relation till Habermas (1996) framgångsorienterade handlande (se punkt 3.4) där en handling syftar till ett förbestämt mål eller syfte. Formen på hur kommunikation och retorik tillämpas vid förståelse- respektive framgångsorienterat handlande blir därför

också central i relation till de olika lobbyisternas arbetsmetoder, vilket kommer beröras senare i analysen (se punkt 5.2).

I riksdags- och medietexter förs vidare en retorik som ger en vag bild av vem som är lobbyist och inom vilken kontext lobbyisten verkar. Ojämlika förutsättningar för att påverka politiken anses bottna i en ökning av “professionella lobbyister, dvs. konsulter som hjälper sina uppdragsgivare att påverka politiska beslut” (motion 2005/05:K338) där en utredning om ökad öppenhet föreslås. Denna typ av föreställning om lobbyism som problematisk utifrån ett konsultperspektiv går också att se i äldre riksdagstexter. Där ses en ökning av lobbyföretag bland annat som synonymt med en ökning av kommersiella intressen i politiken (motion 1996/97:K302). Här blir det tydligt att lobbyverksamhet i negativ bemärkelse präglar konsultdrivna lobbyuppdrag där resurser till stor del spelar in. Bristen på transparens i kommunikationsprocesser och uppdragsgivare gör att frågan om köpta engagemang har väckts (Aftonbladet, 2013b).

I riksdagstexterna diskuteras lobbyism med formuleringar som att “lobbying ger riksdagen tillgång till fler vinklingar på problem och därmed ett bättre beslutsunderlag” (motion 2005/06:K338). I den senaste motionen som berör lobbyism och öppenhet poängteras problematiken kring just mångfalden inom lobbyarbete: “Det är inte bara företag och organisationer som försöker påverka beslutsfattare utan även PR-konsulter och heltidsanställda tyckare”. Vidare belyser motionen hur detta gör det svårt att vara källkritisk då avsändaren av informationen ofta är otydlig (motion 2013/13:K251). I denna bemärkelse utgörs alltså problemet av den som står bakom lobbyprocessen snarare än lobbyism som fenomen. Baserat på ovanstående resonemang kring olika drivkrafter och funktioner har nedanstående typologi av lobbyister definierats:

5.1.1 Eldsjälen

Eldsjälen arbetar med en eller ett fåtal frågor på ideell basis. Denna typ av lobbyist har inga monetära intressen utan drivs uteslutande av att förbättra rådande förhållande inom sakfrågan. Eldsjälen kan lyftas fram som urtypen för lobbyarbete där denne står upp för vad som upplevs som orättvist och blir “en folkets röst” gentemot beslutsfattare och makthavare. Inom folkrörelsen och demokratisering av samhällen kan denna lobbyist ses som en central figur och pådrivare av grundläggande demokratiska principer (Zakaria, 2003). Något förenklat ses denna

lobbyist som en traditionell kraft i den demokratiska processen och som funnits sedan demokratins födelse. Så länge det funnits folkvalda beslutsfattare har det funnits personer som organiserat sig för att påverka dem. Ett tydligt exempel som bekräftar detta är Quintus Tullius Ciceros bok *How to win an election* som skrevs 64 år före Kristus (översatt av Freeman, 2012) i vilken Quintus, i en roll som påminner mycket om den moderna lobbyistens, är rådgivare åt sin bror, den kända Marcus Tullius Cicero, vid en viktig politisk kampanj i antikens Rom. Boken innehåller råd och strategier för hur Marcus bör agera, och innehåller många likheter med dagens diskussioner om politisk kommunikation. Vi, och flera med oss (exempelvis Strömbäck & Kiouisis, 2011), menar att denna bok kan ses som den första handboken i politisk kommunikation och lobbyism.

5.1.2 Ombudet

Denna typ av lobbyist påminner mycket om eldsjälens, med den fundamentala skillnaden att denne är avlönad och arbetar med att driva en intresseorganisation, ett företags eller en förenings frågor. Således finns även ett monetärt intresse hos denna typ av lobbyist. Däremot framgick det tydligt i empirin att lobbyister som arbetar i organisationer ofta har stort intresse i en specifik fråga eller inom ett speciellt ämne och skulle ha svårt att helt byta inriktning på sin arbetsutövning. Den primära drivkraften är att bidra med kunskap och information om en sakfråga, det monetära intresset är således ingen central drivkraft. Flertalet intresseorganisationer har båda dessa typer av lobbyister, som exempelvis Greenpeace med anställda ombud och volontära eldsjälar som alla delar samma drivkraft (greenpeace.org).

5.1.3 Konsulten

Denna tredje typ av lobbyist arbetar mot olika uppdragsgivare på en konsultbyrå eller på fristående basis. Av intervjupersoner som själva är konsulter har uttryck som ”legosoldat” och ”guns for hire” använts för att beskriva kontexten de verkar inom. Det är inte ovanligt att uppdragen varierar i art där flertalet intervjupersoner beskriver valet av uppdrag som att ligga inom den egna moralens ram. Drivkraften utgår delvis från det rent monetära men där även en vilja att bidra till samhällsnytta poängteras, dock på ett mer övergripande plan än för eldsjälarna

och ombuden. Inom denna form av lobbyism ses påverkansarbete ur ett mer marknadsekonomiskt perspektiv där konsulten förmedlar en kunds åsikt eller intresse mot betalning, oavsett vilken kunden är (med etiska och moraliska undantag). På detta sätt skiljer sig konsulten mycket från övriga två typer av lobbyister. Konsultverksamhet inom lobbyism har i Sverige växt fram som ett resultat av det ökade behovet för företag och andra organisationer av såväl kommunikativ kompetens som expertis inom sakfrågor (Larsson, 2005). Detta är en del av en övergripande samhällstrend där områden övergått till expertiser utan att vara förankrade i den traditionella akademien (Furusten & Werr, 2012) och genom ökad pluralism (Hermansson et al., 1999).

5.1.4 Problematiken med professionalisering

Den rådande debatten om lobbyism, från riksdag till media samt bland lobbyister, handlar främst om konsulten. I vårt empiriska material återfinns en artikel som lyfte just frågan varför debatten i Sverige särskiljer lobbyistens arbetsgivare, snarare än dess syfte och dess metoder: "Debatten handlar oftast om vem som lobbar, snarare än kring vad det lobbas. En konsult anses intressant att registrera, men en anställd på ett företag eller en intresseorganisation som arbetar med samma sak faller utanför debatten" (Dagens Media, 2014). Detta exemplifierar på ett tydligt sätt att den mest omdebatterade typen av lobbyist är konsulten. Mycket av detta antas bottna i det faktum att denna lobbyist driver opinion inom varierade områden mot betalning "Det mest optimala opinionsuppdraget det är ju det som är mest långsiktigt, mest betalt och i någon mening inom ramen för vad man kan tänka sig att ställa upp för" (Strandberg, intervju, 2014). Att de ursprungliga ideella påverkanskrafterna professionaliserats och numera säljs ut via konsulter kan då antas leda till ifrågasättandet av moral och legitimitet inom lobbyism som disciplin.

Forskning tenderar också att fokusera på konsultens roll inom påverkansarbetet och därmed förstärka bilden av att lobbyism endast innefattar de som lobbar på uppdrag av en extern part (Larsson, 2005). Diskussionen kring huruvida lobbyism är till demokratins fördel eller nackdel utifrån konsultperspektivet blir således snäv och missvisade, samtidigt som det också bildas en negativ bild av lobbyism som begrepp. I debatten framstår det således som att alla som arbetar med lobbyism är konsulter, något vår studie motbevisar. I fortsättningen av analysen tas där-

för alla tre typer av lobbyister i beaktning i tolkning och kontextualisering av ytterligare teman och teori.

5.2 Kunskap som kommunikationsverktyg

Lobbyismens handlande med kunskap är något som i varierande bemärkelse genomsyrat alla empiriska delar som studien berört. Det har ofta beskrivits som ett av de viktigaste arbetsverktygen. Genomgående är att lobbyverksamhet ses som en kommunikationskanal till riksdagsledamöter och politisk sakkunniga där relevant kunskapsunderlag förs fram. "Kunskap är nyckeln till att man når framåt. Kunskap gör att man vinner en debatt och att man vinner en fråga. Sen kan den se ut på lite olika sätt" (Hulth Wallgren, intervju, 2014). Genom samtalsdemokratins (Habermas, 1996) syn på en gemensamt uppnådd förståelse som grund för rationellt beslutsfattande kan lobbyisten tillskrivas en viktig roll som kunskapsförmedlare och på så sätt stärka den demokratiska processen (Petersson, 2009). Det var särskilt framträdande att en förskjutning av kunskap till en arena som flertalet aktörer har tillgång till föregick föreställningen av en maktförskjutning i och med ökat lobbyarbete. "Den som kan något har lättare att påverka [...] min bedömning är att nätverken är större i dag än vad de var förr. Det är också fler som förstår hur saker och ting fungerar" (Hylander, intervju, 2014).

Den gängse uppfattningen bland intervjupersonerna är att de främst nyttjar sin medborgerliga rättighet till fri åsiktsbildning (SFS1974:152). Denna inställning delades av såväl eldsjälur som ombud och konsulter. För att medborgare ska ha möjlighet att påverka krävs att de är kunniga, där en existerande kunskap fungerar som en garant för den demokratiska processen (Åkerström, 2010). Upplysta medborgare som gör det till sin sak att agera och lyfta fram särintressen, samtidigt som de tillåter sig bli påverkade av andra i samhället är en grundläggande demokratisk princip (Petersson, 2009). Den sträcker sig till antiken och demokratins födelse där varje fri man hade såväl skyldighet som rätt att delta i samhällets gemensamma angelägenheter i form av offentlig debatt (Petersson, 2009). Att det svenska styrelseskicket gått mot en pluralistisk utveckling ses därför som positivt bland flera intervjupersoner.

”I den meningen är ju också spelplanen liksom mer demokratisk. Därför att makten är mer delad. Förut var den koncentrerad till några få individer och nu är den utspridd på fler arenor. För den som har lite hjärna och lite mod så finns den ju egentligen bara där, man kan egentligen bara ‘ta den’ som Lenin sade om Ryska revolutionen ’Partiet hittade makten på gatan och plockade helt enkelt upp den’.”

- Lusensky, intervju, 2014

Kring detta diskuteras hur, och av vilka, tillgången till information nyttjas där olika sorters kunskaper och kunskapsförskjutningen därför har varit påtaglig. Konsultdrivet lobbyarbete beskrevs bland annat som en “låneverksamhet” (Strandberg, intervju, 2014) där kunskap och kompetens lånas ut för syften som att kompetenshöja uppdragsgivare. Att kunna presentera en rapport samt insikt kring processer och god retorisk kunskap beskrivs som grundläggande arbetsmetoder (Hult Wallgren, intervju, 2014). Intervjupersonerna ställde sig trevande mot huruvida de såg detta som en del av en maktförskjutning. Utifrån Dahls (1989) definition av makt där det formella maktutövandet beaktas kan det ses som att det inte skett någon större maktförskjutning i och med ökad svensk lobbyverksamhet. Dock är denna definition av makt begränsad och ser endast till den makt som återfinns genom beslutsfattande medan lobbyinsatser påverkar processen innan ett beslut fattas (Dahl, 1989). Lobbyism kan därför utifrån en bredare maktdefinition betraktas i som påverkare på institutioner och professioners positioner (Foucault, 1993). Detta då lobbyisterna genom förståelse för vilka kunskaper via vilka kanaler som beslutsfattare bör förse med, inkorporeras i den informella beslutsprocessen.

Foucault (1993) ser makt som oskiljaktig från kunskap där kunskaper och förståelse inom ett visst område möjliggör för individer att påverka andra inom detta område, i detta fall politiken. Det är därför anmärkningsvärt att intervjupersonerna gärna talar om en kunskapsförskjutning men är motvilliga till att identifiera en maktförskjutning. Deras tillgång och användning av information och kunskap gör dem till en aktiv del av det politiska maktutövandet och del av den politiska diskursen (Foucault, 1993). Uttryck som ”det gäller att lära sig hantverket” (Hylander, intervju, 2014) har använts för att belysa hur förståelse för hur exempelvis debattartiklar och remissyttranden skrivits (Hylander, intervju, 2014) samt förståelse för hur beslutsprocessen faktiskt går till. ”Man måste ju veta hur den här be-

slutsprocessen ser ut för det man ska påverka” (Strandberg, intervju, 2014). Dessa insikter om var i den informella beslutsprocessen påverkansarbetet har bäst effekt samt den djupa kunskap som lobbyister besitter gör därmed att vi ser kunskapsförskjutningen som lyfts fram i empirin som en indirekt maktförskjutning så som Foucault (1993) föreskriver. Lobbyisterna utgör ur den aspekten en vital del av den demokratiska viljebildningen.

5.2.1 Förståelse eller framgång

Beroende på avsikterna med kommunikationen blir handlingen som tidigare nämnt förståelseorienterad eller framgångsorienterad (Habermas, 1996). Konsulten som förmedlare av kunskap har här inget initialt självförståelsemål med sin handling, den mynnar snarare från uppdragsgivaren. Är kommunikationskedjan öppen och tillgänglig för allmänheten tolkar vi det som att handlingen skulle kunna beskrivas som kommunikativ från uppdragsgivarens perspektiv (Habermas, 1996). Lobbyisten blir där bara en extra aktör, där syftet med kommunikationshandlingen förblir intakt: för beslutsfattare och uppdragsgivare att nå gemensam förståelse i en fråga som grund för beslutsfattande. Denna kommunikationshandling kan även beskrivas som symmetrisk (Grunig & Hunt, 1984). Dock gör konsultens egna tolkningar, och förmåga att nyttja kanaler som inte finns tillgängliga för uppdragsgivaren, att handlingen skiftar från förståelse- till framgångsorienterad sett utifrån konsultens perspektiv. Konsulten har förutom ett rent monetärt intresse också ett mål med sin kommunikation, nämligen att lyckas sätta uppdragsgivarens fråga på den politiska agendan (Larsson, 2005). I de fall konsulten handlar med dold uppdragsgivare kan handlingen så som Habermas (1996) föreskriver klassas som medvetet missvisande, och därmed manipulativ (se figur 1 punkt 3.4). Beslutsfattandeprocessen kan således ifrågasättas utifrån samtalsdemokratis principer och den konsensus det förståelseorienterade handlandet förespråkar (Habermas 1995, 1996). Utifrån dessa resonemang tolkar vi därför den professionaliserade lobbyismen där konsulter lobbar främst som ett framgångsorienterat handlande.

Åsikter och ideologi anses inte längre vara bärande i den demokratiska processen utan istället förs en evidensbaserad politik. “Politiker tycker inte längre saker för att det känns bra i magen, utan för att det finns en rapport som säger så” (Enarsson, intervju, 2014). Denna uppfattning delas av flera intervjupersoner som

menar att denna politik tydligt illustrerar en verklighet där kunskap hanteras på ett allt mer riskabelt sätt. Inom professionaliseringslitteraturen innebär just en utbredning av expertkunskap att expertisen som förmedlas blir otydlig på grund av bristfälliga kontrollmekanismer (Furusten & Werr, 2012). I och med ett utspritt och professionaliserat lobbyarbete kan kunskapen som förmedlas via lobbyister ses som en risk för att medborgarna distanseras från det demokratiska samtalet.

”Man anlitar experter för att få motiv till det man vill göra, istället för att tänka färdigt själv. Detta blir dåligt, tillrättalagt. Det påverkar inte på samma sätt som idéer som uppstått i tanken. Ett politiskt beslut måste vara resultatet av en tankeprocess, det går för fort när man söker uppbackning av experter [...] Man fokuserar mer på att fatta beslut än att tänka bra tankar. Beslutet måste vara en konsekvens av tänkandet.”

- Göransson, intervju, 2014

Problemet som illustreras genom citatet ovan är att det idag finns olika kunskaper som står emot varandra. Konsulten som lobbar på uppdrag av en organisation väljer att kommunicera den kunskap som passar bäst. Detta kan liknas vid ett “smörgåsbord” (Alexius, 2012) där man väljer sanning efter syfte (se tabell 1, nedan). Den politiska viljebildningen som enligt Habermas (1996) bör härledas från det förbehållslösa och förståelseorienterade handlandet har här i hög grad ersatts av det framgångsorienterade handlandet. Genom detta synsätt likställs politik med en marknad där resurser styr kunskapen som kommuniceras. “Man leker marknad där ingen marknad finns. Och det förklarar mycket av det som är så katastrofalt i dagens samhälle med upplösningstendenser på skilda håll” (Göransson, intervju, 2014).

Traditionella experters professionella kännetecken t.ex. advokaten, revisorn och läkaren	Enhetlig gemensam kunskapsbas	Formell reglering av gränsen mellan experter och icke-expert
Icke-traditionella experters (ny) professionella kännetecken t.ex. managementkonsulten	Otydlig kunskapsbas – ett smörgåsbord av kunskaper	Öppna, informellt ordnade gränser mellan experter och icke-expert

Tabell 1: Vad gör en expert till expert? (Alexius, 2012:28)

Professionalisering av lobbyism, där konsulter utför ett arbete som tidigare starkt förknippats med intresseorganisationer, kan också det relateras till Habermas (1996) tankar om framgångsorienterat handlande. Intresseorganisationer och folkrörelsers åsiktsbildning kan istället anses utgå från en mer förståelseorienterad kommunikation. Genom att konsulter står för en större del av den åsiktsbildande kommunikationen har således ett skifte i den demokratiska processen skett från ett förståelseorienterat till ett framgångsorienterat handlande (Habermas, 1996). Vissa menar att detta är problematiskt för legitimiteten i åsiktsbildningen när "företag börjar ikläda sig samma arbetsmetoder och sätt att agera" (Enarsson, intervju, 2014). Detta av skälet att de driver frågor de nödvändigtvis inte själva står bakom.

Den kritik som Habermas (1996) riktar mot den framgångsorienterade kommunikationen i form av den professionaliserade lobbyismen och konsulternas inflytande över politiska beslutsprocesser förstärks också i olika medietexter. Bland annat framställs lobbyister ofta som om de inte följer de lagar och regler vilket det svenska styrelseskicket är uppbyggt på och kan därför liknas vid laglig korruption (Lessig, 2009). "Genom lobbying, nätverk och pengar kan man i dag påverka det ekonomiska och politiska spelets lagar. Förskjuta dem så att de gynnar den egna gruppen" (Aftonbladet, 2013b). Kritiken grundar sig som tidigare nämnt i bristen på insyn där okända avsändare står bakom kommunikationsinsatser som förser beslutsfattare med information och kunskapsunderlag. Samma artikel tar också upp trenden att politiker i allt högre grad lämnar politiken för att arbeta med lobbyism. "Folk rör sig in och ut och vad inbillar vi oss egentligen att Göran Persson får betalt för på JKL om inte sina kontakter?" (Aftonbladet, 2013b). Ett demokratiskt underskott lyfts fram som en effekt av ett ökat beroende av expertkunskap i Svenska Dagbladet (2012). Där belyser författaren att ett ökat anlitanande av experter inom varierade områden i samband med nedskärningar i public service distanserar medborgare från att ta del av relevant samhällsinformation. En annan bild av ett utbredd expertsamhälle och lobbyverksamhet tas dock upp av Olof Petersson i en debattartikel där han skriver att lobbyistens huvudfunktion är att tillhandahålla informationsunderlag där värderingar, intressen och synpunkter vädras. Detta gör lobbyism till en naturlig del i det demokratiska systemet där det hävdas att utan lobbyism havererar demokratin (Aftonbladet, 2013a).

I flera av de riksdagstexter som behandlar lobbyism lyfts också kunskap fram som lobbyismens främsta tillgång. I motioner ses det ökade informationsflödet till beslutsfattare som övergripande positivt. Att lobbyister tillhandahåller nyttig information som ökar kunskapen i sakfrågor ger och en mer nyanserad bild av problem och därigenom bättre underlag för beslutsfattande. Dock framhålls konsulten som lobbyist som mer problematisk och att den bristande spårbarheten till avsändaren i dennes kommunikation är ett problem (motion 1996/97 K302, motion 2005/06:K289, motion 2005/06:K338). Det återkommande argumentet i dessa riksdagsmotioner är således att det är konsulten som utgör ett potentiellt hot mot den demokratiska processen.

Utifrån detta tolkar vi att det råder en föreställning om lobbyism som genväg till politiken vilket också bidrar till den negativa bilden av lobbyism som profession. Kritik inom professionaliseringslitteraturen och utvecklingen av nya expertområden utgår främst från att det saknas kontrollmekanismer som reglerar hur expertisen som förmedlas ser ut (Furusten & Werr, 2012). Genom att se lobbyism som ett nytt expertområde kan lobbyismens expertis och inverkan på den demokratiska processen också anses hämma den politiska viljebildningen. Samtalsdemokratisk teori grundar sig som tidigare nämnt på ett förståelseorienterat handlande vilket vi menar får stiga åt sidan för lobbyismens ökade inflytande och framgångsorienterade handlande (Habermas, 1996).

5.2.2 Att kommunicera politik

Det kan alltså sägas att det går emot demokratiska förhållanden och principer att olika intressen företräds av olika typer av lobbyister som kommunicerar budskap utifrån på förhand giva mål (Habermas, 1996). Denna idealiserade bild av demokrati i form av en absolut jämlik och därmed symmetrisk (Falkheimer & Heide, 2007) samtalssituation utan egenintressen och maktskillnader gör en hård avgränsning för vad som anses vara legitim åsiktsbildning och vad som blir propaganda (Pettersson, 2009). Denna demokratisyn gör det också lätt att avfärda intressen som företräds av konsulter som en illegitim del av den demokratiska processen. Detta då det förståelseorienterade handlandet och den gemensamt uppnådda viljebildningen som skapas ges en status av att vara sann och god, blir resultatet av ett framgångsorienterat handlande, i en åsiktsbildande kontext, per automatik falskt (Habermas, 1996).

Flera av de konsulter som intervjuats påpekar hur drivkraften i arbetet, precis som för eldsjälarna och ombudet, kommer från ett samhälleligt engagemang. Även om handlingarna kan ses som framgångsorienterade, där målet är att tillgoda uppdragsgivarens behov, så är ofta att nå förståelse för de intressen och frågor som företräds minst lika viktigt. De uttrycker en vilja att lära sig om olika intressen saker och växa med de olika frågor som de driver. Fokus kan då till stor del antas ligga på tankeprocessen där ”man måste hela tiden tänka rejält kring det man håller på med. Inga frågor är någonsin lösta och inga problem är någonsin färdiga” (Haage, intervju, 2014). Detta gör också förutsättningarna under vilka konsulten lobbar mycket komplexa där det kommunikativa handlandet inte nödvändigtvis möjliggör för en rättvis tolkning (Habermas, 1996). ”Det är inte så enkelt att det finns en dikotomi [...] det går ju inte riktigt att kategorisera på det sättet” (Lusensky, intervju, 2014).

Konstant inlärning lyfts också fram där ”det bästa är att om man har bra och intressanta uppdrag så är det ju spännande, lärorikt och intressant rent innehållsmässigt och också faktiskt samhällsnyttigt” (Jederlund, intervju, 2014). Vi menar att konsulterna således kan liknas vid en sorts kunskapsbank där den mest relevanta och intressanta kunskapen i en fråga kommuniceras till berörda beslutsfattare.

”Opinionsbildningen handlar ofta mycket mer om att sätta in sitt företag och sin produkt eller sin fråga i en kontext som de informella ledarna känner igen sig i, och tycker att det finns ett värde i att själv driva. Det är det som är nyckeln. Och det kräver ju en mycket mer svårfångad kunskap.”

- Strandberg, intervju, 2014

Att frågan som drivs måste upplevas som relevant för beslutsfattarna är tydligt. ”Ingen politiker kommer någonsin ta emot en organisation eller företag av välgörenhet eller sitt hjärtas godhet” (Kellner, intervju, 2014). Utifrån detta och i relation till Habermas (1996) kommunikativa handlande har två saker utlästs om konsulten som lobbyist:

- Konsulter handlar delvis framgångsorienterat då deras mål är kommunicera uppdragsgivarens budskap så effektivt som möjligt.
- Handlandet blir delvis även förståelseorienterat i den bemärkelsen att det måste skapas en ömsesidig förståelse mellan uppdragsgivare och beslutsfattare.

5.2.3 Respekt för tankeverksamheten

Samtliga lobbyisttyper använder sig av samma arbetsmetoder och kanaler för att nå fram med kunskapsunderlag och information till beslutsfattare. När kanalen exempelvis är en debattartikel är det inte säkert att den tänkta mottagaren av budskapet hörsammar eller agerar på det. Denna osäkerhet kring hur budskapet uppfattas blir också den asymmetriska kommunikationens svaghet (Falkheimer & Heide, 2007). Istället förespråkas en symmetrisk tvåvägskommunikation där dialog mellan aktörerna upprättas och meningsutbytet dem emellan gemensamt producerar kunskapsunderlaget vilket ett beslut tas utifrån (Falkheimer & Heide, 2007). Denna syn på politisk viljebildning och kommunikationsprocess lyfts fram i en av intervjuerna då ”tankeverksamhet måste vara ömsesidig” (Göransson, intervju, 2014). Vikten av att lyssna såväl som att föra fram ett budskap beskrivs som något som glöms bort i dagens informationsbrus.

”Lyssnandet är en aktiv handling och i offentligt debatt talar vi alltid om lyssnandet som om det vore passivt. Lyssnandet kräver ansträngning, man måste försöka förstå och därför är det viktigaste i demokratin egentligen att uppmuntra underlättandet av lyssnandet. Att höra vad andra säger och försöka förstå vad andra säger. Det är där den verkliga kommunikationen uppstår. Och där kan du säga då att, det är därför det är farligt när man ersätter folkrörelser med kommunikation.”

- Göransson, intervju, 2014

Kommunikation i denna bemärkelse innebär således en enkelriktad rörelse, likt en transaktion av information i enlighet med informationsmodellen (Grunig & Hunt, 1984). Denna kritiska hållning kring hur kunskap förmedlas och handlas med av lobbyister och media fördjupas ytterligare:

“Opinionsbildning sker alltid i samtal med andra som man litar på. Det är alltså inte den direkta kommunikationen som ger den djupa opinionsbildningen. Det är när någon tillsammans med någon annan som man litar på bearbetar det man har hört. [...] Det är först när de som är delar av den publiken börjar diskutera med andra. Det vill säga opinionsbildning är mycket mer sofistikerat än man tror. Det är inte att få plats med parollen på plakatet utan det är när man funderar över det som är sagt.”

- Göransson, intervju, 2014

En del av den kritik som riktas mot konsulter beskrivs som ”slag i luften” (Göransson, intervju, 2014). Något som händer för långt ifrån verkligheten för att vara av någon större betydelse. Denna syn på vad som är verklig åsiktsbildning kan därför förstås ur den symmetriska synen på kommunikation (Grunig & Hunt, 1984) såväl som Habermas (1996) ideala samtalssituation och det förståelseorienterade handlandet som diskuterats tidigare. Förutsättningarna för ömsesidighet grundar sig just i att en idé skapas genom en gemensam kommunikationsprocess och deltagande från samtliga aktörer. Innebörden skapas och bestäms således i ett samspel dem emellan (Habermas, 1996). Detta är inte en syn på kommunikation Göransson (2014) ser inom lobbyismen. Här görs ytterligare en reflektion kring en språklig förändring i relation till asymmetrisk kommunikation (Falkheimer & Heide, 2007) i och med övergången till ett mer pluralistiskt samhälle.

“Mona Sahlin, när hon blev partiledare för Socialdemokraterna, gjorde det till ett transitivt verb med akkusativobjekt. Bland det första hon sa var – ’nu måste vi kommunicera vårt budskap’. Och det är en ensiktad rörelse. Då har någon fastställt budskapet och så ska det kommunicerat till de som ska ta emot det och då upphör den politiska tankeutvecklingen.”

- Göransson, intervju, 2014

Detta anser vi vara viktigt att belysa då det tydligt exemplifierar hur kunskap och information vid påverkansarbete till stor del utgår från Grunigs och Hunts (1984) informativa syn på kommunikation där beslutsfattare tar emot en färdigpaketerad idé. Resultatet av en framgångsorienterad handling, i detta fall en lobbyprocess, kommuniceras via kanaler som står utanför det idealiserade offentliga rum som Habermas (1996) förespråkar men anses ändå leda till samhällsnytta enligt flertalet av intervjupersonerna för denna studie. Vi menar att detta innebär att den samtalsdemokratiska modellen för hur den demokratiska processen bör se ut kan antas förlegad. Den tar inte hänsyn till den växande åsiktsbildningen i samhället och det blir problematiskt för politiker att förhålla sig till det informationsöverflöd som lobbyister genererar. Detta lyfter vikten av ansvarstagande vilket nästa avsnitt behandlar.

5.3 Det ligger i allas intresse

Samhällsansvar och gott omdöme har belysts i intervjuer tillsammans med sakkunskap och kreativitet som huvudfaktorer för idealt lobbyarbete. Som tidigare nämnt råder en tydlig uppfattning bland intervjupersonerna att lobbyarbete och samtliga lobbyisttyper betraktas som språkrör vilka lyfter fram olika intressen i samhället. Tanken om ett samhällsansvar relateras till idén att gynna en allmän vilja i samhället. Detta är en princip som går tillbaka till demokratins födelse i det antika Grekland och upplysningsfilosofin (Petersson, 2009).

Aristoteles (översättning Märten Ringblom, 1988) menar att strävan efter ett mål för samhällets räkning föregår individers enskilda mål. Dessa ursprungstankar om ett samhälles allmänna bästa låg även till grund för Rousseaus (översatt av Richard Hejll, 1919) idé om att allmänviljan ska leda statens krafter. Motsättningarna mellan enskilda intressen ligger enligt Rousseau till grund för de moderna samhällenas uppkomst. Samhället upprätthålls sedan genom överenskommelser och samförstånd mellan folkets olika viljor och intressen. Detta liknas vid ett socialt band och kan även liknas med Habermas (1986) tankar om det demokratiska samtalet. Den intresseharmonin som Rousseau (översättning Richard Hejll, 1919) framhåller som grunden i kontraktteorin har kritiserats då en sådan naturlig samstämmighet av intressen inte anses existera (Gauthier, 1986). Politiska beslut bör ändå idealt sett baseras på en sorts moralisk rationalitet menar Gauthier (1986). Där uppstår ömsesidigt värdeskapande genom individers samarbete utan att de för den sakens skull delar intressen och värderingar. Trots historiska motsättningar om hur ett allmänintresse formas ser vi det som centralt för den svenska demokratiska processen än i dag då det så tydligt lyfts fram i empirin. Relationen mellan politiker och lobbyister kan liknas vid Gauthiers (1986) beskrivning om ett ömsesidigt värdeskapande där kommunikationen ses som värdefull utan att föregås av en förbehållslös social handling som Habermas belyser (1996).

”Dels hur man presenterar sitt budskap så att det blir så attraktivt som möjligt. Men också att få din fråga att framstå som ett allmänintresse och inte ett särintresse.”

- Lusensky, intervju, 2014

Flera intervjupersoner beskriver allmänintresset som mittpunkten för all opinionsbildning. "Man är tvungen som lobbyist att höja blicken och tänka sig ur ett allmänintresseperspektiv[...]att argumentera utifrån ett allmänintresse." (Westander, intervju, 2014). Vid intervjuerna var även en majoritet av respondenterna av åsikten att transparens i ansvarskedjan, där avsändaren är tydlig, är vital för legitimiteten i budskapet och möjligheten att kunna utkräva ansvar. Transparens lyfts fram som en central faktor för att undvika att det demokratiska systemet undermineras (Briffault, 2014). Denna legitimitetsproblematik drabbar inte eldsjälarna eller ombud i samma utsträckning, då de är direkt kopplade till den fråga de driver eller den organisation de arbetar för. Kopplingen mellan lobbyist och syfte är således tydligare för dessa typer av lobbyister.

I relation till detta har den medborgerliga rätten att påverka det politiska klimatet i ett demokratiskt samhälle lyfts fram. En intervjuperson citerade Olof Palme "Ty politik, kamrater, det är att vilja något" (Göransson, intervju, 2014). Vi ser därför transparens kring såväl uppdragsgivare som avsändare som ytterst viktig för att, som ovan nämnt, klargöra vem det är som vill något. Detta gör att kritiken mot konsulten som budskapsförmedlare kan ses som missvisande. Detta ställningstagande görs främst utifrån premissen att budbäraren av budskapet faktiskt är irrelevant och att vikten bör ligga vid informationen som sådan. Detta styrks även i intervjuer där budskapets relevans och substans är det vitala, inte vem som förmedlar det. "Är det ett bra nyhetsvärde, är det intressant och relevant. Då tycker inte jag att det spelar så stor roll var det kommer ifrån, om källorna är redovisade" (Jederlund, intervju, 2014).

5.3.1 En bruten ansvarskedja

De olika lobbyisttyperna skiljer sig således inte speciellt mycket åt i grunden, i den bemärkelsen att samtliga stävar efter att bidra till en samhällsnytta och kanalerna som nyttjas för att påverka är desamma. Spårbarheten kring vem som är avsändare är dock inte lika tydlig när budskapet förmedlas av en tredje part, konsulten. Oklarheter i ansvaret kan därför antas riskera att värdet på arbetet som sådant undergrävs. Denna uppfattning om öppenhet och tydlighet kring vem som ursprungligen står för budskapen delas av flera konsulter:

”Det måste vara uppdragsgivaren som lobbar. De myter som att lobbyister använder otillåtna medel och att lobbying innefattar manipulation grundas i brist på öppenhet i ansvarskedjan. Om lobbying går till på det sätt det bör gå till, det vill säga ett öppet maktutövande eller öppen påtryckning, så leder det tvärt om till synergier.”

- Westander, intervju, 2014

I riksdagstexter berörs ansvarstagandet på ett liknande sätt som i intervjuerna, nämligen att ett ökat informationsflöde i sig är bra men att en tydligare insyn i vilka frågor som drivs och på uppdrag av vem, är nödvändigt. För att öka kvaliteten på den demokratiska processen föreslås i motion 2007/08:K340 en större öppenhet där lobbyister föreslås ålägga ett löfte i att redogöra för sina uppdragsgivare. Det blev även här tydligt att det endast är konsulterna som uppfattas som problematiska. Även i motionerna ses resurser som ett problem och det hävdas att konsulterna bidrar med ett köpt engagemang i åsiktsbildningen. I motion 2013/14:K251 påpekas också att en majoritet av det svenska folket vill att lobbyister ska redovisa frågor de driver och vilka uppdrag de tar.

Ur denna aspekt anspelas det på ett ansvarstagande gentemot det svenska samhället. I texten går att utläsa ett ställningstagande där ej redovisade källor ses som ansvarslöst och godtyckligt. Medietexter i ämnet belyser branschens brist på självansvar och även att självreglering vore önskvärt, men att det är osannolikt påpekas i motion 2005/06:K338. Bland de intervjupersoner som efterlyser ökad öppenhet och ökat branschansvar ses en sådan utveckling ändå inte som trolig.

”Det finns stora intressen. Alla vinner ju på det är just nu. Jag tror att medborgaren inte förstår att de torskar medan industrierna vinner. NGOs (non governmental organizations) kanske tycker att de vinner. Politikerna vinner eftersom de får hjälp, stöd och kunskapsunderlag.”

- Enarsson, intervju, 2014

Detta sätter en tydlig marknadsdriven prägel på dagens politiska system där öppenhet, och därmed också ansvarstagande, får stå tillbaka för ekonomiska fördelar. Huber & Schackleton (2013) belyser hur detta är fallet inom EU där transparens blir mindre viktigt i relation till ekonomiska intressen och effektivitet i den politiska processen. Det blir även svårt att vara källkritisk till den information som

läggs fram när avsändaren är oklar. Det lyfts vidare som ett starkt incitament för hur viktig ansvarstagandet bland de olika aktörerna som berörs av lobbyverksamhet blir.

”Det finns två grundproblem med lobbyismen: det ena är resursojämligheten, och det är det i särklass allvarligaste. Det andra, som vi brukar prata mest om, det är den bristande öppenheten och det är också allvarligt. Men inte alls, inte tillnärmelsevis, så allvarligt som resursojämligheten. Det vill säga att det inte är en person en röst som gäller.”

- Westander, intervju, 2014

Detta belyser dels vikten av konsensus för politiskt beslutsfattande och åsiktsbildning så som Habermas (1995) förespråkar inom samtalsdemokratien och som kan antas gå förlorad när resurser ges företräde. Om kunskapen som förmedlas via konsulter både är anpassad för ett givet syfte och på så vis är framgångsorienterad (Habermas, 1996) samtidigt som avsändaren inte går att spåra försvagas också möjligheten att utkräva ansvar.

5.3.2 Agera ut att synas

Beslutfattarnas roll och ansvar är tydligt belyst i studiens empiriska material tillsammans med lobbyistens ansvar att synliggöra samhällets olika intressen. Det går således att urskilja en kunskapsproduktion och reproduktion inom det expertområde som lobbyism utvecklats till (Furusten & Werr, 2012). Där efterfrågas bland annat ett större ansvarstagande och mer öppenhet från beslutsfattare kring vilka de pratar med i vilka frågor. Utifrån empirin bottnar problematiken i att öppenhet och transparens inom lobbyarbete begränsas i den bemärkelsen att det går att agera utan att synas. Detta i form av en professionalisering av lobbyverksamhet där företag köper hjälp av konsultbyråer. Vi ser det därför som att slutna arbetsmetoder blir ett sätt att undvika ansvarstagande, något som i förlängningen inte bara påverkar branschen negativt utan också får konsekvenser för såväl medborgare som beslutsfattare. ”De riggar en hel teater för att driva sina egna intressen. Det är svårt att kartlägga professionaliseringen som enskild medborgare” (Enarsson, intervju, 2014). Tydligt är också att det yttersta ansvaret anses ligga på beslutsfattaren och makten att påverka som lobbyist är begränsad. För medborga-

rens del måste det finnas en föreställning av att folkflertalet känner och vet att de kan påverka de beslut som fattas, oavsett om det är på lokal eller nationell nivå (Briffault, 2014).

Makthavare har i enlighet med allmänintresset ytterst ett ansvar gentemot folket som valt dem. De representerar folkets olika åsikter och ska i olika sammanlutningar fatta beslut som bäst speglar en kompromiss av dessa (SFS1974:152). I takt med att åsikter skapas och förmedlas inom en lobbykultur där åsiktens avsändare är otydlig tolkar vi det som att de allmänna åsikterna riskerar att komma i skymundan då industrier och företagsintressen ges företräde. Allmänhetens intresse förbises och istället fattas politiska beslut utifrån marknadsekonomiska intressen. Detta tolkar vi möjliggörs genom den position lobbyismen erhållit som nytt expertområde (Furusten & Werr, 2012) och den kunskap som alstrats och samlats därinom (Foucault, 1993).

I enlighet med Habermas (1996) kommunikativa handlande tolkar vi bristen på öppenhet och ansvar bland konsulter som ett exempel på dolt strategiskt handlande (se figur 1, punkt 3.4). Denna brist på insyn bland aktörerna i ansvarskedjan från uppdragsgivare till beslutsfattare, och risken för en falskt uppnådd förståelse kan därför också ses som en produktionsprocess av en skev allmänvilja i den bemärkelsen som samtalsdemokrati förespråkar (Habermas, 1995). Genom de olika positioner aktörerna erhåller skapas också ett maktspel. Utifrån Foucaults (1993) förståelse för hur kunskaper bär på makt kan en utbredning av lobbyarbete, där en djup kunskap om politiska processer, ses som att informellt maktutövande normaliserats och upprätthålls genom lobbyismens sociala praktiker.

5.4 Fri åsiktsbildning eller institutionaliserad lobbyism

Genom en föreställning av att lobbyister vill påverka till vilket pris som helst, och ljuger för att nå sina mål menar vi att myter om utbredd korruption och mistänksamhet kring metoder vuxit fram (Allard, 2014). Denna bild av lobbyism kan utläsas synen på kommunikation som publicitetsmodellen framhåller (Grunig & Hunt, 1984) och blir förlegad då den inte tar hänsyn till vikten av kunskap och upplyst förståelse som tydligt belysts i studiens empiriska material. Bilden av konsulter som ett hinder för den samtalsdemokratiska viljebildningen som svenska demokratiprinciper grundas på (Petersson, 2009) ligger till grund deba-

ten om reglering av lobbyism. Spänningsfältet mellan yttrandefrihet och demokratis grundvalar å ena sidan, och korruptionsmisstankar med dolda agendor där de rika kan köpa sig inflytande å andra sidan är central i debatten.

“Lobbning för mig det är en del av demokratin. Det handlar om yttrandefrihet och det handlar om organisationsfrihet. Att påverka sina makthavare är en del av en fungerande demokrati. Samtidigt är det klart att det finns ett potentiellt problem om det är så att bara de rika intresseorganisationerna och företagen har råd att köpa sig inflytande indirekt genom sådana som oss, om de får ett kunskapsövertag, om de blir mycket bättre än alla andra på det här.”

- Hulth Wallgren, intervju, 2014

Debatten i andra länder lyfter upp lobbyregister (Murphy, Hogan & Charis, 2011; Brieffault, 2014; norsk kvinnlig lobbyist, intervju, 2014) som ett bra sätt att lösa problematiken med lågt förtroende och dålig insyn i processerna. Införandet av ett lobbyregister innebär att lobbyister som vill ta kontakt med politiker ska finnas upptagna i ett register kontakter, utlägg och annan relevant information blir synlig för allmänheten. Det insamlade materialet pekar dock på en tydlig majoritet i Sverige som är emot införandet av liknande lobbyregister. De vanligaste uppfattningarna är att ett register skulle inskränka den demokratiska rätten till att påverka politiker och att organisera sig (SFS1974:152). Det skulle vidare innebära ökad byråkrati samt även skrämna politiker från att lyssna på intresseorganisationer. Dessa personer ansåg snarare att det fanns andra, bättre, regleringsalternativ än lobbyregister. Endast en person var för ett införande av lobbyregister, med motiveringen att vi har för hög tilltro till våra grundlagar, och att vi är för naiva när det kommer till förekomsten av korruption i Sverige. ”Vi är liksom invaggade i någon slags trygghetsnarkomani så vi har liksom blivit lite döva ibland känner jag” (Enarsson, intervju, 2014). Detta instämde inte övriga i utan hävdade generellt snarare att Sverige var ganska befriat från korruption i dess traditionella bemärkelse som Lessig (2009) exemplifierar.

Det vanligast förekommande alternativet till register var införandet av karenstid för politiker. Detta skulle, enligt en majoritet av respondenter, leda till ökad trovärdighet för de politiska processerna och till viss del reducera möjligheten för före detta politiker att nyttja sin tidigare ställning som förtroendevalda med god

insyn, utan att frånta människor sina grundlagsreglerade rättigheter. Andra menar att det är svårt att få effekt av karens, då kontakter och kunskap inte försvinner under den tid en karenstid skulle vara. Detta kan ses ur Foucaults (1993) tolkning av makt där kunskap och vetande möjliggör för inflytande och påverkan. Somliga menar att en karenstid även skulle skrämja bort talangfulla personer från att vara yrkesverksamma inom politiken, då politiska svängningar innebär att dessa exponeras för arbetslöshet om alternativet för anställning som lobbyist försvinner. Detta ser vi även som ett tydligt exempel på hur den kunskap som före detta politiker bär med sig blir ett viktigt verktyg för att utöva inflytande. Hur makten yttras beror på vilka positioner som intas där en politiker med en viss sorts kunskap ges en ny position att påverka i rollen som lobbyist (Foucault, 1993).

Det hördes även från somliga att det krävs en självsanering i branschen, som bygger på gemensamma riktlinjer från branschen. Stor kritik gentemot branschorganisationen PRECIS normer (precis.se, 2008) för att de är för vaga och inte ställer högre krav än de som grundlagarna ställer. Detta faktum har fått PR-byråer Westander, och enstaka byråer i branschen med dem, att använda sig av självpåtaga öppenhetskrav.

“Vi tycker inte att dagens totala avsaknad, eller den ytterst marginella självreglering som finns i och med exempelvis PR-branschföreningen PRECIS normer, är tillnärmelsevis tillräcklig.”

- Westander, intervju, 2014

Dessa självpåtaga öppenhetskrav möttes dock av ganska stor skepsis från andra håll där denna strävan efter öppenhet menas endast syfta till att göra PR för sin egen byrå eller verksamhet. ”Det är bra att några av de här byråerna skriver ut att de jobbar för den och den branschorganisationen men det är ju ingen som bryr sig och det är ju det som är grejen. Vad ska man med transparens till om ingen bryr sig.” (Lusensky, intervju, 2014). En stark misstro var således påtaglig. Samtidigt håller många med om faktumet att det inte finns högre ställda krav i mångt och mycket grundar sig i att många av de stora byråerna tjänar på “hemlighetsmarkiet” (Enarsson, intervju, 2014).

Regleringen har i andra länder (Lessig, 2010, Murphy et al., 2011, Svensson, 2012, Briffault, 2014) uppkommit som ett svar på ett bristande förtroende för poli-

tiker. På Irland var den djupa ekonomiska krisen för landet år 2008 en utlösande faktor. De blev nödgade att vidta åtgärder för att öka förtroendet för politikerna och den demokratiska processen med bland annat ökad insyn. "The economic mayhem in Ireland caused by such recklessness by bankers and property developers alike has brought the role of lobbyists in these industries among others to public prominence" (Murphy et al., 2011:111).

Samtidigt förs samhällsdebatten i Sverige utifrån att samma problem finns här (Aftonbladet, 2013, b) där jämförelser med såväl det amerikanska systemet som EU är vanliga även i riksdagstryck (motion 2005/06:K289, motion 2005/06:K338, motion 2007/08:K326). Dessa jämförelser är dock inte görbara av två anledningar. Dels skiljer sig de politiska systemen väldigt mycket åt. I rapporten *Villkor för lobbyism* (Svensson, 2012) reds dessa skillnader ut. Skillnaderna anse så grundläggande att risken för korruption varierar drastiskt. Bland annat genom att svenska politiker i mycket lägre grad är beroende av ekonomiska bidrag för att kunna avancera politiskt, att det svenska systemet är particentrerat snarare än personcentrerat som är fallet i USA samt att medborgarna är närmare politikerna än vad de är i exempelvis EU. Detta har även stöd i det empiriska materialet.

"Däremot tror jag att det är nödvändigt på något sätt i EU eftersom att armén av professionella avlönade lobbyister är så kolossal där nere. Det är väl ungefär 20 gånger fler lobbyister än det finns folkvalda parlamentariker. Så där kanske det behövs, om inte annat bara för att hålla koll på vilka som springer in och ut i korridorerna."

- Lusensky, intervju, 2014

Dessutom saknar Sverige stora korruptionsskandaler, och det övergripande förtroendet för politiker, det politiska systemet och medborgarens chans att påverka är större.

"Sverige är ju ett av världens mest föreningstäta samhällen och det de (intresseorganisationerna) gör är ju i mån mening att utnyttja påtryckning på våra folkvalda politiker och jag tycker att det är positivt. Jag skulle vara mycket mer rädd om vi gick åt det andra hållet att allt färre företag och organisationer var intresse-

rade av att påverka politikerna, för det betyder ju att de fortfarande har makt här i Sverige. Och att de är betydelsefulla.”

- Strandberg, intervju, 2014

Vidare menar Strandberg (2014) att det är positivt att svenska medborgare och företag vill påverka politiska beslut, det innebär att medborgarna fortfarande bryr sig om vad som händer. På detta sätt garanteras att samhällsnyttan tas i beaktning, istället för att låta rent ekonomiska intressen prioriteras så som oftare är fallet vid lobbyism i exempelvis EU (Huber & Shackleton, 2013). Just gynnande av resursstarka aktörer ses som ett av de stora problemen inom lobbyismen, då endast dessa har råd att anställa professionella rådgivare (Larsson, 2005). Detta tas även upp i det empiriska materialet:

”Om man är väldigt nära lagstiftningssystemet, om man är nära Bryssel eller Washington och ser hur starka ekonomiska intressen ‘interferes’, lägger sig i och påverkar politiska beslut då blir man jävligt cynisk och ledsen tror jag. Men tappar lite tron på samhället och den demokratiska processen.”

- Enarsson, intervju, 2014

Samtidigt går det att vara kritisk mot huruvida ekonomiska resurser är en garant för framgång. Vi menar att ekonomiska resurser är en faktor för huruvida det går att anställa professionell rådgivning, samtidigt som det bör betonas att det grundläggande verktyget i påverkansarbete är kunskap i frågan och goda argument för sin sak, någonting som i grunden är gratis. Det betonades även i det empiriska materialet att det inte bara är resursstarka intressena som har möjlighet att påverka: “Jag har en väldigt positiv grundsyn, jag tror alltid att det goda vinner till slut.” (Enarsson, intervju, 2014).

Detta går återigen att relatera till hur ett framgångsorienterat handlande, styrt av resurser och egenintresse, framhålls som onda krafter inom den demokratiska processen (Habermas, 1996). Av de intervjuade framhålls majoriteten av lobbyarbete syfta till att skapa högre förståelse i frågor och ge olika intressen jämlikt och rättvist företräde på den politiska arenan. Dock i och med den återkommande frågan, från såväl politiskt håll och i mediedebatt, om införandet av reglering tolkar vi det som att professionaliseringen av lobbyism kan ses som väl utspridd. Furus-

ten och Werr (2012) för som tidigare nämnt ett resonemang där en avsaknad av kontrollmekanismer inom områden utan traditionell expertstatus riskerar generera tvivelaktig kunskap. Detta tolkar vi som att den rådande utvecklingen av lobbyism, utan tydlig spårbarhet av ett budskaps avsändare och åsikt, leder till mångfald men riskerar brista i kvaliteten på kunskapen som kommuniceras.

6. Diskussion och slutsatser

6.1 Lobbyismens bidrag

Utifrån det mikroperspektiv som denna studie gjorts i där lobbyisters subjektiva upplevelser och beskrivningar av vad lobbyarbete innebär, och vad som driver dem, har tre sätt som lobbyism bidrar till den demokratiska viljebildningen identifierats.

- För det första bidrar de med erfarenhet av hur den politiska processen ser ut. Detta är extra gynnsamt för organisationer som inte är vana vid att påverka politiken.
- För det andra bidrar de med kommunikativ expertis. De har god retorisk förmåga och förståelse för hur en fråga eller ett intresse bäst presenteras inom en politisk kontext.
- Det sista och tyngsta bidraget en bred kunskapsbas som stora delar av samhället kan nyttja.

6.2 Diskussion och reflektioner

Det har tydligt framgått att lobbyism som begrepp är svårdefinierat och spänner över flera olika professioner. Studien har också visat på lobbyism som mer komplex än vad debatten gör gällande. Då debatten främst berör konsulter utelämnas delar av det politiska påverkansarbetet. Utifrån den breda definitionen av lobbyism, med utgångspunkt i Nothhafts (2011) resonemang, har tre olika lobbyisttyper identifierats: eldsjälens, ombudet och konsulten (se punkt 5.1). De skiljer sig i drivkrafter men är väldigt lika i sina arbetsmetoder. Lobbyism ses av många som någonting korrupt och odemokratiskt, när vår studie i själva verket visar på det motsatta: det är till stor del en tillgång och kanske till och med en förutsättning för den demokratiska processen. Denna slutsats görs utifrån de premisser Habermas (1996) sätter upp för ideal viljebildning. Habermas (1996) menar att det framgångsorienterade handlandet, som främst kopplas till konsulter, är negativt för det demokratiska klimatet. Dock har det tydligt framgått att konsulterna som intervjuats för studien till stor del delar det engagemang och vilja till samhälls-

nytta som Habermas (1996) tillskriver det förståelseorienterade handlandet. Vi menar därför att konsultens kommunikation som primärt präglas av en monetär drivkraft inte per definition är negativt för de värderingar som den svenska politiska beslutsprocessen utgår från. Det bör observeras att intervjuerna primärt gjorts med konsulter och grund av detta kan det förekomma partiskhet. Däremot menar vi att den bredd av empiri, med såväl riksdagstryck som debattartiklar gör definitionen av de olika typerna av lobbyister adekvat.

Spänningsfältet mellan en tillgång för, eller hot mot, demokratin göder en debatt om reglering av lobbyism som är svårnavigerad. Inte minst eftersom debatt i riksdag såväl som i media ofta har olika definition av begreppet lobbyism. Dessutom sker debatten till stor del baserat på exempel från utlandet. Vi har funnit några grundläggande skillnader mellan Sverige och andra länder som vi menar helt ändrar synen på ett behov av reglering i Sverige. Dessa skillnader är att vi i Sverige generellt sett har högt förtroende för våra politiker. Att det svenska systemet skiljer sig nämnvärt från andra länder som exemplifieras i debatten genom exempelvis en stark particentrering samt att Sveriges grundlagar och höga föreningstäthet underlättar medborgarnas möjlighet att påverka. Med detta sagt har vi dock funnit att det är av yttersta vikt att behålla god moral och öppenhet kring uppdragsgivare i branschen.

Ansvar att hålla god moral och arbeta för öppenhet faller inte bara på lobbyisten själv utan även på folkvalda politiker. De har ett ansvar att fatta beslut som är i samhällets intresse, att rationellt prioritera lobbade särintressen för att gynna ett allmänintresse. För att kunna göra det krävs en stabil kunskapsgrund på vilken besluten fattas – vi menar att det är som kunskapsförmedlare som lobbyisten spelar sin absolut största roll. Genom expertis och sakkunskap bidrar lobbyister till att underlätta för politiker med fakta och argument för ett visst ställningstagande, samtidigt som uppdragsgivarens mål uppnås. Detta exemplifierar hur lobbyisten både når framgång och förståelse genom kommunikativt handlande (Habermas, 1996), där vi menar att den ene inte får konkurrera ut den andra. En framgångsorienterad handling där information undanhålls i syftet att bli lystrad till i den politiska viljebildningen inskränker vidare möjligheten att utkräva ansvar, varpå ansvarskedjan bryts. Att undvika öppenhet sågs således synonymt med att undvika ansvar för den kommunikation och kunskap som förmedlas och som politiska beslut kan komma att grundas på.

Detta har också lett oss till att se den kunskapsproduktion som lobbyisten hanterar och producerar som synonymt med inflytande och makt. Genom ökad professionalisering (Furusten & Werr, 2012) och en ökad status i lobbyarbete manifesteras denna makt genom att många av våra lobbyisttyper rör sig på samma arena som politiker. Genom att inkorporera konsulter i åsiktsbildningen öppnas en kommunikationskanal till makthavare som centrerar kunskapsproduktionen inom vad Habermas (1996) refererar till som ”systemvärlden”. Lobbyism inom kontexten av ett expertsamhälle ser vi att kunskap i sakfrågor och åsiktsbildande produceras och reproduceras inom en kontext av och för experter. Där de flesta aktörer som medverkar inte gör det i egenskap av medborgare utan som konsulter, ombud eller beslutsfattare. De åsikter som genereras inom denna kontext förmedlas sedan färdigpaketerade till den breda massan. Medborgarna distanseras på så sätt från den åsiktberedande kontexten och den kunskaps- och åsiktsmarknad som bildas (Alexius, 2012) med ett ”smörgåsbord” av kunskap.

6.3 Framtida forskning

I och med en ökad kunskapscentralisering inom lobbyverksamhet, marknad och politik riskerar som ovan nämnt medborgarna distanseras från det demokratiska samtalet (Habermas, 1996). Då denna studie varit snäv i tidsbegränsningen skulle en longitudinell studie (Merriam, 1994) vara fördelaktig för att nå fler potentiella drivkrafter och se huruvida de tre typerna av lobbyister står sig i en större kontext. Vidare skulle det vara intressant att se hur politikernas inställning till lobbyarbete förändrats över tid.

7. Referenser

Nedan följer en genomgång av de referenser som använts för denna studie. Det är uppdelat i litterära källor, vetenskapliga artiklar, rapporter, uppsatser, avhandlingar, lagtexter och offentliga dokument så som medieartiklar och riksdagstexter.

7.1 Litterära källor

Alexius, S. 2012. Expert utan regler? Managementkonsulternas frizon i det genomreglerade expertsamhället. I Furusten, S och Werr, A. (red.). *Expertsamhällets organisering: okunskapens triumf?* 1., uppl. Lund: Studentlitteratur.

Alvesson, M. (2006). *Tomhetens triumf – om grandiositet, illusionsnummer och nollsummespel*. Stockholm: Atlas.

Alvesson, M., Deetz, S. (2000). *Kritisk Samhällsvetenskaplig Metod*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Aristoteles (översättning Mårten Ringbom) ur Den nikomachiska etiken, s.29-45 i Hallberg, P., Jansson, M. & Mörkenstam, U. (2009). *Tretton texter i politisk teori: Niccolò Machiavelli, John Locke, Jean-Jacques Rousseau, Edmund Burke, Mary Wollstonecraft, Karl Marx*. 2., [utök.] uppl. Malmö: Liber.

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber.

Bäck, H., Larsson, T. & Erlingsson, G. (2011). *Den svenska politiken: Strukturer, processer och resultat*. Malmö: Liber.

Dahl, R. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven: Yale Univ. Press.

- Daymon, C., Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. 2., uppl. Oxon: Routledge.
- Denzin, N.K. (1970). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Chicago: Aldine.
- Diener, E., Crandall, R. (1978). *Ethics in Social and Behavioral Research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Falkheimer, J., Heide, M. (2007). *Strategisk kommunikation*. 1., uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Falkheimer, J., Heide, M. (2011). *Strategisk kommunikation: forskning och praktik*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Foucault, M. (1975). *Övervakning och straff*. 1. uppl. Lund: Arkiv förlag. Svensk översättning C G Bjurström, 1987.
- Foucault, M. & Rosengren, M. (1993). *Diskursens ordning: installationsföreläsning vid Collège de France den 2 december 1970*. Stockholm: B. Östlings bokförl. Symposion.
- Freeman, P (2012). *How to win an election*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.
- Furusten, S., Werr, A. (2012). *Expertsamhällets organisering: Okunskapens triumf?* 1., uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Gauthier, D. (1986). *Morals by Agreement*. 1., uppl. Oxford: Oxford University Press.
- Goetz, J.P., LeCompte, M.D. (1984). *Ethnography and Qualitative Design in Educational Research*. 1., uppl. Orlando, Florida: Academic Press.
- Grunig, J.E, Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart, Winston
- Guba, E.G., Lincoln, Y.S. (1981). *Effective Evaluation*. San Francisco: Jossey-Bass.

- Habermas, J. (1996). *Kommunikativt handlande: texter om språk, rationalitet och samhälle*. 2. uppl. Göteborg: Daidalos.
- Habermas, J. (1995). *Tre normativa demokratimodeller: om begreppet deliberativ demokrati*, i Hallberg, P., Jansson, M. & Mörkenstam, U. (2009). *Tretton texter i politisk teori: Niccolò Machiavelli, John Locke, Jean-Jacques Rousseau, Edmund Burke, Mary Wollstonecraft, Karl Marx*. 2., [utök.] uppl. Malmö: Liber.
- Hallberg, P., Jansson, M. & Mörkenstam, U. (2009). *Tretton texter i politisk teori: Niccolò Machiavelli, John Locke, Jean-Jacques Rousseau, Edmund Burke, Mary Wollstonecraft, Karl Marx*. 2., [utök.] uppl. Malmö: Liber.
- Hermansson, J., Lund, A., Svensson, T., Öberg, P. (1999). *Avkorporatisering och lobbyism: konturerna till en ny politisk modell: en bok från PISA-projektet*. Stockholm: Liber (SOU 1999:121)
- Holmberg, S & Weibull, L. (1998): *Förskingrat förtroende*. I: Holmberg, S. & Weibull, L. (red.) *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. Göteborgs universitet.
- Kvale, S., Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2., uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Larsson, L. (2005). *Opinionsmakarna: en studie om PR-konsulter, journalistik och demokrati*. Lund: Studentlitteratur.
- Lukes, S. (1974). *Power: a radical view*. London: Macmillan.
- Lundström, M. (2009). *Demokrati* i Beckman, L., Mörkenstam, U. (2009). *Politisk teori*. 1., uppl. Malmö: Liber.
- Merriam, S. (1994). *Fallstudien som forskningsmetod*. 1. uppl. Malmö: Studentlitteratur.
- Moloney, K. (2009) *Public affairs* i Tench, R. & Yeomans, L. (2009). *Exploring public relations*. 2. ed. Harlow, England: FT Prentice Hall.

Möller, T. (2011). *Svensk politisk historia: Strid och samverkan under tvåhundra år*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Nothhafts, C. (2011) *Lobbying*, i Falkheimer, J., Heide, M. (2011). *Strategisk kommunikation: Forskning och praktik*. 1., uppl. Lund: Studentlitteratur.

Patton, M.Q. (1980). *Qualitative Evaluation Methods*. Newbury Park, CA: Sage.

Patton, M.Q. (1985). *Quality in qualitative research: Methodological principles and recent developments*, Newbury Park, CA: Sage.

Petersson, O. (2009). *Opinionsbildning*. 1. uppl. Stockholm: SNS förlag.

Rousseau, J. (1762). *Om samhällsfördraget*, i Hallberg, P., Jansson, M. & Mörkenstam, U. (2009). *Tretton texter i politisk teori: Niccolò Machiavelli, John Locke, Jean-Jacques Rousseau, Edmund Burke, Mary Wollstonecraft, Karl Marx*. 2., [utök.] uppl. Malmö: Liber.

Sannerstedt, A., Jerneck, M. (1994). *Den moderna demokratins problem*. Lund: Studentlitteratur.

Strömbäck, J., Kioussis, S. (2011). *Political Public Relations*. 1., uppl. Oxon: Routledge.

Webb, E.T, et al. (1981). *Nonreactive Measures in the Social Sciences*. Boston: Houghton-Mifflin.

Yin, R.K. (1984). *Case Study Research: Design and Methods*. Newbury Park, CA: Sage.

Zakaria, F. (2003). *The Future of Freedom: Illiberal Democracy at Home and Abroad*. W. W. Norton & Company.

7.2 Vetenskapliga artiklar

Allard, N. (2014). The Seven Deadly Virtues of Lobbyists: What Lawyer Lobbyists Really Do. *Election Law Journal*.

Briffault, R. (2014). The Anxiety of Influence: The Evolving Regulations of Lobbying. *Election Law Journal*.

Gray, C. (1998). On Being a Professional in a "Big Six" Firm. Accounting. *Organizations and Society*.

Huber, K., Shackleton, M. (2013). Codecision: a practitioner's view from inside the Parliament. *Journal of European Public Policy*.

Lessig, L. (2009). What everybody knows and what few accept. *Harvard Law Review*.

Murphy, G., Hogan, J., Charis, R. (2011). Lobbying regulation in Ireland: some thoughts from the international evidence. *Journal of Public Affairs*.

Reed, M. (1996). Expert Power and Control in Late Modernity: An Empirical Review and Theoretical Synthesis. Sage Publications.

7.3 Riksdagstryck och offentliga dokument

7.3.1 Lagar

SFS 1949:105. *Tryckfrihetsförordningen*. Stockholm: Justitiedepartementet.

SFS 1974:152. *Regeringsformen*. Stockholm: Justitiedepartementet.

SFS 1991:1469. *Yttrandefrihetsgrundlagen*. Stockholm: Justitiedepartementet.

SFS 2009:400. *Offentlighets- och sekretesslag*. Stockholm: Justitiedepartementet

7.3.2 Motioner

Motion 1990/91:K230, *Dokumentering av lobbying m.m.*, Hans Leghammar (mp) mf, Stockholm den 22 januari 1991 http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Ovriga-dokument/Ovrigt-dokument/Dokumentering-av-lobbying-mm_GE02K230/

Motion 1994/95:K203, *Registreringssystem för lobbyister*, Bengt Harding Olson (fp), Stockholm den 12 januari 1995 http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Ovriga-dokument/Ovrigt-dokument/Registreringssystem-for-lobbyi_GI02K203/

Motion 1996/97:K302, *Registrering av lobbyister*, Bertil Persson (m) http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Ovriga-dokument/Ovrigt-dokument/Registrering-av-lobbyister_GK02K302/

Motion 2005/06:K289, *Reglerad lobbyism i riksdagen*, Lars Lindblad (m), Stockholm den 30 september 2005 http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Forslag/Motioner/Reglerad-lobbyism-i-riksdagen_GT02K289/?text=true

Motion 2005/06:K338, *Lobbying med ökad öppenhet*, Lars Ångström (mp), Stockholm den 3 oktober 2005 http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Forslag/Motioner/Lobbying-med-okad-oppenhet_GT02K338/?text=true

Motion 2007/08:K340, *Lobbyverksamhet*, Stockholm den 1 oktober Allan Widman (fp) http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Forslag/Motioner/Lobbyverksamhet_GV02K340/?text=true

Motion 2007/08:K326, *Akreditering och utbildning för organiserad lobbyism*, Sven Gunnar Persson (kd) http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Forslag/Motioner/Akreditering-och-utbildning-f_GV02K326/?text=true

Motion 2013/14:K251, *Regler för lobbyism*, Louise Malmström (S) mf, Stockholm den 30 september 2013 http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Forslag/Motioner/Regler-for-lobbyism_H102K251/?text=true

7.3.3 Betänkanden

Betänkande 2013/14:KU18, *Författningsfrågor*, Konstitutionsutskottet
<http://data.riksdagen.se/fil/45A4152D-04A9-49B2-ADB0-17DD31CCD1A6>

7.4 Rapporter

Svensson, 2012, *Villkor för lobbyism* <http://www.precis.se/wp-content/uploads/2012/06/Rapport-Villkor-f%C3%B6r-lobbyism.pdf>

Olof Petersson, *Åter i den grå zonen*, 2013 http://www.olofpetersson.se/_arkiv/skrifter/marcusson_2013.pdf

Strömbäck, Jesper (2011) *Lobbyismens problem och möjligheter – Perspektiv från dem som både lobbar och har blivit lobbade* <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:430154/FULLTEXT01.pdf>

7.5 Medietexter

Aftonbladet (a), 2013-04-30, *Demokratin klarar sig inte utan lobbyarbete*, Olof Petersson,
<http://www.aftonbladet.se/debatt/debattamnen/politik/article16692541.ab>

Aftonbladet (b), 2013-05-06, *Lobbyism ett hot att ta seriöst*, Katrine Kielos,
<http://www.aftonbladet.se/ledare/ledarkronika/katrinekielos/article16722668.ab>

Dagens Media, 2014-04-14, *Auktorisera lobbyism*, Johan Bobert,
<http://www.dagensmedia.se/asikter/debatt/article3820767.ece>

Dagens Nyheter, 2014-05-21, *”Partidemokratin mår alldeles utmärkt i Sverige”*, Gissur Ó Erlingsson och Mikael Persson,
<http://www.dn.se/debatt/partidemokratin-mar-alldeles-utmarkt-i-sverige/>

Resumé, *Resumé startar Lobbyleaks*, 2011, Tidningen Resumé

<http://www.resume.se/nyheter/pr/2011/03/14/resume-startar-lobbyleaks/>

Svenska Dagbladet, 2012-10-16, *Expertsamhället riskerar att bidra till fördumning*

http://www.svd.se/kultur/understrecket/expertsamhallet-riskerar-att-bidra-till-fordumning_7584858.svd

SVT, Debatt om lobbyism Almedalen 2013, 2013 <http://debatt.svt.se/2013/07/03/het-debatt-om-lobbying-i-almedalen/>

7.6 Avhandlingar

Åkerström, M. (2010). *Den kosmetiska demokratin [Elektronisk resurs]: en studie av den politiska diskursiva praktiken i Sjöbo och Ystad*. Lund: Lunds universitet.

7.7 Elektroniska offentliga källor

Greenpeace hemsida: <http://www.greenpeace.org/sweden/se/om-oss/medarbetare/>

Nationalencyklopedins hemsida: <http://www.ne.se/>

Olof Peterssons hemsida: <http://www.olofpetersson.se/>

PRECIS hemsida: <http://www.precis.se/wp-content/uploads/2012/06/precis-normer.pdf>

Amerikanska senatens hemsida:

http://www.senate.gov/legislative/Lobbying/Lobby_Disclosure_Act/TOC.htm

Europeiska unionens hemsida: <http://ec.europa.eu/transparencyregister/info/homePage.do>

8. Bilagor

I detta avsnitt bifogas relevanta bilagor. Detta görs för att skapa ytterligare transparens i studien, och för att underlätta läsningen.

8.1 Bilaga 1: Intervjupersoner

Ann-Therése Enarsson – Systembolaget

Ann-Therése är sedan 2010 chef för samhällskontakter på Systembolaget. Innan dess var hon vd på Systembolagets dotterbolag IQ, som arbetar med att påverka attityder kring alkohol. Innan dess var Ann-Therése generalsekreterare för A Non Smoking Generation, som jobbar med att minska tobakens roll i samhället. 2004 tilldelades hon Resumés pris “Årets lobbyist” för arbetet med rökförbudet på svenska restauranger.

Bengt Göransson – fd. (s) politiker, folkbildare ABF

Bengt är en före detta socialdemokratisk politiker som 2010 gav ut boken *Tankar om politik*. 2006 blev han hedersdoktor vid Göteborgs universitet. Innan detta var Bengt kultur- (1982-1989) och utbildningsminister (1989-1991), och var ledamot i Sveriges riksdag för Socialdemokraterna mellan 1985 och 1991. Göransson har en gedigen bakgrund inom folkrörelsen och har bidragit till folkbildningens betydelse för samhället där han bland annat arbetar oavlönat på ABF som just folkbildare. Med böcker, krönikor och debattartiklar är Göransson en välkänd röst i den svenska samhällsdebatten där han särskilt uppmärksammar förändringar i det politiska språket och dess inverkan på demokrati och viljebildning.

Sten Haage –StrandbergHaage PR

Sten är utbildad civilingenjör med bakgrund inom journalistiken. Han började arbeta med PR i frågor som rörde industri och teknik. Efter att ha arbetat många år som vd är han nu delägare och senior konsult på PR-byrån StrandbergHaage.

David Hulth Wallgren - Nilsson Wallgren

David är utbildad inom statsvetenskap och nationalekonomi. Han har tidigare jobbat som journalist, dels på Sveriges Radio men även som frilansare. Idag är David PR-konsult på PR-byrån Nilsson-Wallgren.

Johannes Hylander –New Republic PR

Johannes är senior konsult på New Republic PR. Johannes började sin yrkesverksamma bana inom myndighetsväsendet där han delvis fick jobba med kommunikationsfrågor. Han sökte sig till branschen på grund av sitt engagemang i frågor som befinner sig i gränslandet mellan politik, näringsliv, journalistik. Efter att ha varit planeringschef på högskolan i Jönköping blev han sakkunnig inom studiefrågor i ett fackförbund. Därefter tog Johannes klivet till konsultbanan där han förblir än i dag.

Lars Jederlund - Vetsam

Lars har varit politiskt aktiv i hela sitt liv, med en lång bakgrund inom intresseorganisationen Svenska Freds. Där bidrog han i kampanjen för att förbjuda landminor, en kampanj som tilldelades Nobels Fredspris. Lars har arbetat med lobbyism i olika typer av organisationer, på såväl nationell som internationell nivå. Idag är Lars pr-konsult på Vetsam.

Joakim Kellner - Geelmuyden.Kiese

Joakim är utbildad jurist, och började sin bana på Riksförsäkringsverket. Efter det blev Joakim tjänsteman på socialdepartementet vilket ledde till att han blev erbjuden att bli politiskt sakkunnig för departementschefen Ingela Thalén, Ann-Christin Nykvist som var jordbruks- och konsumentminister och sen hos Per Nuder när han var finansminister. Efter valförlusten 2006 gick han över till att arbeta med Public Affairs på Skogsindustrierna, varpå han gick över till att arbeta som konsult. Idag är Joakim Public Affairs-chef på Geelmuyden.Kiese.

Joakim Lusensky – StrandbergHaage PR

Joakim är utbildad inom statsvetenskap och andra samhällsvetenskapliga ämnen. Han arbetar idag som PR-konsult på StrandbergHaage med främst kommunikation i samhällsfrågor.

Pelle Strandberg – StrandbergHaage PR

Pelle är utbildad jurist och har en magisterexamen i strategisk kommunikation samt har läst projektledning och skrivande på Stockholms universitet. Pelle är vad man kan kalla redodlad kommunikatör och har sedan dag ett arbetat som konsult inom PR- och lobbybranschen. Idag är han delägare av PR-byrån Strandbergaage.

Elizabeth Walentin - Burson-Marsteller

Jobbar som Public Affairs-chef på Burston Marsteller. Hon har lång erfarenhet av branschen, och började arbeta med politisk kommunikation i USA där hon bland annat var med i Barack Obamas kampanj år 2008.

Patrik Westander –Westander PR

Patrik är utbildad civilekonom med bakgrund på finansdepartementet och i oljebranschen, både i Sverige och internationellt. I början av 2000-talet startade Patrik och brodern Henrik PR-byrån *Westander* i Stockholm som idag är en av Sveriges mest välrenommerade PR-byråer. Sedan år 2005 har byrån vunnit totalt nio kundundersökningar genomförda av tidningen Resumé och analysföretaget Regi.

Anonym kvinna - Norsk myndighet

Anonym kvinna vid en norsk myndighet. Har hela sin karriär arbetat med samma typer av frågor, frågor hon är personligt engagerad i och brinner för.

8.2 Bilaga 2: Intervjumanus

Syftet med studien är att analysera lobbyism ur ett mikroperspektiv, med fokus på roller och värderingar, och därmed öka förståelsen för dess betydelse vid politiska kommunikationsprocesser. Därigenom ämnar vi nyansera och komplettera forskningen kring den svenska lobbyismens samhällspolitiska funktion och inverkan på demokratiska värderingar och principer.

Övergripande frågeställning och forskningsfrågor

Den övergripande fråga studien ämnar besvara är: Vad bidrar lobbyismen med till den demokratiska viljebildningen? Forskningsfrågorna är som följer:

- Hur beskrivs och definieras lobbyverksamhet av svenska lobbyister?
- Hur kan lobbyismens inverkan på informell makt i politiska beslutsprocesser förstås i relation till svenska demokratiprinciper?

Inledning

Idag ska vi göra en intervju där vi kommer prata om politisk kommunikation och opinionsarbete där vi är nyfikna på din kunskap och ditt perspektiv på denna typ av arbete.

Vill du vara anonym i någon mån är det inga problem och skulle du i slutet av intervjun känna att du inte vill delta raderar vi materialet. Jag vill också inleda med att fråga om det är okej att återkomma efter detta intervjutillfälle med eventuella uppföljningsfrågor?

- Vi börjar med lite bakgrund, berätta kort om dig själv, vad är du utbildad i och vart du arbetar idag?
- Vad det bästa respektive värsta med ditt jobb?
- Vad betyder ditt jobb för dig?

Idealfrågor:

Vad anser du är...

- Ideal opinionsbildning? Hur går det optimala påverkningsarbetet till? Hur fungerar det i relation till en optimal demokrati? Vad är det viktigaste när man vill influera samhället och politiska beslut?
- Den ideala lobbyisten?

- En ideal demokrati?

Sonderande frågor:

- Berätta om någon/några frågor som du lyft som fått politisk bärkraft och varför du fick gehör?
- Vad tror du de vanligaste missförstånden/myterna om PR-branschen och lobbyism är?
- Berätta mer om hur du ser på lobbyarbetets inflytande och inverkan på vårt samhälle?
- Vad tror du allmänhetens syn är på lobbyism?
- Vad är det som gör att du/ni tackar nej till ett uppdrag? Vilka dimensioner tas i beaktning?
- Ordet ”hantverk” dyker ofta upp i PR- och lobbysammanhang när man refererar till själva arbetsprocessen. Förklara vad det innebär för dig?
- Är några arbetsverktyg/kanaler bättre än andra?
- Vilka är enligt dig de största och mest signifikanta förändringarna de senaste 10-15 åren inom PA och lobbying?

Direkta frågor

- Många menar att bristen av transparens kring PR-arbete och lobbying är ett samhällsproblem. Hur ställer du dig till detta?
- Lider PR-branschen och lobbyarbete av legitimitetsproblem när avsändaren i kommunikationsprocessen är oklar, vad tycker du?
- Det diskuteras också huruvida lobbying är en tillgång eller ett hot mot demokratin. Vad tycker du?
- Vissa säger att lobbying är synonymt med demokrati, vad är din syn på det?
- En grundprincip i demokratiska system är att folkvalda beslutsfattare ska kunna utkrävas på ansvar av folket. Hur fungerar denna ansvarsprincip på lobbyister som ändå verkar i periferin?
- Vissa menar att ytterligare ett problem för det demokratiska klimatet är att det skett en förändring i det politiska landskapet vilken innebär att det görs karriär på att gå från politiken till PR och PA. Vad tycker du?
- En annan kritik mot lobbying är att den gynnar de med djupa fickor och som redan är framgångsrika. Hur ser du på det?

Maktförhållandet

- Leder lobbying till en maktfördelning i samhället?
- Kan man också prata om en kunskapsförskjutning?
- Tycker du att lobbyinsatserna i Sverige har ökat under senare tid? Innebär det att maktfördelningen också har ökat under senare tid?
- Har maktfördelningen förskjutits så att fler svenskar får del av den, eller innebär maktfördelningen att bara vissa grupper får mer makt?
- Tycker du att lobbyarbete bidrar till god maktfördelning?