

Masteroppgave

Politikere på vandring:

En kartleggingsstudie av stortingspolitikere – og hvilke konsekvenser overgangene fra Stortinget kan medføre for demokratiet og kommunikasjonsfaget.

Kristian Øvrebø Rindheim

**Studium: Master in Media Practices
2019**

Antall ord: 28986



Sammendrag

Denne oppgaven har kartlagt tidligere stortingspolitikere som vandrer fra parlamentet til PR-byråer og andre interesseorganisasjoner i perioden mellom 2009 og 2017. I tillegg til å finne omfanget av dette, var målet å undersøke om det kan ha konsekvenser for demokratiet og kommunikasjonsfaget. Undersøkelsen har også sett nærmere på utdanning- og yrkesbakgrunn, samt komitemedlemskap for finne ut om det har relevans for nytt yrke etter den politiske karrieren til representantene. Det ble brukt en strukturert kvantitativ metode for innsamling av data og en kvalitativ metode for å følge opp funnene gjennom intervjuer med tre PR-konsulenter, to stortingspolitikere og én politisk redaktør. Hovedfunnene viser et klart vandringmønster til PR-byråer og andre interesseorganisasjoner. Det er liten relevans mellom utdanning- og yrkesbakgrunn for nytt yrke. Fagkunnskap i form av komitemedlemskap kan imidlertid bli ansett som en viktig faktor som forklarer yrkesretningen for politikerne etter den politiske karrieren. Ut ifra et demokratisk perspektiv kan overgangene fra Stortinget i verste fall medføre en skeivfordeling av kommunikativ makt, svekkende tillit til systemet når sterke interesser vinner frem og negative konsekvenser for kommunikasjonsfaget.

Abstract

This thesis examines former Members of Parliament (MPs) of the Norwegian parliament and their transitions into the PR industry and other interest organisations in the time period between 2009 and 2017. It also seeks to evaluate how this might affect the democratic practice and the field of communication practices. Furthermore, this study examines the education and previous work background, as well as the politician's participation in parliamentary committees. To accomplish this, a quantitative method for collecting data, and a qualitative method for perusing the quantitative findings through interviews was used. Three PR-consultants, two MPs and one political editor were interviewed. This study reveals a clear transitional pattern to the PR industry and other interest organisations. It found little relevance between educational and occupational backgrounds, and their new profession. Additionally, expertise gained from participating in the committees was found to be an important likely factor for explaining the MPs new profession after leaving Parliament. From a democratic perspective, these transitions can contribute to a skewed distribution of communicative power in society, and weaken peoples trust in the system if strong interests win unfairly. This can also have negative consequences for the field of communication.

Forord

Jeg vil først og fremst rette en stor takk til veilederen min Jan Arne Halvorsen for gode og faglige diskusjoner, samt verdifulle innspill gjennom hele arbeidsprosessen.

En spesiell takk til Aleksander Heggdal for utallige innholdsrike timer på Paviljong A.

I tillegg vil jeg takke Lars Julius Halvorsen, Ana Luisa Sanchez Laws og Kristian Fuglseth som har vært viktige støttespillere gjennom studietiden min i Volda.

Takk til informantene som hadde mulighet til å bidra med sin kunnskap som uten tvil har styrket denne oppgaven med gode faglige perspektiver om fagfeltet og bransjen.

Takk til Kommunikasjonsforeningen for masterstipendet.

Og sist men ikke minst, takk til venner og familie.

Volda, 2019

Kristian Øvrebø Rindheim

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	7
1.1. Bakgrunn	7
1.2. Motivasjon.....	8
1.3. Problemstilling og avgrensning	9
1.4. Teoretisk utgangspunkt	10
1.5. Problemstilling.....	10
1.6. Inndeling av oppgaven	11
1.7. Tidligere forskning.....	11
1.7.1. Introduksjon	11
1.7.2. Lobbyismens fremvekst.....	13
1.7.3. Lobbyismens effekt	14
1.7.4. Tidligere vandringsstudier i Skandinavia.....	15
1.7.5. Springbrett til næringslivseliten	17
1.7.6. Økt etterspørsel av politisk kompetanse	17
1.7.7. Demokratiske utfordringer.....	19
1.7.8 Ønsket om reguleringer og transparens	20
2. Teoretiske perspektiver	22
2.1. Introduksjon	22
2.2. Rasjonell rekonstruksjon	22
2.3. Deliberativt demokrati	23
2.4. Den diskursteoretiske demokratimodellen.....	24
2.5. Forholdet mellom rett og moral.....	25
2.6. Kommunikativ handling.....	25
2.7. Strategisk handling	26
2.8. Diskursregler.....	27
2.9. Demokratiets institusjonelle struktur	27
2.10. Rawls` tanke om offentlig fornuft	29
2.11. Politisk kapital	30
2.12. Strategisk kommunikasjon – beste praksis	31
2.13. Etikk for kommunikasjonsarbeid.....	33
2.13.1. Internasjonale retningslinjer	33
2.13.2. Viktigheten av etikk.....	34
3. Metode	35
3.1. Valg av metode.....	35
3.2. Avgrensning.....	36

3.3. Valg av teori.....	36
3.4. Tidligere forskning.....	37
3.5. Kvantitativ undersøkelse	38
3.5.1. Variabler	38
3.5.2. Yrkesklassifisering.....	39
3.5.3. Utdanningsklassifisering.....	40
3.6. Strategisk utvalg – de som ansetter vs. de som ansettes	40
3.7. Datakvalitet	41
3.8. Kvalitativ undersøkelse.....	43
3.8.1 Informanter	43
3.8.2. Uformell intervjuing	44
3.8.3 Analyse av kvalitative data	45
3.9. Etikk for god forskningspraksis.....	46
4. Analyse	47
4.1. Lobbyisme: fordeler og ulemper	47
4.2. Åpenhet	48
4.3. Ethiske utfordringer knyttet til lobbyisme	49
4.4. Byråenes kompetansekrav	50
4.5. Om undersøkelsen.....	51
4.6. Politikernes bakgrunn.....	52
4.6.1 Utdanningsnivå og utdanningsretning	52
4.7. Nytt yrke: fokusgruppe.....	53
4.8. Andre nye relevante yrker.....	54
4.9. Relevant bakgrunn for nytt yrke	55
4.9.1. Utdanningsbakgrunn	56
4.9.2. Yrkesbakgrunn.....	56
4.9.3. Komitemedlemskap.....	57
4.10. Hvilken kompetanse gjør politikerne ettertraktet?	57
4.11. Politisk kapital – en salgsvare?	59
4.12. Kommunikasjon og påvirkningsarbeid	61
4.13. Partifordeling.....	63
4.14. Tidligere yrke vs. nytt yrke	64
5. Diskusjon.....	66
5.1. Nye funn	66
5.1.1. Overganger	66
5.1.2. Utdanning og tidligere yrke	67

5.1.3 Komitemedlemskap.....	68
5.2. Konsekvenser knyttet til overgangene.....	69
5.3. Faglig kompetanse eller politisk kapital?	70
5.3.1. Nettverk.....	73
5.4. Det demokratiske perspektivet	74
5.4.1 Tillit til systemet	76
5.5. Et negativt syn på kommunikasjonsbransjen.....	78
5.6. Transparens og reguleringer	79
5.6.1. Karantenereregler.....	80
5.7. Behov for profesjonalisering?	81
6. Konklusjon	82
6.1. Hvor er vi på vei?	82
6.2. Et steg i riktig retning	83
6.3. Den normative teoriens relevans	83
6.4. Videre forskning	85
Referanseliste	86

Figurliste

Figur 1: Det sivile samfunn og det politiske system fra et normativt perspektiv (Pedersen 2010, s. 132)	28
Figur 2: Utdanningsnivå, basert på SSBs standard for utdanningsgruppering (NUS). Oppgitt i prosent.	52
Figur 3: Utdanningsretning, basert på SSBs standard for utdanningsgruppering (NUS). Statistikken viser de ulike utdanningsretningene samlet, uten hensyn til utdanningsnivå. Oppgitt i prosent.	52
Figur 4: Nytt yrke samlet med kjønnsfordeling.	53
Figur 5: Overganger til nye posisjoner innenfor andre relevante yrker.	54
Figur 6: Relevant bakgrunn for nytt yrke. Figuren viser relevansen mellom utdanning, tidligere yrke og komitemedlemskap for nytt yrke. Oppgitt i prosent.	55
Figur 7: Yrker innenfor kommunikasjon før Stortinget er gjeldene for følgende stillinger: politisk rådgiver, kommunikasjonsmedarbeider, kommunikasjonsdirektør/sjef. Yrker innenfor kommunikasjon og påvirkning etter Stortinget, er basert på en bredere definisjon. Oppgitt i prosent.	61
Figur 8: Fordeling mellom partiene i nytt yrke innenfor kommunikasjon og påvirkningsarbeid.	63
Figur 9: Tidligere yrke vs. nytt yrke. Kategoriene tar utgangspunkt i SSBs kodeliste for yrkeskatalogen, basert på STYRK 98. Oppgitt i prosent.	64

1. Innledning

1.1. Bakgrunn

Norge er et demokratisk land som i stor grad bygger på tanken om et deliberativt demokrati, der alle skal ha like muligheter til å fremme sine argumenter og bli hørt. I et demokrati er de politiske prosessene essensielle for å sikre at rettighetene til folket blir ivaretatt i henhold til det lovverket som ligger til grunn. For å styre samfunnet mot fellesskapets beste forutsetter dette en åpen, informativ og allmenn debattarena, der rasjonelle avgjørelser er basert på konsensus blant deltakerne. For at vi skal ha tillit til demokratiet er det derfor avgjørende at de demokratiske prosedyrene følges slik at idealene og kravene kan skape harmoni i systemet, blant borgerne i samfunnet og i den større offentlighet (Rawls, 1999).

Parallelt med at samfunnet har blitt mer globalisert, har informasjonsbehovet gitt kommunikasjon en mer sentral og avgjørende funksjon. Dette har medført en økning i profesjonelle kommunikasjonsarbeidere i alle deler av samfunnet. Kommunikasjonen har blitt mer profesjonalisert, spesielt rettet mot de politiske beslutningsprosessene.

Selv om vi i dag har et åpent system der flere har muligheten til å delta og fremme sine argumenter og interesser, er det nødvendigvis ikke slik at alle blir hørt. Ekstern rådgivning fra PR-byråer har dermed fått en økt betydning og etterspørsel når ulike aktører vil bli hørt. Organisasjoner, selskaper, bedrifter, i både privat og offentlig sektor, kommuner og andre interessenter benytter seg av profesjonelle lobbytjenester når målet handler om å bli prioritert av landets øverste beslutningstakere. Gode råd kan derfor bli dyre, men i de fleste tilfeller også gjennomslagskraftige.

På den ene siden handler lobbyisme om å tilrettelegge for at ulike syn kan presenteres for politikerne, og dermed bidra til en opplyst debatt. På den andre siden vil kritiske stemmer hevde at ordningen skaper en skeivfordeling av kommunikativ makt, fordi sterke aktører med sine ressurser kan utnytte profesjonelle lobbyister for å styrke sin egen posisjon i samfunnet. Ressurssvake grupper har derfor ikke den samme muligheten til å fremme sitt syn i offentligheten overfor beslutningstakerne. utfordringen handler om at lobbyismen kan kutte svinger uten å følge de demokratiske spillereglene ved å gi beslutningstakerne et forhåndsbestemt perspektiv på en sak, før fakta og alles synspunkter er hørt. Vi har imidlertid et rammeverk som skal sikre at gode demokratiske prosesser blir gjennomført etter beste evne, der den offentlige fornuft skal tilrettelegge for de beste beslutningsprosessene som skal

sikre gode politiske vedtak som kan etterprøves av samfunnet (Rawls, 1999; Pedersen, 2010a).

Et nylig eksempel som kan illustrere kjernen av denne oppgaven er oppdrettsnæringens lobbyarbeid mot lakseskatten, et arbeid som omtales som et skoleeksempel på effektiv lobbyisme (Rydje, 2019). Ved å starte et koordinert og målrettet arbeid i grasrota som videreformet seg til et distriktsopprør, klarte de å få Høyre, Fremskrittspartiet, Venstre og Kristelig Folkeparti til å ta avstand fra forslaget, før det var ferdig utredet og offentliggjort. Flere representanter fra de respektive partiene rettet sterkt kritikk mot forslaget på landsstyremøtene, en kritikk som hadde fått grobunn lokalt før det gradvis ble løftet opp på nasjonalt nivå. Aksjonen for å stoppe forslaget som involverte flere milliarder for industrien, var regissert av interesseorganisasjonen Sjømat Norge. Med seg på laget hadde de noen av landets fremste PR-strateger, tidligere stortingspolitikere, samt lokale støttespillere. Ifølge Geir Ove Ystmark, administrerende direktør i Sjømat Norge, handlet deres arbeid om å informere politikerne, som etter hans syn er avhengig av å få innspill fra fagfolk for å fatte de beste beslutningene (Helle, Oterholm, Ytreberg & Randen, 2019).

1.2. Motivasjon

Mitt utgangspunkt for denne oppgaven baserer seg på bakgrunn av egen faglig interesse og nysgjerrighet knyttet til lobbyisme, som er en del av fagfeltet politisk kommunikasjon. Lobbyismens utvikling og de politiske overgangene virker både interessante og høyst relevante for academia og fagmiljøet i Norge. Av eksisterende forskning på feltet finner vi blant annet en norsk-svensk studie av Allern og Pollack (2014) som undersøkte overgangene fra politikken til PR-bransjen på et overordnet nivå i både Norge og Sverige. Videre har vi en større dansk studie fra Blach-Ørsten, Willig og Hemming Pedersen (2017) som undersøkte det danske politiske feltet, med et bredere utgangspunkt med flere kategorier for nye yrker knyttet til påvirkningsarbeid i Danmark. Inspirasjonen til denne oppgaven bygger derfor på dybdeinnsikten som angår bakgrunnen til politikerne i den danske studien og den demokratiske forankringen fra den norsk-svenske studien.

Motivasjonen for å fokusere primært på stortingspolitikere handler om at de for det første; er kjent i offentligheten, noe som kan gi et bedre utgangspunkt for å finne ut hvor de vandret med tanke på mediedekning. For det andre vil jeg argumentere for at det kan stilles strengere etiske krav til tidligere stortingspolitikere ettersom de har vært folkevalgte og dermed

representanter av et demokratisk mandat. I tillegg var ett av formålene å videreføre det som Fredrik Engelstad med flere har startet på, som gjelder forståelsen av ideen om den offentlige fornuft. Betydningen av dette begrepet vil jeg komme tilbake til i teorikapittelet.

1.3. Problemstilling og avgrensning

Hypotese: Basert på tidligere forskning virker det sannsynlig at det vil være et betydelig antall av politikere i oppgavens undersøkelse som går over til PR-bransjen og andre interesseorganisasjoner. Siden det er begrenset med forskning om denne delen av feltet, virker det interessant å kartlegge overgangene og holdningene i bransjen, for å videre diskutere dette opp mot normativ teori og beste praksis innenfor kommunikasjonsfaget. Jeg vil argumentere for at vi trenger å vite mer om dette feltet for å skape tillit og legitimitet til den demokratiske styreformens. Det kan i tillegg ha en større samfunnsmessig betydning ettersom studien involverer personer som har vært en sentral del av Norges styresmakter over lengre tid. På bakgrunn av dette vil jeg rette et kritisk blikk mot dagens utvikling og legge et grunnlag for videre forskning.

For å innhente nye data om politikernes vandringmønster fra Stortinget, ble det brukt en strukturert kvantitativ forskningsmetode som identifiserer overgangene i perioden mellom 2009 og 2017. Dataresultatet dannet videre grunnlaget for å gjennomføre kvalitative dybdeintervju med representanter fra både PR-bransjen og politikken som følger opp funnene. Jeg vil derfor undersøke både de som ansettes (politikere) og de som ansetter (PR-byråene). For å finne ut hvilke kriterier og krav som er gjeldene i byråene vil synspunkter fra PR-konsulenter benyttes fra de kvalitative intervjuene. Dette vil fungere som et utgangspunkt for å finne ut om byråenes krav samsvarer med resultatet fra den kvantitative undersøkelsen med hensyn til utdanningsbakgrunn, tidligere yrke og fagkunnskap i form av komitemedlemskap. I denne sammenheng vil innsikten og synspunktene til to aktive stortingspolitikere og én politisk redaktør også være et viktig kunnskapsgrunnlag for den totale helhetsvurderingen.

Jeg vil dermed benytte to ulike tilnæringer for å svare på problemstillingen og forskningsspørsmålene. I den første delen skal jeg ved bruk av en deskriptiv tilnærming beskrive dataresultatet og relevante deler fra de kvalitative intervjuene knyttet til overgangene. Videre skal jeg bruke en normativ tilnærming i et større demokratisk perspektiv for å diskutere verdien og betydningen av faglig innsikt i forhold til den politiske kapitalen,

samt hva som taktisk blir vektlagt mot det som ideelt sett burde vektlegges i ansettelsesprosesser av tidligere stortingspolitikere.

1.4. Teoretisk utgangspunkt

For å besvare problemstillingen, vil det teoretiske rammeverket som benyttes hovedsakelig bestå av deliberativ demokratiteori, med hovedvekt fra John Rawls, Jürgen Habermas og Fredrik Engelstad, samt Pierre Bourdieus fremstilling av politisk kapital og teori om beste praksis for kommunikasjonsarbeid fra Ralph Tench, samt Larssons etiske perspektiver. Disse teoriene er grunntanker som legger føringer for analyse og diskusjon gjennom oppgaven, og brukes aktivt som kritisk teori for å belyse og forklare utviklingen, der dagens situasjon vil vurderes ut ifra et normativt perspektiv og innsikten fra den offentlige fornuft.

1.5. Problemstilling

Jeg har med bakgrunn av elementene presentert innledningsvis kommet fram til følgende problemstilling:

Hva er omfanget av stortingspolitikere som går over til PR-byråer og andre interesseorganisasjoner – og hvordan kan det tenkes at det påvirker tilliten og legitimiteten til den demokratiske styreformen?

For å svare på dette vil jeg undersøke følgende forskningsspørsmål:

S1: Hvor mange stortingspolitikere gikk fra politikken til PR-byråer, interesseorganisasjoner og NGO-er i perioden mellom 2009 og 2017?

S2: Hvilken bakgrunn har politikerne med hensyn til utdanning, tidligere yrke og komitemedlemskap?

S3: Hvilke yrker går politikerne til når de forlater Stortinget?

S4: Hvilke demokratiske konsekvenser kan vandringen og forflytning av politisk kapital medføre?

1.6. Inndeling av oppgaven

Jeg vil starte med å presentere tidligere forskning med hensyn til vandringsstudier i Skandinavia som vil være en innledende del av oppgaven. Dernest vil de teoretiske perspektivene presenteres, før jeg starter med å analysere funnene fra den kvantitative undersøkelsen. I analysekapitlet vil også de kvalitative intervjuene brukes aktivt. I den siste delen av oppgaven vil funnene fra analysen diskuteres opp mot teorien, før jeg gjør en oppsummering og konklusjon.

1.7. Tidligere forskning

1.7.1. Introduksjon

Litteraturen¹ om lobbyisme kan ifølge Ihlen & Gullberg (2015) deles inn i fem hovedkategorier og i denne oppgaven vil jeg ta utgangspunkt i den femte litteraturkategorien; lobbyismens plass i demokratiet, og forholdet mellom lobbyisme, korporatisme, pluralisme og saksnettverk (Ihlen & Gullberg 2015, s. 236). Viktige bidragsytere på feltet i nordisk sammenheng og som har vært relevant for oppgaven er: Espeli (1999), Gullberg & Helland (2003), Rommetvedt (2005), Allern (2011, 2015.), Allern & Pollack (2014, 2018), Blach-Ørsten, Willig og Hemming Pedersen (2017). I tillegg viste Ihlen & Gullberg (2015) en oversikt over forskningen som er gjort på lobbyisme i Skandinavia. Kapitlet vil startes med vid oversikt over feltet og deretter gå inn på de spesifikke delene som vil være gjeldende for min problemstilling.

Ifølge Ihlen & Gullberg finnes det ulike historier om hvordan betegnelsen lobbyisme oppsto. Noen hevder at det var inngangspartiet, eller nærmere bestemt lobbyen, til det britiske parlamentet som gav opphav til betegnelsen lobbyisme eller korridorpolitikk (Ihlen & Gullberg 2015:2). Espeli (1999) på sin side argumenterer for at selve substantivet «lobby» er den opprinnelige betegnelsen på området i den amerikanske kongressen hvor de folkevalgte møtte folk utenfra. Selv om det er ulike historier rundt selve betegnelsen, ble ordet lobby opprinnelig brukt om påvirkning av medlemmer av den lovgivende forsamling (Espeli, 1999, s. 15). Formålet med lobbyisme er dermed å påvirke offentlige beslutninger, enten på politisk eller administrativt nivå (Gullberg & Helland 2003, s. 9). Ifølge Rommetvedt er lobbyisme en

¹ Alle engelskspråklige tekster er oversatt av forfatter. Dette er også gjeldene for de teoretiske perspektivene.

form for politisk innflytelse som i mindre grad er institusjonalisert, mindre formell og uten forhandlingsforpliktelser (Rommetvedt, 2005, s. 751).

Lobbyvirksomhet rettet mot Stortinget forstås som:

De forsøk organiserte interesser (bedrifter, organisasjoner, institusjoner), eller aktører på vegne av disse, gjør med sikte på å påvirke Stortingets dagsorden, beslutninger og formelle vedtak gjennom direkte kontakter og henvendelser av skriftlig og muntlig karakter til Stortinget, dets formelle beslutningstakere og deres rådgivere. Siktemålet med påvirkningsforsøkene er vanligvis og særlig sett i lengre perspektiv, at Stortinget fatter avgjørelser som helt eller delvis oppfyller målsettingene til de som står bak påvirkningsforsøkene – Espeli (1999, s. 12).

Espeli mener muligheten til å kunne påvirke de politiske beslutningstakerne til egen eller andres fordel blir ansett som en grunnleggende rettighet i et demokratisk samfunn (Espeli, 1999, s. 25). Lobbyvirksomhet blir derfor betraktet som «en demokratisk rett» vi må ta vare på. Samtidig påpeker Espeli at lobbyvirksomhet ikke nødvendigvis virker nøytralt i forhold til den likestilte innflytelse borgerne i utgangspunktet har ved stemmeurnen, hvor en mann eller kvinne tilsvarer én stemme. Dermed kan den slik sett ha uheldige konsekvenser ut fra en demokratisk synsvinkel, ifølge Espeli. (Espeli, 1999, s. 25).

Basert på eksisterende forskning mener Ihlen & Gullberg at lobbyisme i hovedsak bedrives av organiserte interesser i en bredere forstand; bedrifter, organisasjoner og institusjoner, gjennom egne representanter eller eksterne PR-rådgivere (Ihlen & Gullberg, 2015, s. 234).

Videre argumenterer Espeli for at en må skille mellom kontakten enkeltpersoner og organiserte aktører har med folkevalgte representanter. I denne sammenheng viser Ihlen & Gullberg til den offentlige utredningen om statens karanteneregler; Når aktører fremmer en sak på vegne av en enkeltperson i møte med beslutningstakere vil dette bli oppfattet som lobbyvirksomhet og omfanget av involverte parter vil eventuelt styrke definisjonen. I andre tilfeller der private enkeltindivider møter beslutningstakere for å fremme sine argumenter blir dette imidlertid ikke oppfattet som samme type aktivitet (Ihlen & Gullberg, 2015). I et annet synspunkt fra Espeli blir de politiske partiene ikke ansett som lobbyister fordi de selv er en del av beslutningsprosessene, mens kommuner og fylker som ønsker å påvirke nasjonalt bør inkluderes i en definisjon av lobbyaktører (Espeli, sitert i Ihlen & Gullberg 2015, s. 233-234).

Ifølge Ihlen & Gullberg (2015) blir lobbyisme ofte sett på som et pluralistisk alternativ til den korporative kanal, eller organisasjonskanal.

Overgangene fra politikken til PR-bransjen startet på midten av 90-tallet og skjøt deretter fart etter årtusenskiftet (Allern, 2015). Siden den gang har pressen, radio og TV publisert en rekke negative oppslag om PR-bransjens ekspansjon i politikken. I media har interessegrupper og lobbyister blant annet blitt karakterisert som egoistiske ettersom de setter sine egne interesser framfor andres (Allern & Pollack, 2018, s. 8). Disse jobbskiftene har i tillegg ført til debatter både om politisk etikk, lovgiving og regelverk (Allern, 2015). Ihlen & Gullberg mener lobbyisme på en og samme tid er et kritisert og ønsket innslag i det politiske systemet (Ihlen & Gullberg, 2015, s. 232).

1.7.2. Lobbyismens fremvekst

I likhet med de andre nordiske landene, har svingdør-trafikken mellom PR, politikk, medier og forvaltning blitt vanligere i Norge (Allern, 2015). Selv om disse overgangene blir mye omtalt i offentligheten, spesielt i tilfeller hvor toppolitikere er involvert, er det likevel begrenset med forskning på feltet som omhandler lobbyisme i Skandinavia (Allern & Pollack; Ihlen & Gullberg; Blach-Ørsten, Willig & Hemming Pedersen). En av grunnene til det kommer av at tidligere PR-politikere blir rekruttert fram og tilbake i politikken, spesielt i perioder med regjeringsskifter, noe som gjør det vanskelig å kartlegge PR-bransjen på et individuelt nivå. Denne typen forskningsarbeid kan ifølge Allern og Pollack karakteriseres som å skyte på et objekt i bevegelse (Allern & Pollack, 2014, s. 11).

Det finnes imidlertid noen studier i Skandinavia som har gjort et forsøk på å kartlegge overgangene fra politikken til PR-bransjen. Flere forfattere viser til Espeli (1999) som kanskje den viktigste overordnede studien om lobbyisme i Norge. Ifølge Espeli (1999) gjorde lobbyismen sitt inntog på 1970-tallet da to av de norske oljeselskapene, Statoil (Equinor) og Hydro, begynte systematisk å opprette kontakt med den norske stat – en utvikling som fortsatte på 90-tallet. Ihlen og Gullberg (2015) viser til den samme utviklingen. De konkluderte med at lobbyisme i norsk sammenheng hadde en vekst fra 1970-tallet og fremover hvor lobbyisme ble mer profesjonalisert (Blach-Østen, Willig & Hemming Pedersen, 2017). I tillegg ble lobbyvirksomhet som forskningstema mer utbredt innenfor norsk samfunnsforskning på slutten av 90-tallet (Gullberg & Helland, 2003, s. 20).

Allern (2015) viser til tre mulige årsaker for å forklare framveksten til lobbyisme i norsk sammenheng: den første potensielle grunnen handler om hvordan offentlig sektor har blitt mer markedsorientert og har dermed ført til et behov for mer profesjonell kommunikasjon. For det andre; medialisering av politikken har økt fokuset på det offentlige og private imaget til aktører og deres evne til å kommunisere med offentligheten via media. Det siste punktet viser til nedgangen av korporatisme av den norske stat (Blach-Ørsten, Willig & Hemming Pedersen, 2017). Den sistnevnte faktoren har vært en gjennomgående forklaring til lobbyismens vekst i den eksisterende litteraturen.

Antallet av korporatistiske avtaler som offentlige utvalg, styrever og komiteer med medlemmer fra interesseorganisasjoner har blitt betraktelig redusert i Norge, og på slutten av 90-tallet var antallet halvert. Dette har ført til en omfattende reduksjon i tilgangen til offentlige styresmakter gjennom institusjonaliserte avtaler og det ble dermed en økning i lobbyaktivitet rettet mot den offentlige administrasjonen og parlamentet (Rommetvedt, 2005). Den omfattende administrative korporatismen har ifølge Rommetvedt (2005) delvis blitt erstattet av den økende parlamentariske og administrative formen for lobbyisme.

Østerud, Engelstad & Selle mener også at det norske samfunnet har blitt mer mediefiksert, da de politiske partiene har blitt mindre massepartier og mer mediepartier som legitimerer seg gjennom massemedia når medlemsgrunnet er krympet og velgerne ikke lenger er lojale (Østerud, Engelstad & Selle, 2003). Politikens medialisering har i tillegg ført til større etterspørsel av kommunikasjonsarbeidere i selskaper og gitt lobbyrådgiving økt betydning (Allern & Pollack 2018, s. 13). Engelstad (2015) mener at store bedrifter og forvaltningsorganer opplever i økende grad et press som angår deres legitimitet, hvor de blant annet må informere om sin løpende virksomhet og fremtidsplaner. Dette blir beskrevet som en glidende overgang fra å fremstille seg som ansvarlig samfunnsaktør til å arbeide med strategier for interesseheving og drive lobbyaktivitet (Engelstad, 2015, s. 4). Dette medfører, som Allern & Pollack også påpeker, at informasjonsavdelingene og kommunikasjonsbyråene vokser, både i det økonomiske liv og i forvaltningen (Engelstad, 2015, s. 4).

1.7.3. Lobbyismens effekt

Hvis tilfellet skulle være at byråene bidrar til "å flytte makt", mener Allern det vil skje til fordel for de som betaler regningen. PR-byråenes rolle i politikken og samfunnslivet er noe som er godt belyst i media, men begrenset som gjenstand for forskning (Allern, 2015, s. 130).

Lobbyismens omfang sier dermed ikke nødvendigvis noe om dens innflytelse (Ihlen & Gullberg, 2015, s. 237).

Rapporten til Gullberg & Helland (2003) viste at 37,5 prosent av stortingspolitikerne mente at de profesjonelle lobbyistene hadde meget eller nokså meget stor grad av innflytelse i en spesifikk sak de ble bedt om å vurdere dette. For private bedrifter var resultatet om lag 36 prosent, mens arbeidstakerorganisasjonene ble vurdert som innflytelsesrike av 58 prosent av representantene. Gullberg & Helland mener at det er lite som tyder på at profesjonelle lobbyister har mulighet til å oppnå politisk makt, fordi det ikke fremkommer noen åpenbare forskjeller i kontaktmønsteret mellom ledere som benytter seg av profesjonelle lobbyister og ledere som ikke gjør det. De konkluderer videre at det er svært usikkert om kjøp av disse tjenestene kan resultere i makt for den som betaler (Gullberg & Helland, 2003, s. 128).

I internasjonal sammenheng avdekket imidlertid en tysk journalisert at flere endringer og tillegg i EU-parlamentets *General Data Protection Regulation* (GDPR) i stor grad var direkte kopiert fra lobbyorganisasjoners forslag. I den samme konteksten ble det avslørt at det britiske parlamentet i Brussel hadde kopiert 25 prosent av endringene fra lobbydokumenter som var produsert av Amazon, eBay og andre lobbyvirksomheter (Allern & Pollack, 2014, s. 17).

1.7.4. Tidligere vandringsstudier i Skandinavia

Ifølge Blach-Ørsten, Willig & Hemming Pedersen (2017) har det vært svært få studier i Skandinavia som har prøvd å kartlegge hvilke politikere og hvor mange som faktisk har gått gjennom «svingdøren». Gullberg & Helland argumenterer for at det korporative systemet er godt utforsket mens de beskriver den profesjonelle lobbyismen som noe relativt nytt i samfunnsforskningen (Gullberg & Helland, 2003, s. 5). I gjennomgangen av eksisterende studier vil som nevnt tidligere den danske undersøkelsen særlig vektlegges på bakgrunn av oppgavens utgangspunkt.

I 2014 gjennomførte Allern & Pollack en studie som undersøkte tidligere politikere som gikk over til PR-bransjen og lobbyvirksomhet, i både Norge og Sverige. Våren 2014 jobbet mer enn halvparten av 90 konsulenter med politisk erfaring i fem store PR-byråer. Av disse kom den største andelen fra Arbeiderpartiet, etterfulgt av Høyre (Allern & Pollack, 2014).

I Sverige viste resultatet at 224 tidligere svenske politikere på daværende tidspunkt jobbet som konsulenter i PR-byråer som tilbydde lobbyrådgiving. Blant disse hadde 85 prosent vært aktive i Moderaterna, Socialdemokraterna og Liberalerna, hvor Moderaterna var det klart

største «PR-partiet» (Allern & Pollack, 2018, s. 17). Grunnen til at de fleste av konsulentene hadde en tilknytning til det konservative partiet, som står i kontrast i forhold til Norge, kan forklares med deres sterke tilknytning til grunnleggerne av PR-industrien i Sverige (Allern & Pollack, 2014).

Fra begynnelsen av 90-tallet kunne de registrere det som betegnes som svingdør-aktivitet i Danmark (Blach-Ørsten et al., 2017), noe som samsvarer med den norske ekspansjonen av lobbyisme som Espeli (1999) og Ihlen & Gullberg (2015) har dokumentert.

Selv om den danske studien kunne registrere økt «svingdør-aktivitet» var 89 prosent av de nye jobbene utenfor kategorien lobbyisme, elleve prosent av tilfellene kunne relateres til en bredere kategori av profesjoner og to prosent kunne knyttes direkte til lobbyisme. Funnene viste altså at en stor andel tiltrer i nye posisjoner utenfor kategoriene med lobbyisme, foreninger, tankesmier og interessegrupper. De som forlot politikken returnerte istedenfor til, eller fant nye posisjoner som lærere, politi eller sykepleiere. Et annet signifikant antall vendte tilbake til politikken på et regionalt eller lokalt nivå. Dernest var det andre som ble politisk valgt til ulike komiteer innenfor eksempelvis regjeringen eller EU. (Blach-Ørsten, Willig & Hemming Pedersen 2017, s. 26-30).

De to største partiene det var flest representanter fra var Sosialdemokratene og Venstre. De danske politikerne som gikk gjennom «svingdøren» var altså både representert på venstre og høyre side i politikken. Totalt var det flest representanter som forlot Folketinget fra sentrum-venstre, som fikk en posisjon innenfor lobbyfirmaer, foreninger, interessegrupper og tankesmier (Blach-Ørsten et al., 2017, s. 28). Et interessant funn viser likevel at det var flest representanter fra sentrum-høyre partiene som jobbet med spesifikt lobbyisme i ettertid (Blach-Ørsten et al., 2017).

Blant representantene som fikk en posisjon innenfor lobbyfirmaer, foreninger, interessegrupper og tankesmier, hadde 52 prosent en utdanning fra universitetet. I likhet med den svenske studien, var majoriteten av danske politikere som gikk gjennom «svingdøren» blant de som var høyest utdannet på Folketinget. Selv om jobbposisjonene ikke handler direkte om lobbyisme, vil det å jobbe innenfor tenketanker, foreninger og interesseorganisasjoner muligens involvere elementer fra lobbyisme (Blach-Ørsten et al., 2017).

1.7.5. Springbrett til næringslivseliten

Svingdøren som betegnelse omhandler ikke bare overgangene mellom politikken og PR-bransjen, men også andre karriereveier til og fra partier, store foretak, interesseorganisasjoner, fagforbund, tankesmier og media (Allern & Pollack, 2018, s. 15). Den siste norske maktutredningen viste at en større andel av tidligere politikere ble direkte rekruttert til høye stillinger i næringslivet, til dels som klare interesserepresentanter overfor offentlige, dels som profesjonelle informatører og lobbyister (Østerud et al. 2003).

Den norsk-svenske studien som ble gjennomført av Allern & Pollack viser også at det har blitt vanligere å gå videre fra konsulentjobber til andre lederstillinger. Maktutredningens hovedrapport fra Sverige viste at det i hovedsak var to veier til makten, via "*borgerlighetens og arbetarrörelsens*" organisasjoner. På 2000-tallet kunne den sistnevnte organisasjonen være et springbrett til en posisjon i næringseliten (Allern & Pollack, 2018, s. 8). I 2014 hadde om lag 70 tidligere svenske politikere gått fra å være PR-konsulenter til lignende posisjoner som er nevnt i avsnittet ovenfor (Allern & Pollack, 2018, s. 16).

1.7.6. Økt etterspørsel av politisk kompetanse

Allern (2015) skiller mellom to typer ekspolitikere i PR-byråer; Den ene kategorien er frontlinjepolitikere – tidligere representanter for sine partier i en ledende posisjon, eksempelvis statsråder, statssekretærer eller folkevalgte. Den andre kategorien er de som har bakgrunn som politiske rådgivere. I motsetning til den første kategorien, er rådgiverne lite kjent i offentligheten, men har sine styrker og erfaringer fra politikken bakrom. Tidligere politikere er i korte trekk ettertraktet fordi de har systemkunnskap, erfaring i politisk analyse, evne til å tenke strategisk og har mulighet til å utnytte bekjentskaper og nettverk (Allern, 2015, s. 127). Det er i hovedsak flere som går til kommunikasjonsbransjen enn tilbake igjen (Bonde, 2018).

En mulig årsak til at politikere og politiske rådgivere velger å forlate politikken kan først og fremst forklares på bakgrunn av at de ikke blir gjenvalgt eller at de mister sin stilling på grunn av regjeringsskifte. Siden en konsulentstilling gir de muligheten til å fortsatt jobbe med politikk kan dette være en faktor som forklarer noe av motivasjonen bak sidebyttet. I tillegg kan det være økonomiske motiv bak avgjørelsen ettersom konsulentstillingene er godt betalt arbeid (Allern, 2011, s. 134). Bonde (2018) mener også at lønningene kan være en åpenbar forklaring, samtidig som det er en mulighet til å unnsnippe mediepress samt det å ta hensyn til

partidemokratiet. Ifølge Bonde kan noe av tilfellet være det samme for overgangene til næringslivet:

Legger man til at lønningene i næringslivet er høyere enn i partiene, er det logisk at trafikken fra næringsorganisasjoner til Stortinget er relativt liten, men den er langt større andre veien – Bonde (2018, s. 2).

Opprettholdelse av partimedlemskap kan derfor bli sett på som en strategisk ressurs. Om partiet eller regjeringskoalisjonen deres vinner et valg, vil det åpne for å returnere til politikken i form av nye karrieremuligheter som rådgivere i et departement eller i de parlamentariske gruppene (Allern & Pollack, 2014, s. 14).

Rådgiving om lobbyarbeid og praktisk hjelp til å utarbeide forslag samt etablere kontakter, har ført til en ekspansjon i markedet hvor kunnskaper og kompetanse om politikk og politiske prosesser har blitt en vare til salgs for de som har kapital til å kjøpe det (Allern & Pollack, 2018, s. 10). Ifølge Allern & Pollack er det langt færre som er politisk aktiv i forhold til tidligere, noe som medfører at det er færre enn før som har kunnskap om politiske beslutninger. De mener derfor at det ville vært langt vanskeligere å selge denne typen kompetanse for bare noen tiår tilbake, fordi det var mer allmenn kunnskap og flere var en del av de ulike politiske nettverkene. Når færre besitter denne kunnskapen i dag fører det til en økning i etterspørselen for markedsbaserte kommunikasjonstjenester (Allern & Pollack, 2014, s. 12).

I konkurransen om offentlige midler har organisasjoner blitt mer bevisste og avhengige av å drive systematisk og aktivt påvirkningsarbeid mot Stortinget, regjeringen og byråkratiet. I denne kampen om ressurser og innflytelse har spesielt synlighet i mediene blitt en stadig viktigere prioritering, der det strategiske behovet har vært medvirkende for vekst i informasjon- og kommunikasjonsavdelinger (Figenschou & Larsen, 2015). Ifølge Østerud, Engelstad & Selle (2003) er det ikke lenger like selvsagt at de største organisasjonene har mest politisk innflytelse. Forholdet mellom organisasjoners størrelse og politiske innflytelse har blitt mer asymmetrisk, noe som har ført til at mindre organisasjoner kan ha større politisk påvirkningskraft i forhold til tidligere. Østerud med flere mener derfor at dette har gjort at fåtallet av personer som besitter kunnskap om hvordan opinionen, politikere og styringsverket eller bedriftseiere skal lytte til deres argumenter, har i større grad blitt viktigere (Østerud, Engelstad & Selle, 2003, s. 146).

1.7.7. Demokratiske utfordringer

På den ene siden blir lobbyisme ansett som en viktig del av demokratiet. Lobbyister kan fremlegge nye argumenter, andre perspektiver og tydeliggjøre konflikter blant aktører før en avgjørelse blir vedtatt, noe som beskrives som et klassisk argument for den demokratiske verdien (Allern & Pollack, 2014, s. 16). Basert på ulike studier om forholdet mellom politikere og lobbyisme i Danmark og Sverige fremkommer det at politikerne har et positivt syn på lobbyisme. Et viktig argument er at politikerne nettopp får ny informasjon og fakta å jobbe med (Blach-Ørsten, Willing & Hemming Pedersen, 2017, s. 25). I Norge har også stortingspolitikere og ledere i næringslivet vært positivt innstilt til virksomheten. I en undersøkelse viste resultatet at 59,3 prosent av lederne og 65,5 prosent av stortingspolitikerne var helt eller delvis enig i at profesjonell lobbyisme kunne bidra til at viktige saker ble grundigere belyst (Gullberg & Helland, 2003, s. 127-128).

På den andre siden har lobbyvirksomheten i Norden blitt karakterisert med manglende transparens og reguleringer samt åpenhet knyttet til de politiske prosessene (Allern & Pollack, 2014; Ihlen & Gullberg, 2015). Kritikere trekker frem at aktiviteten gjerne foregår i det skjulte, og at den kan være med på å forrykke maktbalansen til fordel for aktører som er ressurssterke og har gode kontakter. Ifølge Ihlen & Gullberg handler et sentralt spørsmål om lobbyisme er med på å vri maktbalansen til fordel for dem som har mye økonomisk makt og evner til å utnytte kanalen. Når lobbyvirksomheten i stadig større grad kommersialiseres, mener de denne tendensen kan bli forsterket (Ihlen & Gullberg, 2015, s. 232-233).

Ifølge en svensk konsulent (Allern & Pollack, 2014) skal alle ha en mulighet for å bli hørt, noe som er en av de grunnleggende basispilarene i et demokrati. Dette idealet vil imidlertid bli undergravet om ikke alle verktøyene for kommunikasjon er tilgjengelig for alle, noe som også gjelder for interesseorganisasjoner med mindre økonomiske ressurser (Allern & Pollack, 2014, s. 16). I et økonomisk perspektiv vil lobbykostnadene i en korporativ sektor være ansett som en investering, mens lobbykostnader for NGO-er og andre ikke-kommersielle organisasjoner er i de fleste tilfeller ansett som en utgift (Allern & Pollack, 2014, s. 5). I denne sammenheng kan det dermed være aktuelt å nevne Stein Rokkans kjente sitat fra 1960 – *stemmer teller, ressurser avgjør*.

Når det gjelder det positive argumentet for at lobbyisme kan bidra til å belyse saker, er denne praksisen noe som også har vært kritisert og debattert. På samme måte som at medieorganisasjonene blir tilsendt fakta, figurer og dokumenter, kan politikerne få informasjon i form av forslag, argumenter, tabeller og kommentarer som kan klippes og limes til deres egne politiske forslag. Ifølge Allern & Pollack kan det i begge tilfeller være mangel på kildekritikk (Allern & Pollack, 2014, s. 16-17).

Som politiker er ikke stemmer og politiske beslutninger til salgs, noe lobbytjenester er. Politikere og politiske rådgivere som representanter av et demokratisk mandat, selger sin politiske kapital som en kommersiell tjeneste på et marked i bytte mot betaling (Allern & Pollack, 2014, s. 16). Politikere som hopper over til kommunikasjonsbransjen tar ikke bare med seg kunnskap om politiske beslutningsprosesser generelt, men også nettverk og kunnskap om konkrete saker under behandling (Ihlen & Gullberg, 2015, s. 2-3). Forfatterne mener det er flere eksempler hvor tidligere nettverk, kunder og politiske ansvarsområder har ført til integritetsproblemer i sin nye jobb som konsulenter (Allern & Pollack, 2014, s. 15). I denne sammenheng stiller Allern & Pollack et viktig demokratisk spørsmål:

Når politisk rådgiving og lobbyarbeid blir en handelsvare, hvilke langsiktige effekter har det på velgernes tillit til politikk og politikerne? Hva gjør det med borgernes tiltro til demokratiet når tidligere politiske motstandere går hånd i hånd og mot betaling gir kunder politiske råd – til og med i saker hvor de tidligere har representert motsatte standpunkter? – Allern & Pollack (2018, s. 27).

I PR-byråene blir det gjort strategiske valg ved å sette sammen team med konsulenter fra begge sider av den politiske aksene. I en tidligere studie trekker en norsk konsulent frem at de alltid prøver å sette sammen arbeidsgrupper som kan bistå kunder med innsikt fra alle de ulike delene av de politiske spektrum (Allern & Pollack, 2014, s. 14).

1.7.8 Ønsket om reguleringer og transparens

Ett av premissene for den normative fornuften krever at lobbyaktiviteten er offentlig og transparent (Allern & Pollack, 2014, s. 16). I debatten om svingdører; politikere som går til kommunikasjonsbransjen og kommunikatorer som går inn i politikken, er det reist krav om at kundelistene til kommunikasjonsbyråene må bli offentlig og at det må innføres karantenetid for personer som har vært en del av politisk ledelse: statsråder, statssekretærer og politiske

rådgivere. Et konkret forslag som har blitt fremmet av politiske partier, media og offentligheten er opprettelse av et register som viser kontakten mellom lobbyister og de folkevalgte (Ihlen & Gullberg, 2015, s. 2-3). Forslag for en lobby-regulering og et lobbyregister har imidlertid blitt avslått av lovgivere både i Norge og Sverige ved flere anledninger. Norge har likevel i motsetning til Sverige innført karanteneregler for politikere som forlater en regjeringssposisjon (Allern & Pollack, 2014, s. 6).

Bjarne Håkon Hanssens overgang fra politikken til PR-bransjen er et kjent eksempel som kan illustrere viktigheten av karantenereglene. I 2009 forlot Hanssen sin post som helseminister og ble en av grunnleggerne av PR-byrået First House, noe som skapte sterke reaksjoner blant politiske kollegaer og i den offentlige debatt. Kritikken handlet i hovedsak om at First House fikk barnehageselskapet Espira som kunde, som ønsket å stoppe lovforslaget om utbyttebegrensning for barnehageeiere. I dette arbeidet hadde Hanssen en viktig rolle ettersom han tidligere hadde deltatt i regjeringens arbeid med barnehagemeldingen og finansieringsordningene. Selv om Hanssen ble beskyldt for å lobbyere mot sin egen regjering, hadde han likevel ikke brutt noen formelle regler slik det ble beskrevet i media – det har imidlertid blitt beskrevet som manglende politisk moral (Allern, 2011, s. 135-136).

Siden Hanssens overgang kan det være nærliggende å argumentere for at svingdøren mellom politikken og PR-bransjen har fått et sterkere kritisk blikk mot seg, hvor det stadig blir fremmet forslag for nye reguleringer.

I Sverige er situasjonen annerledes, hvor spørsmålet knyttet til karanteneregler for politikere og høytstående tjenestemenn som går over konsulentbransjen og toppjobber i det private næringsliv fortsatt har til gode å bli besvart i Riksdagen. Selv om praksisen er godt belyst gjennom ulike studier; Aftonbladet sin omfattende granskning i 2013 viste at hver tredje politiker blir lobbyist, har overgangene skjedd uavbrutt og uten hindringer. I denne sammenhengen har Sverige mottatt kritikk fra Europarådets organ for korrupsjonsovervåkning (Allern & Pollack, 2018, s. 9).

2. Teoretiske perspektiver

2.1. Introduksjon

Ifølge Rasch (2004) er det tre stikkord som beskriver hovedretningene innenfor demokratiteorien: konkurranse, deltakelse og deliberasjon (Midgaard & Rasch, 2004, s. 15). Den teoretiske retningen for denne oppgaven vil ta utgangspunkt i sistnevnte stikkord; deliberasjon. I denne sammenhengen vil deler av den deliberative demokratiteorien og innsikten om offentlig fornuft primært hentes fra Erik Oddvar Eriksen (1995, 1999), Jürgen Habermas, John Rawls (1999), Jørgen Pedersen (2010) og Fredrik Engelstad (2015). I tillegg vil det teoretiske perspektivet om politisk kapital fra Bourdieu fremlegges. Jeg vil avslutte med å se nærmere på beste praksis innenfor kommunikasjonsyrket med hensyn til strategisk kommunikasjon, fra Ralph Tench (2017) og etikk fra Larsson (2014), samt internasjonale etiske retningslinjer. Kritikere vil kanskje oppfatte Habermas og Rawls sine teorier som nærmest utopiske tankeeksperiment, men de er likevel godt forankret innenfor samfunnsforskningen, og inneholder flere grunnleggende samfunns-elementer som et demokrati er bygget på.

Jeg vil argumentere for at lobbyisme kan defineres som en aktivitet som er en del av de demokratiske prosessene. På den ene siden kan den brukes til noe godt og tilrettelegge for at flere stemmer blir hørt, men på den andre siden kan den brukes til å kortslutte demokratiske praksiser. Jeg vil derfor bruke teorier om beste praksis for kommunikasjonsarbeid og demokratiske prosesser, for å diskutere dette i henhold til problemstillingen og forskningsspørsmålene.

2.2. Rasjonell rekonstruksjon

Habermas sin metode går ut på å gjøre implisitte idealer i sosiale praksiser eksplisitt. I likhet med Habermas ønsker jeg å bruke et tilsvarende utgangspunkt ved å trekke frem disse idealene i lyset, der det etableres en mulighet for å benytte teoriene kritisk til diskusjonen av dataresultatet. Disse idealene er ifølge Habermas en integrert del av sosiale praksiser og kan brukes som målestokk i henhold til feltene som studeres, for å kunne rekonstruere rasjonaliteten som er innskrevet – noe som skal sikre at praksisene ikke går i oppløsning (Pedersen, 2010, s. 123b).

2.3. Deliberativt demokrati

Ifølge Rawls er deliberativt demokrati tanken om deliberasjon i seg selv. Ved deliberasjon, utveksler borgerne oppfatninger og debatterer likesinnede meninger som omhandler offentlige politiske spørsmål. I diskusjon med andre borgere er det ikke et gitt utfall fordi deres politiske mening kan endre seg på bakgrunn av private og ikke-politiske interesser (Rawls, 1999, s. 138-139). Ifølge Eriksen (1995) er deliberasjon nødvendig når det er knyttet usikkerhet til hva som er en fornuftig beslutning i saker hvor det ikke er et gitt svar, men at det likevel er mulig å resonnerer om dem. Beslutningene skal være kvalifiserte og fornuftige, noe som er et viktig fundament i et demokrati. I et sivilisert samfunn må derfor beslutningene som berører alle parter være basert på rasjonalitet, som er innsikten i hva som kan være gjeldene for alle og hva som er det felles beste. Dermed skal argumentene være den avgjørende faktoren, og det er prosessen med å finne de beste argumentene som konstituerer demokratiet (Eriksen et al., 1995, s. 17).

Rawls utdyper videre at det er tre essensielle elementer i et deliberativt demokrati: det første omhandler tanken om offentlig fornuft, fordi den karakteriserer borgernes fornuft med tanke på konstitusjonelle nødvendigheter og saker av grunnleggende rettferdighet (Rawls, 1999, s. 138-139). Det andre elementet forutsetter et system av etablerte offentlige organer, som skal sikre samfunnets rettigheter og god demokratisk praksis – Stortinget som lovgivende instans, regjeringen som utøvende og domstolene som dømmende makt. Samlet skal de sikre rettighetene til borgerne og representere deres vilje. Det tredje og siste elementet sier at befolkningen må være opplyst om det som foregår i samfunnet og samtidig ha motivasjonen til å selv delta i det politiske arbeidet (Rawls, 1999, s. 139).

Pedersen mener at ideen om offentlig fornuft gjør det tydelig at Rawls var tilhenger av deliberativt demokrati, hvor forståelsen av demokrati understreker betydningen av diskusjon mellom berørte parter når lover skal utformes. For å komme fram til mest mulig riktige beslutninger kan vi ifølge Pedersen benytte oss av Rawls sine tanker om den opprinnelige posisjon, rettferdighetsprinsippene og reflektiv likevekt når vi diskuterer, ettersom det er diskusjonens evne som kan bringe fram de beste beslutningene (Pedersen, 2010a, s. 43).

2.4. Den diskursteoretiske demokratimodellen

Ambisjonen til den deliberative demokratiteorien er å fremstille et teoretisk alternativ som er bedre enn den liberale og den republikanske tradisjonen (Pedersen, 2010b). Blant andre teoretikere har Jürgen Habermas vært en av de som har spilt en avgjørende rolle i utviklingen av denne retningen. Den liberale tradisjonen tar utgangspunkt i individet som en nyttemaksimerende aktør som er utstyrt med et sett av rettigheter som skal sikre friheten fra inngrep. Den republikanske tradisjonen vektlegger imidlertid betydningen av folkesuverenitet, hvor makten utgår fra folket (Pedersen, 2010b). Den diskursteoretiske demokratimodellen til Habermas tar avstand fra den republikanske tradisjonen om at politikk kan forstås som orientert mot realiseringen av det felles beste. I moderne samfunn må en slik oppfatning av politikk erstattes med et perspektiv som evner blant annet å korrigere de ulike livssyn og de ulike gode-oppfatninger (Eriksen et al., 1995, s. 23).

Diskursteorien fremhever det moralske innholdet i det moderne prosedyredemokratiet som står i kontrast til det begrensede, etiske perspektivet på politikk. Disse prosedyrene inkluderer berørte parter som sikrer offentlig innsyn, likebehandling som regulerer beslutningskompetanse, kontroll, ansvarlighet og avdekker et moralsk prinsipp (Eriksen et al., 1995, s. 23). Når politiske vedtak får konsekvenser for ulike interesser, håndterer prosedyrene spørsmålene, samtidig som de svarer på hvordan konfliktene skal behandles på en fornuftig måte. Ved å innta en nøytral holdning, hvor en bedømmer situasjoner på en upartisk måte, kan det gis rasjonelle svar på hva som er i alles interesse (Eriksen et al., 1995, s. 23).

Habermas ønsket også å vise hvordan privat og offentlig autonomi er avhengig av hverandre og ikke kan tenkes atskilt, fordi de etter hans syn både er like viktig og grunnleggende. Begrepet om folkesuverenitet blir derfor omformulert av Habermas slik at legitimitet knyttes til at prosedyrer for deliberasjon følges. Deliberasjonen forutsetter imidlertid individuelle rettigheter som sikrer den private autonomi. For å løse dette problemet rekonstruerte Habermas et grunnleggende system av rettigheter (Pedersen, 2010b, s. 128). Ifølge Pedersen skal de tre første rettighetene garantere for borgernes private autonomi, hvor de anerkjenner seg som like overfor loven. Samtidig må disse rettighetene kunne begrunnes i en fri politisk debatt. Det fjerde prinsippet skal sikre den offentlige autonomi og refererer til borgernes mulighet for politisk deltakelse. Det femte og siste rettsprinsippet i Habermas` rekonstruksjon, knyttes til velferd og andre nødvendige betingelser for å kunne utøve de fire første formene for rettigheter (Pedersen, 2010b, s. 129).

Basert på egen tolkning virker disse kravene derfor som grunnleggende prinsipper og retningslinjer som for det første; skal sikre borgerens private selvstendighet ved å stadfeste deres uavhengighet fra staten. Dette forutsetter at borgerne både er og betraktes som en del av fellesskapet i et samfunn med normer og regler som er formet gjennom konsensus mellom alle parter, og nedfelt i lovverket. For det andre skal rettighetene tilrettelegge for meningsutveksling gjennom en stadfestet mulighet for politisk deltakelse. Derneft skal rettighetene sikre betingelser og forhold for å oppfylle de andre kravene.

2.5. Forholdet mellom rett og moral

Habermas sin tolkning av moralfilosofien handler ifølge Pedersen om å regulere måten individer deltar i samfunnet ved hjelp av normer. Pedersen mener videre at moralprinsippet kan tolkes som en spesifikk del av diskursprinsippet, der moralsk argumentasjon skal være gjeldende for at alles interesser ivaretas. Den deliberative demokratiteorien regulerer derimot det moderne samfunnet som helhet ved hjelp av legitime rettsnormer som er skapt gjennom demokratiske prosedyrer. De har i tillegg en tvingende karakter, da de er nedfelt i et lovverk (Pedersen, 2010b, s. 125). Eriksen & Weigård poengterer at rettsstaten må sikre borgernes private frihet og deres offentlige mulighet til å være med å bestemme hvilke rettigheter som skal være gjeldene, for å kunne leve opp til sine idealer (Eriksen & Weigård, 1999, s. 175). I denne sammenheng mener derfor Habermas at rettsstaten ikke er mulig uten deliberativt demokrati, hvor borgerne (eller rettssubjektene), forstår seg både som forfattere og adressater av loven – noe som er selve kjernen i hans rekonstruksjon (Pedersen, 2010b, s. 130). Poenget er at forholdet mellom rett og moral skal fungere som et ideal om hvordan samfunnet skal fatte beslutninger. Dette peker blant annet til etikkdiskusjonen som jeg skal komme tilbake til senere.

2.6. Kommunikativ handling

For å sikre at løsningene som velges er rasjonelle, må dette avgjøres gjennom en deliberasjonsprosess der alle berørte parter har den samme prinsipielle muligheten til å gjøre sitt syn gjeldene, noe som er Habermas' kommunikative utgangspunkt. Ifølge Habermas finnes det ikke noen universell oppskrift på hvilke løsninger som er de beste, og det er gjennom argumentasjonsprosedyrer at demokratiets legitimitet blir sikret (Eriksen & Weigård, 1999, s. 18). For Habermas er all kunnskap i utgangspunktet feilbarlig og det må derfor være rom for revisjon der det er måten vi kommer fram til svaret og ikke selve innholdet som skal

være gjeldene. Dette krever dermed en form for åpenhet rundt svarene som alltid kan utfordres, kritiseres og prøves igjen. Når de sterkeste argumentene får mulighet til å framføres, blir dette ansett som det rasjonelle. Disse prosedyrene garanterer imidlertid ikke at vi i alle tilfeller kommer fram til de riktige svarene, men det garanterer at vi hele tiden kan teste resultatene på nytt dersom det skulle forekomme tvil knyttet til dem (Eriksen & Weigård, 1999, s. 14).

Kommunikativ handling innebærer videre et forsøk på å komme fram til enighet i henhold til tre gyldighetskrav som reises ved en ytring, noe som er en sentral del av arbeidet til Habermas: (1) taleren må uttrykke noe sant, (2) han må uttrykke noe riktig, og (3) han må være oppriktig med tanke på det som ytres (Pedersen, 2010b, s. 121). Under disse kravene ligger det også, ifølge Engelstad (2015) et grunnprinsipp om intersubjektivitet, som vil si at aktørene i fellesskap må oppnå enighet for at normer skal være gyldige. Argumenter som blir fremmet i en slik prosess må bli forstått av alle aktører slik at de kan ta stilling til om de er rimelige og allmenngyldige (Engelstad, 2015, s. 394-395). På bakgrunn av dette blir kommunikativ handling betraktet som en handling rettet mot en felles forståelse eller konsensus (Pedersen, 2010b, s. 121).

Når ytringer med argumenter fremsettes i offentligheten, trer de ifølge Engelstad (2015) inn i en sfære hvor det er åpent for kritikk fra motparter, og i tillegg møter allmenne saklighetskrav som spilleregler for offentlig debatt. Engelstad (2015) mener likevel at offentligheten ikke får en optimal rensende effekt på argumentasjoner, fordi den ikke hindrer deltakelse fra grupper med strategiske interesser; lobbyister, talspersoner, eksperter og kommunikasjonsrådgivere (Engelstad, 2015, s. 395-396). Når kommunikasjonen i offentligheten får en strategisk side, mener Engelstad at det åpner for negative virkninger i form av ensidighet, skjønning, retoriske grep, fortielse og fordreining av fakta (Engelstad, 2015, s. 391).

2.7. Strategisk handling

Habermas skiller kommunikativ handling med instrumentell og strategisk handling. Når aktører vurderer hvilke midler som er best egnet til å nå en gitt målsetting, blir dette betegnet som en instrumentell handling som er ikke-sosial. Strategisk handling er derimot en sosial handling hvor forståelse og enighet bare er et middel for å oppnå enighet. I kontrast til disse to ulike formene for handlinger, er aktørene i en kommunikativ handling innstilt på å komme fram til enighet, hvor enigheten er et mål i seg selv (Pedersen, 2010b, s. 122). Om vi går med

på at språkets primærfunksjon er å komme fram til konsensus, mener Habermas at vi aksepterer at språket legger en normativ føring på oss der vi ledes av kraften i det bedre argumentet (Pedersen, 2010b, s. 122).

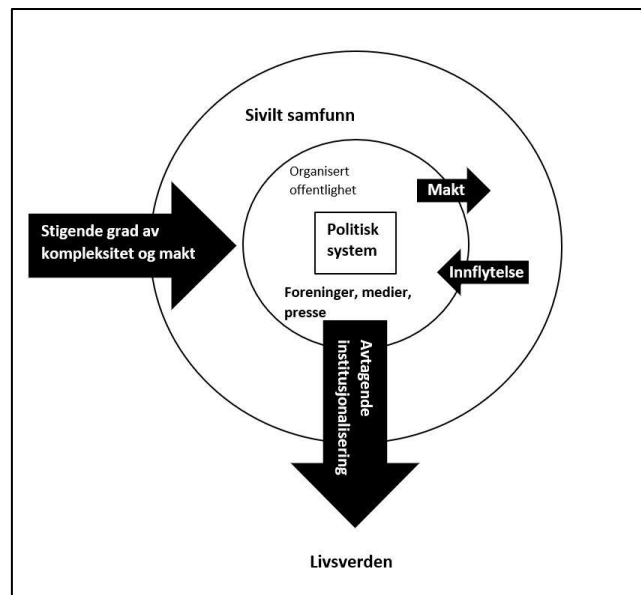
2.8. Diskursregler

Ifølge Habermas bygger den ideelle diskusjonen på noen grunntrekk og et sett av diskursregler; *Åpenhet*: Alle som kan bidra i en debatt ved å levere relevante argumenter, må kunne inkluderes. *Likhet*: Alle som deltar, skal gis samme muligheter. *Oppriktighet*: Deltakerne i diskursen må mene det de sier. *Tvangsfrihet*: Diskursen må være fri for indre og ytre tvang slik at bare kraften i de bedre argumenter gjør seg gjeldene (Pedersen, 2010b, s. 122).

Pedersen illustrerer et interessant tankeeksperiment som tar utgangspunkt i Habermas' diskursregler: En gruppe mennesker setter seg rundt et bord for å diskutere et viktig spørsmål. Alle rundt bordet legger til side all personlig prestisje som gjelder saken som skal diskuteres. Samtlige er bare ute etter å identifisere den best mulige løsningen på temaet som tas opp. I prosessen beveger aktørene seg fram og tilbake mellom ulike argumenter, fjerner de synspunkter som ikke er holdbare, og justerer sine egne oppfatninger i lys av de andres argumenter. Diskusjonen blir dermed preget av diskursreglene; åpenhet, likhet, oppriktighet og tvangsfrihet. Ifølge Pedersen nærmer vi oss da det Habermas kaller for den ideelle samtalesituasjonen hvor det utelukkende er kraften i det bedre argumentet som gjør seg gjeldene. Samtidig påpekes det at dette er en åpenbar idealisering (Pedersen, 2010b, s. 122-123).

2.9. Demokratiets institusjonelle struktur

Ifølge Habermas består et velfungerende demokratisk samfunn av et samspill mellom kommunikativ og administrativ makt, mellom sterke og svake offentligheter, og mellom menings- og viljesdannelse (Pedersen, 2010b, s.130-131). Dette krever et sett med kanaler mellom det sivile samfunn og de folkevalgte organer, samt engasjerte borgere og politikere som lytter. En slik struktur vil være åpen for at borgere med et engasjement kan sette sitt preg på den hverdagslige politikk ved å benytte seg av de kanaler som egner seg best i hvert enkelt tilfelle (Pedersen, 2010b, s. 131).



Figur 1: Det sivile samfunn og det politiske system fra et normativt perspektiv (Pedersen 2010, s. 132)

Offentligheten som fenomen kan ifølge Pedersen (2010) illustreres ved hjelp av konsentriske sirkler, som refererer til Reese-Shäfer (2001) sin modell av det sivile samfunn og det politiske systemet fra et normativt perspektiv. Denne modellen blir betegnet som et maktkretsløp. Det blir videre forklart at graden av organisering avtar fra sentrum og utover sirklene. I sentrum av sirklene står det politiske system som er omkretset av organiserte offentligheter som foreninger, medier og presse samt politiske partier. Disse organiserte offentlighetene har en høyere grad av institusjonalisering i forhold til det utenforliggende sivile samfunn, som i mindre grad lar seg institusjonalisere. Ifølge Pedersen (2010) fremstår det sivile samfunn gjennom dets mangfoldighet som både mer åpent og sensibelt i forhold til systemet (Pedersen, 2010b, s. 131-132).

Ved et nærmere blikk på det demokratiske maktkretsløpet, er det for det første; avhengig av en rasjonalisert livsverden. For det andre trengs et levende sivilt samfunn som danner grunnlaget for sosiale bevegelsers eksistens, samtidig som det gir borgere muligheten til å engasjere seg i spørsmål som omhandler dem selv og fellesskapet. Det tredje punktet viser til en åpen og inkluderende offentlighet hvor kraften i det bedre argument skal være gjeldende. Fjerde og siste punkt handler om kravet til arenaer for viljesdannelse, hvor beslutningsdyktige institusjoner lytter til de argumenter som finner vei i det politiske sentrum. Ifølge Habermas er dette demokratiske maktkretsløpet operativt i demokratiske praksiser (Pedersen, 2010b, s. 133).

2.10. Rawls` tanke om offentlig fornuft

Offentlig fornuft er ifølge Rawls en viktig del av et velordnet demokratisk samfunn. De som representerer (styresmakter) og de som blir representert (borgerne) skal i harmoni etterstrebe idealet om å komme frem til de mest velbegrunnede løsningene som samsvarer med alles syn – de ulike religiøse, filosofiske og moralske oppfatningene av virkeligheten (Rawls, 1999, s. 131). Når borgerne innser at de ikke kan komme til konsensus på bakgrunn av deres egne prinsipper, må de vurdere hvilke meninger det er fornuftig å legge bort når fundamentale politiske spørsmål blir diskutert (Rawls, 1999, s. 131-132). Som eksempel viser Rawls til følgende: Ved tilfeller hvor det er likevektige argumenter på hver side, kan ikke en dommer løse en sak på bakgrunn av sitt eget politiske ståsted. Rawls mener dette vil være en krenkelse mot samfunnsoppdraget, noe som også gjelder for borgerne. Dommeren må derfor i likhet med borgerne velge det mest fornuftige alternativet som ligger på bordet (Rawls, 1999, s. 168).

De som imidlertid mener at fundamentale politiske spørsmål kun skal bli behandlet av de som tenkes som mest fornuftige i henhold til deres egen oppfatning og sannhet, og ikke på bakgrunn av folkets mening som frie likemenn, vil ifølge Rawls avslå tanken om offentlig fornuft (Rawls, 1999, s. 138).

Ideen om offentlig fornuft har etter Rawls` syn en bestemt struktur som inneholder fem ulike aspekter: (1) fundamentale politiske spørsmål som den offentlige fornuft er gjeldene for, (2) individene som den offentlige fornuften er gjeldene for: offentlige ansatte og folkevalgte. Samtidig påpeker Rawls at dette kan videre deles inn i tre deler; dommere i sine avgjørelser, offentlige ansatte – spesielt ledere og politiske ledere. Punkt (3) refererer til rettferdighetsprinsippene for gjeldende område, individ og bakgrunn, (4) konseptene må brukes aktivt i utformingen av lover og styresett i et demokratisk samfunn, (5) borgere må ha mulighet til å følge avgjørelser og prosesser for å kunne bedømme om de samsvarer med konseptet om offentlig fornuft. Det vil si om de tilfredsstillt kravene om gjensidighet, samt er basert på rasjonelle avgjørelser (Rawls, 1999, s. 133).

2.11. Politisk kapital

Det politiske feltet inneholder fenomen som politisk representasjon, partiorganisering, lobbyvirksomhet og det politiske spillet i regjering og parlamentet. Ifølge Bourdieu sertifiserer staten kategorier og praksiser, som dermed gir kategoriene tyngde (Hjellbrekke & Osland, 2010, s. 282).

Innenfor det politiske feltets struktur, medfører politisk representasjon en konsentrasjon av politisk kapital, ifølge Bourdieu (Hjellbrekke & Osland, 2010). I denne sammenhengen oppstår det et skille mellom de som får sine interesser *re-presentert* av andre og de som *representerer*. Denne forskjellen blir spesielt tydeliggjort blant grupper med svake eller manglende forutsetninger for politisk deltakelse, som kan begrunnes med mangel på fritid og kulturell kapital. I tillegg medfører den politiske representasjonen at den enkelte blir fratatt muligheten til å fremme og representere sine egne interesser. Bourdieu mener derfor at de politiske representantene og partiene blir engasjert i et spill om å fremme det som kan betegnes som programmatisk syn og idealer om samfunnet, hvor målet er å få oppslutning om dette. Det er imidlertid knyttet usikkerhet til hvor sterk konsentrasjonen av den politiske kapitalen er, og hvilken form den har fordi den vil variere innenfor og mellom det politiske feltet (Hjellbrekke og Osland, 2010, s. 281-282).

Den politiske kapitalen blir i hovedsak betraktet som ulike aktiva som kan benyttes i det politiske feltet. Det finnes i tillegg en symbolsk kapital som er sterkt tilknyttet måten en blir oppfattet på, både av agenter på det gjeldende feltet og andre steder – særlig innenfor maktfeltet. Denne formen kalles reputasjonskapital. Videre skiller Bourdieu mellom personlig tilegnet og delegert politisk kapital. Den førstnevnte kapitalen tar tid å bygge opp gjennom vellykkede handlinger i ulike situasjoner og er direkte knyttet til personen som besitter den, noe som innebærer et viktig poeng: Når personen forsvinner, forsvinner også kapitalen. Den sistnevnte formen for politisk kapital blir institusjonalisert i form av tillitsverv og formelle posisjoner som representanter får tilgang og delvis kontroll og råderett over – altså den kollektive kapitalen (Hjellbrekke & Osland, 2010, s. 284-285).

Sosial kapital er imidlertid nettverksressurser som ifølge Bourdieu handler om forhold av gjensidig kjennskap og anerkjennning som kan gi tilgang til andre feltressurser, som gjør det enklere for medlemmene av nettverket å få nye posisjoner (Hjellbrekke & Osland, 2010, s. 276).

2.12. Strategisk kommunikasjon – beste praksis

I løpet av det siste århundret har strategisk kommunikasjon blitt en kjernefunksjon i ulike selskaper, samt i ikke-kommersielle og andre typer organisasjoner. Selv om praksisen blir betegnet med ulike termer; *public relations*, korporativ kommunikasjon, kommunikasjonsledelse, omdømmebygging og lignende, har de likevel én fellesnevner som funksjon: kommunikasjon blir brukt for å nå organisasjonens mål (Tench, Verčič, Zefrass, Moreno & Verhoeven, 2017, s. 21).

I 2004 var PR betraktet som den beste avkastningen på investeringer av entreprenører i en undersøkelse som ble gjennomført av Financial Times, og i 2014 skrev Forbes.com følgende: "I dagens sosiale sammensatte verden, er PR viktigere enn noen gang tidligere" (Tench et al. 2017, s. 159). Den forrige maktutredningen viste at den sterkeste veksten mellom politikk og forvaltning var blant kommunikasjonsansatte, som økte fra 68 til 138 personer – en økning på om lag 103 prosent². I tillegg hadde antall rådgivere for partiene på Stortinget gått opp med 240 prosent på ti år, ifølge Grindheim (2013).

Det er likevel ikke alle som deler det positive synet på kommunikatorer og PR-bransjen. Ifølge Tench et al. (2017) er det ofte et urovekkende spørsmål som stilles til kommunikatorer: "Hva er det du gjør, egentlig?". Det kan være på den private arenaen blant venner eller kolleger på en arbeidsplass. Tench et al. undres om det samme spørsmålet ville bli stilt til en lege eller doktor, noe som er lite sannsynlig. På bakgrunn av dette mener forfatterne at strategisk kommunikasjon og *public relations* trenger mer profesjonalisering og anerkjennelse som profesjon. Ved å undersøke datamateriale som går ti år tilbake, samt parallelle debatter om profesjonen, har de klart å identifisere hva som kjennetegner profesjonelle kommunikatorer i Europa i dag. Funnene vil bli presentert i de neste avsnittene (Tench et al., 2017, s. 135).

Bakgrunnen for undersøkelsen: Forfatterne er medlemmer av en forskningsgruppe som siden 2007 har gjennomført verdens største årlige undersøkelse om profesjonell kommunikasjon: European Communication Monitor (ECM). De siste ti årene har de intervjuet over 21.000 kommunikasjonspraktiserende i 43-46 europeiske land. I 2014 ble prosjektet utvidet til å gjelde også Amerika, Latin-Amerika og Asia. Totalt dekker denne globaliserte forskningen over 80 land verden over (Tench et al., 2017).

²Kilden skriver opprinnelig at en økning fra 68 til 103 personer tilsvarer en vekst på 220 prosent. Forfatter har derfor korrigert dette forholdstallet med egen utregning.

Resultatet fra 2016 viste at kommunikatorer er en høyt utdannet gruppe. Den internasjonale studien viser at 61 prosent har en masterutdanning, 26 prosent har en bachelor mens åtte prosent har en doktorgrad. Kun fem prosent av respondentene hadde ikke utdanning. Disse høye utdanningsnivåene har ikke endret seg det siste tiåret, som forsterker argumentet om at strategisk kommunikasjon er en reell profesjon (Tench et al., 2017, s. 136). Videre fremkommer det at det er en klar sammenheng mellom ferdigheter, kunnskap og personlige attributter, hvor det er et mønster som viser at disse egenskapene kan føre til en bredere kompetanse (Tench et al., 2017, s. 140).

På dagens dynamiske arbeidsplass er det stor sannsynlighet for at rollene endrer seg ofte, noe som er i kontrast til kompetanse som er det underliggende fundamentet som er integrert til å gjennomføre oppgaver og ansvar – og forblir stabile for praksis over tid. Kompetanse gir en binding mellom utdanning (og ferdigheter) og jobbkriterier (roller). Vi kan skille mellom tre typer av kompetanse: den første er konseptuell kompetanse som handler om kunnskap om hele feltet. Den andre er prosedyremessig kompetanse som referer til den konseptuelle kompetansen i en spesifikk situasjon. Den tredje er prestasjonskompetanse som kreves for å vurdere problemer og velge en passende strategi for å finne en løsning. Innenfor kommunikasjonsyrket er kompetanse vanligvis definert som konseptuell kompetanse og prestasjonskompetanse. Med andre ord blir kompetanse referert til hvordan oppgaver skal løses eller hvordan yrkespraktiserende burde opptre med tanke på ytelsen i deres roller (Tench et al., 2017, s. 140-141).

Kompetanse for kommunikasjonspraktiserende kan derfor bli delt inn i to kategorier: (1) spesifikke kvalifikasjoner – kvalifikasjonene som er direkte knyttet til strategisk kommunikasjon og (2) uspesifiserte kvalifikasjoner – kvalifikasjoner som eksempelvis lederskap blir ansett som en kjerne av kompetanse for prestasjonen til de praktiserende (Tench et al., 2017, s. 142).

Basert på svarene til europeiske kommunikasjonsarbeidere i ECM, kom de frem til fire kvaliteter de anser som svært viktige for kommunikatorer (Tench et al., 2017, s. 142):

1. Sosial og empatisk antenne: Ferdigheter til å lede andre i kommunikasjonsarbeid eller tilrettelegge for kommunikasjon mellom ansatte. I tillegg handler det om å bygge bånd mellom folk i og utenfor organisasjonen. Etikk er også en viktig del.

2. Produsere og levere effektive budskap: Nødvendig med stor kunnskap om effektene av de nye og tradisjonelle mediene. Budskapsutformingen og presentasjonen som en talsperson er også karakteristisk ved denne dimensjonen.
3. Forskningsferdigheter og ferdigheter innenfor organisatorisk ledelse: Utvikle kunnskap og praktisk forståelse om kommunikasjonsteknologier og forskning for å produsere effektive studier i tillegg til å utvikle prognoser basert på dataene. Det er også viktig å kunne bruke dataene i henhold til markedsføring, forbrukere og andre interessenter. Ferdigheter innenfor organisasjonsledelse kreves for å håndtere organisatoriske endringer og utvikling, i tillegg til det økonomiske, budsjett og ansvaret for kommunikasjonen i organisasjonene.
4. Kunnskap om samfunnet: Forståelse for hvordan samfunnet og politikken fungerer og hvordan dette er oversatt til rettighetsvilkår for organisasjonen.

Tench et al. (2017) konkluderer blant annet med følgende: Det å jobbe med strategisk kommunikasjon krever omfattende kunnskap om kommunikasjonsteori og media samt sensitivitet med tanke på sosiale, politiske og mellommenneskelige dynamikker knyttet til de relaterte spenningene og hvordan håndtere disse (Tench et al., 2017, s. 169). Innenfor profesjonen har etikk alltid vært ansett som et problem, ifølge forfatterne. Tench et al. mener profesjonen og de praktiserende er vant til å bli kritisert når det kommer til etikk eller at etikk blir ignorert (Tench et al., 2017, s. 175).

2.13. Etikk for kommunikasjonsarbeid

2.13.1. Internasjonale retningslinjer

I dag pågår det en debatt om etikk i kommunikasjonsbransjen, både internasjonalt og i Norge. *International Public Relations Association* (IPRA) innførte *International Code of Ethics*, senere kjent som *Code of Athens* (IPRA 2001) i 1965 (Watson, 2013, s. 1). Selv om det i utgangspunktet skal fungere som et universelt regelverk, kan det ikke bli ansett som noe annet enn symbolske normer, som er frivillige, moralske retningslinjer. Dette fordi det ikke er nedfelt i et lovverk, noe som medfører at det ikke kan diktere den individuelle adferden, men likevel fungere som en veileder for god etisk praksis (Wright 2006, sitert i Watson 2013, s. 12). Utformingen av et etisk regelverk har skapt uenighet internt og det har vært knyttet usikkerhet til hvilke etiske retningslinjer som kan være universelle for faget. Viktigheten av etikk har likevel fått en økt betydning, men det er likevel få som praktiserer etter

standardiserte retningslinjer i sitt daglige arbeid. Det er samtidig enighet om at det er behov for et universelt regelverk med akseptable normer som kan implementeres i dagens digitale alder (Watson, 2013).

I USA har *Public Relations Society of America* (PRSA) frontet en nyere etikkretning. Ideene bygger på en vestlig, normativ og positivistisk filosofi og er i større grad inspirert av *Excellence*-teoriene på feltet. Innenfor denne retningen av profesjonsetikken bli rasjonalitet med regler og prosedyrer særlig vektlagt. Det har imidlertid vært debatt om normer for etikk kan relateres til de kantianske prinsippene. Bowen mener på sin side at god etikk er en essensiell faktor som underbygger alle andre faktorer som kan resultere i beste praksis for kommunikasjonsarbeid (Bowen, sitert i Fawkes 2012, s. 9). Denne tilnærmingen kan videre relateres til den normative teorien som forklarer hvorfor *public relations* er best egnet til å gi råd til ledelsen i spørsmål som omhandler etikk. Dette bygger i tillegg på synet av en kommunikasjonsarbeider som en etisk vokter og advokat. I et samfunn som et fritt konkurrerende marked for frie ideer, skal kommunikasjonsarbeideren innta en advokatrolle og hjelpe argumenter fram i debatten slik at de blir tatt hensyn til (Fawkes, 2012).

PRSA har mottatt kritikk fra Parkinson (2001). Han mener de etiske retningslinjene var designet utelukkende for å bedre omdømmet sitt blant allmennheten, istedenfor å sikre tillitsskapende oppførsel (Parkinson 2001, sitert i Fawkes 2012, s. 12).

2.13.2. Viktigheten av etikk

Ifølge etikkforsker Michael Davis er det umulig å definere en profesjon eller profesjonalisme uten å både ta med og forstå de etiske aspektene og forholdene til profesjonen (Davis, sitert i Larsson 2014, s. 332). Selv om etikk i utgangspunktet er et spørsmål som angår hele organisasjonen, har kommunikatorer en så betydningsfull rolle i relasjonen til omverden at etikkspørsmålene er særlig relevante for denne yrkesgruppen. Sentrale elementer i etikkteorien krever blant annet en åpenhet rundt yrkespraksis, og at profesjonen med dens yrkesutøvere skal tjene samfunnet. Disse etiske aspektene kan imidlertid medføre problemer i makt- og interessekonflikter og skape tvil om hvor lojaliteten burde vektles (Larsson, 2014).

For at etikk skal spille en fremtredende rolle i praksiser er det en forutsetning at organisasjoner oppretter retningslinjer knyttet til etiske avgjørelser og adferd. Ifølge Larsson må disse etikkreglene være tydelige og synlige, slik de sender klare signaler om hva som tolereres og ikke av en organisasjon. Disse etiske vurderingene handler ikke bare om hvordan

man skal håndtere en situasjon eller arbeide, men er også grunnlaget for kommunikasjon og de premissene kommunikatorne utøver sitt virke på (Larsson, 2014).

Larsson deler videre etikk inn i tre ulike nivåer: Det første nivået er personlig etikk som omhandler etikken på et individuelt og personlig nivå. Det andre nivået er profesjonell etikk som handler om hvordan organisasjonen arbeider og utfører sitt kommunikasjonsarbeid. Tredje og siste nivå er samfunnsetikk, som involverer etikken organisasjonen må forholde seg til i kontakt og handling med samfunnet, ved for eksempel sosialt og politisk ansvar (Larsson, 2014). I tillegg skiller Larsson mellom et pragmatisk og dialogisk etikksyn som to etiske hovedtilnærminger. Den første tilnærmingen bygger på den personlige etikken og den profesjonelle etikken som er viktig for å danne det totale etiske handlingsgrunnlaget. Sistnevnte tilnærming bygger på samfunnsetikken og den profesjonelle etikken (Larsson, 2014).

3. Metode

3.1. Valg av metode

Som Silverman (2006) skriver, kan en kvantitativ undersøkelse etablere et utvalg som vil danne konturene av feltet og det som skal undersøkes. Når dette følges opp med en kvalitativ tilnærming, vil det derfor være rom for å gå mer i dybden av funnene. Ved å kombinere disse metodene kan resultater dermed tolkes i en bredere kontekst (Silverman, 2006, s. 48). Denne fremgangsmåten blir definert som metodetriangulering, som handler om å belyse samme problemstilling ved hjelp av forskjellige data og metoder (Grønmo, 2016, s. 67). For å danne et godt grunnlag for å svare på problemstillingen ble det ansett som hensiktsmessig å kombinere både en kvantitativ og kvalitativ metode, noe som også bygger på en strategisk vurdering (Grønmo, 2016).

Dersom analyser basert på ulike data og metoder gir like resultater, kan vi ha stor tillit til at metodene er relevante og fruktbare, og at resultatene er pålitelige og gyldige – Grønmo (2016, s. 68).

3.2. Avgrensning

For å få et representativt og realistisk gjennomførbart utvalg ble de tre siste stortingsperiodene valgt (fra 2009 og frem til starten på dagens periode). Målet var derfor å kartlegge alle stortingsrepresentanter som forlot politikken i den aktuelle tidsperioden. I denne sammenheng er det derfor viktig å poengtere at det er kun politikerne som forlater politikken som danner datagrunnlaget. Det var eksempelvis tilfeller der noen forflyttet seg fra sin post som fast representant til en posisjon i regjeringsapparatet. Disse vil derfor ikke være en del av datamaterialet ettersom de ikke forlater politikken men forflytter seg til en annen del av det politiske apparatet. Det samme vil være tilfelle om en representant flyttes ned på listen blant vararepresentanter.

Datamaterialet kan også gi innspill til debatten om lobbyregisteret, som i utgangspunktet skulle være en del av oppgaven. Dette ble imidlertid nedprioritert på bakgrunn av relevans og tidsbruk. I en større sammenheng kunne det vært en interessant del å ta med. Jeg vil likevel bruke enkelte deler fra dette materialet der det er rom for det, spesielt i avsnittet om transparens i diskusjonen. Selv om dette ikke får en prioritert rolle, inneholder datamaterialet likevel elementer som er relevant for min problemstilling.

3.3. Valg av teori

For å diskutere problemstillingen og forskningsspørsmålene var det nødvendig å velge en teoretisk tilnærming med hovedfokus på teoriens relevans i henhold til oppgavens formål. Det var derfor mest nærliggende å kombinere original teori og utvalgte tolkninger (sekundærkilder) av teorier som fremstilles på en hensiktsmessig og forståelig måte. Teoriene som er valgt anses derfor som mest egnet for oppgavens utgangspunkt. Resultatene fra undersøkelsene vil derfor bli oppsummert og drøftet ut ifra de teoretiske perspektivene som ligger til grunn, et slikt utgangspunkt Grønmo definerer som en *fortolkning* (Grønmo, 2016, s. 50). Grønmo beskriver denne tilnærmingen på følgende måte:

Studier med særlig vekt på fortolkning og teorigenerering bygger på induktive opplegg, fordi de tar sikte på å indusere eller bygge opp en bestemt teoretisk forståelse ut fra de empiriske analysene som skal gjennomføres. (...) Induktive opplegg kan være mest hensiktsmessig når en skal undersøke fenomener som ikke har vært gjenstand for tidligere forskning – Grønmo (2016, s. 51).

3.4. Tidligere forskning

Formålet med å gjennomføre en litteraturstudie er å kartlegge eksisterende forskning på feltet som undersøkes. God oversikt over eksisterende forskning er avgjørende for å formulere en god problemstilling, i tillegg til å utforme retningen for oppgaven. For finne ut hva vi ønsker å vite, må vi starte med å se nærmere på hva som allerede eksisterer, noe som kan være et utgangspunkt for å bidra med ny forskning på feltet. Når problemstillingen forankres i tidligere forskning, kan nye undersøkelser bidra til å videreutvikle en del av forskningsområdet (Grønmo, 2016, s. 83).

I søkeprosessen er det avgjørende å velge treffende søkeord som angir sentrale emner innenfor det aktuelle forskningsområdet (Grønmo, 2016, s. 84). I litteraturundersøkelsen ble derfor følgende søkeord valgt: lobbyisme, politisk kommunikasjon, demokrati og Norge – både i nasjonale og internasjonale journaler og databaser. I denne sammenheng blir søkeordene ansett som de mest sentrale for å finne kjernen av forskningsområdet.

Ifølge Grønmo er hovedkriteriet for gjennomgangen av tidligere forskning at den skal være relevant for utformingen av problemstillingen i den nye undersøkelsen. Oversikten skal dermed inneholde det som er nødvendig for å vise hvordan den nye problemstillingen kan relateres til eksisterende forskning i et større perspektiv (Grønmo, 2016, s. 85).

For å få en oversikt over feltet og samtidig finne andre relevante journaler, startet søket internasjonalt i Google Scholar. Ved å bruke søkeordene "lobbyism", "democracy" og "Norway" med en periodebegrensning fra 1990 til 2018 viste resultatet et treff på 18.200 artikler. Ved å gradvis legge til søkeordene "revolving door", "public sphere", "political communicaton" og "corporatism" ble søkeresultatet redusert til 492 antall treff. Tilsvarende søkeord var utgangspunktet i journalene Taylor and Francis og SAGE som ga diverse resultater. Det internasjonale søket gav noen relevante artikler som kunne brukes og videre var det naturlig å se nærmere på norske og nordiske journaler.

Siden ulike artikler som allerede var funnet indikerte at det var begrenset med litteratur i Skandinavia ble det ikke gjort noen spesifikke avgrensninger i form av dato for søket. Videre ble Norsk medietidsskrift via Idunn benyttet der søkeordene lobbyisme, politisk kommunikasjon, demokrati, (Norge) resulterte i flere relevante artikler. I tillegg til journalene som er nevnt ble også Oria benyttet som søkedatabase. Andre relaterte artikler knyttet til temaet i oppgaven ble også undersøkt. Disse ble identifisert gjennom kildelister til artikler fra primærsøket og deres relaterte artikler. Journalen til Nordicom ble imidlertid ikke brukt da

databasen var utilgjengelig på daværende tidspunkt. Overordnet ble søkene gjennomført via Høgskulen i Volda sin lisens for journaltilgang.

Målet med litteraturstudien var å finne relevante kartleggingsstudier i Norge og senere Skandinavia. Utgangspunktet ble derfor Allern & Pollack (2014) som hadde sett på overgangene fra politikken til PR-byråer i både Norge og Sverige. I tillegg til det demokratiske perspektivet som var gjeldene for begge landene, hadde den svenske studien også en elite-tilnærming som undersøkte konsulenter som flyttet seg videre til det som blir omtalt som en næringslivselite.

Den danske studien undersøkte overgangene fra politikken i likhet med norske og svenske studien, men i et større omfang. Sammenlignet med den norsk-svenske studien som fokuserte på tidligere politikere som flyttet seg til PR-byråer, hadde den danske undersøkelsen som mål å finne ut hvor mange som jobbet spesifikt med lobbyisme i ettertid av politikken, samt relevante kategorier som inneholder elementer fra lobbyisme: foreninger, tankesmier og interessegrupper. Dette var en kartleggingsstudie som også tok hensyn til utdanningsbakgrunnen til politikerne som forlot Folketinget.

Basert på litteraturstudien ble følgende temaer ansett som mest relevant for oppgaven: det demokratiske perspektivet og hvilke utfordringer lobbyisme eventuelt medfører, de underliggende faktorene som gjør tidligere politikere ettertraktet, samt reguleringer og transparens.

3.5. Kvantitativ undersøkelse

Datainnsamlingen som danner grunnlaget for den kvantitative undersøkelsen startet 26. september 2018. Med tanke på tidsperioden mellom innsamlingen og ferdigstillingen av oppgaven, tar forsker forbehold på at det kan være endringer som har skjedd etter innsamlingen var avsluttet.

3.5.1. Variabler

For å kartlegge stortingsrepresentantenes bakgrunn ble følgende variabler valgt: Navn, alder, fylke, partitilhørighet, politisk posisjon (medlemskap i politisk ledelse: statsråd, politisk rådgiver, statssekretær og statsminister), komitemedlemskap, utdanning (retning og nivå), samt tidligere yrker. Det var spesielt relevant å se nærmere på hvor mange som hadde kommunikasjonsbakgrunn ettersom funnene viste at den største andelen gikk over til denne

bransjen i ettertid. Denne variabelen var også essensiell for å videre diskutere verdien av faglig kompetanse.

3.5.2. Yrkesklassifisering

Den første variabelen for yrker tar utgangspunkt i Statistisk sentralbyrås kodeliste for yrkeskatalog, basert på STYRK 98: 1 = Administrative ledere og politikere, 2 = Akademiske yrker, 3 = Høyskoleyrker, 4 = Kontor- og kundeserviceyrker, 5 = Salgs-, service og omsorgsykker, 6 = Yrker innen jordbruk, skogbruk og fiske, 7 = Håndverkere o.l., 8 = Prosess- og maskinoperatører, transportarbeidere mv, 9 = Yrker uten krav til utdanning, 0 = Militære yrker og uoppgitt. For å forenkle fremstillingen av dataene ble verdi 4 til 9 slått sammen som manuelle yrker og yrker uten krav til høyere utdanning (Statistisk sentralbyrå, 2016, 2018).

Kategori 1 *Administrative ledere og politikere* består av ledere i små bedrifter, ledere i store og mellomstore bedrifter og i offentlig administrasjon, administrerende direktører, produksjonsdirektører, spesialdirektører, politikere og ledere i offentlig administrasjon og interesseorganisasjoner; ledere i interesseorganisasjoner, politikere og toppledere i offentlig administrasjon. Videre tilsvare verdiene (2) kompetanse med minst 4-års utdanning fra universitetet eller høyskole, (3) 1 til 3 års utdanning fra universitet eller høyskole, (4-8) videregående skole, 10-12 års skolegang, (0), (1) og (9) har imidlertid ikke et bestemt kompetansenivå, som betyr reelle kunnskaper og ferdigheter og ikke nødvendigvis formell utdanning (Statistisk sentralbyrå, 2016, 2018). Yrkesklassifiseringen ble i hovedsak brukt til å se nærmere på et av oppgavens hovedspørsmål: *Hvilke yrker går politikerne til når de forlater Stortinget?*

For å kartlegge hvor mange tidligere stortingspolitikere som gikk fra politikken til PR-byråer, interesseorganisasjoner og NGO-er samt andre relevante yrker som var oppgavens utgangspunkt, ble følgende verdier benyttet: 1 = Kommunikasjon og lobbyisme, 2 = Interesseorganisasjon, 3 = NGO, 4 = Lokalt/regionalt påvirkningsarbeid, 5 = Andre administrative ledere, 6 = Regionale og lokale offentlige verv, 7 = Akademia, 8 = Annen stilling i fagforening, politiske parti eller interesseorganisasjon og 9 = Annet.

Grunnen til at det ble benyttet to ulike tilnærminger for yrker handler i hovedsak at SSBs inndeling ikke er presis i hvilke yrkestitler som er gjeldene for hver kategori. Det var likevel

et gunstig utgangspunkt for å kartlegge yrkesretningene etter Stortinget og sammenligne fordelingen mellom yrkesgruppene før og etter politikken.

3.5.3. Utdanningsklassifisering

Denne variabelen er basert på Norsk standard for utdanningsgruppering (NUS2000), som brukes for å gruppere personers utdanningsaktiviteter og personers utdanningsbakgrunn. Verdiene for de ulike grupperingene er delt inn på følgende måte: 0 = Ingen utdanning og førskoleutdanning, 1 = Barneskoleutdanning, 2 = Ungdomsskoleutdanning, 3 = Videregående (grunnutdanning), 4 = Videregående, (avsluttende utdanning), 5 = Påbygging til videregående utdanning, 6 = Universitets- og høyskoleutdanning (lavere nivå), 7 = Universitets- og høyskoleutdanning (høyere nivå), 8 = Forskerutdanning og 9 = Uoppgitt (Statistisk sentralbyrå, 2019).

3.6. Strategisk utvalg – de som ansetter vs. de som ansettes

Når resultatet indikerte at det var en vesentlig andel som forflyttet seg til arbeidsplasser der en viktig del av arbeidet omhandler strategisk kommunikasjon og påvirkningsarbeid, var det videre aktuelt å se nærmere på hvor mange av representantene som hadde en faglig kompetanse for å gi et grunnlag for å vurdere utviklingen fra et kommunikasjonsfaglig perspektiv. Som Grønmo (2016) skriver, bygger ikke strategiske utvalg på tilfeldighetsprinsippet, men derimot på systematiske vurderinger av hvilke enheter som er mest relevante og mest interessante (Grønmo, 2016, s. 103). I denne sammenheng var det derfor mest relevant å se nærmere på hvilken utdanningsbakgrunn representantene hadde, samt relevans av tidligere yrke. Ved å undersøke disse variablene ville det derfor være grunnlag for å vurdere politikernes forutsetninger for å jobbe med kommunikasjonsrelatert arbeid.

Når vi studerer flere og flere samhandlingsformer som Grønmo (2016) definerer det, vil vi få ytterligere innsikt som vil gi et bedre grunnlag for strategiske vurderinger av hvordan utvalget bør utvides og forbedres (Grønmo, 2016, s. 103).

Datasettets variabler dannet et grunnlag for å finne ut hvilke typer jobber politikerne forflyttet seg til, hvilket parti de kom fra, hvilken utdanning- og yrkesbakgrunn de hadde, samt komitedlemskap. Hensikten med dette var å utvikle en helhetsforståelse av de underliggende faktorene som ligger bak utviklingen knyttet til overgangene.

Ifølge Grønmo (2016) avgjøres også utvalgsstørrelsen på grunnlag av strategiske vurderinger, samt praktiske og ressursmessige forhold. Innsamlingen av dataene startet med å registrere både faste representanter samt til og med vara nummer åtte. Etter hvert var det hensiktsmessig å begrense denne innsamlingen til fast representant samt vararepresentant én og to. På bakgrunn av manglende informasjon om vararepresentanter ble de også ekskludert fra innsamlingen, slik at fokuset ble rettet mot kun de faste representantene – som også hadde vesentlig mer informasjon som var offentlig tilgjengelig. Totalt 112 representanter ble undersøkt og er grunnlaget for den kvantitative undersøkelsen.

På samme måte vil valget av informanter være basert på et strategisk utvalg. Sammensetningen av informantene ble avgjort på forhånd. Det var et klart mål å finne representanter fra PR-bransjen som har innsikt i ansettelsesprosesser av tidligere stortingspolitikere, noe som er en essensiell del i kartleggingen av overgangene fra Stortinget. Jeg ønsket i tillegg opprinnelig å se nærmere på forslaget om å innføre et lobbyregister og debatten som følger med. Det var derfor naturlig å oppsøke stortingsrepresentanter som stemmer både for og imot forslaget. Særlig var det et behov for å snakke med en representant fra Venstre ettersom det er de som har fremlagt forslaget samtlige ganger. I tillegg ville det være interessant å snakke med en politisk redaktør som har kunnskap om det politiske landskapet generelt. Informantenes kunnskap og erfaring vil derfor samlet sett være en viktig faktor for å forstå og tolke funnene i en bredere kontekst.

3.7. Datakvalitet

Empirien kan både oppfattes og oppleves ulikt basert på egne erfaringer og sanseintrykk, noe som gjør at det ikke alltid er like enkelt å tolke resultater. I undersøkelser av samfunnsforhold må vi derfor vurdere hvordan empirien kan være preget av sanseintrykkene den er basert på (Grønmo, 2016, s. 47). Selv om ordet lobbyisme kan være assosiert med negative inntrykk, vil det være avgjørende å innta en nøytral posisjon som fremhever begge sider, for å videre kunne vurdere de faktiske forholdene basert på et helhetlig bilde. For å gjøre dette vil behandlingen av empirien foregå på en systematisk måte, for å fremskaffe det som er relevant for å svare på problemstillingen. I denne prosessen er det derfor viktig at regler og prosedyrer følges, samt at arbeidet gjennomføres på en nøyaktig måte (Grønmo, 2016, s. 47).

En annen faktor som vil påvirke dataene er avgjørelser knyttet til ulike kategoriseringer basert på egen oppfatning og tolkning av yrker innenfor ulike kategorier. Det må derfor være rom

for å anta at det kan være andre tolkninger. Forskeren skal opptre så objektivt som mulig, selv om det i praksis kan være en umulig øvelse. Det er likevel noe som har vært gjort etter beste evne.

Innsamlingen av data kan betraktes som en produksjonsprosess der vi produserer data som skal belyse den bestemte problemstillingen. For at datamaterialet skal ha en tilfredsstillende kvalitet er det derfor viktig å komme fram til analyseresultater som er holdbare (Grønmo, 2016, s. 237). Ifølge Grønmo (2016) er reliabilitet og validitet de to viktigste kvalitetskriteriene i dette arbeidet.

Når det gjelder innhenting av informasjon for de ulike stortingsrepresentantene har det vært en utfordring å skaffe tilstrekkelig med informasjon fordi det er representantene selv som har ansvaret for å oppdatere sin egen biografi på Stortingets hjemmeside. Det har derfor vært tilfeller hvor informasjonen om representantene ikke har vært oppdatert, noe som også kan påvirke datamaterialets utgangspunkt. På bakgrunn av dette har det blitt brukt flere kilder for innhenting av informasjon om representantene: Store Norske Leksikon, Allkunne, Wikipedia, Facebook, Twitter, LinkedIn samt partienes egne nettsider.

Selv om dataene blir samlet inn på ulike tidspunkter vil det ikke nødvendigvis være noen endringer av betydning ettersom det ikke har vært stortingsvalg i innsamlingsperioden, noe som medfører stabilitet i datamaterialet. Tilliten til analyseresultatene avhenger ifølge Grønmo at datagrunnlaget ikke er påvirket av en ustabil datainnsamling (Grønmo, 2016, s. 243). I tillegg er det viktig at datagrunnlaget er etterprøvbart. Det er derfor avgjørende at arbeidet blir gjennomført på en standardisert og strukturert måte, slik at kravet om reliabilitet i form av ekvivalens etterfølges. Uavhengig av hvem som gjennomfører undersøkelsen skal datagrunnlaget bli det samme (Grønmo, 2016, s. 244).

For enkelte representanter var det en utfordring å finne nytt yrke, noe som kan påvirke dataresultatet. Dette vil imidlertid fremkomme i presentasjonen av statistikken som viser (N=). Det er nærliggende å anta at en del av representantene som det ikke finnes informasjon om i ettertid av politikken har enten gått av med pensjon eller trukket seg tilbake som politiker på lokalt nivå, som for noen kan innebære at de går under radaren til media. En eventuell løsning kunne vært å involvere en tredjepart eller politikeren selv, men dette ble ikke prioritert ettersom det var mulig å finne informasjon på den største andelen av representantene.

En praktisk utfordring var å lage avtaler med flere stortingspolitikere. Etter flere purringer valgte jeg å gå via de politiske rådgiverne, noe som var en enklere metode for å opprette kontakt. I denne sammenheng vil det derfor være grunnlag for å nevne et paradoks med tanke på at politikerne fremstiller seg selv som tilgjengelige for allmennheten, mens egne erfaringer knyttet til oppgaven tilsier at det ikke er like lett som det blir fremstilt.

3.8. Kvalitativ undersøkelse

3.8.1 Informanter

For å kunne gjøre en dypere analyse av funnene fra det kvantitative datasettet, ble det gjennomført totalt seks kvalitative intervjuer med personer som har en relevant innsikt i oppgavens tema. I valg av kilder viser Grønmo (2016) til fire kildekritiske vurderinger: (1) tilgjengelighet, (2) relevans, (3) autentisitet og (4) troverdighet (Grønmo, 2016, s. 136).

Informantene som deltok i undersøkelsen kan deles inn i to ulike grupper: (1) PR-konsulenter og (2) politikere samt politisk redaktør. Intervjuguiden ble derfor tilpasset disse to gruppene med tanke på bakgrunn og kunnskap.

Utvelgelsen ble dermed gjort på bakgrunn av vedkommende sin tilknytning eller fremtredende rolle i et politisk parti eller PR og kommunikasjonsbyrå, samt tidligere meninger, uttalelser eller omtale i offentligheten knyttet til oppgavens tema. I denne sammenheng ble følgende informanter valgt: Jan-Erik Larsen³ (Kruse Larsen), Kristoffer Gustavsen⁴ (Geelmuyden Kiese), Cecilie Ditlev Simonsen⁵ (First House), Heidi Nordby Lunde⁶ (Stortingsrepresentant for Høyre), Guri Melby⁷ (Stortingsrepresentant for Venstre) og politisk redaktør i Dagens Næringsliv, Kjetil Alstadheim⁸.

På bakgrunn av Grønmos vurderinger må det bli tatt i betraktning at alle informantene er profesjonelle kilder, både PR-konsulentene og politikerne er medietrente og har derfor på den ene siden et godt grunnlag for å være i en intervjusituasjon. På den andre siden kan dette påvirke svarene i den forstand at det er byråets eller de respektive politiske partiene sine mening som vektlegges, istedenfor sin egen personlige oppfatning. Det er likevel ikke grunn til å utsette noe på informantene som har deltatt i dette forskningsprosjektet.

³ Jan-Erik Larsen, personlig intervju, 2019

⁴ Kristoffer Gustavsen, personlig intervju, 2019

⁵ Cecilie Ditlev Simonsen, telefonintervju, 2019

⁶ Heidi Nordby Lunde, personlig intervju, 2019

⁷ Guri Melby, telefonintervju, 2019

⁸ Kjetil Alstadheim, telefonintervju, 2019

3.8.2. Uformell intervjuing

Før intervjuene ble det gjort en vurdering om grad av åpenhet overfor informantene. I forespørselen om intervju fikk informantene derfor tilsendt en detaljert beskrivelse om intervjuet og oppgavens formål, slik at premissene var klare. Informantene som var positive til deltakelse fikk videre tilsendt intervjukontrakt med en oversikt over hva en eventuell deltakelse ville innebære, samt praktisk informasjon for selve intervjuet. Som motivasjonsfaktor ble deres kunnskap og innsikt om fagfeltet vektlagt som verdifull for oppgaven ved eventuell deltakelse.

Funn fra den kvantitative undersøkelsen ble imidlertid ikke delt med informantene på forhånd eller under intervjuene. Dette kan begrunnes med at det var et ønske om å innhente informasjon som ikke var påvirket av funnene som var gjort i undersøkelsen på daværende tidspunkt. Det kan være grunnlag for å anta at dette ville påvirket informantenes svar. Det er nærliggende å argumentere for at det var et strategisk valg å holde informantene separat fra det kvantitative resultatet, for å videre finne ut i hvilken grad deres synspunkter samsvarte med resultatet i den kvantitative undersøkelsen.

De kvalitative intervjuene hadde en uformell tilnærming, hvor det var en samtale mellom intervjuer og informant. Dette er en fleksibel tilnærming der verken spørsmål eller svaralternativer er fastlagt på forhånd, men det er vanlig at intervjuer bruker en intervjuguide som gir generelle retningslinjer for gjennomføringen av intervjuet (Grønmo 2016, s. 141). Intervjuguiden skal dermed beskrive hvordan intervjuet skal gjennomføres og vektlegge temaene som skal tas opp med informanten (Grønmo, 2016, s. 169). Det var derfor viktig å stille åpne spørsmål som ikke var ledende. I intervjusituasjonen kan svar fra informanten bli fulgt opp og klargjort, slik at det samsvarer med det som er meningen. Dermed kan også nye spørsmål til dels utformes på bakgrunn av forskeren sin tolkning av tidligere svar (Grønmo, 2016, s. 167).

Selv om det er ulike måter å gjennomføre et intervju på, mener Kvale & Brinkmann at det er noen punkter som beskriver en vellykket gjennomførelse: Svarene til informanten er spontane, informative og relevante, det er korte spørsmål fra forsker og lengre svar fra informanten, i tillegg er det ideelt at intervjuet går av seg selv, der det ikke er nødvendig med tilleggsforklaringer (Kvale & Brinkmann, 2009, s. 175). Ifølge Kvale & Brinkmann finnes det også kvalifikasjonskriterier for intervjueren selv, som skal sikre kvaliteten på intervjuet. For å føre en opplyst samtale, må forskeren for det første; være kunnskapsrik om temaet, det må

være en klar struktur på rammeverket av intervjuet, forskeren skal gjøre seg forståelig – stille korte spørsmål, samt være skånsom, sensitiv og åpen overfor intervjuobjektet. Forskeren skal i tillegg være kritisk og validere utsagn som skaper tvil. I intervjuet er det også viktig å huske tidligere utsagn som kan følges opp videre, samt bekrefte at uttalelsene om tema X var korrekt, slik at eventuelle misforståelser blir unngått (Kvale & Brinkmann, 2009, s. 177).

Halvparten av intervjuene ble gjennomført som en-til-en samtale i Oslo, mens den andre halvdelen ble gjort over telefon. Disse to intervjuformene kan medføre både fordeler og ulemper. Et personlig møte krever mer planlegging, spesielt når det er store avstander mellom forsker og informant. Samtidig kan det bli ansett som et mer formelt møte der en også har mulighet til å observere kroppsspråk og holdning i intervjusituasjonen i han eller hennes eget miljø, noe som ikke er mulig over en telefonsamtale. En telefonsamtale er likevel en mer tid- og kostnadseffektiv måte å gjøre intervjuet på. I utgangspunktet var det en motivasjon for å møte hver enkelt informant, men på bakgrunn av tidsbegrensninger og tilgjengelighet ble dette altså gjort med to ulike tilnærminger. I begge tilfeller ble det gjort lydopptak av intervjuene som dannet grunnlaget for transkribering, noe som var klarert på forhånd. Utskriftene av intervjuene utgjorde dermed den kvalitative undersøkelsens datamateriale.

3.8.3 Analyse av kvalitative data

Intervjuene ble transkribert separat og videre delt opp i kategorier basert på meningsinnholdet i samsvar til temaene oppgaven ønsket å belyse, og i henhold til problemstilling. Ved å kategorisere intervjuene var det lettere å sammenligne svarene til informantene. I dette arbeidet som beskrives som meningskondensering er det viktig å trekke ut hovedpoenget i teksten og samtidig beholde det som er essensen av det som har blitt fremlagt. Siden en stor del av intervjuene tar utgangspunkt i det kvantitative datamaterialet, var kategoriene bestemt på forhånd. Et grundigere arbeid i forkant kan derfor sikre effektiviteten i etterarbeidet. Det var samtidig avgjørende å lese gjennom transkripsjonen av de ulike intervjuene flere ganger for å finne de underliggende faktorene, noe som også kan medføre en dypere innsikt og økt forståelse for empiriske mønstre (Grønmo, 2016, s. 266).

3.9. Etikk for god forskningspraksis

I forskningen er det viktig å tillegge et moralsk perspektiv i måten arbeidet skal gjennomføres på, som både er viktig for forskerens egen profesjonelle integritet samt omdømmet til forskningsmiljøet i en større kontekst. Det er derfor avgjørende å være bevisst på de etiske vurderingene som gjøres og handle ut ifra dette. Selv om det i utgangspunktet ikke er noen fastsatte lover for etikk innenfor forskningen, er det likevel normer og prinsipper for god forskningsetikk som bør følges. I tillegg er det viktig at forskningsresultatet blir fremlagt på en objektiv, rettferdig og ærlig måte (Denscombe, 2010).

Det ble avtalt et bestemt tidspunkt for å gjennomføre intervjuene over telefon. Dette for å unngå å ringe på eventuelle uheldige tidspunkt for informanten, noe som også kan relateres til god forskningsetikk. Den overordnede kommunikasjonen mellom forsker og informantene har primært vært gjennom e-post-korrespondanse.

Ifølge Denscombe (2010) blir det å beskytte informantenes interesser ansett som en grunnregel for god forskningspraksis. I de kvalitative intervjuene fikk informantene tilbudet om å bli anonymisert, slik det fremkommer i intervjukontrakten. Ingen av informantene hadde imidlertid et ønske om å benytte seg av denne muligheten, noe som kan styrke informantenes troverdighet i form av at det er kjent hvem som uttaler seg.

For å gjøre premissene klare for informantene ble de tilsendt en intervjukontrakt som inneholdt informasjon om intervjuet, rettigheter, plikter, samt hvordan dataene ville bli behandlet og hvem som har tilgang til dem. I kontrakten fremkommer essensiell informasjon som skal sikre at intervjuobjektet har forståelse for hva en eventuell deltakelse medfører. Kontrakten gir derfor en oversikt over hvem som er ansvarlig for prosjektet, hvorfor vedkommende får spørsmål om å delta, hva deltakelse innebærer, samt eventuelle spørsmål knyttet til personvern og rettigheter.

I intervjukontrakten var det også viktig å fremheve at det var frivillig å delta i forskningsprosjektet og at informanten hadde mulighet til å trekke sin deltakelse, noe som ikke ville medføre negative konsekvenser. Om informanten skulle ønske å trekke sin deltakelse, ville dataene som var gjeldende for vedkommende bli anonymisert.

Ved gjennomføring av kvalitative intervju er det i tillegg viktig at informasjonen som fremkommer blir behandlet med konfidensialitet. Det var derfor ikke noen utenforstående av prosjektet som hadde tilgang til dataene, noe intervjukontrakten presiserer. Det ble i tillegg

presisert hvor dataene ville være lagret, som var på Høgskulen i Volda sin nettsky-tjeneste, samt sikkerhetskopi på harddisk.

I det kvantitative datamaterialet er den enkelte politikeren ikke navngitt og det er umulig å identifisere disse ettersom de kun er en større del av statistikker. Dataene som er brukt er basert på offentlig tilgjengelig informasjon, primært hentet fra Stortingets hjemmeside.

4. Analyse

Før vi starter med analysen vil de generelle synspunktene til informantene knyttet til fordeler og ulemper med lobbyisme, åpenhet, samt etiske utfordringer fremlegges. Dette gjøres fordi temaene inneholder sentrale elementer som senere vil bli drøftet i diskusjonen. Samtidig vil dette skape et grunnlag for å lese analysen i en bredere kontekst. Videre skal jeg se nærmere på PR-byråenes kompetansekrav for ansettelse, med spesielt fokus rettet mot tidligere stortingsrepresentanter. For å finne ut hvilke kriterier og krav som er gjeldene i de ulike byråene vil synspunkter fra PR-konsulenter benyttes. Dette vil fungere som et grunnlag for å videre finne ut om byråenes krav samsvarer med resultatet fra den kvantitative undersøkelsen, samt relevant forskning på feltet. Analysekapitlet vil dermed være en innledende og viktig del for å kunne diskutere verdien og betydningen av faglig innsikt i forhold til den politiske kapitalen, samt hva som taktisk blir og ideelt sett burde vektlegges i ansettelsesprosesser av tidligere stortingsrepresentanter.

4.1. Lobbyisme: fordeler og ulemper

Selv om lobbyisme kan bli oppfattet som tidligere nevnt som et negativt ladet ord blant informantene, er det likevel konsensus om at det er en legitim og viktig del av demokratiet. Kristoffer Gustavsen i Geelmuyden Kiese (GK) mener det norske systemet er bygget på at det skal være en betydelig kommunikasjon mellom ulike aktører i samfunnet. Ifølge Gustavsen kan det likevel være negative konsekvenser knyttet til det han definerer som medvirkning, fordi det profesjonaliseres. Han påpeker at større bedrifter har store kommunikasjonsstaber som håndterer dette arbeidet og at det er vanskelig å få et system hvor alle stiller likt. Samtidig mener han det er utelukkende positivt at vi har en interaksjon mellom det offentlige og private, som stryker både demokratiet og folks tillit i et samfunn (Gustavsen, 2019).

Storingsrepresentantene Lunde og Melby fremhever at lobbyaktører ofte gir god bakgrunn av saker og bidrar med viktig informasjon, som danner grunnlaget for å kunne ta bedre avgjørelser (Lunde; Melby, 2019). Lunde presiserer samtidig at hun selv må ta en vurdering om hun er enig eller uenig i hva de forskjellige aktørene søker etter ved å fremlegge sine argumenter (Lunde, 2019). Melby mener det er viktig at politikere har et bevisst forhold til dette; at man skjønner at noen er der for å «lobbyere», og at de nødvendigvis ikke forvalter sannheten, men én side av saken. Storingsrepresentanten fra Venstre mener likevel at politikere flest burde bli flinkere til å hente inn informasjon fra flere grupper med ulike interesser (Melby, 2019).

Ifølge Jan Erik Larsen i Kruse Larsen er det viktig at demokratiske beslutninger ikke blir fattet i et vakuum og at det ikke blir et tema som bare angår et embetsverk og politikere. Derfor mener han at det må være lov å fremme sitt syn på mange ulike måter, både i åpen og lukket kanal (Larsen, 2019). Cecilie Ditlev Simonsen i First House mener i likhet med Larsen at dialog og det å fremføre argumenter i en sak, også i håp om å påvirke politiske beslutninger, er en sentral del av demokratiet (Simonsen, 2019).

4.2. Åpenhet

Selv om det er etablert enighet om at lobbyismens funksjon er viktig og legitim, er det delte meninger angående åpenheten rundt hvem som møter og påvirker politikere på Stortinget i dag. Spørsmålet om det er behov for å innføre et lobbyregister, som er en viktig del av debatten om åpenhet, vil brukes som en del av diskusjonen.

Ifølge Gustavsen må man alltid etterstrebe å ha et mest mulig åpent system, men poengterer samtidig at åpenheten i dag er tilfredsstillende siden politikere er tilgjengelige for allmennheten, det offentlige og det private (Gustavsen 2019). Politisk redaktør i Dagens Næringsliv, Kjetil Alstadheim mener også at det er mye åpenhet i dag og at Stortinget er et åpent hus hvor det er mange som kommer og går. I tillegg er det åpne høringer som er tilgjengelig for allmennheten. Alstadheim mener imidlertid at det er noen forbindelser det skulle vært større innsyn i; de mer pikante tingene som skjer i det skjulte (Alstadheim, 2019). I likhet med Gustavsen og Alstadheim, mener Lunde at Norge er et gjennomsiktig og lite korrupt land, og så lenge påvirkning forekommer gjennom informasjon tenker hun det er åpne prosesser i Norge (Lunde, 2019).

Larsen på sin side mener det er begrenset åpenhet rundt hvem som møter politikerne, så lenge det ikke blir registrert eller offentliggjort, eller så lenge allmennheten ikke får innsyn i det (Larsen, 2019). Simonsen støtter denne utfordringen. Satt på spissen tenker hun det kunne vært avkrevd av politikerne å holde løpende og offentlige oversikter over alle de har snakket med og hatt møter med, men at det ville vært negativt for demokratiet (Simonsen, 2019). Melby mener imidlertid det er ganske lite åpenhet i dag ettersom det ikke eksisterer noen krav om at politikerne skal si hvem de skal ha møter med (Melby, 2019).

4.3. Etiske utfordringer knyttet til lobbyisme

Larsen mener den største etiske utfordringen vil være om noen gis særfordeler utenom demokratiske beslutningsprosesser, på grunn av kjennskap og vennskap. Han mener at spørsmål knyttet til nepotisme, det vil si favorisering av venner og familie, vil alltid være en viktig problemstilling, ikke bare knyttet til lobbyisme, men alle former for eksperthjelp og rådgivning:

De som har mest ressurser fra før kan bruke mest ressurser på å kjøpe seg hjelp og dermed forsterker de sin egen posisjon i samfunnet. Det er klart at det kan være en betenkelighet – Larsen (2019).

I likhet med Larsen mener Simonsen at det kan være en trussel mot demokratiet at noen stemmer har mer ressurser til å bli hørt, fremføre sin sak eller påvirke andre. Det er her hun mener at debatten om PR sporer av. Ifølge Simonsen er det de store selskapene som bruker mye ressurser på lobbyisme, selv om de i utgangspunktet bruker lite byrå-hjelp ettersom de har egne kommunikasjonsavdelinger. Dette er en sterk kontrast til de små organisasjonene og selskapene som Norge stort sett består av, som ikke har egne avdelinger eller ansatte som forstår politikk, ifølge Simonsen. Når det plutselig skjer en sak i et lokalsamfunn eller nasjonalt som kan ha store konsekvenser for en organisasjon og bedrift, mener hun det er uheldig at noen skal bli mistenkeliggjort ved å skaffe seg hjelp til å finne frem i mylderet av myndigheter og politiske beslutningsprosesser. Det kan i verste fall handle om en sak som kan true hele grunnlaget for virksomheten (Simonsen, 2019).

Fra innsiden av korridorene på Stortinget, bekrefter Melby at det er en utfordring å sikre at alle har lik tilgang til politikere. Dette fordi grupper med sterk økonomi, god tid og mulighet til å engasjere dyktige ansatte, vil alltid ha et fortrinn. Ifølge Melby er det derfor krevende å

sikre at alle stemmer blir hørt i alle saker (Melby, 2019). Lunde deler dette synspunktet. Uavhengig av lobbyisme, mener hun det alltid være en utfordring om det skjer en endring i prioriteringene som ikke burde skjedd, fordi noen sterke interesser har vunnet frem med sine saker fremfor andre. Ifølge Lunde vil lobbyister forsøke å endre på prioriteringene, fordi det er hele lobbyismens virkeområde. Samtidig mener hun at det skal være endring i de politiske prioriteringene, at eksempelvis funksjonshemmede skal bli tildelt mer penger, andre vilkår og så videre. Spørsmålet er ifølge Lunde om det er en legitimitet i det eller ikke (Lunde, 2019).

4.4. Byråenes kompetansekrav

Det er naturligvis ulike syn knyttet til kompetansekrav blant PR-konsulentene ettersom de representerer ulike PR-byråer; Geelmuyden Kiese, Kruse Larsen og First House.

Ifølge Gustavsen er det ikke et svart-hvitt bilde om man jobber med politikk eller bare med PR i GK. Han tenker at ansettelser handler om et helhetlig bilde av personen, men at det kan variere fra byrå til byrå; For noen kan telefonkatalogen være viktig, mens for andre kan det være komitearbeid (Gustavsen, 2019). I Kruse Larsen legger de vekt på politisk forståelse, forståelse for strategisk kommunikasjon, god framstillingsevne, og ikke minst skriftlig, solide pedagogiske egenskaper. Dette innebærer evne til å forklare kompliserte sammenhenger til mennesker som i utgangspunktet ikke kan noe om det temaet, ifølge Larsen (Larsen, 2019). Simonsen mener kunnskap om politiske beslutninger er viktig og innsikt i ulike forvaltningsnivåer, samt hvordan ting foregår der. Hun trekker også frem det hun kaller generelt god samfunnskompetanse, samfunnsforståelse eller samfunnsengasjement. I tillegg blir innsikt i hvordan mediene jobber og hvordan man skal forholde seg til dem ansett som en kjernekompetanse hos First House, ifølge Simonsen (Simonsen, 2019).

Om GK skulle ansatt en tidligere stortingspolitiker i morgen ville vurderingen vært basert på et helhetsinntrykk av følgende spørsmål: hvem er personen, vil personen skape mer verdi i arbeidet de gjør og vil personen tilføre en ekstra dimensjon med kunnskapen de har.

(...) Det har ingen verdi å ha en stortingspolitiker her om man ikke sammen kan skape gode kommunikasjonsråd – Gustavsen (2019).

Larsen fremhever viktigheten av å forstå rollen sin, fordi det er viktig å skjønne at man har gått fra å være politiker til å være rådgiver. Ifølge Larsen betyr det at man ikke kan fortsette å argumentere partipolitisk, men man må forstå kundens behov og ikke hva som tjener partienes interesser. I tillegg må man passe på de etiske grensene og ivareta tilliten både til rådgivingen

og politikken ved at det er ryddighet i forholdet. Samspillet mellom disse to områdene kan derfor bli ansett som avgjørende (Larsen, 2019).

Evnen til å lytte til andre og forstå hva omgivelsene er opptatt av, er en egenskap som Simonsen mener mange politikere har, og som er essensielt for First House. Ifølge Simonsen er denne egenskapen viktig både for å være en god politiker og god rådgiver (Simonsen, 2019).

For å finne ut i hvilken grad de tidligere stortingspolitikere oppfyller byråenes kriterier og hvilke forutsetninger de har for å jobbe med strategisk kommunikasjon og påvirkningsarbeid, vil jeg rette fokuset mot politikernes bakgrunn samt hvilken kompetanse de tilegner seg i løpet av tiden sin på Stortinget som gjør de ettertraktet, med hensyn til utdanningsbakgrunn, utdanningsretning, tidligere yrke og komitemedlemskap. Som nevnt tidligere ønsker analysen å svare på forskningsspørsmålene, utenom S4 som vil bli drøftet i diskusjonen:

S1: Hvor mange stortingsrepresentanter gikk fra politikken til PR-byråer, interesseorganisasjoner og NGO-er i perioden mellom 2009 og 2017?

S2: Hvilken bakgrunn har politikere med hensyn til utdanning, tidligere yrke og komitemedlemskap?

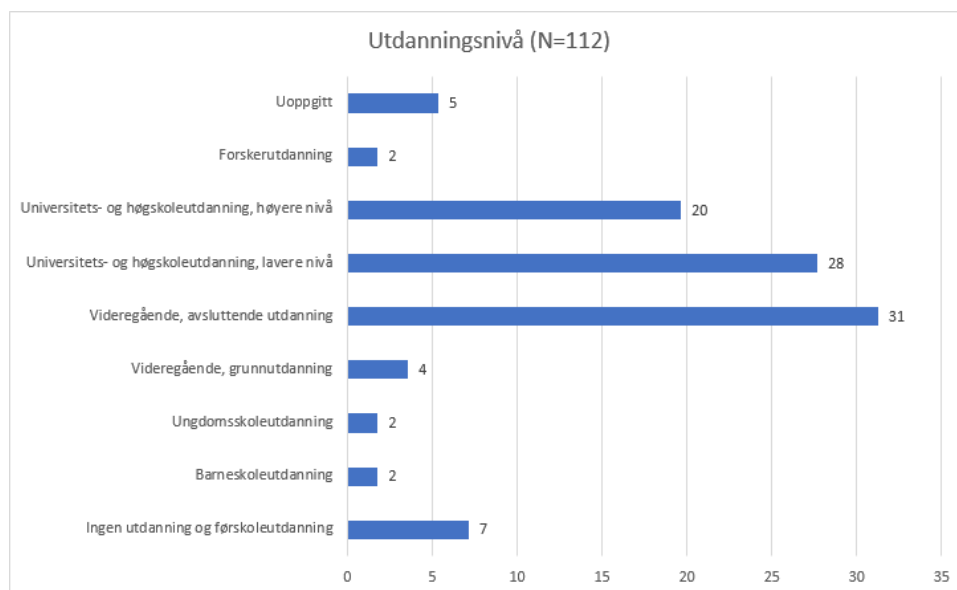
S3: Hvilke yrker går politikere til når de forlater Stortinget?

4.5. Om undersøkelsen

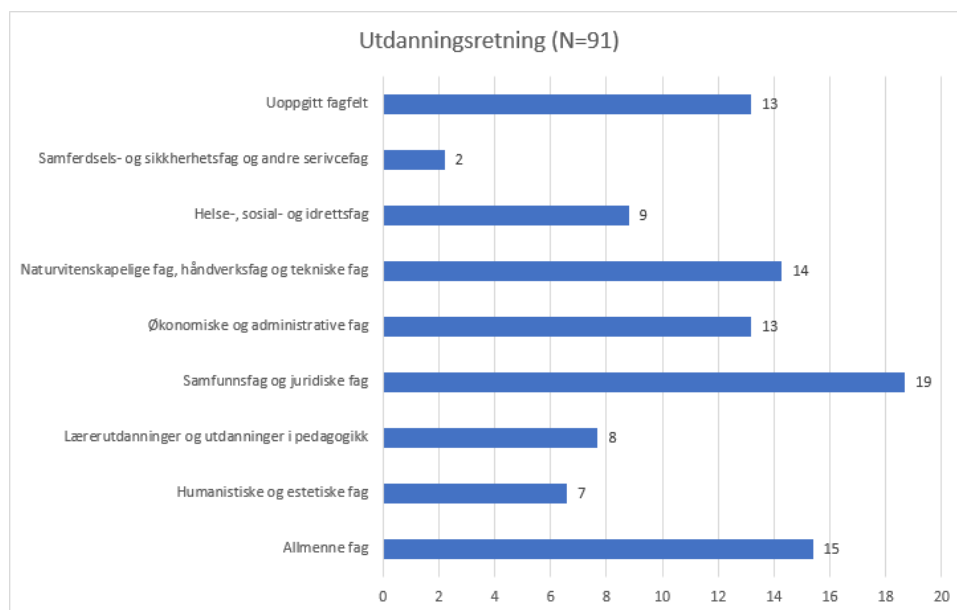
Det var totalt 112 representanter som forlot politikken i perioden mellom 2009 og 2017, og som danner grunnlaget i datamaterialet. Blant disse var 38,4 prosent kvinner og 61,6 prosent menn. Når det gjelder fordelingen mellom partimedlemskap var 34,8 prosent fra Arbeiderpartiet den største andelen som forlot Stortinget, etterfulgt av Fremskrittspartiet og Høyre med henholdsvis 25 og 17,9 prosent. Gjennomsnittsalderen blant representantene er 57 år.

4.6. Politikernes bakgrunn

4.6.1 Utdanningsnivå og utdanningsretning



Figur 2: Utdanningsnivå, basert på SSBs standard for utdanningsgruppering (NUS). Oppgitt i prosent.



Figur 3: Utdanningsretning, basert på SSBs standard for utdanningsgruppering (NUS). Statistikken viser de ulike utdanningsretningene samlet, uten hensyn til utdanningsnivå. Oppgitt i prosent.

Figur 2 viser at om lag halvparten av stortingsrepresentantene har universitet- og høyskoleutdanning, enten på lavere eller høyere nivå - flest innenfor lavere nivå. Kun 2 prosent har forskerutdanning. Samtidig har 31 prosent av representantene videregående som avsluttende utdanning. Samlet sett er det en jevn fordeling mellom høyere og lavere utdanning blant representantene. Som vi kan lese i figur 3 er det samfunnsfag og juridiske fag (19

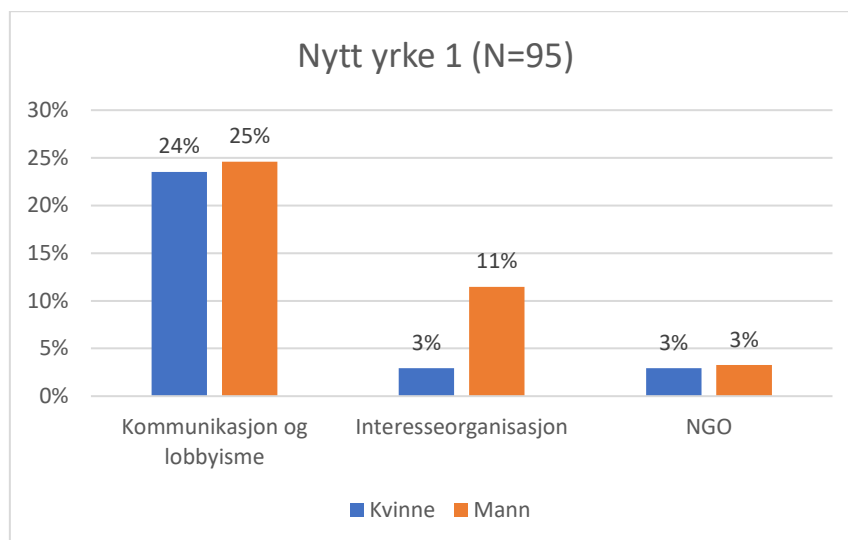
prosent) som dominerer, etterfulgt av allmenne fag (15 prosent), naturvitenskaplige fag, håndverksfag og tekniske fag (14 prosent) samt økonomiske og administrative fag (13 prosent). Det er derfor kun et fåtall av representantene som har utdanning innenfor helse-, sosial- og idrettsfag (9 prosent), lærerutdanninger og utdanninger i pedagogikk (8 prosent), humanistiske og estetiske fag (7 prosent) samt samferdsel- og sikkerhetsfag og andre servicefag (2 prosent). I statistikkene utgjør kategoriene *uoppgitt* i figur 2 (5 prosent) og *uoppgitt fagfelt* i figur 3 (13 prosent) resultatene der det var manglende informasjon.

I de neste avsnittene vil fokuset rettes mot utgangspunktet for denne oppgaven:

S1: Hvor mange stortingsrepresentanter gikk fra politikken til PR-byråer, interesseorganisasjoner og NGO-er i perioden mellom 2009 og 2017?

Denne vandringsstudien vil naturligvis vektlegge overgangene til de nevnte yrkesområdene i S1 som vil bli betegnet som en fokusgruppe, i tillegg til å fremheve andre relevante yrker som kan relateres til kommunikasjon og påvirkningsarbeid på lokalt og regionalt nivå. Videre vil jeg se nærmere på partifordelingen i fokusgruppen, relevant bakgrunn for nytt yrke, samt kommunikasjonsrelatert arbeid før og etter politikken.

4.7. Nytt yrke: fokusgruppe

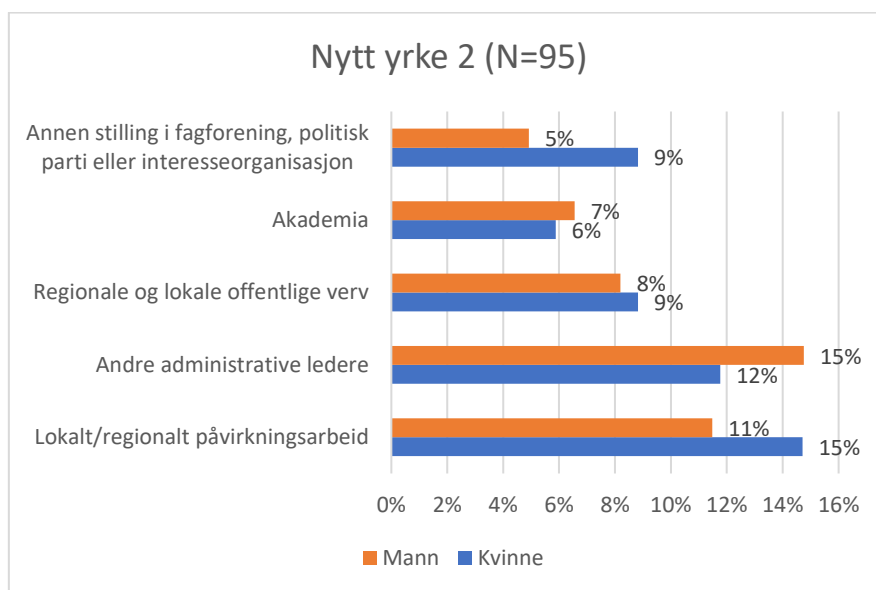


Figur 4: Nytt yrke samlet med kjønnsfordeling.

I figur 4 er PR-byråer som inngår i S1, inkludert i kategorien *kommunikasjon og lobbyisme*. Jeg valgte å benytte en bredere kategorisering i fremstillingen i figur 4 for å kunne inkludere alle kommunikasjonsrelaterte yrker, noe jeg mener presenterer det totale bildet mer utfyllende.

Figur 4 viser at om lag 24 prosent samlet går til yrker som kan relateres til kommunikasjonsarbeid og lobbyisme. Yrkestitlene innenfor denne kategorien gjelder kommunikasjonsrådgiver, -arbeider, -sjef, -direktør, eller konsulent, informasjon og samfunnskontakt, samt lobbyister og byråer som tilbyr lobbytjenester. Det er totalt 8 prosent som tiltrer i stillinger som direktører, daglige ledere eller prosjektledere i *interesseorganisasjoner*, hvor det er tilsvarende prosentandel som skiller menn (11 prosent) og kvinner (3 prosent) i denne kategorien. Vi finner kun 3 prosent i NGO-er med tilsvarende titler som i interesseorganisasjonene. Samlet sett er det små kjønnsforskjeller i yrkene innenfor kategoriene *kommunikasjon og lobbyisme* og *NGO-er*.

4.8. Andre nye relevante yrker



Figur 5: Overganger til nye posisjoner innenfor andre relevante yrker.

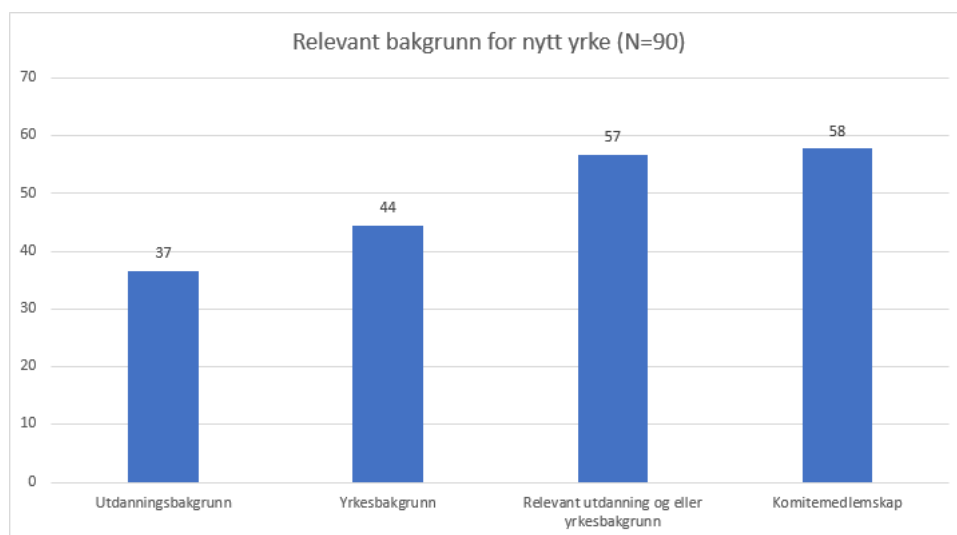
Som det fremgår i figur 5 ovenfor, er det en del som tiltrer i ulike posisjoner på regionalt og lokalt nivå, som samsvarer med den danske studien (Blach-Ørsten et al., 2017). I fordelingen mellom disse yrkeskategoriene finnes flest innenfor *andre administrative ledere* (14 prosent totalt), som angår stillingene direktør, daglig leder, regiondirektør og generalsekretær. Blant disse er det 3 prosent flere menn enn kvinner. Det er samtidig fire prosentpoeng flere kvinner i forhold til menn i både *annen stilling innenfor fagforening, politisk parti og*

interesseorganisasjon, og blant prosjektledere, kommunale rådgivere, samt styreledere i *lokalt og regionalt påvirkningsarbeid*.

Selv om den største andelen finner nye karriereveier etter Stortinget, er det også noen som fortsetter politisk arbeid gjennom regionale og lokale offentlige verv (8 prosent) som fylkesmann, fylkesråd, rådmann, ordfører og varaordfører. I Espeli (1999) sin forståelse av lobbyvirksomhet, mener han at en bør inkludere kommuner og fylker i sin definisjon, fordi de vil påvirke på det nasjonale planet (Ihlen & Gullberg, 2015, s. 234).

Det er om lag 20 prosent som ikke er en del av resultatene i figur 4 og 5 som går under kategorien "*annet*". Denne kategorien er i hovedsak ekskludert på bakgrunn av relevans i henhold til oppgavens formål.

4.9. Relevant bakgrunn for nytt yrke



Figur 6: Relevant bakgrunn for nytt yrke. Figuren viser relevansen mellom utdanning, tidligere yrke og komitemedlemskap for nytt yrke. Oppgitt i prosent.

Som det fremgår av figur 6, har komitemedlemskap en vesentlig større betydning for nytt yrke i forhold til utdannings- og yrkesbakgrunn, isolert sett. Når de to variablene samlet utgjør relevant utdanning og/eller yrkesbakgrunn, er det fortsatt komitemedlemskap som er marginalt størst.

Informantene i den kvalitative undersøkelsen ble bedt om å ta stilling til i hvilken grad de tenker at utdanningsbakgrunn, yrkesbakgrunn og komitemedlemskap er relevant for nytt yrke. Sammenlignet med det kvantitative resultatet, er det ulike oppfatninger blant informantene

knyttet til dette. Overordnet mener informantene at spørsmålet først og fremst er avhengig av hvilken stilling en person er tiltenkt.

4.9.1. Utdanningsbakgrunn

Gustavsen mener i utgangspunktet at det ikke er et sort-hvitt bilde i ansettelsesprosesser. Noen kan ønske en stortingsrepresentant fordi de ikke har kunnskap om det politiske systemet, og da tenker Gustavsen at utdanning er lite viktig. Han tror likevel at de tidligere stortingsrepresentantene ønsker å bruke utdannelsen de har til en viss grad i ettertid av politikken (Gustavsen, 2019). Simonsen forteller at de gangene de legger så stor vekt på utdanning at det overskygger nærmest alt annet, er når de ansetter noen veldig unge og nyutdannede. Hun mener likevel at yrkeserfaring går fremfor utdanning i ansettelsen av tidligere stortingspolitikere (Simonsen, 2019), noe også Lunde er enig i. Ifølge Lunde handler det om hva du har tilegnet deg underveis, ikke hva du hadde da du kom inn på Stortinget (Lunde, 2019). Larsen på sin side mener at utdanning er relevant, som en helhet av kompetansen til den de ansetter (Larsen, 2019).

4.9.2. Yrkesbakgrunn

Både Larsen og Gustavsen tenker at yrkesbakgrunnen kan være relevant. Gustavsen tror de beste arbeidsplassene er sammensatt av mye forskjellige mennesker, med forskjellig type bakgrunn før politikken og andre jobber. Han mener det kan være relevant for en arbeidsplass å få en bredde i ulik kunnskap (Gustavsen, 2019). Simonsen mener yrkesbakgrunn er viktig, men at det er vanskelig å vekte. For henne handler det om kombinasjonen av utdanning, interessant bakgrunn og politikererfaring. Om du har vært lærer i to år før du ble stortingsrepresentant tenker hun at det kanskje ikke er like spennende som at du eksempelvis har vært statssekretær i finansdepartementet – men det vil likevel variere, ifølge Simonsen (Simonsen, 2019). Som det har vært nevnt tidligere mener Lunde at det viktigste vil være hva du har tilegnet deg underveis: om du har vært bonde tidligere vil det selvfølgelig ha noe å si for hvilket blikk du har hatt på politikken, men det handler om hva en person har tilegnet seg i løpet av den politiske karrieren, og da vil det ikke være noe forskjell på om vedkommende har vært bonde eller kommunikasjonsrådgiver i utgangspunktet. Lunde har selv kommunikasjonsbakgrunn, noe hun mener er mindre vesentlig for det hun gjør i dag – og antageligvis mindre vesentlig for hva hun kommer til å gjøre i morgen (Lunde, 2019).

4.9.3. Komitemedlemskap

Det er konsensus mellom Alstadheim, Lunde og Melby om at komitemedlemskap kan være en avgjørende faktor for ny jobb i ettertid av politikken (Alstadheim; Lunde; Melby, 2019). Alstadheim tror det kan være viktig for noen å ansette en som kan noe om politikk med kompetanse innenfor eksempelvis helsesektoren. En som sitter i helsekomiteen vil dermed ha bred oversikt og mye kunnskap om dette fagfeltet, ifølge Alstadheim (Alstadheim, 2019). Lunde fremhever at politikerne selv velger hvilke komitéer de vil sitte i, gjerne på bakgrunn av eget engasjement. I likhet med Alstadheim tenker Lunde at man vil bli kompetent på de sakene man har til behandling i løpet av en fireårs periode. Dette mener hun også vil være avgjørende for om vedkommende føler de kan gå inn i industrien eller ikke (Lunde, 2019). Melby poengterer at man vil opparbeide seg en spesialkompetanse ved å sitte i en komite, og dermed vil man være mer attraktiv for å jobbe innenfor sektoren (Melby, 2019).

Gustavsens deler synet om at det er mulig å dykke dypere inn i fagkunnskapen i en fagkomite, en kunnskap som er viktig både for offentlige og private institusjoner som jobber med forskjellige typer fag. Gustavsens mener likevel at dette ikke vil være tungen på vektskålen i en ansettelse, men at det vil være en helhetsvurdering av bakgrunn (Gustavsens, 2019). Larsen på sin side sier at dette ikke er noe de legger vekt på (Larsen, 2019), mens Simonsen tror det delvis kan være relevant (Simonsen, 2019). Selv om det er delte meninger blant informantene i spørsmålet om betydningen av komitemedlemskap, viser det kvantitative resultatet at det er en tydelig korrelasjon mellom komitemedlemskap og nytt yrke.

4.10. Hvilken kompetanse gjør politikerne ettertraktet?

Basert på tallene som er presentert i avsnittene ovenfor, er stortingsrepresentantene ikke en høyt utdannet gruppe og de har i utgangspunktet begrenset kunnskap om strategisk kommunikasjon. Likevel er det flest overganger til de øverste yrkeskategoriene og stillinger hvor strategisk kommunikasjon er en viktig del av arbeidet. I de neste avsnittene vil fokuset rettes mot andre potensielle faktorer som gjør tidligere stortingsrepresentanter ettertraktet når de forlater politikken.

Som det fremgår i tidligere forskning er politikere blant annet ettertraktet fordi de har; tilgang, systemkunnskap, erfaringer med politiske analyser, evnen til å tenke strategisk og/eller kunnskap om framing (Allern, 2011; Allern & Pollack 2014, s. 13). Sammenlignet med informantenes synspunkter, blir systemkunnskap særlig vektlagt, som i hovedsak gjelder

kunnskap om det politiske system og kunnskap om hvordan de politiske beslutningene foregår. Larsen forklarer følgende:

Politiske beslutninger i Norge har stor betydning også for næringslivet og de kan lite om prosessene, derfor er det veldig attraktivt for dem å få snakke med noen som kan prosessene. Politikerne har vært på innsiden, de skjønner hvordan spillet foregår og derfor er de interessante – Larsen (2019).

Alstadheim tenker det kan handle om noe så enkelt som å forstå samfunnsfaget, det som mange egentlig skulle lært seg på skolen. Han trekker i tillegg frem viktigheten av å forstå hvordan dynamikken i saker oppstår; hvem gjør hva, hvordan skal man tilnærme seg og hvem skal man prøve å påvirke. I likhet med Larsen mener Alstadheim at kjennskap til aktørene i spillet også kan være avgjørende (Alstadheim, 2019). Melby trekker også frem nettverk som en del av pakken; de kjenner andre politikere og de som tar beslutninger, samt mange i organisasjonslivet. Ifølge Melby er det en blanding mellom det formelle og uformelle (Melby, 2019).

Gustavsens følger disse synspunktene, han mener gode avgjørelser er avhengig av kunnskap om det som eventuelt skal bli vedtatt. Derfor er det avgjørende å vite hva som er viktig for de ulike partiene og hva som kan være en verdi for den du møter:

Hvordan du kontakter dem, hvordan du håndterer slike møter er jo en kunnskap som politikerne har fordi de har sittet på andre siden av bordet. Det er nok en kunnskap som er ettertraktet – Gustavsens (2019).

Lunde mener stortingsrepresentanter opparbeider seg massiv kunnskap om flere ting, blant annet de politiske prosessene, som har vært nevnt av samtlige informanter, og områder de selv har vært med på å legge rammevilkår for (Lunde, 2019). Simonsen på sin side vektlegger de personlige egenskapene. Hun mener mennesker som er skolert politisk; har jobbet i politiske partier, vært folkevalgt eller politiske rådgivere, har tilegnet seg kunnskaper og ferdigheter som ofte kan brukes langt utenfor politikken (Simonsen, 2019).

Ved å være politiker, trekker Simonsen frem at man ofte har opparbeidet seg en god kompetanse med å sette ord på en problemstilling, samt hvordan argumentere for eller imot. I tillegg mener hun at mange politikere er flinke til å tenke hvordan man skal få en sak på i

media, i tillegg til at de har erfaringer fra organisasjoner fordi de har vokst opp i politiske ungdomsorganisasjoner, noe som er en relevant erfaring for andre typer virksomheter. Simonsen tror at folk i næringslivet og media undervurderer den kommunikasjonskompetansen som mange tilegner seg som politiker og at den også er verdifull (Simonsen, 2019).

4.11. Politisk kapital – en salgsvare?

Slik det har blitt påpekt i tidligere forskning av Allern og Pollack (2014), er det langt færre i dag som besitter kunnskap om politiske beslutninger, noe som medfører en økning i etterspørselen på markedet. Denne kunnskapen kan derfor bli betraktet som en viktig del av den politiske kapitalen. I denne sammenheng blir politisk kapital oppfattet som den kunnskapen og kompetansen en politiker tilegner seg i løpet av tiden som stortingsrepresentant; kunnskap om det politiske systemet og beslutningsprosesser, nettverk og komitemedlemskap. Som Bourdieu har beskrevet, vil den politiske kapitalen forsvinne sammen med vedkommende som besitter den (Hjellbrekke & Osland, 2010, s. 284-285). Tidligere stortingspolitikere og andre personer som har vært en del av det politiske systemet er derfor svært ettertraktet når de forlater Stortinget med sin kapital i bagasjen.

Overordnet er det konsensus blant informantene om at politisk kapital er en salgsvare som kan omsettes på et marked, slik det fremstilles i tidligere forskning. Det er likevel delte meninger om hva denne kapitalen egentlig er og hvilke utfordringer som er knyttet til den.

Larsen mener at kunnskap om politiske beslutningsprosesser er som all annen kunnskap av betydning for noen og en vare som kan omsettes. Han mener det er klart at kompetanse eller kunnskap som er ervervet gjennom studier, erfaring og egen praksis har en verdi. Videre poengterer Larsen:

Mange av de som er avhengig av de politiske prosessene vet ikke hvordan de foregår, det mener jeg er et demokratisk problem og derfor kommer de til oss og betaler for å få hjelp. Og da er den kunnskapen vi har, politisk kapital, en handelsvare – Larsen (2019).

Rapporten til Gullberg og Helland (2003) viste at det var først og fremst ledere i privat næringsliv, rundt 30 prosent, som benyttet seg av profesjonelle lobbytjenester. Selv om det er en stund siden rapporten ble fremlagt og offentlig sektor har blitt beskrevet som den største “kjøperen” av lobbytjenester i senere tid, trekker Simonsen og Lunde frem, i likhet med Larsen, at det er mangel på kunnskap som skaper etterspørselen, spesielt i privat næringsliv.

Lunde på sin side har forståelse for hvorfor privat næringsliv kjøper politisk kapital fordi hun opplever de som absolutt dårligst til å bygge nettverk og ivareta egne interesser. Hun påpeker at ni av ti norske bedrifter har færre enn ti ansatte, ingen kommunikasjonsavdelinger, samt lite penger og ressurser. Ifølge Lunde er disse bedriftene på jobb hver dag for å overleve, skape arbeidsplasser og næring – de driver ikke med påvirkning. Hun mener derfor at det er helt legitimt de gangene bedriftene trenger den kompetansen, at de går til noen som har den og kjøper den. Lunde påpeker samtidig at det er et paradoks at det er næringslivet som betaler for de frivillige organisasjonene, som etter hennes mening ofte er på Stortinget for å påvirke, men at det er få organisasjoner som ivaretar næringslivets interesser (Lunde, 2019).

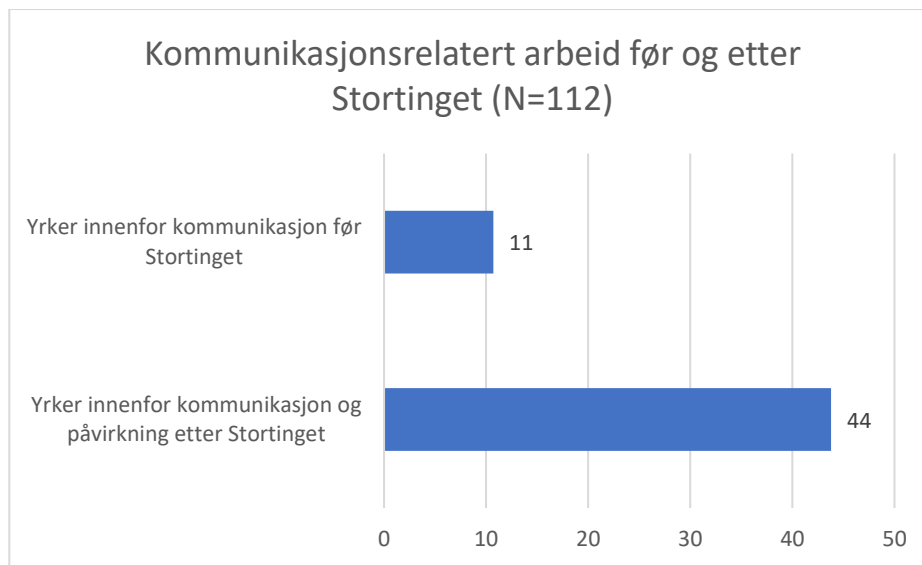
Simonsen fremhever også mangelen på kunnskap i privat næringsliv:

Kunnskapen i norsk næringsliv om norsk politikk er forstemmende lav, og det finnes topledere som knapt vet forskjellen på Stortinget og regjering – Simonsen (2019).

Simonsen mener samtidig, i likhet med Larsen, at politisk kapital eller politisk kunnskap kan være en salgsvare på samme måte som mediekunnskap, generell samfunnsinnsikt eller ekspertise innenfor markedsføring (Simonsen, 2019). Gustavsen følger synspunktet til Larsen og Simonsen og mener at kunnskap om politikk ikke er noe annerledes enn å ha kunnskap om andre ting som økonomi, juss eller en næring (Gustavsen, 2019).

Selv om flertallet blant informantene setter kunnskapen om det politiske system på lik linje med all annen type kunnskap, trekker Alstadheim frem et annet perspektiv; han mener det er noen etiske utfordringer i det at de har fått kunnskap i en annen rolle og så utnyttet det i noe som opprinnelig ikke var tenkt. Her mener Alstadheim at det er en lojalitet som skifter, fra parti og velgere til oppdragsgivere (Alstadheim, 2019).

4.12. Kommunikasjon og påvirkningsarbeid



Figur 7: Yrker innenfor kommunikasjon før Stortinget er gjeldene for følgende stillinger: politisk rådgiver, kommunikasjonsmedarbeider, kommunikasjonsdirektør/sjef. Yrker innenfor kommunikasjon og påvirkning etter Stortinget, er basert på en bredere definisjon. Oppgitt i prosent.

Slik det fremgår i figur 7 ovenfor, er det en liten andel blant representantene som tar med seg en kommunikasjonsrelatert bakgrunn når de går inn på Stortinget. Likevel er det et betydelig antall som tiltrer i nye stillinger som kan relateres til kommunikasjon og påvirkningsarbeid i ettertid av politikken. Dette funnet står i sterk kontrast til kompetansenivået til dagens kommunikatorer innenfor feltet, som ble fremlagt i ECM-undersøkelsen fra 2016 (Tench et al., 2017, s. 140), hvor de konkluderte med at kommunikatorer er en høyt utdannet gruppe. Ifølge forskerne har ikke disse høye utdanningsnivåene endret seg det siste tiåret, noe som forsterker argumentet om at strategisk kommunikasjon er en reell profesjon (Tench et al., 2017, s. 136). På bakgrunn av dette kan det derfor være nærliggende å se videre på hvilken kompetanse som gjør de tidligere stortingspolitikere egnet til å jobbe med strategisk kommunikasjon og hva som veier tyngst i forhold til den politiske kapitalen. For å undersøke dette, ble informantene fra PR-byråene bedt om å ta stilling til følgende spørsmål:

Har en tidligere stortingspolitiker den nødvendige kommunikasjonsfaglige kompetansen til å jobbe med strategisk kommunikasjon?

Samlet mener PR-konsulentene at det ikke nødvendigvis er slik at alle tidligere stortingsrepresentanter har kunnskap om strategisk kommunikasjon, men at noen kan ha jobbet med det som politiker.

Gustavsen mener at en del av den strategiske kommunikasjonen i et kommunikasjonsbyrå kan handle om hva en bedrift skal si, ikke bare til politikere, men til kundene sine. Han mener derfor at kunnskapen man har om systemer vil være det viktigste, slik at man har forståelse for hvordan man skal håndtere ulike oppdrag (Gustavsen, 2019).

Ifølge Larsen har de én tidligere stortingsrepresentant i Kruse Larsen og mange som har jobbet som rådgivere i Stortinget, enten som statssekretærer eller rådgivere i regjeringsapparatet. Larsen forteller at disse blir rekruttert inn i det apparatet fordi de både har kunnskap om politikk og om strategisk kommunikasjon. Det er likevel ikke slik at alle stortingsrepresentanter er eksperter på strategisk kommunikasjon, ifølge Larsen. I Kruse Larsen er det to hovedområder som er bærebjelkene i deres rådgiving, det ene er kompetanse om politiske prosesser og det andre er strategisk kommunikasjon. Larsen poengterer at det ikke er slik at alle jobber med alt (Larsen, 2019). Simonsen mener imidlertid at det henger sammen med hva de har gjort før de ble stortingsrepresentanter, hvordan de har utøvd rollen sin og personlighet (Simonsen, 2019).

Videre var det interessant å utforske informantenes perspektiver angående dette spørsmålet:

Veier politisk kapital tyngre enn den kommunikasjonsfaglige kompetansen?

Ifølge Gustavsen er det et behov for begge deler. Samtidig mener han at det er mye fokus på kompetanse i kommunikasjonsbransjen, selv er han jurist uten kommunikasjonsfaglig bakgrunn. Gustavsen tenker at det ofte er som i alle yrker, at man har en viss ballast når man blir ansatt og så tilegner man seg ny kunnskap etter hvert. Han tenker derfor at man ikke lærer hvordan man skal håndtere arbeidslivet i GK på studier eller advokatyrket på jussen.

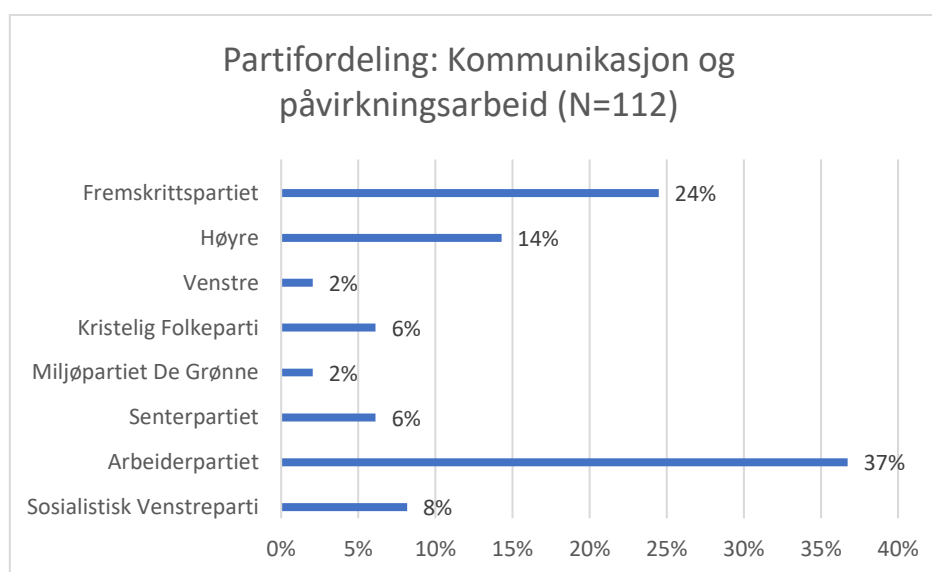
Gustavsen presiserer følgende:

Den kommunikasjonsfaglige kunnskapen og den politiske kunnskapen er viktig for å skape god kommunikasjon – Gustavsen (2019).

Larsen mener imidlertid at det blir feil å si at den politiske kapitalen veier tyngre enn den kommunikasjonsfaglige kompetansen. I Kruse Larsen er det ansatt mange som aldri har vært politikere, men som har kommunikasjonsfaglig bakgrunn, enten studert kommunikasjon og jobbet med kommunikasjon, eller som har mediebakgrunn, eller annen type kunnskap eller kapital som kan omsettes i markedet, ifølge Larsen (Larsen, 2019).

Ifølge Simonsen kan den politiske kapitalen veie tyngre enn den kommunikasjonsfaglige kompetansen i noen tilfeller. Samtidig mener hun at det er såpass attraktivt å jobbe i et PR-byrå at det ikke vil være nok å "bare" ha vært en "backbencher" på Stortinget. Hun mener likevel at mange har andre ferdigheter, kompetanse og erfaring, og at summen av det ofte blir veldig bra. Simonsen presiserer samtidig at First House ikke har råd til å ha ansatte som ikke besitter en kunnskap de kan selge (Simonsen, 2019).

4.13. Partifordeling



Figur 8: Fordeling mellom partiene i nytt yrke innenfor kommunikasjon og påvirkningsarbeid.

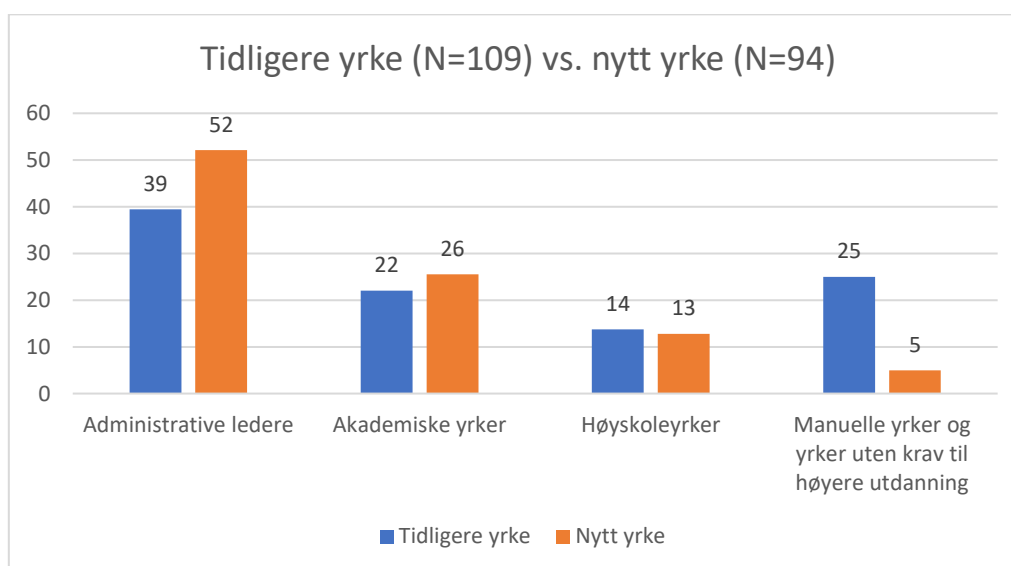
Figur 8 viser at den største andelen som går til yrker som kan relateres til kommunikasjon og påvirkningsarbeid etter Stortinget, kommer fra Arbeiderpartiet (37 prosent), noe som samsvarer med resultatet i Allern og Pollack (2014) sin studie, hvor Arbeiderpartiet også var størst. Det som imidlertid skiller resultatet ovenfor med nevnte tidligere studie, er at det er en større andel fra Fremskrittspartiet (24 prosent) i forhold til Høyre (14 prosent). Disse størrelsesforholdene samsvarer også med antall personer som gikk ut av Stortinget fra de respektive partiene totalt. Sammenlignet med den svenske studien var det konservative partiet Moderaterna det klart største «PR-partiet» i Sverige (Allern og Pollack, 2018, s. 17), noe som står i kontrast til forskningen som er gjort i norsk sammenheng.

I den danske undersøkelsen var det flest representanter som forlot Folketinget fra sentrum-venstre som gikk til en posisjon innenfor lobbyfirmaer, foreninger, interessegrupper og tankesmier, men det var likevel flest representanter fra sentrum-høyre som jobbet spesifikt med lobbyisme i ettertid av politikken (Blach-Ørsten et al., 2017).

Et annet interessant funn er at selv om begge sider av den politiske akse er representert, er det likevel en overvekt av partiene som stemmer imot forslaget om innføring av et lobbyregister som har flest overganger til kommunikasjon og påvirkningsarbeid når de forlater Stortinget.

Videre vil jeg se nærmere på hvilke yrker politikerne går til når de forlater Stortinget. I tillegg til å besvare S3, var det også relevant å se på fordelingen mellom de ulike yrkeskategoriene før og etter politikken.

4.14. Tidligere yrke vs. nytt yrke



Figur 9: Tidligere yrke vs. nytt yrke. Kategoriene tar utgangspunkt i SSBs kodeliste for yrkeskatalogen, basert på STYRK 98. Oppgitt i prosent.

I figur 9 utgjør kategorien *manuelle yrker og yrker uten krav til høyere utdanning* følgende yrkesfelt: håndverkere og lignende, kontor- og kundeserviceyrker, militære yrker, prosess- og maskinoperatører, transportarbeidere mv., salgs-, service- og omsorgsykker, yrker innen jordbruk, skogbruk og fiske, samt yrker uten krav til utdanning. Valget om å slå sammen disse yrkeskategoriene er i hovedsak basert på forenkling av statistikken, samt å fremheve at dette er yrker som en liten andel vender tilbake til etter politikken. De resterende kategoriene i tabellen samsvarer med SSBs oppsett. Pensjonister som utgjorde 4 prosent er utelatt fra resultatet. Det er også viktig å påpeke at det er 15 flere personer som utgjør tidligere yrker (N=109) i forhold til nye yrker (N=94), noe som må begrunnes med mangel på tilgjengelig informasjon.

Figur 9 viser at det er en markant økning blant tiltredelser i nye yrker innenfor de to øverste yrkeskategoriene; administrative ledere og akademiske yrker. Høyskoleyrker faller imidlertid med ett prosentpoeng. Funnene samsvarer med den siste norske maktutredningen som viste at en større andel av tidligere politikere ble direkte rekruttert til høye stillinger i næringslivet (Østerud et al., 2003). Et tilsvarende eksempel er Maktutredningens hovedrapport fra Sverige, som viste at det i hovedsak var to veier til makten, via "*borgerlighetens og arbetarrörelsens*" organisasjoner. På 2000-tallet kunne den sistnevnte organisasjonen være et springbrett til en posisjon i næringseliten (Allern & Pollack, 2018, s. 8).

Et annet interessant funn i figuren ovenfor, viser at det er nesten ingen av representantene som vender tilbake til *manuelle yrker og yrker uten krav til høyere utdanning*. Til sammenligning viste den danske studien at 89 prosent av de nye jobbene blant parlamentsmedlemmene var utenfor kategorien lobbyisme. De som forlot politikken i Danmark, gikk tilbake til eller fant nye posisjoner som lærere, politi eller sykepleiere, noe som er i sterk kontrast til resultatet i figuren ovenfor som angår de norske representantene. I tillegg er det en betydelig større andel som får seg en jobb som kan relateres til lobbyisme i norsk sammenheng i forhold til den danske undersøkelsen, noe jeg vil komme tilbake til senere. På bakgrunn av funnene fra studien som er gjennomført i denne oppgaven, samt tidligere forskning fra Skandinavia, kan dette forsterke inntrykket om politikken kan fungere som er springbrett til næringslivseliten. Lunde mener imidlertid at det er naturlig å søke seg til noe annet etter politikken hvor de kan benytte sin kompetanse som ferskvare:

Når mange begynner i politikken på heltid så går de fra et yrke som de kanskje er utdaterte for når de er ferdig. Og har du vært fire år borte fra en industri, så har den industrien endret seg på de fire årene. Og de fleste sitter jo mer enn én periode. Har du vært åtte år borte fra arbeidslivet er det ikke gitt at du skal tilbake igjen som lærer eller fagarbeider eller den jobben du kom fra, da er det naturlig at man kanskje søker seg til noe annet og at det er en ferskvare-kompetanse som du går inn i når du går ut – Lunde (2019).

5. Diskusjon

I dette kapittelet vil resultatene fra både den kvantitative og kvalitative undersøkelsen bli diskutert, i henhold til problemstilling og forskningsspørsmål. Vandringsstudien som er gjennomført vil gi rom for å belyse utviklingen med kritisk teori for å forklare dagens situasjon og konsekvensene det eventuelt medfører. Dette danner videre et grunnlag for å diskutere de underliggende faktorene som kan forklare utviklingen og bygge videre på tidligere forskning. Teoretiske perspektiver fra deliberativ demokratiteori vil derfor være en sentral del av diskusjonen. Jeg vil starte med å diskutere hovedfunnene fra analysekapittelet i henhold til forskningsspørsmålene, dernest vil hovedproblemstillingen for oppgaven diskuteres i et større demokratisk perspektiv; hvilke demokratiske konsekvenser kan utviklingen som oppgaven har skissert medføre?

5.1. Nye funn

5.1.1. Overganger

Vandringsstudien som er gjennomført viser at 24 prosent av tidligere stortingspolitikere går over til stillinger knyttet til kommunikasjonsrelatert arbeid og lobbyisme, som var den største andelen som forflyttet seg i dataresultatet. 8 prosent gikk til interesseorganisasjoner og 3 prosent til Ngo-er. Funnene bekrefter dermed hypotesen på forhånd når den største andelen vandrer fra Stortinget til PR-byråer og andre interesseorganisasjoner, som også har vært indikasjonen i tidligere studier i både Norge og Sverige. I Danmark var imidlertid tallet noe lavere ettersom de fokuserte mer direkte på lobbyisme (Allern & Pollack, 2014; Blach-Ørsten et al., 2017).

Undersøkelsen i denne oppgaven viste også overganger til nye posisjoner i andre relevante yrker innenfor kategoriene *lokalt/regionalt påvirkningsarbeid, andre administrative ledere, regionale og lokale offentlige verv* samt *annen stilling i fagforening, politisk parti eller interesseorganisasjon*. Disse yrkene går i utgangspunktet utenfor fokusgruppen, men det er likevel yrker som i stor grad kan relateres til en form for påvirkningsarbeid på regionalt og lokalt nivå. Som Engelstad skriver, opptrer store organisasjoner i mange sammenhenger som politiske aktører og de har en interesse i å påvirke sine omgivelser og rammebetingelser (Engelstad, 2015, s. 14). De ulike institusjonene innenfor eksempelvis *akademia* kjemper også mot hverandre med tanke på tildeling av midler og jobber for å bli prioritert på lik linje med

andre organisasjoner. I disse stillingene kan derfor personer med politisk erfaring spille en viktig og avgjørende rolle.

Et annet interessant funn viser at det er svært få som går tilbake til tidligere yrker, noe som kan illustrere en historisk utvikling. I en undersøkelse som involverte mer enn 800 stortingsrepresentanter og om lag 200 statsråder fra 1945 til 1985, viste resultatet at flertallet gikk tilbake til de stillingene de hadde før de ble politikere på heltid (Strand, 2013). Det var derfor svært få som brukte stortingsvervet som et springbrett til en ny karriere. Dataresultatet i denne undersøkelsen viser imidlertid en markant økning i de øverste yrkeskategoriene etter Stortinget, noe som forsterker inntrykket om at politikken kan fungere som et springbrett, slik det har blitt fremstilt tidligere i svensk sammenheng. Om det fungerer som et springbrett til næringslivseliten blir imidlertid et definisjonsspørsmål. Faktum er likevel, basert på resultatet, at politikken kan fungere som et springbrett til en høyere yrkesposisjon i ettertid av politisk arbeid som stortingsrepresentant. Funnene styrker også delvis betydningen av politisk kapital, ettersom det er svært få som i utgangspunktet har relevant bakgrunn og utdanning for nytt yrke.

Om vi ser på overgangene i sin helhet med utgangspunkt i det politiske systemet, fra et normativt perspektiv (Pedersen, 2010b), forlater ikke de tidligere stortingsrepresentantene sentrum av modellen⁹ som er skissert, på grunn av sitt tidligere nettverk og eventuell opprettholdelse av politisk aktivitet i partiet. Det kan derfor være nærliggende å argumentere for at PR-byråer, interesseorganisasjoner og NGO-er er en del av den organiserte offentligheten – med sterk tilknytning til det politiske system i sentrum. Som det fremgår i modellen blir makt flyttet ut av det politiske systemet og inn i organisasjoner og andre felt gjennom politikernes overganger. Grunnlaget for beslutningene og prosessene kan dermed bli mindre etterprøvbart siden organisasjonene ikke er underlagt de samme demokratiske grunnprinsippene for å sikre god demokratisk praksis, som de legitime politiske prosessene er.

5.1.2. Utdanning og tidligere yrke

I sammenheng med spørsmål om politikernes bakgrunn, ble det fremhevet av informantene at det i større grad handler om kompetansen politikere tilegner seg i løpet av tiden på Stortinget i forhold til utdanning og tidligere yrke. Det blir også nevnt at de som er skolert politisk,

⁹ Refererer til figur som presenteres i teorikapitlet: Det sivile samfunn og det politiske system fra et normativt perspektiv (Pedersen, 2010).

gjennom et ungdomsparti eller en organisasjon har opparbeidet seg en grunnleggende samfunnsinnsikt, som blir ansett som en kjernekompetanse hos byråene (Simonsen, 2019). Dette underbygges gjennom analysen der utdanning og tidligere yrke i mindre grad hadde relevans for nytt yrke.

5.1.3 Komitemedlemskap

Korrelasjonen mellom komitemedlemskap og nytt yrke blir ansett som ett av oppgavens viktigste funn, fordi det kan være en viktig faktor som forklarer yrkesretningen videre for politikerne, som etter egen oppfatning ikke har blitt undersøkt tidligere.

Som det ble påpekt av informantene vil betydningen av komitemedlemskap være avhengig av hvilke interesser man ser det ut ifra. Fra et energi- og miljøperspektiv vil eksempelvis energi- og miljøkomiteen være mest relevant. Det kan derfor være nærliggende å anta at en helseaktør ikke er ute etter kompetanse fra utenriks- og forsvarskomiteen. Informantene poengterer samtidig at ansettelse er en vurdering av flere faktorer. Dataresultatet viser likevel et klart mønster der det er rom for å anta at komitemedlemskap kan være en viktig del av den politiske kapitalen som politikerne tilegner seg. Som Lunde fremhevet, er det politikerne selv som bestemmer hvilken komite de vil sitte i, gjerne på bakgrunn av egne interesser (Lunde, 2019). Ved å sitte i en fagkomite kan politikerne opparbeide seg en spesialkompetanse om sektoren komiteen har ansvar for, samt innsikt i hvordan saksbehandlingen fungerer.

Komitemedlemskapet kan på bakgrunn av dette være en indikator for hvilken sektor representantene sikter seg inn på i ettertid av politikken, fordi de har tilegnet seg en relevant faglig kompetanse, noe som kan gjøre de mer attraktive. I tillegg har de den overordnede innsikten i det politiske systemet. Om vi tar utgangspunkt i en faglig relevans for nytt yrke, blir dette en klar motsetning til overgangene til PR-bransjen, hvor den største andelen mangler en grunnleggende kommunikasjonsfaglig kompetanse. Samtidig kan det også være relevant for byråene å hente en tidligere stortingspolitiker med en spesiell komitekunnskap. Et byrå som har kunder innenfor helsesektoren vil kunne ha nytte av innsikt fra helse og omsorgskomiteen for eksempel, som informantene har vært inne på.

Ansettelsen av Anna Ljunggren som ny leder for samfunnskontakt i KS Bedrift Energi, er et eksempel som illustrerer betydningen av komitearbeid for nytt yrke:

Ljunggren sitter i energi- og miljøkomiteen på Stortinget for Arbeiderpartiet, og har dermed vært direkte involvert i beslutningsprosesser av stor betydning for medlemmene våre – KS Bedrift Energi (2017).

5.2. Konsekvenser knyttet til overgangene

Basert på dataresultatet og tidligere forskning, tar stortingspolitikere med seg en unik kunnskap om det politiske systemet og spesielt beslutningsprosesser, en sosial kapital i form av nettverk og en fagkunnskap fra komitearbeid. Samlet vil den politiske kapitalen styrke deres personlige markedsverdi når de forlater Stortinget. Økonomiske motiv har vært nevnt som en potensiell motivasjonsfaktor, men først og fremst handler det om å utnytte etterspørselen av den politiske kapitalen som de har tilegnet seg gjennom sin politiske posisjon. Som Bourdieu skriver: når personen forsvinner, forsvinner også kapitalen (Hjellbrekke & Osland, 2010). Hvilke konsekvenser kan dette medføre?

En av konsekvensene overgangene kan medføre er en skeivfordeling av kommunikativ makt. Ved å benytte seg av rådgivningstjenester fra ulike byråer vil de tidligere stortingsrepresentantene kunne utføre arbeidet på en mer effektiv måte ettersom de har kunnskap om det politiske systemet, i tillegg til å kjenne aktørene i spillet. Det å søke hjelp for å finne frem i mylderet av beslutningstakere er i utgangspunktet en legitim handling, og slik det har blitt fremstilt er det størst mangel på kunnskap i det private næringslivet (Larsen; Lunde; Simonsen, 2019). Problemet er likevel at den største kjøperen av lobbytjenester er offentlig sektor, som ofte har egne store kommunikasjonsavdelinger og ressurser til å utføre denne typen arbeid selv. Med sine ressurser og kapital vil mektige aktører ha mulighet til å kjøpe disse tjenestene oftere og over lengre tid.

Utfordringene som handler om mangel på ressurser og prioriteringer er noe som kan knyttes til Espeli (1999) sin oppfatning av lobbyisme. Selv om lobbyvirksomhet kan bli betraktet som en "demokratisk rett" vi må ta vare på, er ikke selve virksomheten noe som nødvendigvis virker nøytralt med tanke på den likestilte innflytelsen borgerne i utgangspunktet har ved stemmeurnen (en mann eller kvinne tilsvarer én stemme). Det kan derfor tolkes at Espeli sikter til den potensielle ujevne fordelingen i prioriteringer basert på ressurser, som

informantene også har fremhevet. Fra Espeli sitt perspektiv kan dette ha uheldige demokratiske konsekvenser (Espeli, 1999, s. 25).

Om vi vurderer overgangenes konsekvenser nærmere, kan det være en utfordring knyttet til lojaliteten som skrifter fra parti og velgere til oppdragsgivere. Det er derfor viktig at politikerne forstår rollen sin, noe som blant annet innebærer at de ikke kan fortsette å argumentere partipolitisk, men må forstå kundens behov. Som Larsen fremhever er det viktig å passe på de etiske grensene og ivareta tilliten både til rådgivingen og politikken ved at det er ryddighet i forholdet. Siden de går fra å være samfunnstjener til å være en strategisk aktør, er det avgjørende at det ikke forkommer en rolleblanding (Larsen, 2019). Det er derfor viktig at politikerne tilpasser sin personlige og profesjonelle etikk i denne sammenheng (Larsson, 2014). Uavhengig av kunde kan de derfor ikke jobbe partipolitisk i det samme arbeidet og de må følge organisasjonens retningslinjer samt tilpasse kommunikasjonsarbeidet ut ifra dette. En annen viktig forutsetning vil være at nåværende politikere med kjennskap til tidligere kollegaene er aktivt klar over at de kan ha strategiske interesser ved videre kontakt og samtaler (Larsen, 2019).

Etikk er et av områdene PR-bransjen har fått kritikk på tidligere. Tidligere politisk kommentator Aslak Bonde eksemplifiserer dette inntrykket med da det ble kjent av Sylvi Listhaug i sin tid som medarbeider i First House, angivelig tok seg betalt for å påvirke partiet som hun selv satt i sentralstyret for. Bonde mener hun ikke bare gjorde det vanskelig for seg selv, men at hun også gav et inntrykk av at kommunikasjonsbyråene ikke forholder seg til egne etiske retningslinjer (Bonde, 2018). Ifølge Tench er som tidligere nevnt etikk en viktig del av bransjen, som kritikere vil hevde har et forbedringspotensial (Tench et al., 2017). Det er dette punktet som kan være en utfordring for politikere som går til PR-bransjen å rette seg etter som jeg har vært inne på. PR-bransjen kan på bakgrunn av dette bli oppfattet som umoden fordi de ikke tatt hensyn til alle de etiske problemstillingene som rekruttering av politikere medbringer.

5.3. Faglig kompetanse eller politisk kapital?

Ifølge teorien om beste praksis i Europa, har ideelle kommunikatorer noen spesifikke ferdigheter. For det første er de en del av en høyt utdannet gruppe. For det andre besitter de et grunnleggende nivå av ferdigheter og kunnskap om faget og feltet som er nødvendig i det som defineres som *excellence* kommunikasjonsarbeid. Det omhandler kunnskap om feltet generelt,

kompetanse om prosedyrer for spesifikke situasjoner og nødvendig innsikt om problemløsning og strategiske vurderinger. Strategisk kommunikasjon er i utgangspunktet en egen kompetanse innenfor fagfeltet, samtidig blir andre kvalifikasjoner som lederskap også ansett som en viktig del av helheten (Tench et al., 2017).

I forhold til hvor mange tidligere stortingspolitikere som går inn i nytt yrke som kan relateres til kommunikasjon og påvirkningsarbeid, er det nesten ingen som i utgangspunktet har en grunnleggende kommunikasjonsfaglig kompetanse. De vil likevel ha en bred innsikt i påvirkningsarbeid ettersom de selv har sittet på andre siden av bordet. Basert på resultatene kan det derfor virke som at det er den politiske kapitalen som i sterkeste grad gjør politikerne ettertraktet, slik det har blitt fremstilt i tidligere forskning. Dette er en klar motsetning til internasjonal forskning som viser at kvalifikasjonskravene i kommunikasjonsbransjen som de går inn i, øker (Tench et al., 2017). Selv om majoriteten av politikerne ikke besitter denne faglige kompetansen, kan de likevel ha erfaring med å jobbe i større lag med politiske rådgivere og støttespillere, som kan gi de en verdifull innsikt i planlegging, forståelse og kommunikasjon av argumenter og problemstillinger. I tillegg vil noen av politikerne besitte lederegenskaper, som blir ansett som en viktig kompetanse innenfor beste praksis.

På bakgrunn av dette vil jeg videre diskutere verdien av faglig kompetanse ved å sammenligne resultatet fra den kvantitative undersøkelsen med byråenes kompetansekrav som ble presentert i analysens innledning.

Hvordan kan mangel av kommunikasjonsfaglige egenskaper påvirke arbeidet de skal gjøre i rollen som en strategisk kommunikator? Målt opp mot den ideelle kommunikatoren vil politikerne på papiret mangle en vesentlig del av kompetansen. På bakgrunn av Tenchs (2017) kriterier kan dette medføre et ubalansert faglig utgangspunkt. Samtidig er det avhengig av hvilken type rolle disse politikerne er tiltenkt.

Om vi tar utgangspunkt i Kruse Larsen sine bærebjelker for rådgivning, tilbyr de kunnskap om de politiske beslutningsprosessene og strategisk kommunikasjon. I en slik sammensetning er det ikke tvil om at politikerne vil utfylle en ønsket rolle med tanke på kunnskapen de besitter om de politiske beslutningsprosessene og kan derfor være en viktig del av dette arbeidet. Men hva sier det om byråene når det ikke er en kommunikasjonsfaglig kompetanse de er på jakt etter? Byråer består ofte av flere ulike fagpersoner; kommunikatorer, økonomer og jurister.

I sum har de derfor mulighet til å tilby kunder innenfor ulike sektorer den nødvendige kompetansen de trenger, som i tillegg gir det de muligheten til å fakturere i det store markedet.

Som det fremkommer vil byråenes kompetansekrav naturligvis variere fra byrå til byrå. Det blir likevel påpekt at byråene ikke har et ønske om å ansette en tidligere stortingspolitiker om vedkommende ikke besitter en kunnskap som kan omsettes til en vare som kan selges. Formelt sett kan det derfor virke som at byråene vektlegger både faglig kompetanse og den politiske kapitalen, men foretrekker sistnevnte.

Med et kritisk perspektiv på datamaterialet er det ikke noen spesifikke faglige egenskaper som blir vektlagt av PR-konsulentene, utenom forståelse for strategisk kommunikasjon som Larsen oppgir som et kriterium. Dette vil likevel være et krav som svært få representanter vil oppfylle på bakgrunn av resultatet som er nevnt ovenfor. Noen kriterier det er grunn til å anta at de oppfyller vil naturligvis gjelde det som blir betegnet som politisk forståelse, kunnskap om politiske beslutninger og innsikt i ulike forvaltningsorganer. Da er vi igjen tilbake på elementer som inngår i den politiske kapitalen.

Det som imidlertid blir ansett som en kjernekompetanse utenom gode fremstillingsevner, er innsikt i hvordan mediene jobber og hvordan man skal forholde seg til dem – noe en stortingsrepresentant vil ha god erfaring med. Selv om lobbyvirksomhet i hovedsak forgår i direkte kontakt med beslutningstakere, mener Engelstad at virkningen av slike kontakter er avhengig av argumentasjon og debatt som foregår parallelt i mediene. Det er i dette samspillet med mediene at lobbyvirksomhet får størst virkning (Engelstad, 2015, s. 14-15). Engelstad påpeker også at budskap som skal få gjennomslag i offentligheten må organiseres, presenteres og introduseres på riktig tid og sted (Engelstad, 2015, s. 15).

Figenschou & Larsen viser til innholdsanalyser av medieinnhold som bekrefter at de største, mest ressurssterke organisasjonene vinner kampen om medieoppmerksomheten mot mindre organisasjoner (Figenschou & Larsen, 2015, s. 176). Det å fremstå som legitime med et sterkt omdømme i media kan være en potensiell faktor i form av å påvirke politikernes oppfatning om en organisasjon. Derfor kan være lettere å sympatisere med deres sak om de dominerer mediebildet som forkjempere for noe legitimt. Argumentene blir imidlertid fremlagt på feil premisser nettopp fordi de har mest ressurser til å bruke media som et mellomledd. Tidligere politikere har som kjent god kunnskap om media og kan derfor bli brukt aktivt som arkitekter

i denne typen arbeid for å få oppslutning om en sak i offentligheten, i tett samarbeid med medietrente PR-strateger.

I 2013 valgte Thomas Breen å takke nei til en ny stortingsperiode som representant for Arbeiderpartiet. I denne sammenheng ble Breen tilbudt jobb fra to kommunikasjonsselskaper, men valgte å avslå tilbudet fordi han ikke hadde en kommunikasjonsutdannelse eller kompetanse i å drive PR-arbeid. Når det ble antatt at han var ønsket på bakgrunn av nettverk og sin politiske innsikt, mente Breen selv at det ville være å undergrave demokratiet om nettverk var utelukkende relevant for å kunne gi byråene nye kunder (Strand, 2014). Selv vil jeg argumentere for at den politiske innsikten er viktigere enn nettverk, og på bakgrunn av Breens tidligere uttalelser kan det bli ansett som et paradoks at han ble ansatt som ny direktør i interesseorganisasjonen Norsk Vann i 2019 (Bakstad, 2019). Selv om han i mellomtiden var fylkesråd i Hedmark fylkeskommune er dette et eksempel som viser at den politiske innsikten ikke går ut på dato. I tillegg; hva er forskjellen på å selge et nettverk og politisk innsikt?

5.3.1. Nettverk

Selv om det var delte meninger om betydningen av nettverk blant informantene, er det ikke tvil om at dette er en viktig del av "pakken" som inngår i den totale politiske kapitalen. Når det ikke nødvendigvis er en politiker det er mest relevant å snakke med for å påvirke en sak, vil det være avgjørende å ha oversikt over maktstrukturen og kjennskap til andre aktører i spillet; eksempelvis politiske rådgivere eller byråkrater. Et bredt nettverk kan dermed brukes til å få oversikt, finne ut hvem det er mest relevant å kontakte, og ikke minst; gjøre det raskere for å få et bedre utgangspunkt i påvirkningsprosessen. Det var også delte meninger blant PR-konsulentene i spørsmålet om nettverkets betydning. Ifølge Larsen har ikke nettverk en stor betydning, mens Simonsen på sin side argumenterer for at viktigheten vil være avhengig av tidligere politisk posisjon (Larsen; Simonsen, 2019). Nettverk virker likevel som en integrert del av politikerens kompetanse, og må dermed tenkes som en viktig del av helheten.

5.4. Det demokratiske perspektivet

Et argument som delvis kan forsvare fremveksten i bruken av lobbytjenester handler om at politikerne ifølge Habermas ikke alltid er like lydhøre overfor offentligheten. Habermas har derfor en klar oppfordring i sin demokratiteori: en oppfordring om å engasjere seg i noe man brenner for, og en oppfordring om at det nytter med folkelig press selv om politikerne ikke alltid er like lydhøre overfor argumentene fra offentligheten (Pedersen, 2010b, s. 133). Selv om Habermas i utgangspunktet er mest opptatt av å løse problemer på en fornuftig måte, mener han samtidig at demokratiet er avhengig av en offentlig sfære som er åpen, anarkistisk og konfliktfull. I den virkelige verden vil likevel sosiale forskjeller i form av makt, påvirke hvilke stemmer og ideer som blir hørt, ifølge Habermas. Det er dette som bekymrer han (Klein, 2018).

Demonstrasjoner foran Stortinget og fakkeltog kan bli ansett som siste løsning i håp om å få beslutningstakernes oppmerksomhet, eller på den andre siden som det mest effektive tiltaket for ressursvake grupper som ikke har mulighet til å benytte seg av eksperthjelp. Å aksjonere mot en sak i form av demonstrasjoner kan likevel være et like virkningsfullt alternativ som å snakke direkte med politikerne. I denne sammenheng er det eksempelvis relevant å nevne miljøbevegelsen som kombinerer aktivt påvirkningsarbeid mot politikerne gjennom ulike interesseorganisasjoner og spesielt, den folkelige mobiliseringen. Om budskapet sprer seg og danner et opprør har ikke beslutningstakerne noe valg enn å gi etter for det folkelige presset. Denne typen arbeid forutsetter likevel å bli startet eller inkludere personer som kjenner mekanismene i spillet og som kan dirigere aksjoner i riktig retning. I tillegg vil media som mellomledd være en avgjørende faktor.

Det som likevel kan bli ansett som en utfordring er at lobbyister ikke fremmer sine egne interesser, men er betalt for å gjøre det på vegne av en oppdragsgiver. Satt på spissen kan dette bli oppfattet som et betalt syn, noe som videre medfører kunstige argumenter som kan skape ubalanse i deliberasjonsprosessen. Vi beveger oss her mot kjernen av problematikken knyttet til overgangene. Når byråkratiet og PR-byråene snakker samme språk vil det være en utfordring for ressursvake grupper å stille likt uten bistand fra de som har den nødvendige innsikten og som kjenner det politiske spillet. Mangelen på denne kunnskapen, spesielt i det private næringslivet, kan dermed være en viktig faktor som gir den politiske kapitalen tyngde, fordi det er behovet for grunnleggende samfunnsforståelse som skaper etterspørselen.

For at de demokratiske praksisene ikke skal gå i oppløsning, er vi avhengige av et system og et rammeverk der aktørene forholder seg til de samme spillereglene og har de samme mulighetene. Det at politikerne får mer informasjon og ulike synspunkter rundt en sak ved hjelp av lobbyisme, er et av argumentene dens tilhengere ofte fremhever. Like muligheter til å fremme argumenter gir likevel ikke lik sjanse for gjennomslag. Selv om det kan være en utfordring å høre alle stemmer i en sak som stortingspolitikkerne har nevnt, må de likevel etterstrebe at dette kravet blir etterfulgt.

Om ikke alle har den samme muligheten til å gjøre sitt syn gjeldende, vil det ifølge Habermas ikke være en optimal deliberasjonsprosess. For at vi skal kunne komme frem til velbegrunnede løsninger må de ulike argumentene fremlegges og deretter vurderes ut ifra hva som er fellesskapets beste. Det er derfor kraften i det beste argumentet som skal være gjeldene (Eriksen, 1999). For at vi skal oppfylle disse grunnleggende kravene, forutsetter dette et system av etablerte offentlige organer som nettopp sikrer at demokratisk praksis blir etterfulgt (Rawls, 1999).

Engelstad (2015) mener imidlertid at offentligheten ikke får en optimal rensende effekt fordi den ikke hindrer grupper med strategiske interesser å delta, som eksempelvis lobbyister. Når strategiske hensyn (kommersielle eller politiske) får en avgjørende vekt, skjer det prioriteringer av informasjon. Dette mener Engelstad blir problematisk med tanke på Habermas' kriterium om sannferdighet som handler om å opplyse alle relevante sider av en sak. Ved å fremheve enkelte sider, vil andre blir skjøvet i bakgrunnen – noe som ifølge Engelstad vil medføre at helheten alltid blir problematisk (Engelstad, 2015, s. 11).

Men hva er en legitim strategisk interesse og ikke? Det er åpenbart at påvirkningsarbeidet skjer gjennom en strategisk handling; hvem er relevant å møte, hvilke argumenter skal presenteres – og hva gir størst mulighet for gjennomslag. Det å forsøke å påvirke beslutningstakere er i hovedsak lobbyismens virkeområde og vil derfor kreve en form for strategisk handling. Om det imidlertid blir gitt særfordeler utenfor de demokratiske beslutningsprosessene basert på ressurssterke posisjoner, vil dette bli ansett som en trussel mot demokratiet og en stor etisk utfordring, som informantene har gitt uttrykk for.

Selv om en miljøorganisasjon og Equinor står i sterk kontrast til hverandre, har begge likevel en felles målsetting overfor Stortinget; å påvirke beslutninger i deres favør på bekostning av noen andres. I denne sammenhengen blir derfor poenget til Habermas at det er selve prosessen for å komme frem til de beste beslutningene som må oppfylle kravene. Som

stortingspolitikerne har påpekt er det viktig at politikerne er bevisste på at en lobbyaktør ikke nødvendigvis fremfører hele sannheten, men én side av saken. Det vil derfor ligge et spesielt ansvar hos den enkelte politiker som må vekte de argumentene som er fremlagt for å kunne ta en avgjørelse, basert på det beste argumentet (Pedersen, 2010a).

Ifølge Habermas er et demokrati avhengig av en aktiv politisk sfære og politiske institusjoner som responderer og inkorporerer stemmene fra debatter, protester, konfrontasjoner og politikk (Klein, 2018). På bakgrunn av dette stiller Klein (2018) spørsmålet om at det kanskje ikke er borgerne selv som mangler en grunnleggende fornuft, men heller deres ledere som nekter å lytte. Om borgerne kun blir ansett som et periodisk reservoar av stemmer, beveger vi oss mot et teknokratisk styresett (Klein, 2018).

5.4.1 Tillit til systemet

For at vi skal ha tillit til systemet og unngå lignende tilfeller som finner sted i Brussel og Washington der sterke lobbyaktører i stor grad legger føringene, er vi avhengige av at våre øverste beslutningstakere følger god demokratisk praksis. Som Eriksen & Weigård poengterer forutsetter rasjonelle handlinger at de sterkeste argumentene får mulighet til å fremføres (Eriksen & Weigård, 1999). Eksempelet knyttet til lakseskatten som ble nevnt innledningsvis, kan ut ifra den normative teorien derfor beskrives som en irrasjonell handling fra politisk side, fordi en stor aktør oppnår en fordelaktig posisjon ved hjelp av systematisk og målrettet påvirkningsarbeid. Når rapporten blir lagt i skuffen før den er levert og vært oppe til vurdering, har den ikke blitt vurdert med et rettferdig prosedyregrunnlag. For at argumenter skal møte allmenne saklighetskrav som spilleregler for offentlig debatt, er det et minimumskrav at argumentene fremsettes i offentligheten (Engelstad, 2015). I en ideell situasjon vil alle berørte parter være representert før en avgjørelse skal bli vedtatt. Ut ifra dette kan beslutningstakerne deretter velge det mest fornuftige alternativet som ligger på bordet (Rawls, 1999).

Påvirkningsarbeidet til Sjømat Norge inneholdt tre avgjørende elementer, som også ble fremhevet av Melby tidligere: sterk økonomi, god tid og mulighet til å engasjere dyktige folk (Melby, 2019). Samtidig illustrerer eksempelet gjennomslagskraften ved å involvere og engasjere personer på ulike nivåer som har levd et yrkesliv på innsiden av partiene og i det politiske systemet (Rydje, 2019), som er hovedpoenget i denne oppgaven. Selv om forslaget formelt sett ikke har blitt stoppet, er dens forkjempere likevel på etterskudd når politikerne

allerede har gjort opp sin mening. Det kan dermed late til at Stein Rokkans kjente sitat "stemmer teller, ressurser avgjør" fortsatt er aktuelt (Allern, 2011). På bakgrunn av tidligere forskning samt oppgavens studie kan det være rom for å anta at de med mest ressurser og kapasitet vil ha et bedre utgangspunkt i å fremme sine argumenter og drive påvirkningsarbeid mot Stortinget, spesielt i tilfeller hvor tidligere stortingspolitikere er en aktiv del av arbeidet og prosessene.

Et interessant funn fra datamaterialet viser at Larsens oppskrift på effektivt påvirkningsarbeid mot Stortinget er den samme formelen som ble brukt i lakseskatt-eksempelet:

Visst du skaper et engasjement og synliggjør både problemet og løsningen som går både direkte fra et lokalsamfunn, fra en region inn mot de folkevalgte og gjennom partikanalen, da har du gode muligheter for å nå fram – Larsen (2019).

Effektivt påvirkningsarbeid handler derfor om å skape et stekt lokalt engasjement som både går direkte fra et lokalsamfunn og inn mot stortingsrepresentanter som fatter beslutninger. Virkningen vil bli desto større om det går parallelt gjennom en partikanal mot de partiene som har flertall på Stortinget (Larsen, 2019). Å danne et slikt "grasrotopprør" blir ansett som en naturlig måte å drive påvirkningsarbeid for NGO-er som Natur og Ungdom. Sammenlignet med dette, kan arbeidet mot lakseskatten betegnes som kunstgress i forhold til NGO-ers grasrot-strategi. Dette fordi det i større grad kan oppfattes som et iscenesatt opprør av PR-strateger.

Når tidligere politikere blir brukt som aktive brikker i spillet om gjennomslag, og rekruttert til og fra PR-bransjen, kan dette svekke tilliten til systemet. For det første kan det undergrave tilliten når politikere og rådgivere enkelt bytter sider. I det siste eksempelet der Hadia Tadjik hentet sin nye rådgiver fra First House, gikk hennes avgående rådgiver til NHO som blir ansett som en historisk motpart for Arbeiderpartiet. For det andre kan overgangene illustrere en elitesirkulasjon blant de som tilhører øverste del av samfunnshierarkiet. Dette blir blant annet beskrevet som et tydelig signal på at vi har utviklet en egen politisk klasse, løsrevet fra resten av samfunnet (Brendeveien, 2019).

Partileder i Rødt, Bjørnar Moxnes deler dette synet:

Den økende personellflyten fra politikk til næringsliv kan på lengre sikt undergrave politikernes tillitsbaserte makt. Én ting er at folk gjør karriere i politikken, en annen sak er at stadig flere bruker politikken som et springbrett til attraktive jobber høyt oppe i den kommersielle sektoren. De selger sin politiske kapital til høystbydende, og flere ender opp i posisjoner der de fremmer andre interesser enn de gjorde tidligere, i sine folkevalgte verv – Moxnes (Stortinget, 2018).

Det har også vært kritiske bemerkninger fra andre ulike topp-politikere. Jonas Gahr Støre mener det er betenkelig at de som går over til PR-bransjen bare kan sette en strek, og ta med seg kunnskapen de har fått på vegne av fellesskapet til andre miljøer hvor de selger den samme kunnskapen (Skarvøy, Hvidsten & Fossen, sitert i Allern 2015, s. 130). Tidligere statsminister Jens Stoltenberg er heller ikke begeistret for virksomheten, i sin biografi tok han et kraftig oppgjør med PR-bransjen. Stoltenberg kunne ikke gått til bransjen selv fordi han ikke liker hemmelighold, og mener det ofte handler om oppdragsgivere som vil ha særfordeler (Fossbakken, 2016). Ifølge Trygve Slagsvold Vedum skaper folk som går mellom politikk og kommunikasjonsbyråer en profesjonalisert meningsindustri. Om noen velger å forlate politikken til fordel for et PR-byrå, er det ikke gitt at de får komme tilbake så lenge han er partileder. Vedum er derfor en av de som klart og tydelig ønsker å stenge svingdøren (Sandvik & Haakonsen, 2019). Så er spørsmålet, hvem skal eventuelt gjøre noe med det?

5.5. Et negativt syn på kommunikasjonsbransjen

Overgangene fra politikken til spesielt PR-byråer og andre organisasjoner har sporadisk skapt debatter i offentligheten, der spørsmålene i hovedsak har handlet om tidligere nettverk, kunder og aktive bindinger – både til og fra. Disse spørsmålene sikter imidlertid ikke kun på politikeren eller PR-rådgiveren som enkeltperson, men er snarere et spørsmål som angår kommunikasjonsbransjen. Selv om lobbyisme og påvirkningsarbeid bare er en del av feltet, kan for eksempel hemmelighold rundt kundelister og manglende innsyn føre til at det skapes negative assosiasjoner til bransjen og faget generelt, men det definerer likevel ikke profesjonen i sin helhet.

I den store runddans mellom feltene der tidligere politikere kan bli oppfattet som nyttemaksimerende aktører som vil selge sin kapital til høystbydende på et marked, vil de skape et negativt et bilde av kommunikasjonsbransjen blant allmenheten. Dette blir delvis bekreftet av teorien hvor den lave statusen og ryktet til profesjonen blir ansett som en barriere i spørsmålet om hvorfor ikke strategisk kommunikasjon ikke regnes som en profesjonell profesjon i forhold til andre fagfelt. Det andre hinderet omfatter interne barrierer, som at ledelsen ikke ser eller forstår nødvendigheten av en kommunikatørs kompetanse – og hvordan kommunikasjon kan bidra til å nå de organisatoriske målene. Som Tench skriver, er kommunikasjon avgjørende for å nå organisatoriske mål (Tench et al., 2017). Det er derfor problematisk at ikke profesjonen og strategisk kommunikasjon får den anerkjennelse for sin viktige og avgjørende rolle.

5.6. Transparens og reguleringer

Selv om det er konsensus blant informantene og i forskningen om at Norge har et åpent system i dag, er det likevel rom for mer åpenhet rundt beslutningsprosessene og større grad av kritisk vurderingsevne. Det har eksempelvis som tidligere nevnt vært et ønske fra offentligheten, media og enkelte politiske partier om å innføre et lobbyregister, som bygger på tanken om mer transparens. Forslaget om å innføre et lobbyregister for Stortinget og regjeringen har sporadisk blitt fremmet en rekke ganger tidligere, totalt har seks av seks forslag blitt nedstemt – i mer eller mindre samme form. Ønsket om å innføre et slikt register har primært blitt fremmet av Venstre, Sosialistisk Venstreparti, og i senere tid av Rødt og Miljøpartiet De Grønne. Selv om det nesten er 19 år siden det første forslaget ble fremmet, er argumentene fortsatt er de samme – både for og imot innføringen (Stortinget, 2018).

Ved å få et innblikk i hvem som har snakket med hvem kan dette resultere i en mer gjennomiktig debatt. Om det blir økt innsyn i lobbyvirksomheten vil dette være bra for omdømmet til Stortinget og styrke det norske demokratiet, samt være et viktig steg for å møte dagens utfordringer knyttet til påvirkningsarbeid (Stortinget, 2018). I tillegg kan det ta bort en del av anklageområdet mot kommunikasjonsbransjen. Det er likevel noen grunnleggende spørsmål rundt forslaget som krever en evaluering før det eventuelt blir aktuelt å innføre et register; hva er intensjonen bak forslaget, hvordan skal det utformes, hva skal det registrere og vil det gi en effekt? I sum er vi likevel avhengige av å jobbe videre med reguleringer av feltet, fordi vi vil at beslutningsprosesser skal være under demokratisk kontroll, noe som forutsetter transparens.

Et vanlig argument for dem som ikke ønsker strengere reguleringer, er at det nærmest vil representere et yrkesforbud for tidligere politikere, noe Allern imidlertid mener er misvisende. For han handler det om å ha regler som minsker muligheten for usaklige avgjørelser og korrupsjon, uavhengig om debatten er knyttet til enkeltpersoner og partier (Allern, 2015, s. 130).

5.6.1. Karantenereregler

Når det gjelder karantenereregler viser § 6 følgende:

Karantenenemnda kan, ved overgang til stilling eller verv utenfor statsforvaltningen eller etablering av næringsvirksomhet, i særlige tilfeller ilegge en politiker karantene i inntil seks måneder etter fratreden når a) det foreligger en konkret forbindelse mellom politikerens tidligere ansvarsområder, arbeidsoppgaver i den politiske stillingen eller bestemte saker som var til behandling i departementet i politikerens funksjonstid, og interessene til den virksomheten politikeren blir tilknyttet eller etablerer, eller b) politikerens tidligere ansvar og arbeidsoppgaver har gitt eller kan gi virksomheten politikeren blir tilknyttet eller etablerer særlige fordeler, eller c) overgangen på annen måte kan være egnet til å svekke tilliten til forvaltningen generelt – Karanteneoven (2015).

Slik det fremkommer i karantenebestemmelsen ovenfor er det i utgangspunktet kun seks måneder karantene for politikere som forlater statsforvaltningen, noe som har skapt reaksjoner i forbindelse med tidligere overganger. Som det har blitt nevnt tidligere er Bjarne Håkon Hanssens overgang til First House et kjent eksempel som kan bli ansett som starten på denne debatten. Selv om han formelt sett ikke brøt karantenereglene, kan det illustrere at dagens regelverk ikke er godt nok. I sterk kontrast til de nordiske landene har Canada fem års karantenetid for sine politikere, noe som tydelig illustrerer deres risikovurdering (Allern, 2015). Har vi noe å lære? Svaret er, ja.

I forbindelse med Ola Bergets overgang til First House i 2014-2015, mente Ketil Raknes det var rom for å stille spørsmål om dagens regelverk ivaretok tilliten til det politiske systemet, noe som etter hans mening ikke var tilfellet. Ifølge Raknes er det ikke tillitsvekkende at en statssekretær kan tre ut av regjeringen for å så drive påvirkningsarbeid mot regjeringen han selv var en del av, som både kan gi ham selv og kundene en urimelig fordel (Raknes, 2014).

Regelverket sikrer derfor kun at vedkommende som forflytter seg ikke tar med seg kunnskap om en aktiv sak som kan gi en fordelaktig posisjon i en annen stilling i løpet av de seks første månedene. Selv om de ikke har mulighet til å jobbe mot en aktiv sak under karantenetiden, mister de likevel ikke den overordnede kunnskapen de har fra tidligere saksbehandlinger og de generelle politiske prosedyrene knyttet til dette. Det er her problemet ligger. Det samme var tilfellet i 2018 da regjeringen ble bedt om å svare Stortinget om tidligere statssekretær Vidar Brein-Karlsen hadde brutt karantenereglene som lobbyist for kinesiske Huawei (Skjetne, Plikk & Haram, 2018).

Den overordnede vurderingen krever at forslagene får en ny og grundig gjennomgang. I debatten knyttet til lobbyregisteret har spesielt Venstre fortsatt til gode å legge frem et konkret forslag. Vi kommer ingen vei med å fremme et forslag uten å presentere en løsning som er mulig å gjennomføre. Samtidig har ikke støtten vært stor fra de største partiene på Stortinget. Selv om vi i utgangspunktet oppfatter oss selv som et velfungerende demokrati, er det viktig at vi ikke blir naive av den grunn.

5.7. Behov for profesjonalisering?

De tidligere stortingspolitikere får innpass i en bransje som i utgangspunktet stiller høye krav. Om de ikke besitter denne kompetansen og blir ansatt utelukkende på bakgrunn av sin politiske kapital som er ervervet gjennom et demokratisk mandat, vil det være rom for kritikk i henhold til den normative teorien. Det vil også være naturlig på vegne av bransjen og faget å stille spørsmål om det er behov for mer profesjonalisering av kommunikasjonsyrket. Det er ikke gitt at dette vil være en løsning, men ettersom det ikke eksisterer noen formalkrav i dag er dette en nærliggende faktor til hvorfor det er mulig å bevege seg fram og tilbake mellom politikken, PR-bransjen, media og næringslivet. Ideelt sett bør det ligge en etisk komponent ved en eventuell profesjonalisering. For profesjonen vil det være avgjørende at vi bygger på kompetanse og faginnsikt. Det er mulig tiden er kommet for å innføre en "passkontroll" for å slippe gjennom svingdøren.

6. Konklusjon

Med utgangspunkt i analysen og diskusjonen sammen med tidligere forskning, vil jeg svare på problemstillingen og konkludere med følgende (S1-4):

Dataresultatet viser for det første et tydelig mønster av vandringen fra parlamentet til PR-byråer og andre interesseorganisasjoner, med en mindre andel som går til andre yrker. For det andre er det liten relevans mellom utdanning- og yrkesbakgrunn, noe som kan være en indikasjon på at den politiske kapitalen er avgjørende, som det har blitt fremstilt i tidligere forskning. Det er størst kontrast mellom faglig kommunikasjonskompetanse i forhold til antall overganger til dette fagfeltet. For det tredje er fagkunnskap i form av komitedlemskap et nytt og viktig funn som inngår i den politiske kapitalen, og som kan forklare retningsvalget for politikernes sektorvalg i nytt yrke etter den politiske karrieren. For det fjerde viser dataresultatet at den største andelen går til nye yrkesposisjoner innenfor *administrative ledere*, som er lederstillinger eller direktørstillinger i bedrifter og organisasjoner, samt andre politiske stillinger og verv på regionalt og lokalt nivå. I tillegg går politikerne til stillinger innenfor kategoriene *akademiske yrker* og *høyskoleyrker*. Som resultatet viser er det svært få som går tilbake til tidligere yrker de hadde før politikken.

En av hovedgrunnene til at politikerne er ønsket synes å være basert på den økende etterspørselen av kunnskap og innsikt om politiske beslutningsprosesser, i både offentlig og privat sektor. Dette har vært godt etablert i tidligere forskning, og støttes i stor grad av funnene i analysen og diskusjonen. Det er likevel stor kontrast mellom det private næringsliv og offentlig sektor i bruk av rådgivningstjenester. Som informantene påpeker, benytter førstnevnte seg av hjelp fordi det er en mangel på grunnleggende samfunnsforståelse. Dette fremstår noe mer legitimt i forhold til sistnevnte som ofte besitter denne innsikten internt, men bruker ekstern rådgivning for å styrke sin egen samfunnsposisjon – og fordi de har mer ressurser til å gjøre det.

6.1. Hvor er vi på vei?

Når politikere i hovedsak er ønsket på bakgrunn av sin kunnskap som er ervervet gjennom et demokratisk mandat, er det rom for å sette spørsmålstegn med retningen vi er på vei mot. Om det ikke innføres en form for formalkrav mellom feltene, vil det i verste fall undergrave tilliten på sikt, og forsterke et negativt bilde på politikere og PR-bransjen som ikke håndterer situasjonen eller trekker i nødbremsen. Det blir desto tydeligere ved tilfeller som lakseskatt-

eksempelet. Selvsagt er det naturlig for en politiker å finne et relevant yrke i ettertid av politikken og det er ikke ulovlig å gå til PR-bransjen og drive med påvirkningsarbeid. Det er et marked for kunnskapen deres og etterspørselen er stor. Spørsmålet er om det er etisk riktig.

6.2. Et steg i riktig retning

Som Larsson (2014) har poengtert er etikk en viktig del av alle profesjoner, og særlig for kommunikatorer med tanke på deres rolle i organisasjoner – gjerne i tett samarbeid med ledelsen. På bakgrunn av internasjonale eksempler (IPRA, PRSA) har det vært et tydelig ønske om at bransjen som helhet skal operere etter et universelt etisk regelverk. I Norge har etikk også blitt satt på dagorden igjen. 22. november 2019 vedtok

Kommunikasjonsforeningen nye etiske prinsipper for sine medlemmer som ikke har vært oppdatert siden 2007, med spesielt hensyn til å fremme åpenhet og innsyn, samt å bidra til forståelse og en opplyst samtale (Mellum, 2019). Ifølge Ketil Raknes eksisterer det ikke noen diskusjoner rundt dette i PR-bransjen, noe de nye retningslinjene kan legge til rette for (Njie, 2019). Slik det har blitt skissert av Larsson (2014) og Tench et.al (2017) er det avgjørende med en bevisstgjøring av etikkens rolle i faget. Det er likevel ikke slik at det er bindende i form av et lovverk, men de representerer noen klare felles kjøreregler som kan brukes i vanskelige etiske saker. Dette kan derfor bli ansett som et steg i riktig retning.

6.3. Den normative teoriens relevans

Den normative teorien har gjennom oppgavens undersøkelser og diskusjon vist seg relevant for å vurdere de demokratiske prosessene og som kritisk teori for beste praksis på fagfeltet. Videre har teorien vært betydningsfull for å vurdere dagens utvikling, fordi det gjenspeiler kjernen av demokratiet vårt.

Som nevnt tidligere kan lobbyisme bli ansett som en aktivitet som går inn i de demokratiske prosessene, både på godt og vondt. Når den tilrettelegger for at flere synspunkter blir hørt, vil vi få et gunstigere utgangspunkt for å ta bedre avgjørelser. Dette fordi demokratiet skal lage fornuftige kompromiss som alle er enige i, ifølge den normative teorien. På bakgrunn av dette kan vi skape tillit ved å styre bedre når fakta kommer frem og empirien er tilgjengelig. Vi er derfor avhengige av en evidensbasert styring for å fatte de mest fornuftige og rettferdige beslutningene, der målet er å oppnå en mest mulig objektiv framstilling.

Om ingen klarer å legge til nye argumenter for pro og con i en sak, vil vi ha et ideelt utgangspunkt. Dette vil likevel være en utfordring når PR-strateger prøver å ødelegge listene ved bruk av spinn for å vippe en sak i deres favør, slik at sterke interesser vinner frem, som det har blitt fremstilt i lakseskatt-eksempelet.

Uavhengig av sin egen posisjon og politisk ståsted, var informantene samstemte om at det vil bli ansett som et demokratisk problem om særinteresser vinner frem på bakgrunn av ressurser, noe aksjonen mot lakseskatten er et tydelig eksempel på. Dette illustrere på den ene siden lobbyisme på sitt beste i form av effekt og gjennomslagskraft ved bruk av strategiske handlinger, men på den andre siden det verste med tanke på å kortslutte demokratiske prosesser. Slike tilfeller kan dermed medføre en svekkende tillit til den demokratiske styreform, og i verste fall skade det demokratiske beslutningsmaskineriet.

Videre er dette er noe som kan knyttes til Engelstad (2015) sin bekymring for at offentligheten ikke får en optimal rensende effekt, fordi den ikke hindrer strategiske interesser i å delta. Det blir likevel feil å hindre enkelte interesser å delta, fordi vi vil ha flest mulige deltakere og stemmer i deliberasjonsprosessen. En av forutsetningene krever likevel at alle følger de samme spillereglene og at beslutningstakerne følger de demokratiske prosedyrene som ligger til grunn. For at demokratiet skal fungere på sitt beste er vi avhengige av en offentlig sfære, åpen debatt der det er rom for å etterprøve argumenter, og transparens. I tillegg er det viktig at borgerne balanserer mellom å lytte og tvile til styresmaktene, for å oppnå et velfungerende og opplyst samfunn.

Med utgangspunkt i den normative teorien som er presentert kan overgangene og forflytningen av politisk kapital i verste fall medføre en skeivfordeling av kommunikativ makt, svekkende tillit til systemet og føre til en negativ påvirkning for kommunikasjonsbransjens legitimitet.

6.4. Videre forskning

Det er grunn til å anta at den totale vandringen fra parlamentet og ut er større om flere personer med en tilknytning til det politiske apparatet inkluderes, men det ligger imidlertid en utfordring i å kartlegge overgangene når det ikke eksisterer et offisielt arkiv som gir en fullstendig oversikt. Vi trenger likevel å vite mer om feltet for å skape tillit og legitimitet. Jeg mener det vil være relevant å følge opp debatten angående forslaget om innføring av lobbyregister. I tillegg kan det være interessant å gjennomføre intervjuer med andre arbeidsgivere i offentlig sektor som ansetter politikere og personer med en tidligere tilknytning til det politiske apparatet. Samtidig vil jeg argumentere for at det er viktig å rette et kritisk søkelys mot disse vandringene ettersom det kan medføre demokratiske konsekvenser av en større samfunnsmessig betydning, slik det har blitt skissert i denne oppgaven.

Referanseliste

- Allern, S. (2011). PR, Politics and Democracy. *Central European Journal of Communication*, 125-139.
- Allern, S. (2015). PR-byråene og politikken. I S. Allern (Red.), *Makt, medier og politikk : norsk politisk kommunikasjon* (s. 118-146). Oslo: Universitetsforlaget.
- Allern, S. & Pollack, E. (2014). *From Politics to 'Public Affairs': Revolving doors and Democratic challenges in the Nordic region*. Innlegg presentert ved European Communication Research and Education Association (ECREA) Conference, Lisboa.
- Allern, S. & Pollack, E. (2018). *Svängdörrarnas förlovade land: LOBBYISMENS BETYDELSE FÖR KLASSAMHÄLLET ELITER* (No. 46 Svängdörrarnas förlovade land). Hentet fra <https://www.katalys.org/publikation/no-46-svangdorrarnas-forlovade-land/>
- Bakstad, T. (2019). Ny direktør i Norsk Vann. I. Hentet fra <https://www.norskvann.no/index.php/meninger/presse/1966-pressemelding-ny-direktor-i-norsk-vann>
- Blach-Ørsten, M., Willig, I. & Hemming Pedersen, L. (2017). PR, Lobbyism and Democracy: Mapping the revolving door in Denmark from 1981 to 2015. *Nordicom Review*, 38: Issue 2, 19-32. <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/nor-2017-0405>
- Bonde, A. (2018). Svingdørs-politikerne. *Stat & Styring*, 28(2), 22-25
- ER.
- Brendeveien, J. M. (2019). Alle skal med - over til First House. *Dagsavisen*. Hentet fra <https://www.dagsavisen.no/debatt/kommentar/alle-skal-med-over-til-first-house-1.1620462>
- Denscombe, M. (2010). *Ground Rules for Social Research : Guidelines for Good Practice*. Maidenhead: Open University Press.
- Engelstad, F. (2015). Offentlighet og strategisk kommunikasjon. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 56(04), 388-418
- ER.
- Eriksen, E. O. & Weigård, J. (1999). *Kommunikativ handling og deliberativt demokrati : Jürgen Habermas teori om politikk og samfunn*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Eriksen, E. O., Weigård, J., Rommetvedt, H., Jenssen, S., Saxi, H. P., Broderstad, E. G. & Sand, I.-J. (1995). *Deliberativ politikk : Demokrati i teori og praksis*. Otta: Engers Boktrykkeri A/S.
- Espeli, H. (1999). *Lobbyvirksomhet på Stortinget*. Oslo: Tano Aschehoug.
- Fawkes, J. (2012). *The ethics of codes : a depth approach*. Innlegg presentert ved Researching the changing profession of PR, Istanbul. Abstract hentet fra <https://pdfs.semanticscholar.org/67fa/6a021b0a02d8c6d14c37164028b280ba1717.pdf>

- Figenschou, T. U. & Larsen, A. G. (2015). Frivillige organisasjoner : politisk kommunikasjon i spennet mellom veldedighet, samfunnskritikk og strategisk virksomhet. I S. Allern (Red.), *Makt, medier og politikk : norsk politisk kommunikasjon* (s. 171-183). Oslo: Universitetsforlaget.
- Fossbakken, E. (2016). Stoltenberg tar kraftig oppgjør med PR-bransjen. Hentet fra <https://kampanje.com/pr/2016/09/stoltenberg-tar-oppgjor-med-pr-bransjen/>
- Grindheim, J. E. (2013, 20.06.2013). *Nypluralistisk parlamentarisme*. Innlegg presentert ved Statsviterkonferansen, Oslo.
- Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelige metoder* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Gullberg, A. T. & Helland, L. (2003). *Profesjonell lobbyisme: Norske elites bruk og holdninger* (Makt- og demokratiutredningen 1998-2003). Oslo.
- Helle, B. T., Oterholm, G., Ytreberg, R. & Randen, M. (2019, 07.11.19). Spillet om laksemilliardene: Slik ble oppdrettskatten stoppet, lenge før omstridt rapport var klar. *Dagens Næringsliv*. Hentet fra <https://www.dn.no/pr/laks/oppdrett/sigbjorn-aanes/spillet-om-laksemilliardene-slik-ble-oppdrettskatten-stoppet-lenge-for-omstridt-rapport-var-klar/2-1-700269>
- Hjellbrekke, J. & Osland, O. (2010). Pierre Bourdieu : maktkritikk som sisyfosarbeid. I J. Pedersen (Red.), *Moderne politisk teori* (s. 273-291). Oslo: Pax Forlag.
- Ihlen, Ø. & Gullberg, A. T. (2015). Lobbyisme : påvirkning av politikere og byråkrater. I S. Allern (Red.), *Makt, medier og politikk : norsk politisk kommunikasjon* (s. 232-243). Oslo: Universitetsforlaget.
- Karanteneoven. (2015). Lov om informasjonsplikt, karantene og saksforbud for politikere, embetsmenn og statsansatte. I. Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2015-06-19-70?q=karanteneoven>
- Klein, S. (2018). Against civility, or why Habermas recommends a wild public sphere. Hentet fra <https://aeon.co/ideas/against-civility-or-why-habermas-recommends-a-wild-public-sphere>
- KS Bedrift Energi. (2017). Anna Ljunggren til KS Bedrift Energi fra Stortinget. Hentet fra <https://www.ksbedrift.no/aktuelt/energi/anna-ljunggren-til-ks-bedrift-energi-fra-stortinget/>
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju* (2. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Larsson, L. (2014). *Tillämpad kommunikationsvetenskap* (4. utg.). Lund: Studentlitteratur.
- Mellum, M. (2019). Nye etiske prinsipper for kommunikatører. Hentet 28.11.2019 fra <https://www.kommunikasjon.no/fagstoff/nyheter/nye-etiske-prinsipper>
- Midgaard, K. & Rasch, B. E. (2004). *Demokrati : vilkår og virkninger*. I(2. utg., s. 11-20). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

- Njie, R. A. (2019). Det eksisterer ikke noen diskusjon rundt etikk i PR-bransjen. Hentet 28.11 2019 fra <https://kampanje.com/pr/2019/11/kommunikasjonsforeningen-far-nye-etiske-retningslinjer--det-eksisterer-ikke-noen-diskusjon-rundt-etikk-i-pr-bransjen/>
- Pedersen, J. (2010a). John Rawls : en realistisk utopist. I J. Pedersen (Red.), *Moderne politisk teori* (s. 28-50). Oslo: Pax Forlag.
- Pedersen, J. (2010b). Jürgen Habermas : offentlighetens teoretiker. I J. Pedersen (Red.), *Moderne politisk teori* (s. 118-141). Oslo: Pax Forlag.
- Raknes, K. (2014, 18.11.2014). Svingdørsdemokratiet: Dagens karantener regelverk ivaretar ikke tilliten til det politiske systemet på en god måte. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/meninger/i/0Ege2/svingdoersdemokratiet-dagens-karantenerregelverk-ivaretar-ikke-tilliten-til-det-politiske-systemet-paa-en-god-maate>
- Rawls, J. (1999). The idea of public reason revisited. I *The Law of Peoples* (s. 131-181). Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Rommetvedt, H. (2005). Norway: Resources count, but votes decide? from neo-corporatist representation to neo-pluralist parliamentarism. *West European Politics*, 28(4), 740-763. <https://doi.org/10.1080/01402380500216674>
- Rydje, O. M. (2019, 14.11.19). Oppdrettslobbyen - God natt, skatt. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/kultur/god-natt-skatt/71809859>
- Sandvik, M. D. & Haakonsen, A. (2019). Han lukker svingdøra. Hentet fra <https://www.klassekampen.no/article/20190314/ARTICLE/190319985>
- Silverman, D. (2006). *Interpreting qualitative data* (3. utg.). Los Angeles: SAGE.
- Skjetne, O. L., Plikk, N. & Haram, O. (2018, 30.08.2018). Statssekretær ble Huawei-topp. Nå må regjeringen svare om lobbyvirksomhet. *VG*. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/BJX5be/statssekretaer-ble-huawei-topp-naa-maa-regjeringen-svare-om-lobbyvirksomhet>
- Statistisk sentralbyrå. (2016). Kodeliste for yrkeskatalogen, basert på STYRK 98. Hentet 2019 fra <https://www.ssb.no/klasse/klassifikasjoner/145/koder>
- Statistisk sentralbyrå. (2018). Yrkeskatalogen. Hentet 2019 fra <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/yrkeskatalogen>
- Statistisk sentralbyrå. (2019). Standard for utdanningsgruppering (NUS). Hentet 2019 fra <https://www.ssb.no/klasse/klassifikasjoner/36>
- Stortinget. (2018). Stortinget - Møte tirsdag den 16. januar 2018. Hentet 2019 fra <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Referater/Stortinget/2017-2018/refs-201718-01-16/?m=1#102303-1-4>

Strand, A. (2013, 26.02.2013). De nye PR-politikerne. *Dagsavisen*. Hentet fra

<https://www.dagsavisen.no/debatt/de-nye-pr-politikerne-1.453219>

Tench, R., Verčič, D., Zefrass, A., Moreno, Á. & Verhoeven, P. (2017). *Communication Excellence: How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications*. Sveits: Springer Nature.

Watson, T. (2013). IPRA Code of Athens—The first international code of public relations ethics: Its development and implementation since 1965. *Public Relations Review*, 40.

<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.11.018>

Østerud, Ø., Engelstad, F. & Selle, P. (2003). *Makten og demokratiet: En sluttbok fra Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.