



LUNDS UNIVERSITET

# Intressegruppernas politiska påverkansstrategier efter avkorporativiseringen

*En studie av LO:s och Svenskt Näringslivs påverkan genom massmedia*

Lunds universitet, Statsvetenskapliga institutionen  
Statsvetenskaplig kandidatkurs STVK02 (15 hp)  
Författare: Fredrik Paulsson  
Handledare: Johan Bo Davidsson  
Inlämningsdatum: 2014-08-12

# Sammanfattning

År 1991-1992 upphörde Svenska Arbetsgivareföreningens (SAF) och Landsorganisationens (LO) representation i ett flertal myndighets- och verksstyrelser. Denna förändring befäste en långvarig trend av avkorporativisering i Sverige. I en kvalitativ intervjustudie med ett flertal arbetsmarknadsjournalister undersöks hur LO och Svenskt Näringsliv försöker få politiskt inflytande genom massmedia och hur betydelsefull denna påverkansstrategi har blivit. Genom intervjuer med LO:s och SAF:s tidigare företrädare undersöks även om SAF och LO i samband med avkorporativiseringen kompenserade förlusten av den korporativa inflytandekanalen med påverkan genom massmedia. Resultaten visar att mediapåverkan idag är en synnerligen betydelsefull påverkansstrategi för LO och Svenskt Näringsliv. Det är oklart om LO:s långsamma förändring till mer mediapåverkan beror på avkorporativiseringen eller medielandskapets förändring. SAF däremot hade redan på 1970-talet börjat satsa på mediapåverkan och detta var en förutsättning för att SAF kunde lämna myndighets- och verksstyrelserna, vilket rimligtvis gynnade SAF eftersom de hade en mer utvecklad medieverksamhet än LO.

Nyckelord: avkorporativisering, intressegrupper, korporativism, pluralism, påverkansstrategi, massmedia, mediapåverkan, politiskt inflytande, LO, SAF, Svenskt Näringsliv

Antal ord: 9799

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning</b> .....	<b>1</b>
1.1	Syfte och frågeställningar .....	1
1.2	Begreppsdefinitioner .....	2
1.3	Disposition .....	5
<b>2</b>	<b>Metod och operationalisering</b> .....	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>Bakgrund och tidigare forskning</b> .....	<b>9</b>
3.1	Avkorporativiseringen av den svenska arbetsmarknadspolitiken .....	9
3.2	Intressegruppernas påverkansstrategier efter avkorporativiseringen .....	10
<b>4</b>	<b>Teori</b> .....	<b>12</b>
4.1	Korporativism kontra pluralism – intressegruppernas roll och påverkansstrategier i respektive samhällssystem .....	12
4.2	Intressegrupper som lättanpassliga eller trögrörliga .....	15
<b>5</b>	<b>Resultat</b> .....	<b>17</b>
5.1	LO:s och Svenskt Näringslivs försök att påverka politiken genom massmedia .....	17
5.1.1	Arbetsmarknadsjournalisternas beskrivning av LO:s och SN:s mediapåverkan .....	17
5.1.2	LO:s och SN:s press- och kommunikationsansvarigas beskrivning av organisationernas mediapåverkan .....	21
5.2	Avkorporativiseringens effekter på LO:s och SAF/SN:s strategier för påverkan genom massmedia .....	24
5.2.1	Göran Tunhammars beskrivning av avkorporativiseringen och dess effekter för SAF/SN:s mediapåverkan .....	24
5.2.2	Janerik Larssons beskrivning av avkorporativiseringen och dess effekter för SAF/SN:s mediapåverkan .....	27
5.2.3	Bertil Jonssons beskrivning av avkorporativiseringen och dess effekter för LO:s mediapåverkan .....	28
<b>6</b>	<b>Analys</b> .....	<b>32</b>
6.1	LO:s och Svenskt Näringslivs mediapåverkan i dagens ”post-korporativa” samhällssystem .....	32
6.2	Avkorporativiseringens effekter på LO:s och SAF:s strategier för mediapåverkan .....	33
<b>7</b>	<b>Slutsatser</b> .....	<b>37</b>
<b>8</b>	<b>Referenser</b> .....	<b>39</b>
	<b>Bilagor</b> .....	<b>42</b>

# 1 Inledning

Sverige har traditionellt ansetts vara en utpräglad korporativ stat i ett internationellt perspektiv. Under en längre tid har de korporativa inslagen gradvis minskat, med en allt svagare institutionell samverkan mellan intresseorganisationer och stat. Det råder avsevärd enighet bland forskare om att Sverige i någon mån har avkorporativiserats (Bergström, 1997; Hermansson et al. 1999; Johansson, 2000; Rothstein – Bergström, 1999; Öberg, 1997). Åtminstone sedan 1980-talet har det från och till pågått en avkorporativiseringsprocess i det svenska samhället. Ett av de tydligaste skiftena skedde mellan 1991 och 1992 då Svenska Arbetsgivareföreningen (SAF) lämnade de centrala myndighets- och verksstyrelserna, där den mest betydelsefulla styrelsen för arbetsmarknadspolitiken var Arbetsmarknadsstyrelsen (AMS). Efter SAF:s utträde refuserade Bildtregeringen Landsorganisationen (LO) och de andra fackliga centralorganisationerna att fortsätta delta i styrelserna. Medan tidigare forskning har varit mest inriktad på att förklara orsakerna till avkorporativiseringen finns det däremot inte särskilt mycket forskning om avkorporativiseringens effekter. Det vill säga hur intresseorganisationerna får politiskt inflytande i dagens Sverige. Lobbying och mediapåverkan anses vara två troliga påverkansstrategier som har fått större betydelse (se Hermansson et al. 1999 och Naurin, 2000). I denna studie undersöker jag vilken betydelse mediapåverkan har som politisk inflytandestrategi för LO och Svenskt Näringsliv (SN) i dagens post-korporativa system, och hur LO och SAF/SN har hanterat förlusten av det korporativa inflytandet genom myndighetsstyrelserna.

## 1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att beskriva hur LO och SN försöker påverka politiken genom massmedia och hur betydelsefull denna påverkansstrategi har blivit för intresseorganisationerna. Syftet är också att testa hypotesen om att avkorporativiseringen gjorde mediapåverkan till en viktigare påverkansstrategi för LO och SAF/SN. Jag vill således diskutera och besvara följande frågor:

*Hur försöker LO respektive Svenskt Näringsliv påverka politiken genom massmedia och vilken betydelse har mediapåverkan för dem i dagens "post-korporativa" samhällssystem?*

*Har avkorporativiseringen, och därmed minskningen i LO:s och SAF:s institutionella inflytande, kompenserats av påverkan genom massmedia och gjort denna påverkansstrategi viktigare?*

Studien utgör ett fall av intressegruppers roll och politiska inflytandestrategier i olika demokratiska system. Det principiellt intressanta i fallet ges av den teoretiska frågan om vilka påverkansstrategier intressegrupper använder i korporativistiska respektive pluralistiska samhällssystem. Den svenska avkorporativiseringens tydligaste skifte utgörs av upphörandet av SAF:s och LO:s styrelserepresentation i statliga verk och myndigheter. Många bedömare anser att just denna förändring befäster trenden av avkorporatiseringen och utgör en övergångspunkt till ett post-korporativt, mer pluralistiskt samhällssystem (se Hermansson m.fl, 1999 och Rothstein – Bergström, 1999). Därför är mitt syfte att undersöka vilka effekter styrelserepresentationens upphörande gav för LO:s respektive SAF/SN:s påverkan genom massmedia. Studien av intresseorganisationernas mediapåverkan görs genom intervjuer med några utvalda arbetsmarknadsjournalister. Jag intervjuar även de dåvarande företrädarna från intresseorganisationerna för att få en bättre förståelse av hur organisationerna hanterade avkorporativiseringen och vilka följder det fick för deras arbete med att påverka via massmedia.

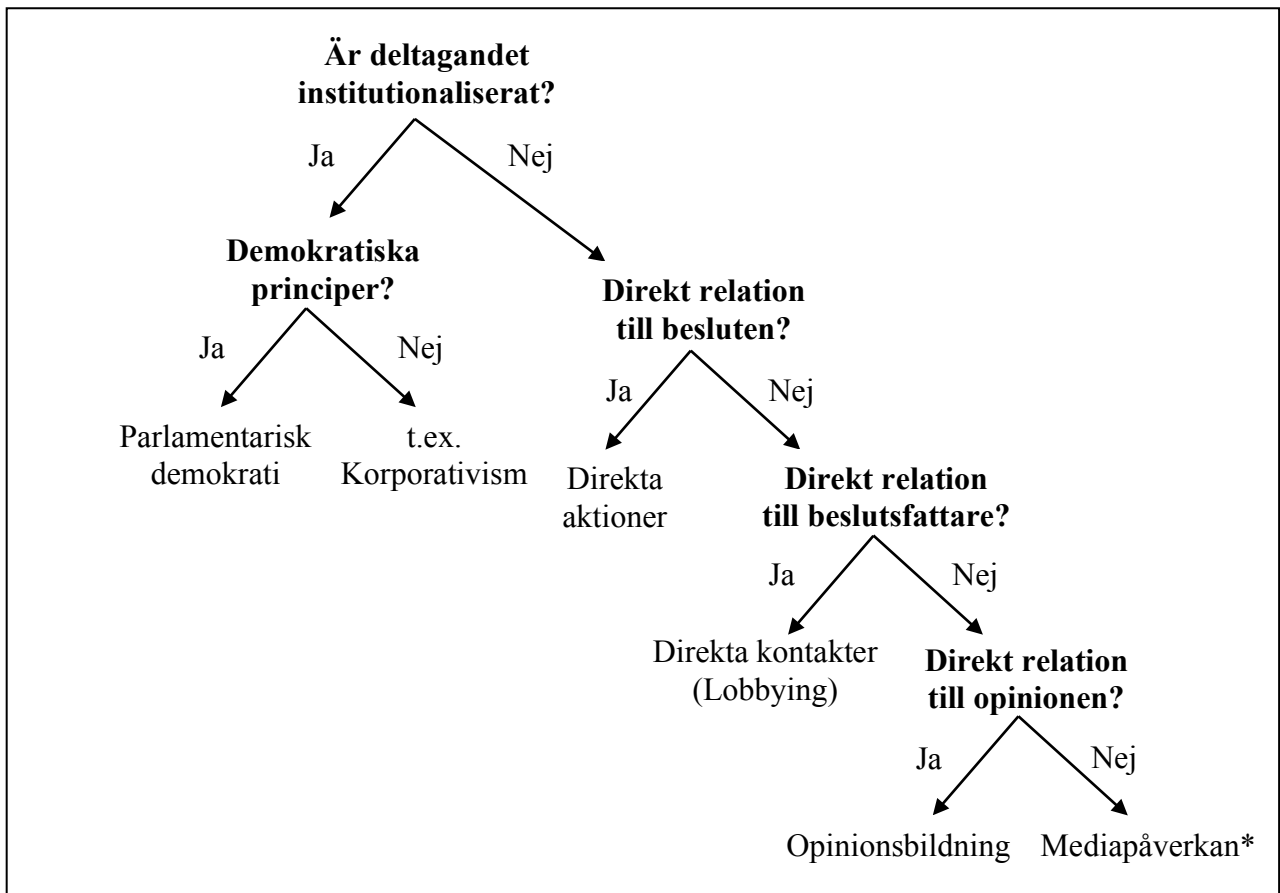
## 1.2 Begreppsdefinitioner

För bedöma betydelsen av mediapåverkan som påverkansstrategi för LO och SN är det nödvändigt att definiera de centrala begreppen och operationalisera begreppen så att dessa omformas till observerbara objekt. I begreppsbildning är syftet att hög precision i begreppen ska generera intern giltighet och intersubjektivitet (Badersten, 2006:84f). Begreppslig precision innebär att begrepp är entydiga och klara, alltså att termer endast refererar till avsedda begrepp och att det är tydligt vilka fenomen begrepp innehåller (intension) och omfattar i verkligheten (extension) (*Ibid.*). Jag använder stipulativa definitioner av begreppen

som ska preciseras, vilket innebär att begreppens intension bestäms och anpassas efter sammanhanget som frågeställningarna ger.

*Massmedia* kan begreppsligt definieras som alla sorters kommunikationskanaler som når ut till många människor. Massmedia kan därmed omfatta allt från TV, radio och dagstidningar till olika former av sociala medier. I studien operationaliseras *massmedia* till dagstidningarna Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet samt Ekots nyhetsredaktion på Sveriges Radio. Intresseorganisationernas användning av massmedia för politiskt inflytande kan begreppsligt delas in i två olika påverkansstrategier. Den första är *opinionsbildning*, som innebär att organisationerna försöker få ut deras budskap i direkt kontakt med allmänheten och själva står som avsändare. Den andra påverkansstrategin kan benämnas som *mediapåverkan* vilket betecknar intresseorganisationers försök att påverka vad som publiceras i massmedia och hur rapporteringen utformas. Mediapåverkan kan förstås som försök att påverka vilka frågor som ställs, vilka debatter som förs och vilka lösningar som presenteras i det offentliga samtalet. Till skillnad från opinionsbildning så står inte organisationerna som avsändare vid mediapåverkan, utan deras budskap har endast en indirekt relation till opinionen via journalisten. Exempel på mediapåverkan kan vara när intresseorganisationer kontakter journalister med rapporter som de vill att journalisterna ska använda i nyhetsrapporteringen. Begreppet *mediapåverkan* kan uppfattas som ganska negativt och kopplas till mer eller mindre suspekta påverkansformer, därför kommer jag till viss utsträckning i intervjuerna benämna denna påverkansstrategi som ”opinionsbildning genom massmedia” trots att det i formell mening inte rör sig om opinionsbildning. I begreppsträdet i figur 1.1 nedan återfinns opinionsbildning och mediapåverkan som två icke-institutionella former av politiskt deltagande som varken har direkt relation till politiska beslut eller beslutsfattare.

**Figur 1.1 Former av politiskt deltagande**



Källa: Hermansson et al. 1999:14, (egen återgestaltning)

Hypotesen i denna studie är att en minskning av korporativt inflytande kompenseras av andra icke-institutionella deltagandeformer, där jag valt att fokusera på mediapåverkan. När man analyserar intresseorganisationernas påverkansstrategier i relation till graden av korporativism respektive pluralism är det stor risk för sammanblandning av det som utgör *samhällssystemet* med det som utgör intressegruppernas *påverkansstrategier*. För att undvika detta och på ett meningsfullt sätt kunna analysera eventuella samband mellan samhällssystem och intressegruppers påverkansstrategier, så måste begreppens intension och extension specificeras. Samhällssystemen *korporativism* och *pluralism* har jag valt att definiera enbart utifrån intressegruppers institutionella koppling till den offentliga makten, mängden intressegrupper och konkurrensen mellan intressegrupper. Det korporativistiska

\* Begreppet "mediapåverkan" används här istället för "mediakontakter" som används i ursprungsfiguren av Hermansson et al. 1999:14. Begreppen betecknar ungefär samma form av politiskt deltagande, med skillnaden att "mediapåverkan" omfattar flera olika sätt att påverka genom massmedia och inte bara via mediakontakter.

samhällssystemet definieras således som ett samhällssystem i vilket ett fåtal stora intresseorganisationer har institutionella förbindelser med den offentliga makten och medverkar i den offentliga berednings-, besluts- eller förvaltningsprocessen (se Hermansson et al. 1999:22). I enlighet med denna begreppsintension bör extensionen av *korporativism* omfatta LO:s och SAF:s representation i myndighetsstyrelserna. Styrelserepresentationen ska alltså inte betraktas som en påverkansstrategi utan som en del av det korporativistiska samhällssystemet. Begreppsligt kan man då definiera *avkorporativisering* som en förändringsprocess genom vilken inslagen av korporativism minskar. I denna studie kan därmed avkorporativiseringen operationaliseras till den förändring som skedde mellan 1991 och 1992 då SAF:s och LO:s styrelserepresentation upphörde inom flera centrala myndigheter och verk.

Det pluralistiska samhällssystemet definieras här som ett samhällssystem där intressegrupper generellt saknar institutionaliserade kopplingar till den offentliga berednings-, besluts- eller förvaltningsprocessen och där det finns en påtaglig konkurrens mellan många intressegrupper, vars maktresurser inte är koncentrerade till ett fåtal utan istället någorlunda jämt fördelade (se Naurin, 2001:102). Med denna definition åtskiljs alltså påverkansstrategier såsom mediapåverkan och lobbying från vad som kännetecknar det pluralistiska samhällssystemet. Definitionerna av korporativism och pluralism implicerar således att dessa samhällssystem är varandras motpoler och att mer pluralism innebär mindre korporativism och vice versa.

### 1.3 Disposition

I nästa kapitel beskrivs studiens metod, dess metodologiska överväganden och operationaliseringen av frågeställningarna till intervjufrågor. Därefter i kapitel 3 görs en översiktlig genomgång av bakgrunden och den tidigare forskningen på området. I kapitel 4 presenteras de teoribildningar som studiens analys kopplar an till. Därpå presenteras de sammanställda resultaten i kapitel 5 och sedan i kapitel 6 analyseras resultaten utifrån teorierna. Därefter redogörs för studiens slutsatser i kapitel 7.



## 2 Metod och operationalisering

Den empiriska studien utgörs av kvalitativa intervjuer med fyra arbetsmarknadsjournalister från några av de största svenska dagstidningarna samt med fem intervjuer med relevanta personer från intresseorganisationerna; Dan Lundqvist Dahlin (nuvarande pressekreterare för LO), Bertil Jonsson (ordförande för LO 1993-2000), P.J. Anders Linder (tidigare kommunikationsansvarig för SAF och SN), Janerik Larsson (informationsdirektör för SAF 1987-1995), och Göran Tunhammar (VD för SAF/SN 1990-2003). Intervjuerna har genomförts via telefonsamtal eller Skype. Arbetsmarknadsjournalisterna är utvalda på grundval av att de har arbetat länge på stora nyhetsredaktioner och har lång erfarenhet av arbetsmarknadsjournalistik och därför borde kunna beskriva den långsiktiga utvecklingen av relationen till intresseorganisationerna.

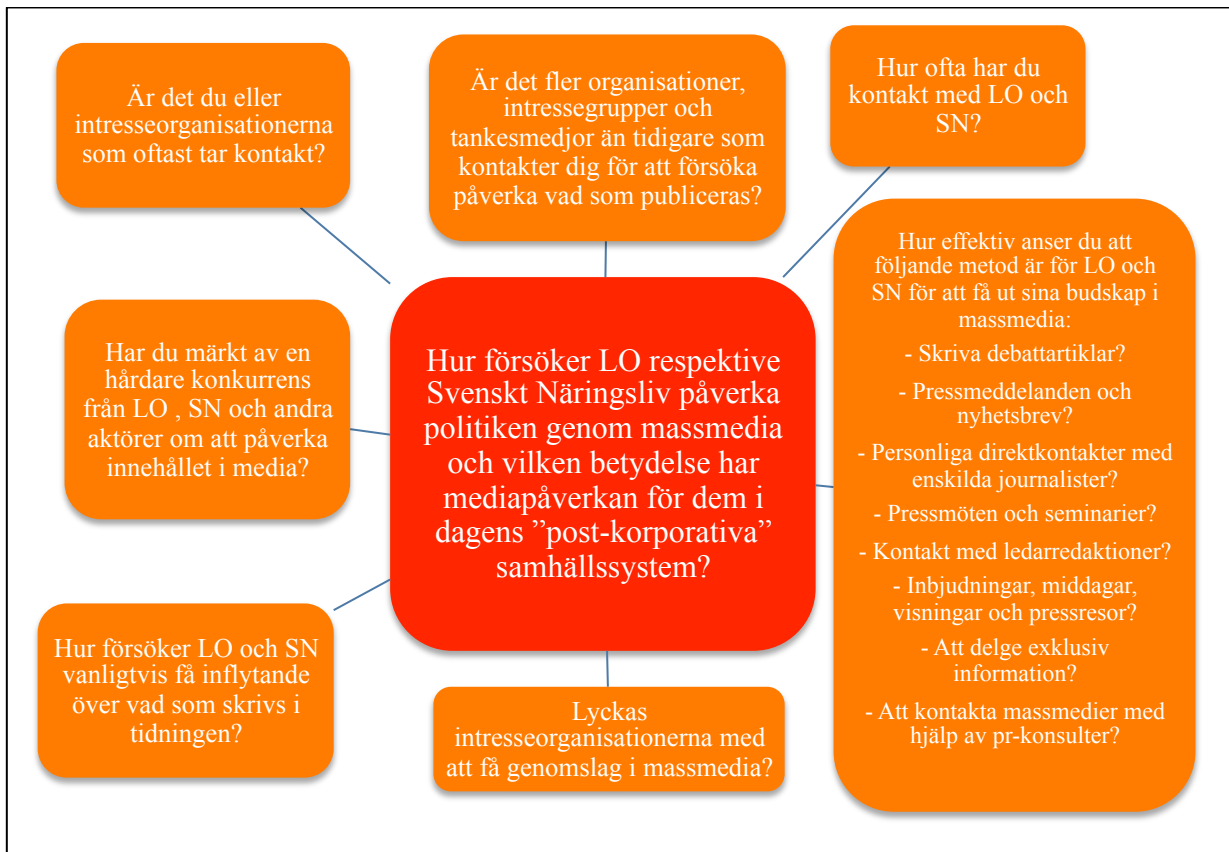
Intervjuerna är semistrukturerade, vilket innebär att jag utgår ifrån intervjuguiden men även ger utrymme för relevanta följdfrågor och resonemang som går utanför intervjuguiderna. Intervjuguiderna (se bilagor) är strukturerade efter ett antal teman dit varje intervjufråga insorteras, tematiseringen är ett viktigt steg i formuleringen av forskningsfrågorna (Kvale – Brinkmann, 2009:120). Intervjufrågorna har inga förutbestämda svarsalternativ, vilket ger respondenterna stor frihet att tolka frågorna och ge resonerande svar som inte begränsas av på förhand bestämda svarsalternativ (Wilson, 1996:101). Wilson beskriver fördelarna med öppna frågor på följande sätt: ”Uncoded questions allow the researcher to search the full range of responses obtained before reducing replies to a set of categories” (Wilson, 1996:101). Av samma skäl är det viktigt att inte ställa för mycket frågor av ja/nej-karaktär. Idealet är korta, enkla och välriktade frågor och längre utvecklande intervjusvar (Kvale – Brinkmann, 2009:150,180). Sammanställningsmetoden bygger på att bearbeta intervjumaterialet med hjälp av *meningskoncentrering och meningstolkning* (Kvale – Brinkmann, 2009:121ff). Meningskoncentrering innebär att koncentrera intervjusvarens centrala meningsbärande enheter som är representativa för intervjumaterialet (*Ibid.*). Meningstolkningen syftar till att komma innanför textens manifesta mening och kritiskt granska textens djupare mening (*Ibid.*). Bedömningen av intervjuernas giltighet bygger sedan till stor del på att verifiera

resultaten genom att granska hur konsistenta intervju svaren är; ju högre konsistens desto större blir tillförlitligheten (reliabiliteten) (Kvale – Brinkman, 2009:118).

Den eventuella förändringen i intresseorganisationernas påverkan genom massmedia måste kontrolleras för generella förändringar i medielandskapet över tid. Det kan vara så att eventuella förändringar i inflytandestrategier endast beror på medielandskapets förändring och andra faktorer som inte kan kopplas till avkorporativiseringen. Nackdelen med en longitudinell jämförelse är således svårigheten att isolera *avkorporativiseringen* från andra faktorer som också varierar över tid och kan påverka intresseorganisationernas påverkansstrategier. Fördelen med att jämföra inom Sverige är att många faktorer som varierar mellan olika länder är någorlunda konstanta inom ett och samma land. För att avkorporativiseringen överhuvudtaget ska vara möjlig som förklarande variabel till förändringen i påverkansstrategier måste denna förändring komma efter avkorporativiseringen med en tids fördröjning. Om hypotesen stämmer om att mediapåverkan som inflytandestrategi har blivit viktigare efter avkorporativiseringen kommer den därpå följande analysen bygga på att isolera sambandet från andra potentiella påverkansfaktorer och att med teorianvändande ansats befästa sambandets kausala mekanismer.

Studiens frågeställningar operationaliseras till ett antal intervjufrågor som ligger till grund för intervjuguiderna. För att minimera eventuella systematiska felkällor och nå en så hög validitet som möjligt bör intervjufrågorna överensstämma med den begreppsliga förståelsen av frågeställningarna. I figur 1.2 och 1.3 nedan operationaliseras studiens två frågeställningar till några av de centrala intervjufrågorna som ligger till grund för intervjuguiderna.

**Figur 1.2 Operationalisering från frågeställning till intervjufrågor avsedda för arbetsmarknadsjournalisterna**



**Figur 1.3 Operationalisering från frågeställning till intervjufrågor avsedda för LO:s och SAF/SN:s tidigare företrädare**



## 3 Bakgrund och tidigare forskning

### 3.1 Avkorporativiseringen av den svenska arbetsmarknadspolitiken

Arbetsmarknadsstyrelsen (AMS) inrättades 1947 för att leda Arbetsmarknadsverket och utforma arbetsmarknadspolitiska insatser. AMS gavs stor självständighet i utformandet och implementeringen av arbetsmarknadspolitiken, och därmed ansågs det viktigt att denna makt skulle delas med representanter från arbetsmarknadens centralorganisationer, deras delaktighet skulle ge styrelsen större auktoritet och trovärdighet (Nycander, 2008:402f). Korporativismforskarna är ganska eniga om att korporativa system växer fram därför att staten vill undvika konflikter på arbetsmarknaden och vill ta del av intresseorganisationernas praktiska kunskaper i utformandet av arbetsmarknadspolitiken (Naurin, 2001:19; Rothstein 1991:97). Korporativismforskarna är också eniga om att graden av korporativism har minskat stegvis (se Lewin, 1992; Micheletti, 1994; Rothstein – Bergström, 1999). Lewin talar om att ”Det korporativa greppet håller på att lossna” (Lewin, 1992:127) och att pluralismen förstärks. Hermansson et al. (1999:43) menar att åtminstone sedan 1980-talet har både berednings-, besluts- och förvaltningskorporativismen avtagit. Särskilt tydligt är det att färre intresseorganisationer deltar i statliga kommittéer och styrelser (*Ibid.*). Det tydligaste steget från korporativism togs då SAF beslutade att lämna myndighetsstyrelserna 1991 och LO tillsammans med de andra fackliga centralorganisationerna uteslöts från styrelserna av regeringen 1992. Joakim Johansson (2000) visar att SAF:s utträdesbeslut var ett långsiktigt och strategiskt beslut som föranleddes av en intern lobby- och reformprocess som leddes av några få tjänstemän inom SAF.

## 3.2 Intressegruppernas påverkansstrategier efter avkorporativiseringen

Internationellt finns det flera forskare som menar att minskat institutionellt inflytande i regel kompenseras med icke-institutionella påverkansformer, främst lobbying och mediapåverkan (Binderkrantz, 2012:121; Rommetvedt et al. 2012:460). Tesen om att intressegrupper anpassar deras påverkansstrategier efter hur samhällssystemet och dess politiska institutioner är utformade ligger till grund för ett fåtal studier om hur avkorporativiseringen i Sverige har påverkat de organiserade intressegrupperna och deras påverkansstrategier. En av studierna består i PISA-projektets demokratiutredning *Avkorporativisering och lobbyism* (SOU 1999:121) av Hermansson et al. De genomför omfattande enkätundersökningar för att kartlägga intressegruppernas (inklusive företagens) korporativa inflytande, lobbyverksamhet och opinionsbildningsarbete genom massmedia. Hermansson et al. kommer fram till att graden av korporativism har minskat och särskilt hårt har avkorporativiseringen slagit mot arbetarrörelsens organisationer (Hermansson et al. 1999:243f). De kommer även fram till att näringslivet har klarat avkorporativiseringen bättre och att framförallt företagen har ökat sina politiska påtryckningar genom både lobbying och mediakontakter (*Ibid*). Hermansson et al. (1999:246) sammanfattar att de två eliter – arbetsgivarparten och löntagarparten – som kännetecknade det korporativa systemet på arbetsmarknaden visserligen fortfarande dominerar det politiskt inflytandet, fast genom andra påverkanskanaler:

*Den gamla svenska modellen tycks således i detta avseende ha blivit införlivad med och överförd till det nya politiska landskap som mer präglas av lobbyism och medialisering.*  
(Hermansson et al. 1999:246)

Slutsatserna som Hermansson et al. drar verkar följaktligen var förenliga med tesen om att intressegrupper anpassar deras påverkansstrategier efter systemets utformning.

Ytterligare en betydelsefull svensk forskningsinsats på området har gjorts av Naurin (2000), vars studie syftar till att undersöka hur mycket intresseorganisationerna använder sig av ”medialobbying” och hur betydelsefull denna påverkansstrategi har blivit i det post-korporativa Sverige. Naurin undersöker hur miljö- och transportinriktade

intresseorganisationer använder sig av medialobbying som strategi för politiskt inflytande. Studien visar att medialobbying inte används i så stor utsträckning som tidigare forskning har antytt (Naurin, 2000:15). Dessa resultat talar således emot vad som kunde förväntas från mycket av den tidigare amerikansk forskning om intressegrupper (se Baumgartner – Jones, 1993). Istället verkar Naurins resultat bekräfta teorin om att intressegrupper generellt är ganska trögörliga och därmed tar lång tid på sig för att anpassa påverkansstrategier efter det politiska systemets utformning (Naurin, 2000:15).

Varken Naurins studie eller någon annan svensk forskning har specifikt studerat de centrala arbetsmarknadsorganisationerna LO:s och SAF/SN:s strategier för politiskt inflytande efter avkorporativiseringen. Denna lucka i forskningen synliggör därför ett område som är inomvetenskapligt relevant att forska på eftersom själva kärnan i det tidigare korporativistiska systemet utgjordes av arbetsmarknadspolitikens utformning (Teorell – Svensson, 2007:18).

## 4 Teori

För att kunna analysera och teoretiskt generalisera resultaten, så att studien kan säga något mer allmängiltigt, så krävs relevanta teorier som kan lyfta resultaten till en högre abstraktionsnivå. För att välja ut de teorier som passar studien bäst måste jag besvara frågan om vilket principiellt fenomen studien är ett fall av (Teorell – Svensson, 2007:44ff). Svaret är att studien bör förstås som ett fall av intressegruppers roll och påverkansstrategier i korporativistiska kontra pluralistiska system. Studien är även ett fall av intressegruppers förmåga att anpassa deras påverkansstrategier efter de institutionella ramarna som ges av samhällssystemets utformning.

### 4.1 Korporativism kontra pluralism – intressegruppernas roll och påverkansstrategier i respektive samhällssystem

Vilka strategier intressegrupper har för politiskt inflytande kan förstås som en teoretisk fråga kopplad till hur de politiska institutionerna är utformade och vilka förutsättningar som ges för intressegrupperna att få politiskt inflytande. Korporativism varken uppstår eller avvecklas av sig självt, sådana förändringar kräver mer eller mindre aktiva politiska beslut (Williamson, 1989:88). Med samma logik är det inte slumpen som avgör vilken roll intressegrupperna har i samhället och hur de försöker påverka politiken. Utifrån detta teoretiska perspektiv är det främst de politiska institutionernas utformning som avgör vilken roll intressegrupperna får i samhället. Utformandet av regelverket och de offentliga institutionerna ger intressegrupper olika grader av tillträde till de offentliga beslutsprocesserna (Naurin, 2001:6). Enligt denna teoribildning avgör således graden av tillträde till de politiska beslutsprocesserna till stor del hur organisationsväsendet utvecklas och vilka påverkansstrategier intressegrupperna bygger upp sina verksamheter kring. Formaliserat kan man uttrycka fundamentet i denna teoribildning som att graden av korporativism respektive pluralism (se definitioner i kapitelavsnitt 1.2) påverkar hur mycket intressegrupper använder icke-institutionella påverkansstrategier. Ju svagare institutionella kopplingar till de offentliga beslutsprocesserna,

desto mer används icke-institutionella påverkanskanaler såsom massmedia eller lobbying. Denna så kallade *kompensationsteori* ligger till grund för hypotesen om att minskningen i korporativt inflytande har kompenserats av mediapåverkan och gjort denna påverkansstrategi viktigare för LO och SN.

En av forskarna som har vidareutvecklat kompensationsteorin är Anne Binderkrantz, som menar just att de senaste decenniernas minskning av intressegruppernas institutionella inflytande i de offentliga beslutsprocesserna har drivit intressegrupperna till att använda andra påverkansformer:

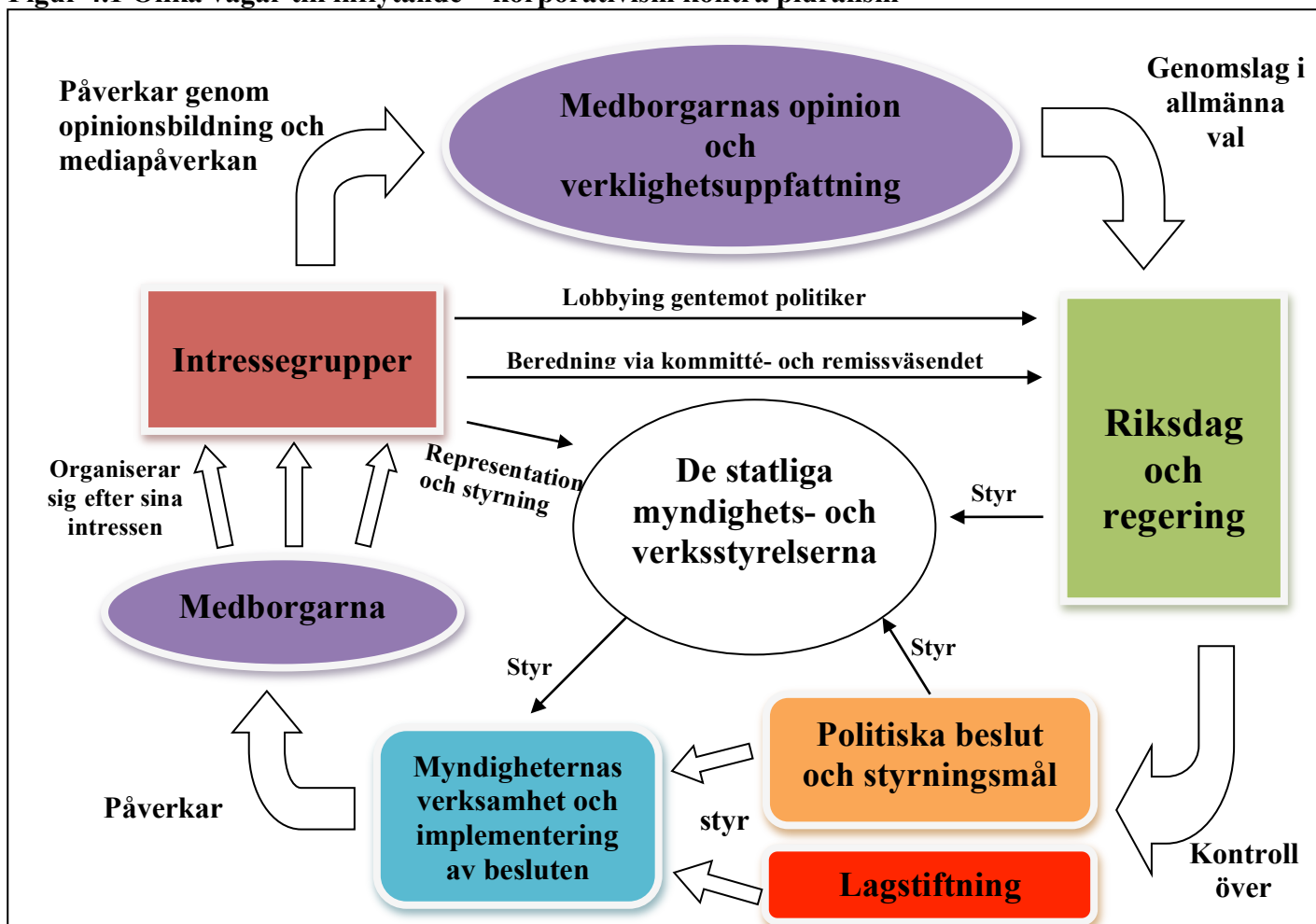
*Institutionalised group access to decision-making processes has declined in many countries. In Denmark, as well as in many other countries, corporatist structures have been breaking down during the last couple of decades. (...) The decline in insider access may push groups towards other arenas of influence, including the media arena.* (Binderkrantz, 2012:121)

Binderkrantz menar att det finns två påverkansmekanismer, så kallade ”push/pull effects”, som har bidragit till att intressegrupper använder sig mer av mediapåverkan (Binderkrantz, 2012:121). Den första mekanismen är den som beskrivs i citatet ovan, alltså att intressegruppernas minskning av insider-tillgång till de offentliga beslutsprocesserna har drivit (*push effect*) dem till nya påverkansstrategier (*Ibid.*). Den andra mekanismen består i den generella förändringen av att politiken har blivit allt mer medialiserad, det vill säga mediearenan har blivit mer central för politiken, och detta har lockat (*pull effect*) allt fler intressegrupper till att påverka via massmedia (*Ibid.*). Rommetvedt et al. (2012:460) beskriver också hur avkorporativiseringen driver på intressegrupper att kompensera det förlorade institutionella inflytandet med andra mer informella påverkansstrategier som lobbying.

De korporativa kanalerna består dels av *besluts korporativism*, i form av representation och medbeslutande i myndighetsstyrelser, och dels av *berednings korporativism* genom kommitté- och remissväsendet. De huvudsakliga icke-institutionella vägarna till inflytande är opinionsbildning, mediapåverkan och lobbying. De olika vägarna till inflytande gestaltas i figur 4.1 nedan:



Figur 4.1 Olika vägar till inflytande – korporativism kontra pluralism



Källa: Egen gestaltning

Kompensationsteorin säger alltså att förlusten av inflytande genom representation och medbeslutande i myndighetsstyrelser borde kompenseras av andra inflytandeformer såsom mediapåverkan. Naurin (2000:4) menar att det inte bara är förlusten av de korporativa kanalerna som driver fram satsningar på massmedia som påverkanstrategi, utan att detta även kan genereras av att samhällssystemet på andra sätt kan förändras i en mer pluralistisk riktning. Att media generellt har en större betydelse för intressegrupper i pluralistiska system har påvisats främst inom amerikansk forskning om intressegrupper (se Schattschneider, 1960 och Baumgartner – Jones, 1993).

Det finns även en teoribildning kring att olika typer av intressegrupper använder olika strategier för politiskt inflytande, vilket diskuteras av bland andra Binderkrantz (2008). Den grundläggande logiken bakom teoribildningen är att intressegrupper som representerar

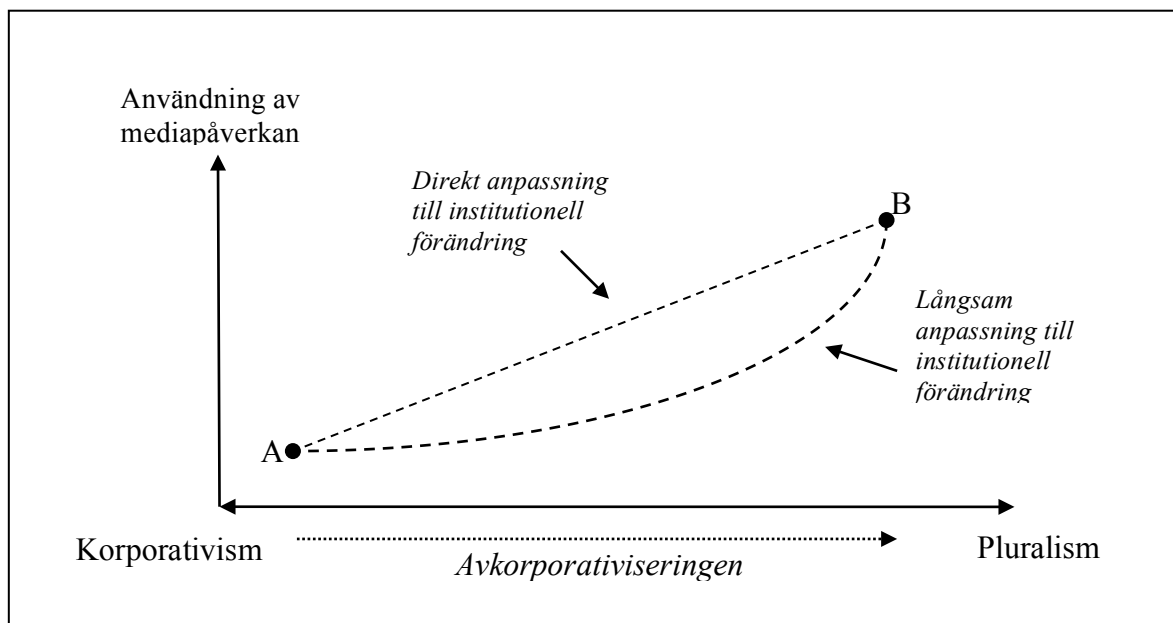
”allmänintressen” i form av kollektiva nyttigheter, till exempel miljöorganisationer, är mer benägna att använda utåtriktade påverkansformer, såsom mediapåverkan (Binderkrantz, 2008:179f). Intressegrupper som däremot är mer inriktade på att representera sina medlemmars intressen skulle enligt teorin ha ett större inflytande över den ”resurs” som medlemmarna utgör, i form av exempelvis arbetskraften eller arbetsgivarna (Binderkrantz, 2008:177ff). Förfogandet över en sådan resurs lockar, enligt teorin, staten till att vilja få politiskt inflytande över dessa resurser och minska konflikterna mellan parterna, därför ligger det nära till hands för staten att genom korporativa arrangemang ge visst institutionellt inflytande till intressegrupperna och i utbyte få en viss politisk kontroll av intressegrupperna och deras resurser (*Ibid.*). Även om vissa typer av intressegrupper tenderar att använda sig av vissa former av påverkansstrategier så menar bland andra Baumgartner and Leech (1998:153ff) att det allra vanligaste är att intressegrupper använder flera olika typer av påverkansstrategier.

## 4.2 Intressegrupper som lättanpassliga eller trögrörliga

Även om det skulle vara så att intressegruppernas påverkansstrategier till stor del väljs eller formas efter hur de politiska institutionerna är utformade så finns det olika teorier om hur anpassningsbara intressegrupper är. Det finns huvudsakligen två teoretiska idealtyper för synen på intressegruppers förmåga att anpassa sig efter det politiska systemet. Den ena hållningen förespråkas av rational choice-skolan som menar att intressegrupper generellt bör förstås som rationella aktörer som driver sina intressen på den politiska arenan (Scharpf, 1997:51ff). Synen på intressegrupper som rationella aktörer implicerar att de utan nämnvärd fördröjning reagerar på den institutionella omgivningen och anpassar sina påverkansstrategier efter vad som ger mest inflytande (Rommetvedt et al. 2013:460). Den andra teoretiska hållningen förespråkas främst av Jack Walker (1991), som istället förstår intressegrupper som trögföränderliga. Walker menar att intressegrupper i hög grad är bundna vid sina dominerande påverkansstrategier och håller fast vid dessa även då de visar sig vara uppenbart ineffektiva: ”Once either an inside or outside strategy becomes the association’s dominant approach, it is very difficult to move in a new direction” (Walker, 1991:119). Walkers teori bygger alltså på att intressegrupper är spårbundna av tidigare påverkansstrategier, som främst determineras av vilken nisch intressegruppen tillhör och vilka medlemmar som ingår (Walker, 1991:9).

Nedanför i figur 4.2 gestaltas hur intressegrupper enligt de två idealtyperna bör anpassa sig till avkorporatiseringen.

**Figur 4.2 Intressegruppers anpassning av påverkansstrategier efter olika samhällssystem**



*Källa: Egen gestaltning*

I figuren visar punkt (A) den initiala användningen av mediapåverkan i det korporativa samhällssystemet och i punkt (B) visas den slutliga nivån för intressegruppernas mediapåverkan i ett mer pluralistiskt system. Den räta anpassningslinjen gestaltar hur rational choice-teoretikerna skulle förutspå intressegruppernas förändring, medan den böjda anpassningslinjen visar hur intressegrupper bör anpassa sig enligt Walkers teori.

## 5 Resultat

I detta kapitel sammanställs intervjusvaren utifrån studiens två frågeställningar. I det första avsnittet (5.1) är syftet att beskriva hur LO och SN försöker påverka genom massmedia. Först utgår jag ifrån arbetsmarknadsjournalisternas intervjusvar och sen utgår jag ifrån intervjusvaren från Dan Lundqvist Dahlin och P.J. Anders Linder, som är/har varit press- respektive kommunikationsansvarig för LO respektive SAF/SN. Två av de fyra arbetsmarknadsjournalisterna vill vara anonyma, båda har mycket lång erfarenhet inom arbetsmarknadsjournalistiken. De andra två är Anders Jelmin, arbetsmarknadsreporter för Ekots nyhetsredaktion på Sveriges Radio, och Bosse Andersson, tidigare arbetsmarknadsjournalist för Dagens Nyheter i 18 år. I den andra resultatdelen (5.2) är syftet att undersöka om avkorporativiseringen har drivit LO och SN till att kompensera förlusten av institutionellt inflytande med mediapåverkan. För detta syfte sammanställs intervjuerna med Göran Tunhammar (VD för SAF och SN 1990 -2003), Bertil Jonsson (ordförande för LO 1993-2000) samt Janerik Larsson (informationsdirektör för SAF 1987-1995 och vice VD med ansvar för kommunikationsverksamheten inom SN 2005-2010). Citaten från intervjuerna är hämtade från transkriberingarna av intervjuinspelningarna och är endast måttligt redigerade för att göra texten mer läsvänlig, då de muntliga svaren ibland är ganska fragmentariska till formen.

### 5.1 LO:s och Svenskt Näringslivs försök att påverka politiken genom massmedia

#### 5.1.1 Arbetsmarknadsjournalisternas beskrivning av LO:s och SN:s mediapåverkan

Arbetsmarknadsjournalisterna beskriver alla att de på något sätt har en frekvent kontakt med både LO och SN. Kommunikationen sker främst i form av direktkontakt eller genom presskonferenser och andra utåtriktade aktioner. Hur ofta journalisterna har kontakt med LO

och SN varierar från några gånger i månaden till flera gånger i veckan. Anders Jelmin beskriver kontakten med organisationerna på följand sätt:

*De (LO) är ganska flitiga själva. (...) De ringer mig ibland själva när de har rapporter som de tycker är intressanta, som de gärna vill få ut så att säga och få publicitet kring. (...) Kontakten är ofta via telefon, att de ringer mig, och ibland ringer jag dem också och hör ifall de har något på gång. Och samma med Svenskt Näringsliv, där de har en väldigt aktiv presschef, Peter Isling, han är väldigt aktiv. Honom pratar jag med ganska ofta, varje vecka i alla fall. (Intervju 3, 2013-05-13)*

På frågan om hur organisationerna vanligtvis försöker få inflytande över vad som skrivs i tidningarna berättar flera av arbetsmarknadsjournalisterna att LO:s och SN:s främsta påverkansstrategi är att kontakta dem med rapporter, utredningar, pågående projekt eller exklusiv information som de vill att journalisterna ska göra nyheter av. Flera av journalisterna framhåller vikten av att kunna urskilja materialets politiska agenda och materialets nyhetsvärde och på så vis göra en balanserad bearbetning av materialet. Hur väl lyckas då intresseorganisationerna med att få genomslag i massmedia och påverka nyhetsrapporteringen? På denna fråga svarar alla de intervjuade arbetsmarknadsjournalisterna att LO och SN på något sätt får genomslag och inflytande eftersom en del av deras material används eller omnämns i nyhetsrapporteringen. En av arbetsmarknadsreportrarna uttrycker att:

*Under de år jag har arbetat har de (intresseorganisationerna) bara blivit duktigare och duktigare på att skaffa sig plats i media. Det vimlar ju av så kallade strateger som sysslar med kommunikation och försöker hela tiden positionera organisationen i media. Så det är en ständig kamp att låta bli att inte bli allt för mycket utnyttjad av dem. (Intervju 4, 2013-05-15)*

Denna skildring ger en bild av att intresseorganisationerna är aktiva i sitt påverkansarbete och att de använder allt mer raffinerade metoder. Men flera av journalisterna nämner dock att intresseorganisationerna på senare tid borde ha fått det svårare att nå ut i massmedia eftersom arbetsmarknadsjournalistiken steg för steg har nedmonterats. Tidningarna har inte längre renodlade arbetsmarknadsjournalister som bara sysslar med dessa frågor. Enligt Bosse Andersson får detta följderna att:

*Organisationerna möts hela tiden av journalister som är mindre pålästa, det ställer till olika problem. (...) [K]ommer det nya människor hela tiden som är dåligt pålästa så blir det ju lite förtroendeproblem också. (Intervju 5, 2013-05-15)*

Arbetsmarknadsjournalisterna ser denna förändring som en av de viktigaste för relationen till intresseorganisationerna under deras tid. En av journalisterna nämner att det är troligt att LO och SN som en följd av denna förändring försöker påverka mer genom andra kanaler (Intervju 4, 2013-05-15).

Effektiviteten i de olika metoderna för mediapåverkan tycks variera i hög grad. Att skicka pressmeddelanden och nyhetsbrev förefaller vara de minst effektiva metoderna för att få ut något i massmedia. Detta är alla journalisterna ganska eniga om. En påverkansmetod som journalisterna däremot uppfattar som effektiv är när LO och SN söker personlig direktkontakt med massmedia, och därigenom försöker få ut sitt material och sin agenda. Andra metoder för LO och SN att påverka via massmedia är att anordna pressträffar och seminarier. Enligt arbetsmarknadsjournalisterna är dessa mycket vanliga metoder som de möter hela tiden och uppfattar som ganska högt prioriterade av intresseorganisationerna. Dock antyder flera av arbetsmarknadsjournalisterna att allt färre journalister går på pressträffarna och att det numera krävs någon extra spännande nyhet för att locka dit journalister (Intervju 4, 2013-05-15). Därför verkar inte pressträffar och seminarier vara en särskilt effektivt påverkansstrategi. När det gäller intresseorganisationernas bjudningar till middagar, visningar och pressresor så förekommer dessa i ganska blygsam utsträckning. Exempelvis har en av journalisterna blivit bjuden på en pressresa av SAF och i övrigt rör det sig om en eller två middagar årligen. Dessa bjudningar syftar ofta officiellt till att presentera någon viktig fråga som organisationen vill belysa, men i praktiken fungerar bjudningarna mycket som ett forum för att knyta kontakter mellan organisationen och massmedia.

Arbetsmarknadsjournalisterna ger uttryck för att påverkansstrategin att släppa exklusiv information till massmedia generellt är en effektiv metod. Anders Jelmin håller med om detta:

*Ja men så är det verkligen. Med rapporter och sådant så funkar det liksom inte att det går ut till alla. Ska det vara någonting som ska bli nyheter så får det vara något som bara vi kan publicera just den morgonen, det är ganska viktigt.”*

(Intervju 3, 2013-05-13)

Dagens Nyheters före detta arbetsmarknadsjournalist, Bosse Andersson, beskriver hur exklusiv information fungerar på följande sätt:

*Ofta är det så att jag som arbetsmarknadsreporter på DN får ett exklusivt tips om ett intressant ämne. Då som reporter har jag ju lättare att sälja in artikeln till min nyhetschef och då får det ett större utrymme i tidningen.* (Intervju 5, 2013-05-15)

På frågan om journalisterna har stött på PR-byråer som arbetar för LO och SN svarar alla något i stil med att de blir kontaktade av mycket PR-folk, men att de inte vet vem de arbetar för. Anders Jelmin nämner att en hel del rapporter från framförallt SN är producerade av PR-byråer, medan LO verkar ha en större egen utredarorganisation (Intervju 3, 2013-05-13). När det gäller konkurrensen mellan LO och SN om att påverka via massmedia hävdar en av arbetsmarknadsjournalisterna att SAF sedan lång tid har gått före när det gäller mediapåverkan:

*Jag skulle säga att under 2000-talet har det funnits en konkurrens mellan organisationerna om att via media bestämma dagordningen. Tidigare tycker jag att arbetsgivarna faktiskt satte dagordningen själva i allt väsentligt.*

(Intervju 4, 2013-05-15)

För att förstå LO:s och SN:s försök att påverka via massmedia måste man sätta deras agerande i en större kontext av hur hela medielandskapet ser ut och har förändrats. Journalisterna beskriver att en sådan förändring är att intressegruppernas konkurrens om att påverka via massmedia har blivit hårdare. Anders Jelmin uttrycker att:

*[D]et är många som har lärt sig hur man lätt gör en nyhet som får stor spridning. Man gör en opinionsundersökning om någonting som visar ett resultat som kan vara häpnadsväckande åt något håll och så skriver man en text om det tillsammans*

*med en expert. Man vet hur det funkar liksom. (...) [V]i överöses ju med olika opinionsundersökningar som visar olika saker.* (Intervju 3, 2013-05-13)

Anders Jelmin tror särskilt att användandet av opinionsundersökningar har blivit mycket vanligare. Man använder opinionsundersökningar för att ge extra tyngd i sin argumentation (Intervju 3, 2013-05-13). Det är alltså inte bara LO och SN som har lärt sig hur man skapar en nyhet, utan detta tycks vara en generell utveckling. Bosse Andersson menar att framförallt kommersiella aktörer har blivit mycket mer aktiva. Företag kommer med allt mer inlägg i aktuella samhällsdebatter för att få publicitet. De hittar angelägna ”case” från deras verksamheter, som de knyter samman med brännande politiska frågor i snygga paket (Intervju 5, 2013-05-15). Utvecklingen med fler aktörer som på ett alltmer raffinerat sätt konkurrerar om medieutrymme ställer också krav på journalistiken. Exempelvis berättar Anders Jelmin att Ekots redaktion har fått ta fram en policy för vilka kriterier som gäller för opinionsundersökningar och rapporter som olika aktörer vill få publicerade (Intervju 3, 2013-05-15).

### 5.1.2 LO:s och SN:s press- och kommunikationsansvarigas beskrivning av organisationernas mediapåverkan

LO:s pressekreterare Dan Lundqvist Dahlin berättar att de arbetar mycket med rapporter som de sedan skapar nyheter kring och eventuellt anordnar seminarier om (Intervju 1, 2013-05-06). SN:s före detta kommunikationsansvarige P.J. Anders Linder ser också framställandet av rapporter och utredningar som en central del i SN:s påverkansarbete. Vidare berättar han att SN arbetar mindre med stora massmediala kampanjer och mer med att försöka få ut medlemsföretagens berättelser om deras vardag och utmaningar. Stora kampanjer går inte lika enkelt att få uppmärksamhet kring längre. Det krävs istället informationsmaterial som inte bara är politisk reklam för organisationens intressen, utan också innehåller ett nyhetsvärde. Arbetsmarknadsjournalisternas observation av framfarten för företag och kommersiella intressen inom massmedia skulle delvis kunna förklaras som en effekt av SN:s strategi att försöka få ut medlemsföretagens perspektiv i media. Dan Lundqvist Dahlin beskriver påverkansarbetet genom massmedia som en högt prioriterad del i LO:s verksamhet. Det samma verkar gälla för SN, där arbetet med mediapåverkan beskrivs på följande sätt av P.J. Anders Linder:



*Svenskt Näringsliv idag jobbar ju väldigt mycket med att synas i nationell journalistik, med rapporter, studier eller remissvar som de skickar ut pressmeddelanden om och försöker få media att bli intresserade av. (...) Alltså min känsla är att man från Svenskt Näringslivs håll tänker mer i termer av, som Urban Bäckström brukade säga, 'Vi vill påverka politikernas chefer', det vill säga allmänheten. Att liksom ta initiativ tillsammans med sina medlemsföretag och att företagen ska berätta om sin situation och sin verklighet, och att det också ska ha en opinionsbildande effekt.* (Intervju 7, 2013-05-22)

Strategin från SN:s sida med att försöka få medlemsföretagen att aktivt företräda och lobba för sina intressen i massmedia verkar alltså vara en viktig del i arbetet med mediapåverkan. LO:s arbete gentemot massmedia beskrivs på följande sätt av Dan Lundqvist Dahlin:

*Oftast vill man skjuta brett och träffa, och då måste man ge sig på riksmidia. [M]an har en riksnighet sen bryter man ner den på varje kommun, så skriver man ett pressmeddelande, eller rättare sagt kontaktar man en redaktion i varje region som får exklusivitet och så får man spridning av sitt budskap på det sättet i lokala medier. Man får lägga en bombmatta över hela landet.* (Intervju 1, 2013-05-06)

Här nämner Dan Lundqvist Dahlin att LO jobbar med metoden att ge vissa medier exklusivitet på nyhetsmaterial. Denna metod uppfattades av arbetsmarknadsjournalisterna som mycket effektiv och när jag frågar Dan Lundqvist Dahlin om detta så svarar han:

*Det är den mest effektiva skulle jag säga, om du ger till rätt media för målgruppen. (...) Men då ger man oftast, eller säljer in den nyheten till en eller flera journalister som får exklusivitet på den, sen får de publicera nyheten och (...) när det väl är publicerat så sprider man det vidare via de traditionella metoderna.*

(Intervju 1, 2013-05-06)

Enligt Dan Lundqvist Dahlin är det således inte de traditionella metoderna, såsom pressmeddelanden och nyhetsbrev, som skapar nyheten, istället används dessa metoder för att få spridning på nyheten. P.J. Anders Linder anser också att exklusiv information är viktigt, men han betonar även att de personliga direktkontakterna är centrala för att nå ut i massmedia:

*Jag tror det är en bra metod, och jag tror att en klok metod för en organisation är att också ringa inte bara när det är något man vill sälja, utan att liksom bygga en personlig relation. (...) Jag är förvånad att man inte ägnar sig mer åt detta, och det inkluderar även Svenskt Näringsliv.* (Intervju 7, 2013-05-22)

Även Dan Lundqvist Dahlin uttrycker att det är av hög vikt med personlig direktkontakt med journalisterna som är specialiserade på arbetsmarknadsfrågor. När det gäller LO:s och SN:s användande av PR-byråer i massmedia anger Dan Lundqvist Dahlin att LO aldrig använder PR-konsulter till något annat än i tekniska frågor. P.J. Anders Linder svarar tvärtom att SN och SAF alltid har använt sig av PR-konsulter och att SN säkert gör det fortfarande. Båda två berättar att organisationerna samarbetar med tankesmedjor på respektive håll, men att tankesmedjorna är självständiga och inte blir styrda av LO eller SN. På frågan om ifall konkurrensen har hårdnat mellan LO, SN och andra aktörer om att påverka innehållet i massmedia svarar P.J. Anders Linder:

*Ja det har kommit fler aktörer och det har kommit fler kanaler. Och det är också mycket billigare att kommunicera numera tack vare de nya digitala kanalerna. (...) Så det är klart att det gör ju att flödet blir väldigt mycket större (...) och skillnaden i intryck mellan de små och de stora rika blir mindre tydlig.*

(Intervju 7, 2013-05-22)

På samma fråga svarar Dan Lundqvist Dahlin:

*Det är allt fler som har blivit skickliga på opinionsbildning. På så sätt konkurrerar vi, men det är liksom med know-how man konkurrerar. Utrymmet växer dag för dag på grund av att vi hittar nya medier eller kanaler att sköta opinionsbildningen i, så det växer lavinartat.*

(Intervju 1, 2013-05-06)

Dessa förändringar har haft stor betydelse för LO och SN, vars roller i massmedia har förändrats av denna utveckling. Detta beskrivs av P.J. Anders Linder:

*Svenskt Näringsliv och LO är två av de resursstarkaste och i någon mening de mäktigaste aktörerna i hela den allmänna debatten, men deras andel av den allmänna debatten är mycket mindre än vad den brukade vara. De dominerar inte alls på samma sätt som de gjorde tidigare.* (Intervju 7, 2013-05-22)

Eftersom P.J. Anders Linders och Dan Lundqvist Dahlins beskrivningar av respektive organisations arbete med mediapåverkan på nästan alla punkter stämmer väl överens med arbetsmarknadsjournalisternas beskrivningar så bedöms intervjurest resultaten ha hög grad av reliabilitet.

## 5.2 Avkorporativiseringens effekter på LO:s och SAF/SN:s strategier för påverkan genom massmedia

### 5.2.1 Göran Tunhammars beskrivning av avkorporativiseringen och dess effekter för SAF/SN:s mediapåverkan

När beslutet togs från SAF:s sida att dra tillbaka stora delar av organisationens styrelserepresentanter från myndigheter och verk var dåvarande VD Göran Tunhammar ytterst ansvarig för detta beslut och utvecklingen därefter. För att få förståelse av hur SAF tänkte kring påverkansstrategier efter styrelseavhoppet så är det nödvändigt att först undersöka varför SAF lämna de förvaltningsstyrelserna. Göran Tunhammar ger följande förklaring:

*Ja alltså det mest fundamentala skälet var egentligen (...) rent principiellt. (...) Som organisation så var vi ansvariga för våra medlemmar. Vi var ju inte ansvariga inför regeringen eller Riksdagen (...) [V]i hade då hamnat i det här med att sitta i olika beslutande myndighetsstyrelser (...) och besluta om att anmäla sina företagskollegor till åtal och sådana saker. Alltså ren myndighetsutövning (...). Men vi ställde inte upp i allmänna val, vi var den stora advokatbyrån för näringslivet och vi var ansvariga inför våra uppdragsgivare. Här får vi inte blanda samman rollerna, utan vi ställer givetvis upp i utredningar och ger beslutsunderlag och påverkar besluten så att de kan vara bra för våra medlemmar. Men vi kan inte*

*ställas till svars politiskt och ska inte kunna ställas till svars exempelvis inför JO. Det är fel i ansvarskedjan. Den del av Regeringsformen som är till för oss är den fria åsiktsbildningen, det är ju det vi ska ägna oss åt. (Intervju 6, 2013-05-20)*

Göran Tunhammar beskriver alltså att beslutet främst var motiverat av principiella hänsynstaganden om att inte sammanblanda rollen som myndighetsutövare och rollen som företrädare för näringslivets intressen. Men frågan är om det inte också förekom strategiska resonemang om att SAF kunde få mer inflytande om det korporativa systemet nedmonterades. På denna fråga svarar Göran Tunhammar:

*Det var naturligtvis ett långsiktigt strategiskt beslut, men det är fel att säga att huvudskälet var det, att vi liksom satt där och kucklade om att nu får vi nog mer inflytande. (Intervju 6, 2013-05-20)*

En närliggande tes är att SAF:s beslut att lämna myndighetsstyrelserna grundades i att de inte längre fick lika stort politiskt inflytande genom styrelsrepresentationen och att de fackliga centralorganisationerna gynnades mer av det korporativa samarbetet. Detta bemöter Göran Tunhammar på följande sätt:

*Alltså i en del styrelser, de här större, så var det en påtaglig obalans. (...) I början hade det nog varit ganska lika mellan gamla SAF och gamla LO, och sen när det kom in representanter från även TCO och kanske SACO i vissa fall så fylldes det bara på så att det blev en majoritet för den fackliga sidan. Och det förekom som argument, men jag vill inte påstå att det var helt avgörande. Men det var ett irritationsmoment (...). (Intervju 6, 2013-05-20)*

Känslan av att SAF inte gynnades av det korporativa systemet fanns alltså med som en bakomliggande faktor till att SAF tog beslutet att lämna myndighetsstyrelserna. Något annat som kan ha legat till grund för beslutet var att SAF redan tidigt satsade på icke-institutionella påverkansformer såsom mediapåverkan eller lobbying. Detta förklarar Göran Tunhammar har att göra med den politiska utvecklingen på 1970-talet som tvingade SAF att agera kraftfullt med alla möjliga påverkansmetoder:

*Det var sjuttioalshändelserna, dels den våldsamma höjningen av skattetrycket för att bygga ut den offentliga sektorn och inte minst höjningen av arbetsgivaravgifterna, som direkt slog på företagskostnaderna, och dels arbetsmarknadslagstiftningen. Det som definitivt ledde till att det var nog var de ursprungliga löntagarfondsförslagen (...).* (Intervju 6, 2013-05-20)

Enligt Göran Tunhammar ledde alltså utvecklingen på 1970-talet till att SAF byggde ut en större PR- och medieverksamhet. På frågan om ifall det faktum att man redan hade byggt ut en omfattande verksamhet för mediapåverkan var avgörande för att förverkliga avkorporativiseringen, svarar Tunhammar:

*Där skulle jag nog säga att svaret är 'ja'. Hade inte det varit så att man tyckte det var ganska självklart att nå ut även till allmänheten och tala om vad man tycker och inte minst varför, utan hade man bara varit van med att sitta i slutna rum och lämna över papper sådär, då tror jag inte man hade vågat ta det beslutet. Så det hade ju blivit en mycket mer utåtriktad organisation och det hade byggts upp en regional verksamhet.* (Intervju 6, 2013-05-20)

Detta är en synnerligen viktig iakttagelse; att den tidiga satsningen på påverkansstrategier gentemot allmänheten via massmedia var en förutsättning för att kunna avveckla den korporativa styrelserepresentationen. Men vilken påverkansstrategi hade då SAF efter styrelseavhoppet, det vill säga kompenseras det förlorade institutionella inflytandet av någon viss påverkansstrategi? På denna fråga svarar Tunhammar:

*Alltså det var inget dramatiskt skifte, för det växte ju fram. Det blev ju en stor omställning och då hade man vuxit in i detta att vi inte kan leva i något sorts isolat och vi kan inte blanda samman rollerna (...). Utan nu måste man jobba mer utåtriktad och mycket brett (...). Så det var inte så att man satt och klurade fram någon ny strategi som steg två efter beslutet att stiga ur myndighetsstyrelserna, utan det hade redan vuxit fram. (...) För synligheten i mediala sammanhang hade vuxit fram redan efter 1970-talets veva.* (Intervju 6, 2013-05-20)

Här framgår det att de icke-institutionella påverkansstrategierna växte fram under en längre tid och att SAF stegvis övergick till att bli en mer utåtagerande lobbyorganisation.

Avkorporativiseringen kunde därför genomföras ganska smidigt och odramatiskt då man bara kunde bygga vidare på den medieverksamhet man redan hade. Tunhammar beskriver även att SAF inte fördelade mer resurser på mediapåverkan och opinionsbildning eftersom de efter styrelseavhoppet var tvungna att spara in mycket, även på informationsavdelningen. Han stödjer inte utgångspunkten att SAF förlorade institutionellt inflytande vid styrelseavhoppet:

*Det var myndigheterna som satte agendan, det var ju inte arbetsgivarföreträdarna som satte agendan. (...) Det gavs inget utrymme för påverkan (...). [F]ör helhetens skull hade det ingen som helst betydelse i den meningen att SAF skulle ha förlorat inflytande. Det är jag helt övertygad om.* (Intervju 6, 2013-05-20)

Göran Tunhammar beskriver här hur att det i princip inte fanns något inflytande att förlora genom att lämna myndighetsstyrelserna, och därmed inte heller behövdes kompenseras av satsningar på någon annan påverkansform.

### 5.2.2 Janerik Larssons beskrivning av avkorporativiseringen och dess effekter för SAF/SN:s mediapåverkan

Janerik Larsson arbetade som Informationsdirektör för SAF 1987-1995 och vice VD för Svenskt Näringsliv med ansvar för kommunikationsverksamheten 2005-2010. Han har en långvarig kunskap om SAF:s och SN:s påverkansarbete genom massmedia. Janerik Larsson är vid intervjun snabb med att kritisera utgångspunkten att SAF gick miste om institutionellt inflytande i samband med styrelseavhoppet:

*[D]in utgångspunkt med att korporativismen gav inflytande stämmer inte. Utan man (SAF) var gisslan. Jag jobbade på SAF på den tiden och det var ju helt meningslöst. Det var inget inflytande av någon som helst betydelse.*

(Intervju 9, 2013-05-30)

Janerik Larsson är alltså ganska fast besluten om att korporativismen inte gav något inflytande. På frågan om han ser det som en avgörande förändring att SAF lämnade myndighetsstyrelserna svarar han att det var en av Göran Tunhammars viktigaste förändringar av SAF; att ta död på myten om att SAF fick inflytande genom myndighetsstyrelserna

(Intervju 9, 2013-05-30). Han beskriver att SAF och SN påverkar politiken mycket bättre på andra sätt:

*[A]llt inflytande måste vara grundat på att man har en direktkontakt med dem som Urban Bäckström brukar kalla 'politikernas chefer', alltså man alltid måste förankra sig i opinionen (...). Det är bara där som vi skulle kunna ha ett intressant inflytande.* (Intervju 9, 2013-05-30)

Han beskriver också hur konflikter kunde uppkomma då SAF:s styrelserepresentanter hade beslutat något i styrelserna som gick emot SAF:s uppdrag, men som även SAF:s opinionsbildning blev tvungna att rätta sig efter. Janerik Larsson beskriver precis som Göran Tunhammar att mediapåverkansarbetet tog sin verkliga start som en motreaktion till den politiska vänstervågen under 1970-talet. På frågan om vilka metoder SAF hade för att få politiskt inflytande efter att man lämnat myndighetsstyrelserna, svarar Janerik Larsson:

*Det som gjordes, som hade hållit på från slutet av 1960-talet och framförallt början av 1970-talet, det fortsatte. (...) Jag som var Informationsdirektör då, jag funderade inte ett ögonblick över att göra något för att ersätta korporativismen. Den behövde inte ersättas, den var liksom död i sig.* (Intervju 9, 2013-05-30)

Här ger Janerik Larsson uttryck för att det inte behövdes någon särskild satsning på någon annan påverkansstrategi efter utträdet från myndighetsstyrelserna. Hypotesen om att avkorporatiseringen skulle leda till mer satsningar på mediapåverkan verkar således inte stämma när det gäller SAF:s utveckling efter utträdet från myndighetsstyrelserna. Janerik Larsson ger i stort sett samma bild som Göran Tunhammar av både styrelseavhoppet och SAF/SN:s agerande och påverkansstrategier därefter. Intervjuerna ger således konsistenta resultat vilket ger en hög tillförlitlighet.

### 5.2.3 Bertil Jonssons beskrivning av avkorporatiseringen och dess effekter för LO:s mediapåverkan

Bertil Jonsson var LO:s ordförande 1993 till 2000 och borde utifrån denna position ha en bra insikt i hur LO agerade i samband med avkorporatiseringen och i efterspelet av 1992 års riksdagsbeslut om att rekonstruera myndighets- och verksstyrelserna så att LO uteslöts. På

frågan om det var av stor betydelse för LO att SAF lämnade myndighetsstyrelserna och att LO uteslöts från styrelserna, svarar Bertil Jonsson:

*Det är klart att det var. Det här var ju en del av den svenska modellen. (...) [A]tt man var med i verksstyrelser och tog ansvar från parternas sida. Och det tyckte vi var bra från LO:s sida, just med den ordningen. Det här ledde fram till att under Bildtregeringens tid så tog de bort LO:s representanter från styrelserna. (...) Då rensade man ut parterna från styrelserna och det var inte bra därför att det är bra att parterna är med och tar ansvar.*

(Intervju 8, 2013-05-24)

Bertil Jonsson och dåvarande LO såg uppenbarligen mer positivt på det korporativa systemet med partsrepresentation i myndighetsstyrelserna än vad SAF gjorde. På frågan om huruvida de fackliga representanterna hade mer inflytande i styrelserna än SAF svarar Bertil Jonsson att så inte var fallet, utan att parterna hade lika mycket inflytande. Bertil Jonsson skildrar hur LO uppfattade motiven bakom SAF:s utträde och regeringens uteslutande av LO:

*Det är politiskt, ja det är det. Det hade ju skett en maktförskjutning i samhället ifrån arbete till kapital (...). Och det är denna makt som den borgerliga regeringen företrädde. Och det är klart att de ville ju på alla sätt försöka försvaga LO:s ställning.*

(Intervju 8, 2013-05-24)

Bertil Jonsson såg alltså avkorporativiseringen som en medveten politisk strategi från SAF och regeringens sida för att försvaga LO och arbetarrörelsen. På frågan om vilka följder avkorporativiseringen fick för LO och vilka strategier LO hade efter upphörandet av partsrepresentationen i myndighetsstyrelserna, svarar Bertil Jonsson:

*LO:s röst hördes inte längre i styrelserna och då fick vi ju fortsätta försöka på annat sätt att få fram vad vi tyckte. Och var det något beslut som togs av verksstyrelserna som vi tyckte var fel, då sa vi ifrån. Då fick man ju gå utåt sett eller till regeringen. Det var så man fick jobba. (...) Den största och viktigaste strategin är den facklig-politiska samverkan med det Socialdemokratiska partiet. (...) Och den måste vara stark den samverkan, och genom att partiet vinner valen och får regeringsmakten, då kan man också få ett större inflytande på det sättet.*

(Intervju 8, 2013-05-24)



Bertil Jonsson beskriver alltså att efter upphörandet av styrelserepresentationen försökte LO få politiskt inflytande främst genom *massmedia*, *direktkontakter med regeringen* (lobbying) och *samverkan med Socialdemokraterna* (Intervju 8, 2013-05-24). Bertil Jonsson anger att de i stort sett hade kontakt med samtliga departement. På frågan om ifall LO hade någon viss strategi för att kompensera det minskade institutionella inflytandet svarar Bertil Jonsson:

*Ja, det var inte så att vi satte upp någon speciell strategi för det. Det var det som tillhörde LO:s verksamhet naturligt, att vi på alla områden där vi kan vara med och påverka till gagn för våra medlemmar är med och påverkar. (...) Och då påverkar vi naturligtvis samhället på många olika sätt; genom direktkontakter med ministrar eller de departement som det berör, eller via media och att ge ut debattartiklar. (...) Sen var det en fördel att man kunde sitta med i verksstyrelser (...). Men när vi inte fanns med där längre då fick vi påverka på annat sätt. Det är rätt naturligt.*

(Intervju 8, 2013-05-24)

Det framgår att LO fortsatte att påverka via de andra kanaler som redan fanns, alltså de icke-institutionella påverkanskanalerna. Bertil Jonsson nämner att det inte blev viktigare med mediapåverkan och opinionsbildning, eftersom det enligt honom alltid har varit viktigt inom LO. Han anser inte heller att SAF hade ett försprång när det gällde mediapåverkan. Något som flera av de intervjuade arbetsmarknadsjournalisterna hävdar. Exempelvis beskriver en av journalisterna organisationernas förändring mot mer fokus på mediapåverkan på följande sätt:

*Ja alltså jag skulle säga att denna förändring har pågått allt sedan (...) 1970-talet och framåt, de har på arbetsgivarsidan hela tiden försökt utveckla sitt sätt att kommunicera sitt budskap. (...) De prövade olika saker hela tiden under Janerik Larssons ledning. (...) På den fackliga sidan tror jag de var lite valhänta och tagna på sängen utav den förändring som kom (...). Från arbetstagarsidan var det lite svårt att hitta sitt eget sätt att agera och uppträda. (...) Och inte förrän 2000-talet har de börjat finna sig till rätta och känna sig mer säkra och stabila i sin opinionsbildning (...). SAF var mycket mer framsynta än fackföreningsrörelsen. (...) [D]e kom att dominera det offentliga samtalet under flera decennier. (...) [U]nder 2000-talet har det funnits en konkurrens mellan organisationerna om att*

*via media bestämma dagordningen. Tidigare tycker jag att arbetsgivarna faktiskt satte dagordningen själva i allt väsentligt.* (Intervju 4, 2013-05-15)

Sammanfattningsvis kan man konstatera att från LO:s håll så uppfattades SAF:s avhopp och uteslutandet av LO från myndighetsstyrelserna som försök att försvaga den svenska modellen och LO. Bertil Jonsson beskriver att följderna av avkorporativiseringen inte blev särskilt dramatiska för LO:s fortsatta påverkansarbete. Men det är svårare att bedöma tillförlitligheten i intervjun med Bertil Jonsson eftersom ingen av de andra intervjupersonerna direkt kan bestrida eller bekräfta LO:s dåtida agerande. Överlag finns kanske inga direkta indicier på att Jonsson skulle ge en tillrättalagd bild av händelseförloppet efter avkorporativiseringen, men exempelvis då det gäller hur pass välutvecklad medieverksamhet LO hade i början av 1990-talet så kan det tänkas att en sådan bedömning görs bättre av någon utanför organisationen. Därför är det troligt att arbetsmarknadsjournalisternas skildring av att LO låg betydligt efter SAF i den mediestrategiska verksamheten är mer tillförlitlig än Bertil Jonssons beskrivning av att LO inte alls hade en sämre mediestrategisk verksamhet.

## 6 Analys

I detta kapitel analyseras och diskuteras resultaten från de sammanställda intervjuerna i föregående kapitel. Syftet är att tolka och problematisera resultaten på en högre abstraktionsnivå och därmed koppla resultaten till relevanta teorier. I första delen analyseras resultaten till den första frågeställningen och i andra delen analyseras resultaten till den andra frågeställningen.

### 6.1 LO:s och Svenskt Näringslivs mediapåverkan i dagens ”post-korporativa” samhällssystem

Utifrån sammanställningen av intervju svaren i resultatkapitlet kan man urskilja att både LO och SN har frekventa kontakter med massmedia och att mediapåverkan i dagens samhälle är en synnerligen viktig påverkansstrategi för organisationerna. De mest effektiva metoderna för att påverka via massmedia verkar vara direktkontakter med media, exklusiv information samt utlämnande av rapporter och undersökningar med nyhetsvärde. Dessa allt mer raffinerade metoder har fler aktörer lärt sig använda och även antalet aktörer som vill påverka på mediearenan har blivit fler, detta har genererat hårdare konkurrens om medieutrymmet. Denna utveckling beskrivs ha resulterat i att LO och SN inte längre har samma dominant ställning i den offentliga debatten. Det som kännetecknar det pluralistiska samhällssystemet är (se definition i avsnitt 1.2) en hård konkurrens mellan intressegrupper om politiskt inflytande och att det ska finnas många ganska jämnstarka intressegrupper. Utan att ta avkorporatiseringen i beaktande går det att utläsa en tydlig trend mot ett mer pluralistiskt samhällssystem. Både journalisterna och organisationernas press- och kommunikationsansvariga beskriver hur konkurrensen från fler intressegrupper har hårdnat och att teknologin har gjort det enklare och billigare att kommunicera sitt budskap via massmedia.

Något som även Hermansson et al. (1999:244ff) kommer fram till i deras studie är att näringslivet och framförallt företagen har blivit mer aktiva och skickliga på att få ut sina

budskap i massmedia. Detta framgår från intervjuerna med arbetsmarknadsjournalisterna och kan delvis förklaras av informationsteknologin utveckling, alltså att det har blivit lättare och billigare även för företag att vara delaktiga på den massmediala arenan. Men förändringen kan även förklaras av SN:s aktiva strategi för att få medlemsföretagen att delta i påverkansarbetet i massmedia och i den allmänna debatten (Intervju 7, 2013-05-22). Att få företag att lobba för näringslivets intressen verkar således vara en grundläggande strategi för SN i dagens post-korporativa samhällssystem.

Intervjuresultaten tycks vara förenliga med tesen om att det finns en kausal koppling mellan användning av mediapåverkan och pluralistiska samhällssystem. Men det verkar inte vara samhällssystemet som orsakat vilka påverkansstrategier som används. Tvärtom talar resultaten för att det är den tilltagande medialiseringen i samhället och informationsteknologins framsteg som har genererat fler aktörer som numera faktiskt kan påverka politiken genom massmedia. Att fler har möjlighet att påverka har intensifierat intressegruppernas konkurrens om politiskt inflytandet, vilket kännetecknar det pluralistiska samhällssystemet.

## 6.2 Avkorporativiseringens effekter på LO:s och SAF:s strategier för mediapåverkan

Sverige har alltså utvecklats mot ett allt mer pluralistiskt samhällssystem med fler aktörer som försöker påverka politiken genom icke-institutionella kanaler. LO:s och SAF/SN:s utveckling av deras påverkansstrategier bör förstås som en del av denna generella utveckling. Medielandskapets förändring, informationsteknologins utveckling och expansionen av nya mediekanaler bör sammantaget ha lockat allt fler aktörer och intressegrupper till att vilja få ut sina budskap på mediearenan. Intervjuresultaten påvisar alltså att det har förekommit en så kallad ”pull effect” (se Binderkrantz, 2012:121) i samband med den tilltagande medialiseringen i samhället. Denna lockande effekt kan till viss del förklara beskrivningen av att LO:s och SN:s mediastrategier har blivit allt mer professionaliserade.

SAF:s utveckling av deras påverkan genom massmedia tycks inte kunna förklaras av upphörandet av styrelsrepresentationen i myndigheter och verk. Intervjuerna ger följaktligen inget fog för hypotesen att avkorporativiseringen drev SAF till mer satsningar på

mediapåverkan. Orsakssambandet tycks istället gå i andra riktningen. SAF:s omdanande utveckling till mer fokus på mediapåverkan och opinionsbildning visar sig ha sin begynnelse redan på 1970-talet. Denna tidiga utveckling av dessa strategier var enligt Göran Tunhammar en avgörande förutsättning för att SAF skulle kunna lämna myndighets- och verksstyrelserna 1991-1992. Detta talar för det omvända sambandet att SAF:s tidiga satsningar på mediapåverkan indirekt bidrog till avkorporativiseringen. Detta kan inte förklaras av kompenstationsteorin som utgår ifrån att intressegrupper är *reaktiva* till institutionella förändringar och inte *proaktiva*.

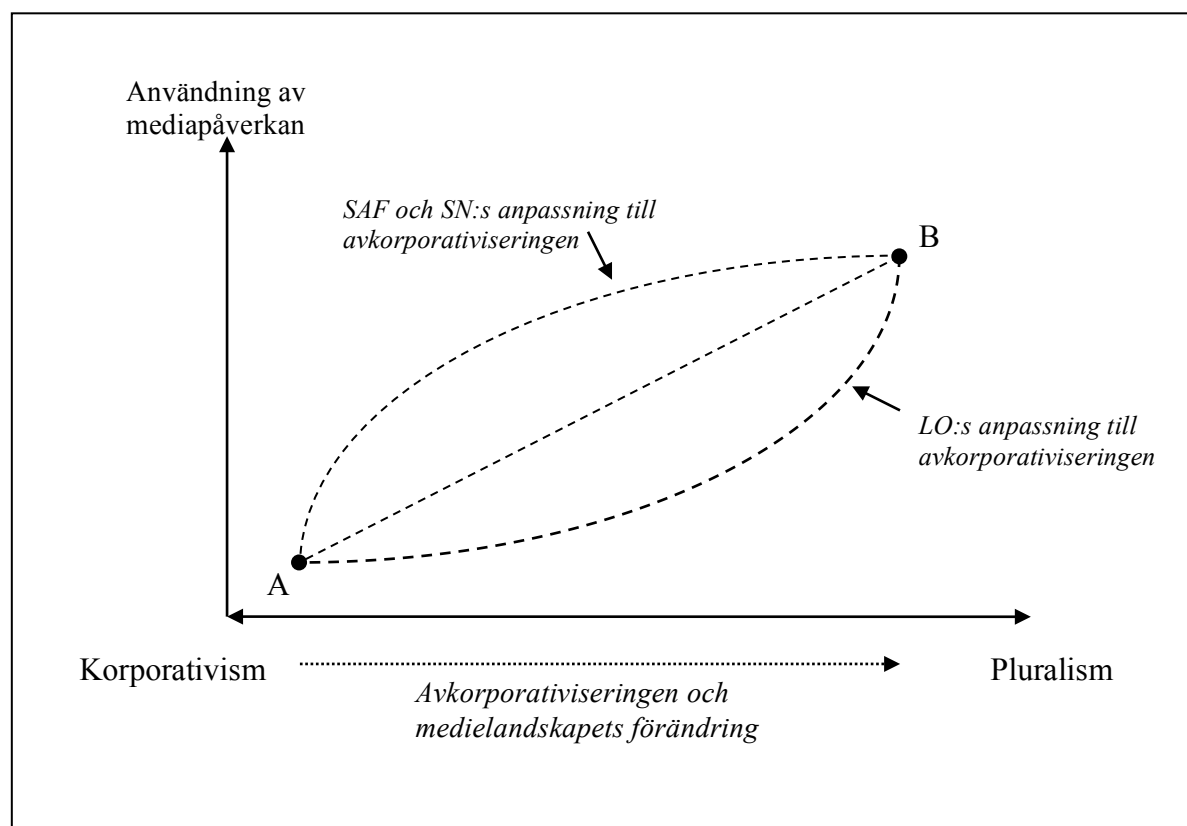
Från intervjuerna framgår det att SAF stegvis förändrade sin roll från att agera som en renodlad förhandlingspart för arbetsgivare till att bli en slags lobbyorganisation för ”företagarnas intressen”. Avgörande steg i denna förändringsprocess var upphörandet av de centrala avtalsförhandlingarna under 1980-talet, styrelseavhoppet 1991-1992, och slutligen bildandet av Svenskt Näringsliv 2001. Denna förändringsprocess kan kopplas till Binderkrantz (2008) teori om att olika typer av intressegrupper använder olika påverkansstrategier. Teorin säger att medlemsrepresenterande intressegrupperna har lättare att ingå i korporativa system, medan intressegrupper som säger sig representera allmänintressen använder sig mer av utåtriktade påverkanssätt. SAF:s omvandling från förhandlande part och representant i myndighetsstyrelser till en mer utåtagerande, opinionsbildande organisation skulle således delvis kunna förklaras av att SAF inte längre ville uppfatta sig som en företrädare av ett särintresse, utan som en försvarare av ett allmänintresse (se Binderkrantz, 2008:177ff).

Avkorporativiseringens effekter för LO:s satsningar på mediapåverkan är inte lika enkla att bedöma som fallet är med SAF. Även om Bertil Jonsson i intervjun hävdar att LO inte behövde agera på något nytt sätt efter styrelseuteslutningen, utan fortsatte med den medieverksamhet som LO enligt Jonsson haft sedan lång tid tillbaka, så vittnar flera av arbetsmarknadsjournalisterna om att LO vid denna tid var ganska osynliga i massmedia och helt klart låg efter SAF när det gällde mediapåverkan. En av journalisterna beskriver att SAF under lång tid kunde sätta agendan i massmedia själva och först på 2000-talet började SAF/SN möta konkurrens från LO. Den rimliga analysen är att LO till en början troligen hade en tämligen undermålig mediestrategi och inte utvecklade denna nämnvärt förrän i början av 2000-talet. På detta sätt slog avkorporativiseringen hårdare mot LO som i jämförelse med SAF var sämre rustade inför situationen med minskat korporativt inflytande. Även

Hermansson et al. (1999:243f) drar slutsatsen att avkorporatiseringen har slagit hårdare mot arbetarrörelsens organisationer än mot näringslivet. Det är svårt att avgöra om LO:s satsningar på mediapåverkan var en fördröjd reaktion på avkorporatiseringen eller orsakades av informationsteknologins utveckling och massmedias expanderande. Oavsett vilken mekanism som har varit starkast så är det en förändring mot ett mer pluralistiskt samhällssystem som verkar ha gjort mediapåverkan viktigare för LO.

LO och SAF/SN har anpassat sina påverkansstrategier i synnerligen olika takt i förhållande till utvecklingen mot ett mer pluralistiskt samhällssystem. SAF agerade proaktivt i förhållande till avkorporatiserings-/pluraliseringsprocessen, det vill säga deras tidiga mediesatsningar föregick de institutionella förändringarna. LO däremot agerade reaktivt med en påtagligt fördröjd anpassning till det mer pluralistiska samhällsklimatet. Detta gestaltas av figur 6.1 nedan:

**Figur 6.1 LO:s och SAF/SN:s anpassning till mer mediapåverkan i förhållande till graden av korporatism respektive pluralism**



Källa: Egen gestaltning

Som jag nämnde i teorikapitlet representerar den räta anpassningslinjen mellan punkt A och B rational choice-teoretikernas föreställning om hur en rationellt agerande intressegrupp anpassar sig till institutionella förändringar. Vi kan se att varken SAF/SN:s eller LO:s anpassningsbana stämmer med rational choice-teorins hypotes. LO:s fördröjda och långsamma anpassning passar bättre in på Walkers (1991) teori om att intressegrupper generellt är trögföränderliga. Trots LO:s långsamma anpassningstakt finns det fog för att LO de senaste åren har utvidgat sin pressverksamhet i hög grad och numera befinner sig på ungefär samma nivå som SN. Exempelvis har LO sedan några år tillbaka två pressekreterare, medan SN ”bara” har en pressansvarig. Däremot stämmer SAF:s utveckling av mediapåverkan varken med Walkers teori eller med rational choice-teorin eftersom SAF helt enkelt inte anpassade sig utan agerade proaktivt, före avkorporativiseringsprocessen hade kommit igång.

## 7 Slutsatser

Utifrån intervjustudien går det att dra slutsatsen att mediapåverkan idag är en synnerligen viktig påverkansstrategi för både LO och SN. De har blivit allt mer professionella i försöken att få inflytande genom massmedia. De mest effektiva metoderna är att genom direktkontakter med journalister erbjuda exklusivt material eller rapporter och undersökningar som har tillräckligt mycket nyhetsvärde för att journalisterna ska vilja publicera det. Intervjuerna påvisar även att mediearenan har expanderat med många nya medier, detta tillsammans med utvecklingen av informationsteknologin har resulterat i att många nya aktörer och intressegrupper försöker få politiskt inflytande genom de nya lättillgängliga påverkanskanalerna. Framförallt har företagen blivit mer aktiva i påverkansförsöken gentemot massmedia. Ökningen av antalet påverkansaktörer har genererat en hårdare konkurrens mellan intressegrupperna, och dessa förändringar innebär en förskjutning mot ett mer pluralistiskt samhällssystem. Denna pluralisering av samhället har alltså skett oberoende av avkorporativiseringen.

Avkorporativiseringen i form av upphörandet av SAF:s och LO:s representation och medbeslutande i myndighetsstyrelser förefaller inte ha haft någon effekt på SAF:s påverkansstrategi gentemot massmedia. SAF kompenserade inte förlusten av det institutionella inflytandet med mediapåverkan dels eftersom de uppfattade att de inte hade något reellt inflytande i myndighetsstyrelserna och dels för att SAF redan på 1970-talet började satsa på mediapåverkan och opinionsbildning. SAF:s tidiga utveckling av deras mediastrategier var istället en viktig förutsättning för att kunna fatta beslutet att lämna myndighetsstyrelserna. Därmed kan man dra slutsatsen att tvärtom min hypotes så var SAF:s tidiga satsningar på mediapåverkan en indirekt orsaksfaktor till avkorporativiseringen.

LO verkar inte heller ha påverkats dramatiskt av avkorporativiseringen. Initialt förändrade de inte sina påverkansstrategier nämnvärt gentemot massmedia. Mycket talar för att LO drabbades hårdare av avkorporativiseringen eftersom deras mediastrategier inte var alls lika välutvecklade som SAF:s och för att det tog lång tid att förändra organisationen mot mer mediapåverkan. Först på 2000-talet kunde LO:s medieverksamhet på allvar konkurrera med



SAF/SN:s. Det är dock mycket osäkert om LO:s förändring mot mer mediapåverkan var en följd av avkorporatiseringen eller en anpassning till det mer pluralistiska samhällssystem som medielandskapets förändring och informationsteknologins utveckling bidrog till. Oavsett vilket har Sverige utvecklats till ett mer pluralistiskt samhälle där icke-institutionella påverkanstrategier, såsom mediapåverkan, har fått en central position.

## 8 Referenser

- Badersten, Björn (2006) *Normativ metod: att studera det önskvärda*. Lund: Studentlitteratur.
- Baumgartner, Frank – Jones, Bryan (1993) *Agendas and Instability in American Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Baumgartner, Frank and Leech, Beth (1998) *Basic Interests: The Importance of Groups in Politics and Political Science*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bergström, Jonas (1997) ”Korporatismens död – Svenska Arbetsgivareföreningens avhopp från ämbetsverkets styrelser”, i *Arbetsmarknad och Arbetsliv*, nr 3.
- Binderkrantz, Anne (2008) ”Different Groups, Different Strategies: How Interest Groups Pursue Their Political Ambitions” in *Scandinavian Political Studies*, Vol. 31, No. 2, pp. 173-200.
- Binderkrantz, Anne (2012) ”Interest groups in the media: Bias and diversity over time”, in *European Journal of Political Research* vol. 51, pp. 117–139.
- Hermansson, Jörgen; Lund, Anna; Svensson, Torsten & Öberg, Per-Ola (1999) *Avkorporativisering och lobbyism - konturerna till en ny politisk modell*. (SOU 1999:121).
- Johansson, Joakim (2000) *SAF och den svenska modellen – En studie av uppbrottet från förvaltningskorporatismen 1982-91*, Uppsala: Statsvetenskapliga föreningen.
- Kvale, Steinar – Brinkmann, Svend (2009) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2:a upplagan, Lund: Studentlitteratur.
- Lewin, Leif (1992) *Samhället och de organiserade intressena*. Stockholm: Nordstedts.

Micheletti, Michele (1994) *Det civila samhället och staten. Medborgarsammanslutningarnas roll i svensk politik*. Stockholm: Publica.

Naurin, Daniel (2000) ”Det nya styrelseskicket. En studie av ’medialobbying’ i det post-korporativa Sverige” i *Statsvetenskaplig tidskrift*, Vol. 103, s. 1-17.

Naurin, Daniel (2001) *Lobbyism, korporatism eller den stängda dörrens politik? Institutionella reformer för och mot organiserade intressen*. Göteborg: SNS författarprojekt.

Nycander, Svante (2008) *Makten över arbetsmarknaden – Ett perspektiv på Sveriges 1900-tal*, andra upplagen, Stockholm: SNS Förlag.

Rommetvedt, H.; Thesen, G.; Munk Christiansen, P. and Sonne Nørgaard, A. (2013) ”Coping With Corporatism in Decline and the Revival of Parliament: Interest Group Lobbyism in Denmark and Norway, 1980–2005” in *Comparative Political Studies* vol. 46, originally published online 9 September 2012, pp. 457-485.

Rothstein, Bo (1991) ”Svenska intresseorganisationer – från lösningar till problem” i Olsen J.P. (ed) *Svensk demokrati i förändring*. Stockholm: Carlssons bokförlag.

Rothstein, Bo – Bergström, Jonas (1999) *Korporatismens fall och den svenska modellens kris*. Stockholm: SNS förlag.

Schattschneider, E. (1960) *The semi-sovereign people. A realist's view of democracy in America*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Teorell, Jan – Svensson, Torsten (2007) *Att fråga och att svara. Samhällsvetenskaplig metod*. Malmö: Liber.

Williamson, Peter (1989) *Corporatism in Perspective. An Introductory Guide to Corporatist Theory*. London: Sage Publications.

Wilson, Michael (1996) ”Asking questions” i Sapsford, Roger - Jupp, Viktor, *Data Collection and Analysis*” Sage Publications.

Öberg, Per-Ola (1997) *Medborgarnas inflytande och särintressenas makt. Korporatism och lobbying i statsförvaltningen. Rapport till förvaltningspolitiska kommissionen. PISA-rapport 17*, Statsvetenskapliga institutionen, Uppsala Universitet.

## Intervjuer

Intervju 1 (2013-05-06) med Dan Lundqvist Dahlin – Pressekreterare för LO.

Intervju 2 (2013-05-10) med anonym arbetsmarknadsjournalist.

Intervju 3 (2013-05-13) med Anders Jelmin – arbetsmarknadsjournalist på Ekots nyhetsredaktion för Sveriges Radio.

Intervju 4 (2013-05-15) med anonym arbetsmarknadsjournalist.

Intervju 5 (2013-05-15) med Bosse Andersson – tidigare arbetsmarknadsjournalist på Dagens Nyheter.

Intervju 6 (2013-05-20) med Göran Tunhammar – VD för SAF och Svenskt Näringsliv 1990-2003.

Intervju 7 (2013-05-22) med P.J. Anders Linder – Kommunikationschef för SAF och Svenskt Näringsliv 2000-2001, chef för Timbro 1996-2000, och politisk chefredaktör för Svenska Dagbladet 2004-2013.

Intervju 8 (2013-05-24) med Bertil Jonsson – Ordförande för LO 1993-2000.

Intervju 9 (2013-05-30) med Janerik Larsson – Informationsdirektör för SAF 1987-1995 och vice VD för Svenskt Näringsliv med ansvar för kommunikationsverksamheten 2005-2010.

# Bilagor

## Intervjuguide: frågor till arbetsmarknadsjournalisterna

*Projektnamn:* Intressegruppernas politiska påverkansstrategier efter avkorporatiseringen –  
En studie av LO:s och Svenskt Näringslivs påverkan genom massmedia.

*Intervjuns syfte:* Få insikter i hur LO respektive Svenskt Näringsliv försöker påverka politiken  
genom massmedia och vilken betydelse mediapåverkan har för dem.

*Beräknad tid:* Ungefär 30-40 minuter.

### Tema 1: Arbetet på tidningen/sveriges radio

- Hur länge har du arbetat som journalist?
- Hur länge har du arbetat med arbetsmarknadsfrågor?
- Vilka är dina huvudsakliga arbetsuppgifter och mål som arbetsmarknadsjournalist?

### Tema 2: Kontakt med LO och Svenskt Näringsliv

- Kan du beskriva hur kontakten och kommunikationen med LO och Svenskt Näringsliv sker?
- Hur ofta har du kontakt med LO och Svenskt Näringsliv och är det någon av parterna du har mer kontakt med?
- Är det mest du eller de som tar kontakt?
- Hur försöker organisationerna vanligtvis få inflytande över vad som skrivs i tidningen?
- Lyckas de med att få genomslag i media?
- Uppfattar du att medialobbying och försök att sätta agendan i massmedia är viktiga strategier för intresseorganisationerna?
- Kommer du i kontakt med PR-konsulter till intresseorganisationerna?

### Tema 3: Olika påverkansmetoders effektivitet

- Hur effektiv anser du att följande metod är för LO och SN för att få ut sina budskap i massmedia:
  - Skriva debattartiklar? (frågan gäller för tidningsjournalisterna)
  - Pressmeddelanden och nyhetsbrev?
  - Personliga direktkontakter med enskilda journalister? - Har ni bättre kontakt med journalister som har en politisk agenda som överensstämmer med SN:s agenda?
  - Pressmöten och seminarier?
  - Kontakt med ledarredaktioner?
  - Inbjudningar, middagar, visningar och pressresor?
  - Att ge exklusiv information?

#### Tema 4. Debatten om vinster i välfärden

- Hur uppfattar du SN:s och LO:s medialobbying i frågan om vinster i välfärden?
- Har intresseorganisationerna varit aktiva med att påverka medierapporteringen om vinster i välfärden?
- Vad krävs för att sätta agendan i den massmediala debatten om vinster i välfärden?

#### Tema 5. Medielandskapets förändring och intresseorganisationernas mediapåverkan

- Kan man se en förändring under de senaste 15-20 åren i hur intresseorganisationerna använder sig av massmedia för att få politiskt inflytande?
- Har du märkt av en hårdare påtryckning från intresseorganisationer som vill påverka innehållet i media?
- Är det fler organisationer, intressegrupper och tankesmedjor än tidigare som kontakter dig för att försöka påverka vad som publiceras?

*Det här var de frågor jag hade. Är det något du vill fråga om eller lägga till?*

## Intervjuguide: frågor till Dan Lundqvist Dahlin

*Projektnamn:* Intressegruppernas politiska påverkansstrategier efter avkorporativiseringen –  
En studie av LO:s och Svenskt Näringslivs påverkan genom massmedia.

*Intervjuns syfte:* Få insikter i hur LO försöker påverka politiken genom massmedia och vilken betydelse mediapåverkan har för dem.

*Beräknad tid:* Ungefär 30-40 minuter.

#### Tema 1: Arbetet inom LO

- Hur länge har du arbetat för LO?
- Hur länge har du arbetat med pressrelaterade frågor inom LO?
- Vilka är dina huvudsakliga arbetsuppgifter och mål som pressekreterare?

#### Tema 2: LO:s försök till mediapåverkan

- Kan du beskriva hur LO arbetar med opinionsbildning genom massmedia?
- Hur arbetar ni mer konkret med mediesynlighet och mediakontakter?
- Hur viktigt är mediesynlighet och mediakontakter för att föra ut LO:s budskap?
- Hur gör ni för att verkligen få genomslag i media?
- Har ni bättre kontakt med journalister som har en politisk agenda som överensstämmer med LO:s agenda?
- Hur använder LO sig av PR-konsulter för att föra ut sitt budskap i media?
- Hur fungerar samarbetet med andra tankesmedjor och intressegrupper?
- Hur använder ni er av beställda opinionsundersökningen?

#### Tema 3: Olika påverkansmetoders effektivitet

- Hur effektiv anser du att följande metod är för att nå ut med LO:s budskap i massmedia:
  - Skriva debattartiklar?

- Pressmeddelanden och nyhetsbrev?
- Personliga direktkontakter med enskilda journalister?
- Pressmöten och seminarier?
- Kontakt med ledarredaktioner?
- Inbjudningar, middagar, visningar och pressresor?
- Att delge exklusiv information?

#### Tema 4. Debatten om vinster i välfärden

- Är frågan om vinster i välfärden en högt prioriterad fråga för LO?
- Anser du att Välfärdsutredningen som leds av Tobias Baudin har fått genomslag i massmedia?
- Hur har ni arbetat för att övertyga allmänheten om LO:s uppfattning i frågan?
- Hur har ni mer specifikt arbetat med denna fråga i media?
- Vad krävs för att sätta agendan i debatten om vinster i välfärden?

#### Tema 5. Minskat institutionaliserat politiskt inflytande

- Kan du beskriva följderna av att LO som arbetstagarorganisation inte längre har lika mycket institutionellt politiskt inflytande som tidigare då LO satt med i de centrala beslutande styrelserna (t.ex. Arbetsmarknadsstyrelsen)?
- Har LO som intresseorganisation kompenserat denna förlorade påverkanskanal med någon annan strategi?
- Har förändringen gjort opinionsbildning genom mediesynlighet och mediakontakter viktigare?
- Har du märkt av en hårdare konkurrens om opinionsbildningen och agendasättandet från andra intresseorganisationer?

*Det här var de frågor jag hade. Är det något du vill fråga om eller lägga till?*

## Intervjuguide: frågor till P.J. Anders Linder

*Projektnamn:* Intressegruppernas politiska påverkansstrategier efter av korporativiseringen –  
En studie av LO:s och Svenskt Näringslivs påverkan genom massmedia.

*Intervjuns syfte:* Få insikter i hur Svenskt Näringsliv försöker påverka politiken genom massmedia, både utifrån erfarenheter inom SN och som journalist.

*Beräknad tid:* Ungefär 40-50 minuter.

#### Tema 1: Arbetet som journalist

- När började du arbeta som journalist?
- Var det som ledarskribent på SvD som du fick kontakter med Timbro och SAF där du senare har arbetat?
- 

#### Tema 2: Kontakten med SN och LO

- Kan du beskriva kontakten och kommunikationen med SN och LO i ditt nuvarande arbete som politiska chefredaktör på SvD?

- Hur ofta har du kontakt med LO eller Svenskt Näringsliv och är det någon av parterna du har mer kontakt med?
- Är det du eller de som tar kontakt?
- Hur försöker organisationerna vanligtvis få genomslag i media?
- Uppfattar du att det är en viktig strategi för intresseorganisationerna att försöka sätta agendan i massmedia?
- Har SN bättre kontakt med journalister som har en politisk agenda som överensstämmer med SN:s agenda?

### Tema 3: Arbetet inom SAF och Svenskt Näringsliv

- Hur länge arbetade du för SAF och Svenskt Näringsliv?
- Arbetade du med kommunikation och opinionsbildning under hela din tid inom SAF/SN?
- Vilka var dina huvudsakliga arbetsuppgifter och mål som kommunikationschef?

### Tema 4: SAF:s och SN:s opinionsbildning och mediapåverkan

- Kan du beskriva hur SAF och SN arbetade med opinionsbildning?
- Hur arbetade ni med opinionsbildning i massmedia?
- Hur viktigt är mediesynlighet och mediakontakter för att föra ut SN:s budskap?
- Förändrades opinionsbildningsarbetet då SAF gick ihop med Sveriges Industriförbund och bildade SN?
- Satsade man mer på att synas i media och sätta agendan?
- Hur gjorde ni för att verkligen få genomslag med opinionsbildningen i media?
- Hur använde sig SN av PR-konsulter för att föra ut sitt budskap i media?
- Hur fungerade samarbetet med andra tankesmedjor och intressegrupper såsom Timbro?

### Tema 5: Olika påverkansmetoders effektivitet

- Hur effektiv anser du att följande metod är för att nå ut med SN:s budskap i massmedia:
  - Skriva debattartiklar?
  - Pressmeddelanden och nyhetsbrev?
  - Personliga direktkontakter med enskilda journalister?
  - Pressmöten och seminarier?
  - Kontakt med ledarredaktioner?
  - Inbjudningar, visningar och pressresor?
  - Exklusiv information?

### Tema 6: Reformagendan och debatten om vinster i välfärden

- Hur uppfattar du att SN har försökt få SvD att uppmärksamma *Reformagendan* och de förslag som har framförts.
- Har SN lyckats påverka den politiska agendan med *Reformagendan*?
- Har du uppfattat att SN och LO har försökt få ut sina respektive agendor i massmedia då det gäller frågan om vinster i välfärden, och på vilket sätt i så fall?
- Vad krävs för att sätta agendan i en sådan debatt som vinster i välfärden?



### Tema 7: Minskat institutionellt politiskt inflytande

- Kan du beskriva följderna av att SN som arbetsgivarorganisation inte har lika mycket institutionellt politiskt inflytande som SAF hade tidigare då de satt med i de centrala beslutande styrelserna (t.ex. Arbetsmarknadsstyrelsen)?
- Har SN som intresseorganisation kompenserat denna förlorade påverkanskanal med någon annan strategi?
- Har förändringen gjort opinionsbildning genom mediesynlighet och mediakontakter viktigare?
- Har du märkt av en hårdare konkurrens om opinionsbildning och agendasättande från andra intresseorganisationer?

*Det här var de frågor jag hade. Är det något du vill fråga om eller lägga till?*

## Intervjuguide: frågor till Göran Tunhammar

*Projektnamn:* Intressegruppernas politiska påverkansstrategier efter avkorporativiseringen – En studie av LO:s och Svenskt Näringslivs påverkan genom massmedia.

*Intervjuns syfte:* Få insikter i vad som ledde fram till SAF:s styrelseavhopp 1991-1992, och om SAF kompenserade förlusten av det korporativa inflytandet med mer satsningar på mediapåverkan.

*Beräknad tid:* Ungefär 60 minuter.

### Tema 1: Arbetet inom SAF och SN

- När började du arbeta på SAF?
- Kan du kortfattat beskriva din roll som VD inom SAF och SN och vad du åstadkom under denna tid?

### Tema 2: SAF:s avhopp från de centrala statliga styrelserna

- Varför bestämde sig SAF för att lämna de centrala statliga förvaltningsstyrelserna (se främst AMS och ASS) 1991?
  - Var det ett långsiktigt strategiskt beslut för att på sikt få mer inflytande genom andra kanaler?
  - Vissa hävdar att beslutet var mer av ett kortsiktigt budgettekniskt beslut med ganska begränsade avsikter om att omforma arbetsmarknadsmodellen, stämmer denna bild?
  - Ansåg SAF att LO och TCO gynnades mer av det korporativa trepartssamarbetet, och var detta i så fall en väsentlig bidragande faktor till utträdesbeslutet?
  - Fanns det en uppfattning om att förvaltningsstyrelserna generellt sett hade förlorat inflytande under 1980-talet?
  - Fanns det med i beräkningen att den dåvarande regeringen skulle utesluta LO och TCO från förvaltningsstyrelserna om ni hoppade av?
  - Hur mycket ideologi låg det bakom beslutet, föredrog man ett pluralistiskt system framför ett korporativt?
  - Fanns det en tro på att SAF skulle vara bättre rustat än de fackliga centralorganisationerna för att få inflytande i ett mer pluralistiskt system?

- Hur länge hade det inom SAF funnits idéer och planer på att verka för en avkorporativisering?
- SAF utmärkte sig tidigt som organisation för att satsa på opinionsbildning och lobbying, kan man förstå denna strategi som ett led i eller förberedelse för avkorporatiseringen?
- Hur centrala var Lennart Grafström och Lars-Göran Redbrandt i lobbyarbetet inom SAF för avkorporativiseringen?
- Vilken roll hade du i avkorporatiseringsprocessen?

### Tema 3: Politiskt inflytande efter avkorporatiseringen

- Kan du beskriva hur SAF arbetade efter avkorporatiseringen för att få politiskt inflytande och påverka samhällsutvecklingen, vilken strategi hade SAF?
- Kompenserade SAF sitt förlorade institutionella inflytande med någon särskild påverkansstrategi?
- Hur skiljde sig påverkansarbetet från tiden före avkorporatiseringen?
- Ansågs informella kontakter med politiker och andra makthavare som en viktig påverkansstrategi?
- Ansågs opinionsbildning och agendasättande i samhällsdebatten som viktiga strategier i det mer pluralistiska system som växte fram under 1990-talet?
- Ansågs synlighet i massmedia och mediakontakter som en viktig kanal för opinionsbildningsarbetet?
- Satsade SAF mer resurser på massmedia efter avkorporatiseringen?
- Har pressavdelningen fått en mer central roll tiden efter avkorporatiseringen?
- Förändrades kontakten med och användningen av massmedia under din tid som VD?
- Hur gjorde SAF för att få genomslag i massmedia?
- Blev det viktigare med att producera egna rapporter, opinionsundersökningar och liknande efter styrelseavhoppet?
- Var avkorporativiseringens institutionella förändringar den främsta orsaken till det förändrade i påverkansarbetet?
- Fanns det några andra bidragande faktorer till det förändrade påverkansarbetet?
- Förändrades relationen till staten och arbetstagarparten efter utträdet ur de centrala förvaltningsstyrelserna, t.ex. mer konfliktinriktat?
- Hur betydelsefullt var stödet från andra intresseorganisationer och tankesmedjor såsom Timbro i opinionsbildningsarbetet?
- Upplever du att konkurrensen om mediesynlighet och agendasättande från andra intresseorganisationer (särskilt LO och TCO) ökade under din tid som VD?
- Har det blivit fler aktörer som vill påverka?

### Tema 4: Bildandet av Svenskt Näringsliv

- Varför bildades SN, vad var syftet?
- Kan man förstå bildandet av SN som en anpassning till eller logisk följd av det pluralistiska system som växte fram under 1990-talet?
- Är det korrekt att se bildandet av SN som ett ytterligare steg i avkorporatiseringsprocessen?
- Vad skulle du säga är den största skillnaden i hur SAF och SN fungerade och försökte påverka samhällsutvecklingen?
- Satsade SN särskilt på någon viss påverkansstrategi?
- Är SN mer inriktat på mediesynlighet och opinionsbildning än vad SAF var?
- Lyckas SN att sätta agendan bättre i massmedia än vad SAF gjorde?

- Har de fackliga centralorganisationerna blivit bättre på att bjuda SN på motstånd i opinionsbildningsarbetet under 2000-talet?

Sista frågan:

- När du ser tillbaka på den svenska modellens förändring från 1990-talet och framåt och reformen av SAF och SN, är du nöjd med denna utveckling och de roller som arbetsmarknadens parter har fått?

Tack, det här var mina frågor. Har du något att tillägga eller fråga?

## Intervjuguide: frågor till Janerik Larsson

*Projektnamn:* Intressegruppernas politiska påverkansstrategier efter avkorporativiseringen – En studie av LO:s och Svenskt Näringslivs påverkan genom massmedia.

*Intervjuns syfte:* Få insikter i SAF:s och SN:s påverkan genom massmedia efter avkorporativiseringen.

*Beräknad tid:* Ungefär 50 minuter.

Tema 1: Arbetet inom SAF och SN

- När började du arbeta på SAF?
- Kan du kortfattat beskriva din roll som informationsdirektör på SAF och som vice VD på SN och vad du åstadkom under denna tid?
- Vad är den största förändringen för SAF och SN under din tid i organisationerna?

Tema 2: SAF:s avhopp från de centrala statliga styrelserna

- Varför bestämde sig SAF för att lämna de centrala statliga förvaltningsstyrelserna 1991?
- Var det ett långsiktigt strategiskt beslut för att på sikt få mer inflytande genom andra kanaler?
- Vissa hävdar att beslutet var mer av en reaktion på minskat inflytande i styrelserna med ganska begränsade avsikter om att omforma arbetsmarknadsmodellen, stämmer denna bild?
- Hur länge hade det inom SAF funnits idéer och planer på att verka för en avkorporativisering?
- Fanns det med i beräkningen att den dåvarande regeringen skulle utesluta LO och TCO från förvaltningsstyrelserna om ni lämnade styrelserna?
- Hur mycket ideologi låg det bakom beslutet?
- SAF utmärkte sig tidigt som en organisation som satsade på opinionsbildning och lobbying, kan man se den tidiga utvecklingen av dessa metoder som en förutsättning för att SAF fattade beslutet att lämna verksstyrelserna?
- Fanns det en tro på att SAF skulle vara bättre rustat än de fackliga centralorganisationerna för att få inflytande med andra metoder som opinionsbildning och lobbying?

### Tema 3: Politiskt inflytande efter avkorporatiseringen

- Kan du beskriva vilka metoder och strategier SAF hade efter avkorporatiseringen för att få politiskt inflytande och påverka samhällsutvecklingen?
- Satsade SAF på någon särskild påverkansstrategi?
- Kan du beskriva hur SAF och SN arbetade med opinionsbildning och för att få genomslag i massmedia?
- Hur skiljde sig påverkansarbetet från tiden före avkorporatiseringen?
- Ansågs direkta kontakter med politiker och andra makthavare som en viktig påverkansstrategi?
- Var opinionsbildning och agendasättande viktigare strategier i det samhällssystem som växte fram under 1990-talet?
- Ansågs synlighet i massmedia och mediakontakter som en viktig kanal för opinionsbildningsarbetet?
- Förändrades kontakten med och användningen av massmedia under din tid inom SAF och SN?
- Blev det viktigare med att producera egna rapporter, opinionsundersökningar och liknande på 1990-talet och framåt?
- Var avkorporatiseringens institutionella förändringar den främsta orsaken till det förändrade i påverkansarbetet?
- Fanns det några andra bidragande faktorer till det förändrade påverkansarbetet?
- Förändrades relationen till staten och arbetstagarparten efter utträdet ur de centrala förvaltningsstyrelserna, t.ex. mer konfliktinriktat?
- Hur betydelsefullt var stödet från andra intresseorganisationer och tankesmedjor såsom Timbro i opinionsbildningsarbetet?
- Upplever du att konkurrensen om mediesynlighet och agendasättande från andra intresseorganisationer (Särskilt LO och TCO) ökade under din tid inom SAF och SN?
- Är det fler aktörer som vill påverka jämfört med tidigare?

### Tema 4: Bildandet av Svenskt Näringsliv

- Varför bildades SN, vad var syftet?
- Vad skulle du säga är den största skillnaden i hur SAF och SN fungerade och försökte påverka samhällsutvecklingen?
- Satsade SN särskilt på någon viss påverkansstrategi?
- Förändrades opinionsbildningsarbetet då SAF gick ihop med Sveriges Industriförbund och bildade SN?
- Är SN mer inriktat på mediesynlighet och opinionsbildning än vad SAF var?
- Lyckas SN att sätta agendan bättre i massmedia än vad SAF gjorde?
- Har de fackliga centralorganisationerna blivit bättre på att bjuda SN på motstånd i opinionsbildningsarbetet under 2000-talet?

### Sista frågan:

- När du ser tillbaka på den svenska modellens förändring från 1990-talet och framåt och reformen av SAF och SN, är du nöjd med denna utveckling och de roller som arbetsmarknadens parter har fått?

Tack, det här var mina frågor. Har du något att tillägga eller fråga?

## Intervjuguide: frågor till Bertil Jonsson

*Projektnamn:* Intressegruppernas politiska påverkansstrategier efter avkorporatiseringen –  
En studie av LO:s och Svenskt Näringslivs påverkan genom massmedia.

*Intervjuns syfte:* Få insikter i LO agerade och resonerade efter SAF:s styrelseavhopp och uteslutningen av dem från myndighetsstyrelserna, och om LO kompenserade förlusten av det korporativa inflytandet med mer satsningar på mediapåverkan.

*Beräknad tid:* Ungefär 60 minuter.

### Tema 1: Arbetet inom LO och LO:s förändring

- När började du arbeta inom LO?
- Kan du kortfattat beskriva din roll som LO:s ordförande 1993-2000 och vad som var den viktigaste förändringen för LO under denna tid?
- Av hur stor betydelse för LO var avkorporatiseringen i början på 1990-talet och den medföljande minskningen i institutionellt inflytande under denna tid?

### Tema 2: Uteslutningen av LO från de centrala myndighets- och verksstyrelserna 1992

- Vilken position hade du inom LO då SAF 1991 lämnade de statliga verksstyrelserna?
- Kan du beskriva hur LO reagerade på SAF:s beslut och på regeringens beslut att utesluta LO och de två andra centrala fackliga organisationerna från verksstyrelserna?
- Vad uppfattade du var den huvudsakliga orsaken till att SAF lämnade verksstyrelserna?
- Var LO beredda på att denna förändring skulle ske?
- Om så var fallet, hade LO förberett sig på något sätt?
- Uppfattade du att de fackliga organisationerna fick mer inflytande än SAF i styrelserna?
- Hade verksstyrelsernas generellt sett förlorat inflytande under 1980-talet?
- Gjorde det korporativa systemet det svårt att driva LO:s egna linje samtidigt som man hade i uppgift att verkställa regeringens beslut i myndighetsstyrelserna?
- Blandades rollen som intresseorganisation ihop med rollen som myndighetsutövare?

### Tema 3: Politiskt inflytande efter avkorporatiseringen

- Kan du beskriva följderna av att LO efter avkorporatiseringen inte längre hade lika mycket institutionellt inflytande som tidigare?
- Hade LO någon strategi för hur man skulle påverka politiken under de nya förutsättningarna då du tillträdde ju som ordförande 1993?
- Kompenserade LO sitt förlorade institutionella inflytande med någon särskild påverkansstrategi?
- Hur arbetade LO efter avkorporatiseringen för att få politiskt inflytande och påverka samhällsutvecklingen?
- Förändrades relationen till staten och arbetsgivarparten efter avkorporatiseringen, t.ex. mer konfliktinriktat?

#### Tema 4: Lobbying och informella påverkanskanaler

- Ansågs kontakter med politiker och andra makthavare som en viktigare påverkansstrategi efter avkorporatiseringen?
- Hur skaffade sig LO insyn i arbetsmarknadsverkets arbete efter avkorporatiseringen?
- Förändrades relationen till Socialdemokraterna och inflytandet genom partiet på grund av avkorporatiseringen?

#### Tema 5: Opinionsbildning och mediapåverkan

- Ansågs opinionsbildning och agendasättande i samhällsdebatten som viktiga strategier i det system som växte fram under 1990-talet?
- Tror du näringslivet och SAF var bättre förberedda än LO på att påverka genom opinionsbildning och lobbying?
- Ansågs synlighet i massmedia och mediakontakter som en viktig kanal för opinionsbildningsarbetet?
- Satsade LO mer resurser på pressavdelningen och kontakten med massmedia efter avkorporatiseringen?
- Förändrades kontakten med och användningen av massmedia under din tid som ordförande?
- Hur gjorde LO för att få genomslag i massmedia?
- Blev det viktigare med att producera egna rapporter, opinionsundersökningar och liknande efter styrelseavhoppet?
- Var avkorporatiseringens institutionella förändringar den främsta orsaken till det förändrade i påverkansarbetet?
- Fanns det några andra bidragande faktorer till det förändrade påverkansarbetet?
- Upplever du att konkurrensen om mediesynlighet och agendasättande från andra intresseorganisationer ökade under din tid som ordförande? Fler aktörer som vill påverka?
- Har LO:s position försvagats av avkorporatiseringen?

#### Sista frågan:

- När du ser tillbaka på den svenska modellens förändring från 1990-talet och framåt är du nöjd med denna utveckling och de roller som arbetsmarknadens parter har fått?

Det här var de frågor jag hade. Är det något du vill fråga om eller lägga till?