



Opinionsbildning.

"Sveriges lobbyister behöver etiska regler"

Almedalen i fokus. En stor del av lobbyisternas arbete går ut på att förklara för olika uppdragsgivare hur politiker, myndigheter och journalister faktiskt fungerar. Men lobbyisten behöver regler och lobbyisterna borde bli mer öppna, skriver statsvetaren och före detta professorn **Olof Petersson**.

En serie omsändigheter ledde till att jag blev lobbykonsult. Efter att i hast ha lämnat SNS (Studieförbundet Näringsliv och Samhälle) i höstas började jag leta efter ett nytt sätt att bidra till att samhällsforskningens resultat kommer till praktisk nytta. Jag började då ta uppdrag för en kommunikationsrådgivare med inriktning mot den offentliga sektorn.

Pengar spelar roll för alla som förvärvsarbetar. Man kan säkert bli rik inom lobbybranschen, precis som inom andra näringar. Men i praktiken rör det sig inte om några fantasibelopp utan om allmänt skäliga ersättningar för ett ofta tidspressat jobb.

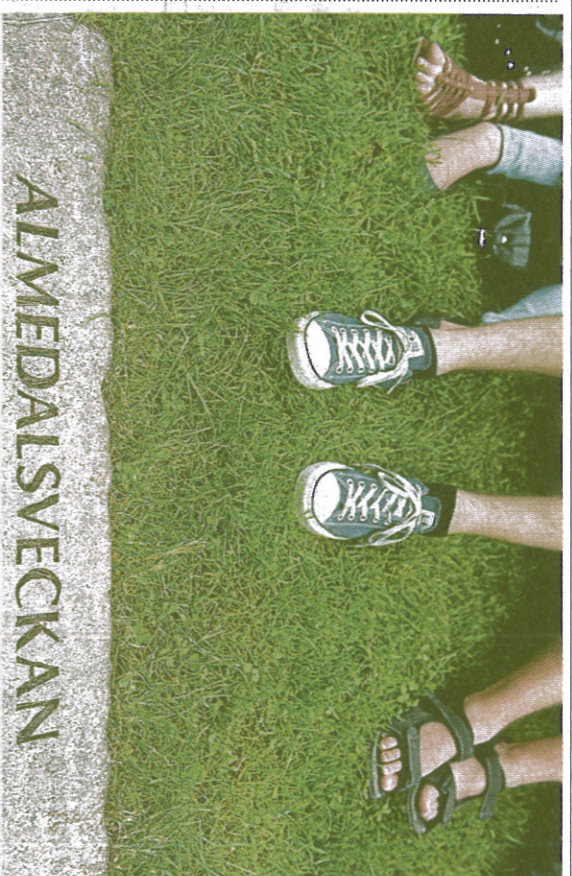
Nyfikenhet var en avgörande drivkraft. Nu fick jag tillfälle att blicka bakom kulisserna till en verksamhet som ofta ifrågasätts och ibland misstänkliggörs. Jag har själv forskat om maktspel och opinionsbildning och ville inte missa chansen att själv se hur det går till i praktiken.

Efter ett halvår kan mina erfarenheter sammanfattas i ordet besvikelse. Besvikelse över att det som pågår är så välbekant, att det inte finns några hemliga tunnlar in till maktens boningar. Jag börjar bli benägen att sätta likhetstecken mellan lobbykonsulter och folkbildare. En stor del av arbetet går ut på att pedagogiskt förklara för olika uppdragsgivare hur dagens politiker, myndigheter, journalister och sociala medier faktiskt fungerar. Mina insatser hittills har mest bestått i att hålla föredrag, ge seminarier och leda debatter, samma sak som jag gjort både på universitetet och i andra sammanhang.

Det unika med Almedalsveckan är att lobbyspellet försiggår inför öppna rida. Kämnar i verksamheten är seminarierna. Kommunikationstekniker som branding, framing och spinning i all ära, men goda argument är trots allt en avgörande maktresurs. I Sverige är sällskhet en dygd. Almedalsprogrammets företekning över de drygt 1 800 evenemangen ger en karta över vilka ämnen, organisationer och personer som är att räkna med när det gäller dagens besluts-

I kortnet. Nya maktstrukturer.

- Den korporativa beslutsmodellen har ersatts av en pluralistisk maktstruktur och i dag ägnar sig allt fler organisationer, företag och myndigheter åt lobbying. Konsulter anlitas för att få kunskaper, råd och vägledning.
- Eftersom kontakterna mellan lobbyister och politiker äger rum bakom kulisserna borde både lobbyister och politiker berätta mer öppet om sin verksamhet.
- De etikregler som Precis, pr-konsulternas förening, har utarbetat är en bra början - men liksom pressen har ett eget granskningsystem borde lobbyisterna ha en opinionsnämnd och en ombudsman, skriver Olof Petersson.



Det finns inga hemliga tunnlar till maktens boningar. Men professionaliseringen av information, påverkan och opinionsbildning skapar luckor i den svenska offentlighetsprincipen, skriver Olof Petersson.

Foto: Henrik Montgomer

fattande. Atmosfären är ofta öppenhärtig. Den som lyssnar på rätt seminarier får en rätt god bild av över vad som kommer att hända i samhället under det närmaste året.

Almedalsveckan visar också att personliga möten spelar en stor roll även i den elektroniska kommunikationens tidevarv. Redan som maktutredare fick jag lära mig att "personkemi" var avgörande för makt och inflytande i Sverige. Det finns ingen anledning att revidera denna slutsats. En nätverksanalys av vem som talar med vem i Almedalen fångar en viktig del av Makt-Sverige. Det finns lobbykonsulter som ägnar sig åt att förklara var i Visby man bör betinna sig vid vilken tid punkt på dygnet. Många av dessa möten är spontana men fler än man kunde tro är omsorgsfullt planerade. Kontaktskapande är ytterligare en del av pr-konsulternas tjänstemeny.

Naturligtvis har uppdragsgivarna sina bestämda syften. De vill bli uppmärksammade, de vill formulera ett budskap som går hem, de vill få hjälp att hitta sina målgrupper och de behöver orientera sig i ett alltmer svåröverskådligt medielandskap. Allt hop går ut på att påverka beslut. Stälvklart drivs de av en strävan efter makt och inflytande.

Att organiserade intressen försöker påverka politiken är inget nytt fenomen. Under några årtionden var de tunga intresseorganisationerna direkt indragna i den statliga beslutsprocessen genom att sitta med i utredningar och myndigheternas styrelser. Denna korporativa beslutsmodell har nu ersatts av en mer pluralistisk maktstruktur. Det innebär att ett ökande antal organisationer, företag och även myndigheter ägnar sig åt lobbying.

Det nya med lobbyverksamheten är att experterna konsulter anlitas för att få kunskaper, råd

Naturligtvis har uppdragsgivarna sina bestämda syften. De vill bli uppmärksammade, de vill formulera ett budskap som går hem, de vill få hjälp att hitta sina målgrupper och de behöver orientera sig i ett alltmer svåröverskådligt medielandskap.

och vägledning. Flera faktorer har bidragit till att professionalisera informationsverksamheten, opinionsbildning och olika former för påverkan. Den offentliga sfärens omfattning och komplexitet, de snabba omvärtdsförändringarna, kommunikationsyrkets professionalisering och europeiska upphandlingsregler är några faktorer som har lett till att en del kommunikationsstjänster numera utförs av särskilt inhyrda experter.

Det kan inte råda något tvivel om att lobbying i dag spelar en stor roll för opinionsbildning och beslutsfattande. Även om det är vanskligt att mäta makt och inflytande kan man börja jämföra lobbyister och pr-konsulter med den roll som journalister har spelat under några årtionden. Men kontakterna mellan lobbyister och politiker äger vanligen rum bakom kulisserna och är i praktiken dold för insyn.

Lobbyisten borde mer öppet berätta om sin verksamhet. Men kraven på offentlighet gäller också politiker och anställda i riksdagen och regeringskansliet. Den svenska offentlighetsprincipen har i praktiken stora luckor. En bättre dokumentation av kontakterna med påtryckare skulle förbättra insyn och underlätta ansvarstkrävande.

Lobbyismen behöver förvisso regler. Därmed är det inte sagt att staten bör gå in och reglera och registrera. Lagsiftning kan skapa fler problem än den löser. Myndighetsinspanden kan hamna i konflikt med grundlagens opinionsfriheter. Det är också svårt att utforma statliga regler så att de blir effektiva och legitima.

Lösningen är i stället självreglering.

I dag har pr-konsulternas förening Precis en uppsättning normer på sin hemsida. Det handlar främst om sekretess, metoder, ersättning, intressekonflikter och rollen som rådgivare. Detta är ett första steg men det är inte tillräckligt. Dessa normer borde utvecklas till ett tydligt system av etiska riktlinjer som täcker både lobbyister i allmänhet och pr-konsulter i synnerhet. Man borde också utnyttja sin kommunikationsskicklighet för att göra dessa etikregler mer kända och dessutom aktivt se till att de efterlevs. En möjlig förrebid är pressens etiska granskningsystem. Det skulle behövas en Lobbyisternas opinionsnämnd, kanske också en Lobbyombudsman.



Olof Petersson, statsvetare och fd professor vid Uppsala universitet. Han har tidigare varit forskningsledare vid Studieförbundet Näringsliv och Samhälle och är numera knuten till Gullers Grupp Informationsrådgivare AB.