

LOBBAUS EUROOPAN UNIONISSA
- näkökulmia lobbaukseen ja sen vuorovaikutukseen

Matti Vilhunen

Puheviestinnän maisterintutkielma

Kevät 2016

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTINEN	Laitos – Department VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä – Author Matti Vilhunen	
Työn nimi – Title LOBBAUS JA EUROOPAN UNIONI – SUOMALAISIA NÄKÖKULMIA LOBBAUKSEEN JA SEN VUOROVAIKUTUKSELLISIIN ILMIÖIHIN	
Oppiaine – Subject Puheviestintä	Työn laji – Level Maisterintutkielma
Aika – Month and year Kevät 2016	Sivumäärä – Number of pages
Tiivistelmä – Abstract <p>Tämän tutkielman tavoitteena oli kuvata ja ymmärtää niitä käsityksiä ja kokemuksia, joita Euroopan unionissa työskennelleillä suomalaisilla työntekijöillä on lobbaustyöstä ja sen ilmiöistä. Tarkastelun kohteena olivat Euroopan unionissa työskentelevien suomalaisten europarlamentaarikoiden käsitykset ja kokemukset.</p> <p>Tutkimus suoritettiin laadullisena tutkimuksena. Aineisto kerättiin avoimilla teemahaastatteluilla. Tutkimusta varten haastateltiin kuutta suomalaista työntekijää, jotka toimivat keskeisesti lobbaus- ja vaikuttamistyön piirissä Euroopan unionissa. Kaikkien haastateltavien työnkuvaan liittyi olennaisesti lobbaus.</p> <p>Tämän tutkimuksen tulosten perusteella vaikuttaa siltä, että lobbausvuorovaikutuksen keskeisimpiä ilmiöitä ovat toimijoiden keskinäinen luottamus, vuorovaikutuksen ajoitus, lobbauksen kohdentaminen, suora ja epäsuora lobbaus sekä argumentointi. Tulosten yleisissä teemoissa sen sijaan käsiteltävät ilmiöt ovat lobbauksen ammattimaisuus, demokraattisuus, avoimuus ja lobbaus-käsitteen monimuotoisuus. Tuloksista käy ilmi, että lobbaus koetaan pääsääntöisesti ammattimaiseksi vaikuttamiseksi ja olennaiseksi päätöksenteon prosessiksi Euroopan unionissa. Brysselin lobbausta pidettiin moniin EU:n jäsenmaihiin verrattuna avoimena ja demokraattisena, vaikka lobbaukseen koettiin liittyvän myös ongelmallisia kysymyksiä.</p> <p>Tutkimustulokset antavat tietoa lobbauksesta ja sen vuorovaikutuksesta. Käsitusten ja kokemusten kuvailun avulla on tarkoitus koota jäseneltyä tietoa ja lisätä ymmärrystä lobbausvuorovaikutuksesta ja päätöksentekoprosesseista. Lobbausta on tutkittu paljon, mutta lobbausvuorovaikutuksen tutkiminen on ollut vähäisempää. Lobbausvuorovaikutuksesta olisi tärkeää saada tietoa myös jatkotutkimusten muodossa.</p>	
Asiasanat – Keywords Lobbaus, vuorovaikutus, lobbausvuorovaikutus, demokratia, luottamus	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän Yliopisto / Jyväskylän yliopiston kirjasto	
Muita tietoja – Additional information	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	4
2 TUTKIMUKSEN TAUSTAA	6
2.1. KESKEISET KÄSITTEET.....	6
2.2 LOBBAUS JA EUROOPAN UNIONI	7
2.3 LOBBAUS JA VUOROVAIKUTUS.....	9
2.3.1 Lobbauksvuorovaikutus	9
2.3.2 Luottamus.....	10
2.3.3 Vuorovaikutussuhde.....	12
2.3.4 Lobbauks vaikuttamisena.....	13
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	15
3.1 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA TUTKIMUSKYSYMYKSET.....	15
3.2 TUTKIMUSMENETELMÄ	15
3.3 HAASTATELTAVAT	16
3.3 AINEISTON KÄSITTELY JA ANALYYSI	17
4 TULOKSET	20
4.1 MILLAISTA LOBBAUS ON EUROOPAN UNIONISSA.....	20
4.1.1 Mitä lobbauks on?.....	20
4.1.2 Lobbauks ammattimaisuus.....	24
4.1.3 Lobbauks demokraattisuus.....	30
4.1.4 Lobbauks avoimuus.....	38
4.2 LOBBAUS VUOROVAIKUTUKSENA	40
4.2.1 Luottamus.....	40
4.2.2 Lobbauks ajoitus ja vaiheet	46
4.2.3 Kohdentaminen	50
4.2.4 Suora ja epäsuora lobbauks.....	53
4.2.5 Argumentointi	55
5 PÄÄTÄNTÖ	59
5.1 KESKEISET TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	59
5.1.1. Lobbauks yleiset teemat.....	59
5.1.2 Lobbauksvuorovaikutukset teemat	63
5.3 JATKOTUTKIMUSEHDOTUKSET	68
6 ARVIOINTI	70
KIRJALLISUUS	72

1 JOHDANTO

Termi ”lobbaus” on sanottu juontuvan 1800-luvun Britanniasta, jossa erinäiset tahot pyrkivät antamaan esitteitään päätöksentekijöille parlamenttitalon aulassa (Eising & Lehringer 2010, 191). Nykyään lobbaus on keskeinen osa poliittista päätöksentekoa. Lobbaajat haluavat vaikuttaa päätöksiin jonkin tietyn tahon tai oman edun mukaisesti. Lobbaamalla halutaan vaikuttaa päätöksentekijöihin, jotka puolestaan toimeenpanevat lakiesityksiä ja direktiivejä. Poliittiset päätökset tehdään tasapainoillen monien lobbaajien ja päätöksentekijöiden intressien välillä. (ks. esim. Jaatinen 1999 ; Kivi 2016.)

Ensimmäisen tunnetun lobbauksen määritelmän mukaan viestintä on ainoa keino vaikuttaa tai muuttaa käsityksiä. Näin ollen lobbaus on jo sen varhaisimman määritelmän (Milbarth 1960, 32) mukaan vahvasti vuorovaikutteinen prosessi. Lobbauksen tutkiminen on kuitenkin keskittynyt talous- ja yhteiskuntatieteiden aloille, vaikka lobbausprosessi koostuu pitkälti nimenomaan vuorovaikutuksesta. Muun muassa EU:n omat tutkimuslaitokset tuottavat laajalti tutkimusraportteja lobbauksen toimijoista, aktiivisuudesta, rakenteista ja organisoitumisesta. Sen sijaan lobbausvuorovaikutusta on tutkittu huomattavasti vähemmän.

Lobbaustutkimuksen isähahmona pidetty Milbrath (1960) analysoi lobbausta vuorovaikutteista näkökulmasta *Lobbying as a communications process* -teoksessaan. Euroopassa lobbaustutkimus yleistyi vasta 1990-luvulla Euroopan laajentumisen ja integraation seurauksena (Jaatinen 1999). Jaatisen väitöskirjan (1999) *Lobbying Political Issues - A Contingency Model of Effective Lobbying* sanottiin ilmestyessään luovan pohjaa lobbauksen teorian synnylle viestinnällisellä alalla. Väitöskirjassa kuvaillaan ja esitetään erilaisia lobbausstrategioita päätöksenteossa ja konfliktienhallinnassa. Terry (2001) tutkimusartikkelissa puolestaan selitetään lobbausta interpersonaalisenä, retorisenä vuorovaikutuksena symbolisen konvergenssin teorian läpi.

Euroopan unionin edeltäjää Euroopan talousyhdistystä (perustettu 1957) ei alun perin perustettu demokraattiseksi järjestöksi, vaan talouden ja rauhan yhteisöksi (Eising & Lehninger 2008). Ensimmäiset europarlamenttivaalit pidettiin vuonna 1979. Lobbavien tahojen määrä on noussut vasta viimeisen vuosikymmenen aikana räjähdysmäisesti. Etujärjestöjen määrästä ei ole tarkkoja tilastoja: Euroopan parlamentin läpinäkyvyysrekisteriin (engl. *European transparency register*) liittyminen on vapaaehtoista. Eising ja Lehringer ilmoittivat vuonna 2008 (2008, 192) laskettujen järjestöjen määrän olevan 882. Sen sijaan vuonna 2016 EU:n avoimuusrekisterissä on yli 9000 tahoja rekisteröitynä (European Commission and interest representatives 2016). Vaikka lobbausta tapahtuu kaikkialla, niin asenteet sitä kohtaan eivät välttämättä ole entistä suotuisimmat. Lobbauksen on käsitetty kärsivän avoimuuden puutteesta (Kivi 2016). Kiven (2016) mukaan päätökset tapahtuvat pienen poliittisten päättäjien ja yritysmaailman lobbaajien kesken. Lobbavien tahojen lukumäärän kasvaessa Euroopan läpinäkyvyys rekisteriä on toivottu pakolliseksi jo vuosia (ks. esim. Kallas 2005, Eising & Lehringer 2008), mutta toistaiseksi rekisteri on pysynyt vapaaehtoisena.

Lobbaus on suuri ja merkittävä osa nykyajan päätöksentekojärjestelmää. Lobbaus on myös ennen kaikkea vuorovaikutusta. Onkin relevanttia tarkastella, *minkälaista vuorovaikutusta lobbaus on*. Tämän tutkielman tavoitteena on kuvata käsityksiä ja kokemuksia lobbauksesta ja sen vuorovaikutuksesta. Käsitusten ja kokemusten kuvailun avulla on tarkoitus koota jäsenneltyä tietoa ja lisätä ymmärrystä lobbausvuorovaikutuksesta ja päätöksentekoprosesseista. Tutkimuksessa haastatellaan lobbaajia ja europarlamentaarikoita. Heidän vastauksiaan ei vertailla, vaan aineisto analysoidaan vuorovaikutuksen läpi molempien haastatteluosapuolten osalta. Molemmilla osapuolilla on käsityksiä toisen vuorovaikutusosaamisesta. Analysoidusta aineistosta muodostetaan keskeisiä teemoja lobbauksesta ja sen vuorovaikutuksesta. Yleisiä teemoja ovat *mitä lobbaus on, lobbauksen demokraattisuus, lobbauksen ammattimaistuminen ja lobbauksen avoimuus*. Yksityiskohtaisemmin lobbausvuorovaikutukseen keskittyviä teemoja ovat *luottamus, lobbauksen ajoitus ja vaiheet, kohdentaminen, suora ja epäsuora lobbaaminen sekä argumentointi*.

2 TUTKIMUKSEN TAUSTAA

2.1. Keskeiset käsitteet

Lobbaus

Lobbaus on vuorovaikutusta, jolla pyritään suoraan vaikuttamaan päätöksentekijöiden mielipiteisiin ja päätöksiin tietyn ryhmän edun mukaisesti. Tämä tapahtuu olemalla vuorovaikutuksessa niiden tahojen kanssa, jotka ovat keskeisiä siinä poliittisessa prosessissa, jossa päätetään lobbaajan ajamasta asiasta. (Jaatinen 1999.) Laajemmin tarkasteltuna lobbauksen käsitteen nähdään sisältävän kaikki suorat ja epäsuorat toimenpiteet, joiden avulla päätöksentekijöihin vaikutetaan (Jokinen 2000, 11–12). Lobbauksen kohderyhmiä ovat poliittiset päättäjät, virkamiehet, kilpailevat lobbaajat, media, kansalaiset ja lobbaajan omat sidosryhmät. (Jaatinen 1999, 18–19.)

Lobbauksesta käytetään usein eri yhteyksissä monia eri nimityksiä, kuten vaikuttajaviestintä tai edunvalvonta. Tässä tutkielmassa käytetään termejä lobbaus ja *lobbausvuorovaikutus*. Välillä haastateltavat käyttävät tuloksien esimerkeissä edunvalvonta-sanaa. Haastattelujen lainauksissa esiintyvä edunvalvonta-termi käsitetään tässä tutkielmassa lobbauksen synonyymina.

Lobbaaja

Lobbaajalla tarkoitetaan henkilöä tai ryhmää, joka on vuorovaikutuksessa päättäjien kanssa tarkoituksenaan vaikuttaa heihin ajaakseen tietyn ryhmän etua. Lobbaajat voivat edustaa esimerkiksi yrityksiä, konsulttitoimistoja, kansalaisjärjestöjä, lakitoimistoja tai etujärjestöjä. (Jaatinen 1999.)

2.2 Lobbaus ja Euroopan unioni

Lobbausta on tutkittu Yhdysvalloissa jo 1950-luvulta lähtien, mutta Euroopan unionissa vasta 1990-luvulta alkaen. Euroopan laajenemisen ja integraation myötä myös lobbaus alkoi kiinnostaa tutkijoita kasvavissa määrin. (Jaatinen 1999.) Euroopan unioni poikkeaa jäsenmaidensa sisäisestä lobbaamisesta siten, että kansallisella tasolla lobbaaminen on vakiintunutta ja sen osapuolet tunnetaan. Myös monissa maissa, kuten Yhdysvalloissa etujärjestöillä on käytössä pakollinen rekisteri, jossa tahojen tulee ilmoittaa lobbausaiheensa sekä budjettinsa. Britanniassa puolestaan ministeriöiden tulee ilmoittaa verkossa tapaamisistaan etujärjestöjen kanssa. Sen sijaan Euroopan unionissa lobbausrekisteri on vapaaehtoinen, ja toimijoiden sinne ilmoitettujen tietojen paikkansapitävyyttä epäillään. Rekisterissä ei tarvitse ilmoittaa, minkä tahon etua he ajavat tai mistä rahoitus tulee. (Eising & Lehringer 2010.) Greenwoodin ja Dregerin (2013) mukaan Euroopan unionin instituutioista on resurssipula ja komissio on alimiehitetty. Tämän seurauksena komissiolla ei ole usein riittävästi aikaa ja asiantuntemusta direktiivien perusteelliseen läpikäymiseen: niinpä lobbaajilla on mahdollisuus ottaa lainsäädäntöprosessi haltuunsa. (Greenwood & Dreger 2013 ; Hoedeman 2013). Tätä ei kuitenkaan nähdä vain negatiivisena asiana. Lobbauksen katsotaan olevan osa demokratiaa, koska aktiivisella vuorovaikutuksella periaatteessa kuka tahansa voi osallistua päätöksentekokulttuuriin (Brysselin kone 18.3.2016). Euroopan unionissa lobbauksen heikkoa läpinäkyvyyttä kuitenkin kritisoidaan. Lisäksi on esitetty huolta siitä, että vain suuret ja varakkaimmat tahot saavat ääntään tarpeeksi kuuluviin. (Greenwood & Dreger 2013.) Euroopan parlamentti ja noin 200 kansalaisjärjestöä vaativatkin Euroopan unionin elimissä asioivien lobbareiden rekisteröitymisen muuttamista pakolliseksi (Yle 10.1.2014).

EU on laajentunut markkinoita yhdistävästä liitosta organisaatioksi, jonka alueelle kuuluvat muun muassa ilmasto-, oikeus-, turvallisuus-, ulko- ja sisäpoliittiset kysymykset. Tämä selittää osittain myös lobbaajien valtavan määrän EU:ssa. Dynaamisesta poliittisesta agendasta johtuen lobbausryhmien on hankala pysyä kartalla lyhyen aikavälin poliittisista muutoksista, varsinkin prosessien alkuvaiheissa. Niinpä lobbausryhmät tarvitsevat laajoja resursseja tarkkaillakseen EU:n tapahtumia. (Eising & Lehringer 2010, 192–193.) Lobbaajat tarvitsevat myös vuorovaikutusta ja

monitorointia eri sidosryhmiin, jotta ajankohtaisista aihealueista pysytään kartalla (Jaatinen 1999). Euroopan unionissa vaikuttavien ryhmien määrä on kasvanut runsaasti. Ryhmien lisääntyessä myös ajettavien intressien määrä luonnollisesti kasvaa. (Eising & Lehringer 2010, 192–193.)

EU:n ylin toimielin, eli Eurooppa-neuvosto säilyy pitkälti erillään ammattilobbaamisesta. Neuvosto tapaa vain kerran puolessa vuodessa, mikä vähentää sen osallisuutta ja vaikutusta jokapäiväisiin poliittisiin kysymyksiin, joihin lobbarit vaikuttavat. Sen sijaan lobbareiden pääkohde on Euroopan komissio, joka toimeenpanee ja valvoo EU:n säädöksiä. Komissiossa on sanottu olevan paljon eriäväsäisyyksiä ja sen on katsottu kärsivän demokratian vajeesta. (ks. esim. Eising & Lehringer 2010, 189–195; Greenwood & Dreger 2013). Euroopan parlamentti on niin ikään lobbauksen kohteena. Parlamentti äänestää komission säätämien lakiesityksien hyväksymisestä. Viime vuosina parlamentin valtaa on lisätty. Parlamentilla on suurempi rooli lakiesitysten laatimisessa kuin aikaisemmin. Keski-Korhosen mukaan (Brysselin kone 18.12.2013) komissio kuuntelee nykyään parlamentin mielipiteitä enemmän siitä, millaisia direktiivejä säädetään. Aikaisemmin parlamentin odotettiin hyväksyvän kaikki, mitä komissio ehdotti. Eisingin ja Lehringerin mukaan (2010, 197) europarlamentaarikot ovat helpommin lobattavissa ns. ”heikkojen intressien” puolesta, kuten ympäristöön, työttömiin tai eläkeläisiin koskevissa asioissa. Lobbaus aiheuttaa kuitenkin huolia. Lobbauksen avoimuuden ja eettisen sääntelyn järjestö (ALTER-EU) on yli kahdensadan etujärjestön ja ammattiliiton koalitio, joka näkee yrityslobbauksen heikentävän demokratiaa EU-päätöksenteossa. Samalla yrityslobbauksen nähdään hidastavan, heikentävän ja pysäyttävän sosiaalisia, ympäristöllisiä ja kuluttajensuojaa keskittyviä poliittisia uudistuksia. (ALTER-EU 2016.)

Euroopan unionin monimutkaistunut rakenne alkuperäisestä markkinaliitosta laajaksi poliittiseksi organisaatioksi on kasvattanut lobbaamisen pelikenttää nopeasti. Brysselissä on enemmän lobbaajia kuin Euroopan unionin virallisia työntekijöitä. Eurooppalaisten tutkimuslaitosten yhteistyössä tekemän kyselyn mukaan yli 70% vastanneista uskoo, että kaupallisen alan lobbaajilla on liikaa valtaa EU:ssa. Tämän uskotaan vaikuttavan poliittisiin päätöksiin, joka on kansalaisten yleistä mielipidettä vastaan. (EU Citizens opinion poll, 2013.)

Avoimuusrekisteri on vapaaehtoinen ja siten vaillinainen. Esimerkiksi suurin osa todellisuudessa lobbaavista lakifirmoista ei ole rekisteröitynä, sillä he vetoavat vaitiolovelvollisuuteen asiakkaistaan. Toisaalta rekisteri selventäisi vain virallisen lobbausvuorovaikutuksen määrää. Mahdolliset hyväveliverkostot ovat sen sijaan hankalammin löydettävissä. (Brysselin kone 17.2.2016.)

2.3 Lobbaus ja vuorovaikutus

2.3.1 Lobbausvuorovaikutus

Lobbaus on vuorovaikutusta, jolla pyritään vaikuttamaan päätöksentekijöihin. Tämä tapahtuu olemalla vuorovaikutuksessa niiden tahojen kanssa, jotka ovat keskeisiä siinä poliittisessa prosessissa, jossa päätetään lobbaajalle tärkeästä asiasta.

Lobbausvuorovaikutusta tapahtuu päätöksentekijöiden lisäksi eri koalitioiden, yritysten, muiden lobbaajien ja median kanssa. (Jaatinen 1999.) Vuorovaikutuksessa lobbaajan ja lobbauksen kohteen välillä näkemykset vaikuttavat molemmin puolin (Zeigler 1969, 5.) Lobbauksen vuorovaikutteisuus on huomioitu jo Milbrathin (1960) ensimmäisissä lobbausta käsittelevissä teoksissa. Päätöksentekijöillä on myös mahdollisuus tehdä viesteistään vaikuttavia ja informatiivisia vuorovaikutuksessa lobbaajien kanssa (Mayhew 1997, 218).

Lobbaus on myös kilpailua, jossa oikea ajoitus ja muita vaikuttavaan pyrkiviä tahoja vahvemman asiantuntijuuden ja suurempien resurssien tarjoaminen ovat keskeisiä valttikortteja. Päätöksentekijät tarvitsevat tuekseen organisaatioita, joilta se saa tarvittavaa informaatiota. Juuri lobbaajien avulla päättäjät voivat saada riittävästi tätä informaatiota. Lobbaajat koostuvat pääosin eri alojen ammattilaisista. Lobbaajien on toimittava asiantuntijoina tarjoamalla myös juridista tietoa lobbausprosessin aikana. (Berry 1977 ; Jaatinen 1999.)

Donderon ja Lurchin (2005) mukaan pitkän lobbausprosessin aikana lobbaajat aluksi levittävät tarpeellista tietoa päätöksentekijöille, virkamiehille ja heidän henkilökunnalleen. Tämän jälkeen tyypillisesti ilmenee epäsuoraa lobbausta, kun lobbaajat keräävät julkista tukea edustamiensa asioiden taakse. Tästä seuraavassa vaiheessa rakennetaan poliittista agenda luomalla liittoumia. Liittoutumat tukevat tai vastustavat tiettyä säädettäväksi suunniteltua direktiiviä. (86.) Jaatisen (1999) mukaan informaation jakaminen ja vaikuttaminen ei välttämättä yksin riitä. Lobbaus perustuu ennen kaikkea rakennettuihin ja ylläpidettäviin suhteisiin. Lisäksi kuunteleminen on lobbaajalle keskeinen taito. (21, 23, 34.)

Vuorovaikutusteknologian hyödyntäminen osuus lobbauksessa on kasvanut. Teknologia tekee mahdolliseksi monimuotoisemman ja ajankohtaisemman lobbauksen. Esimerkiksi ruohonjuuritason lobbaus on kasvanut kehittyneen teknologian myötä, ja yksittäisiä poliittisia viestejä on helpompi levittää. (Loomis & Cigler 2012, 2.)

2.3.2 Luottamus

Puheviestinnän tutkimuksessa luottamus nähdään sellaisena ilmiönä, joka vaatii yhteisten tulkintojen muodostumista ja merkitysten jakamista. Luottamus siis perustuu yhteneväisiin merkityksiin ja tulkintoihin. Nämä muodostuvat ihmisten keskinäisessä vuorovaikutuksessa. Jo lähtökohtaisesti yhteneväiset arvot lisäävät ihmisten toiminnassa keskinäistä ennustettavuutta ja luotettavuutta. (Huotari, Hurme & Valkonen 2004, 102.) Luottamukseen sisältyy odotuksia, jotka muuttuvat ihmisten keskinäisen käytöksen mukaan. Käyttäytyminen tuo varmuutta tai epävarmuutta siihen, miten suhde etenee. (Rogers & Millar 1988, 295.)

Lobbausvuorovaikutuksen kontekstissa luottamuksen voidaan nähdä olevan harkintaan perustuvaa luottamusta. Harkintaan perustuvaa luottamusta arvioidaan sillä perusteella, mitä hyötyjä ja haasteita se aiheuttaa osapuolien toiminnalle. Tämän luottamuksen näkökulman mukaan ihmiset ovat järkipäisiä toimijoita. (Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 102.)

Organisaation tasolla luottamuksen merkityksen nähdään heijastuvan yksilön ja organisaation tehokkuuteen. Lisäksi luottamuksen on todettu olevan yksi merkittävimmistä organisaation ilmiöistä. (Kramer & Tyler 1996.) Toisaalta epäluottamus on yleinen ja tyypillisesti toistuva ongelma organisaatioissa (Pew 1998). Euroopan unionin päätöksentekokielimistöissä luottamukseen voi sisältyä erityispiirteitä. Blomqvist (2008) toteaa post-modernissa, globaalissa ja dynaamisessa ympäristössä luottamuksen rakentamisen olevan haastavaa. Perinteiset ja luonnolliset luottamuksen rakentumista tukevia mekanismeja ovat tuttuus, samankaltaisuus, vähittäinen ajan myötä tapahtuva tutustuminen ja pitkäaikainen yhteistyöhön sitoutuminen. Suurissa dynaamisissa yhteisöissä nämä eivät välttämättä toimi. Luottamuksen on päätelty olevan osittain universaali ja kulttuurirajat ylittävä, mutta osittain myös kulttuurisidonnainen käsite. (4–5.)

Euroopan unionin päätöksentekokielimet ovat myös siitä poikkeava organisaatioita, että päätöksiä tehdään laaja-alaisesti, vaikka europarlamentaarikoiden vastuulla onkin pienempiä valiokuntia. Blomqvistin (2002) mainitsee nopean luottamuksen olevan merkittävässä asemassa työelämän hektisyydestä ja alati muuttuvista työympäristöistä ja työoloista johtuvien tekijöiden takia. Nopeassa luottamuksessa osapuolet arvioivat, minkälaiseksi he kokivat yhteistyön sitä tehdessä. Pikaluottamuksella puolestaan käsitetään rooleihin pohjautuvaan harkittuun luottamukseen. (Huotari, Hurme & Valkonen 2004, 104.)

Taloustieteen näkemyksen mukaan puolestaan luottamuksella voidaan alentaa informaation ja resurssien vaihdantakustannuksia, liiketoimintaan kuuluvia etsintä-, neuvottelu-, sopimus- ja valvontakuluja, jotka syntyvät toimijoiden yhteistyöstä organisaation sisäisissä ja välisissä verkostoissa. Vaihdantakustannusten alentamisen lisäksi luottamus mahdollistaa strategisemmän yhteistyön, riskien ottamisen ja investoinnit uusiin verkostosuhteisiin. (Blomqvist 2008, 4.)

Luottamuksen tuhoaminen on sen rakentamista nopeampaa ja helpompaa (ks. esim. Lewicki & Wiethoff 2000). Menetettyä luottamusta on myös haastavaa saada enää takaisin (Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 101).

2.3.3 Vuorovaikutussuhde

Vuorovaikutussuhde on määritelty näkökulmasta riippuen hyvin erilaisilla tavoilla. Vuorovaikutussuhteita voi muun muassa tarkastella yksilön omasta näkökulmasta, jolloin korostuvat henkilökohtaiset kokemukset suhteen osapuolena. Kun taas puolestaan vuorovaikutussuhdetta tarkastellaan omana ilmiönään, niin silloin keskiössä on vuorovaikutussuhteen yhteistoiminta. Yhteistä määritelmässä on se, että vuorovaikutussuhteita pidetään sosiaalisena käyttäytymisenä, joka sisältää viestien lähettämistä, vastaanottamista, vaihtamista ja tulkintaa. Yleensä määrittelyt korostavat myös suhteen jatkuvuutta ja vuorovaikutussuhteen prosessimaista luonnetta: ne ovat jatkuvassa muutoksessa olevia, dialektisia ja ylläpidettäviä merkitysten kategorioita. (ks. esim. Sias 2009; Baxter & Braithwaite 2008.) Vuorovaikutussuhteessa osapuolten välillä ilmenee toistuvaa vuorovaikutusta. Vuorovaikutussuhteen muodostuminen on havaittavaa käyttäytymistä, mutta myös kognitiivinen prosessi. (Stewart 2002, 25.) Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, kuinka merkitykselliseksi toistuvasti vuorovaikutuksessa olevat osapuolet kokevat suhteensa ja miten se vaikuttaa heidän käyttäytymiseensä (Sias 2009).

Työelämän vuorovaikutussuhteet ovat pääosin tehtäväkeskeisiä, eli ne rakentuvat usein työhön liittyvän tehtävän suorittamisen ympärille. Näitä ovat muun muassa kollegiaaliset vertaissuhteet, esimies-alaissuhteet sekä asiakassuhteet. (Sias 2009.) Merkityksellisyyden kokeminen ja jatkuvuus ovat tyypillisiä työelämän vuorovaikutussuhteille (Gabarro 1990, 81). Kun vuorovaikutussuhteita on määritelty työelämän kontekstissa, tulee suhteiden hyötynäkökulma selkeämmin esiin. Baxterin ja Braithwaiten (2008, 350) mukaan vuorovaikutuksessa olevien osapuolten tulee tehdä kompromisseja, mutta myös säilyttää omat näkökulmansa. Sosiaalisen vaihdannan teorian mukaan vuorovaikutussuhteita määritellään sen mukaan, kuinka palkitseviksi ne koetaan. Toisin sanoen vuorovaikutussuhteet koostuvat useista eri hyödykkeistä, joita osapuolet vaihtavat toistensa välillä. (ks. esim. Roloff 1981; Stafford 2005.) Lobbaus ei myöskään tapahdu yhden organisaation sisällä. Niinpä kyseessä on jonkinasteinen asiakassuhde. Sias (2009, 157) huomioi, että

asiakassuhteissa eri hyödykkeiden vaihtamisen lisäksi myös luottamus tai aika voi olla vaihdannan välineenä.

2.3.4 Lobbaus vaikuttamisena

Vaikuttaminen on vuorovaikutusta, jossa muiden osapuolten uskomuksia, arvoja tai asenteita pyritään muokkaamaan. Vaikuttavaan pyrkivä viestin lähettäjällä on jokin asetettu tavoite, joka on tarkoitus saavuttaa vuorovaikutuksen avulla. Viestin vastaanottajalla tulee olla vapaa tahto, joten esimerkiksi pakottaminen tai kiristäminen ei ole vaikuttavaan pyrkivää viestintää. Monet vaikuttamisen teorit käsittelevät asenteita. Asenteet ovat käsityksiä, joiden perusteella valitaan suhtautuminen vastaanotettuihin viesteihin. Vaikka asenteet usein ovat suhteellisen kestäviä, ne ovat myös opittuja, eivätkä synnynnäisiä. Näin ollen asenteet ovat muuttuvia ja vaikuttamisviestinnällä muokattavissa. (ks. esim. Benoit 2008, Stiff 2003.) Lobbauksessa vaikuttaminen on harkittua toimintaa, jossa vuorovaikutus kohdennetaan lakiasäätävälle tai -toteuttaville toimijoille (Koepl 2001, 71). Päätöksentekijöiden poliittisessa ympäristössä on enemmän työn kannalta oleellista informaatiota, kuin mihin heidän on mahdollista perehtyä. Niinpä he tarvitsevat asiantuntija-apua ympärilleen pysyäksään ajan tasalla. Yhä useammin asiantuntijat ovat lobbaajia, jotka antavat neuvoja ja vaikuttavat päätöksentekijöihin. (Eising & Lehringer 2008.)

Lobbaus on vaikuttamista poliittiseen päätöksentekoon, joka sisältää asenteiden muokkaamista, neuvottelua ja informaation jakamista (Jaatinen 1999). McGrathin (2007) mukaan lobbaus on pohjimmiltaan vaikuttavaan pyrkivää viestintää, jossa viestit yksinkertaistetaan sellaisiin argumentteihin, joista viestin vastaanottaja tai yleisö ymmärtää suoraan oman hyötynsä annetusta argumentista. Viestistä sen sijaan ei tulisi välittyä kapeasti omaa etua palvelevaa puolta. Lobbauksessa on tärkeää esittää, kuinka oman organisaation ajettava etu hyödyttää yhteistä hyvää. (McGrath 2007.)

Lobbyausvuorovaikutuksen alkuvaiheessa on tärkeää saada vastaanottaja vakuuttuneeksi ajetusta asiasta. Parhaassa tapauksessa päätöksentekijällä ja lobbaajalla on jo lähtökohtaisesti yhteneväiset arvot, jolloin myös lobbaamisen luonne on erilaista. Jos päätöksentekijä on lähtökohtaisesti lobattavan asian puolella, on myös lobbyausprosessi helpompi. Tällöin vaikuttavaan pyrkivä viestintä ei tapahdu niinkään asenteita muokkaamalla, vaan yhteisiä asenteita vahvistamalla. Ammattilobbyauksen on määritetty olevan luonteeltaan *neuvottelevaa* ja *sovittelevaa* vaikuttavaan pyrkivää viestintää. (Jaatinen 1999.)

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

3.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämä tutkielma tarkastelee lobbauksen yleisiä teemoja ja lobbaustyötä vuorovaikutuksen näkökulmasta. Tavoitteena on kuvailla lobbaajien ja päätöksentekijöiden kokemuksia lobbausprosessista ja -vuorovaikutuksesta. Tavoitteena on myös lisätä ymmärrystä päätöksentekoprosesseista, jäsentää haastateltavien näkemyksiä ja tuoda tietoa lobbauksen rakenteista.

Ensimmäisellä tutkimuskysymyksellä selvitetään millaista lobbaus on. Toisessa tutkimuskysymyksessä paneudutaan siihen, millaista vuorovaikutusta lobbaus on.

1. *Millaista lobbaus on Euroopan unionissa lobbaajien ja päätöksentekijöiden mukaan?*
2. *Minkälaista vuorovaikutusta lobbaus on?*

Ensimmäinen tutkimuskysymys käsittelee lobbausta yleisemmin. Huomio kohdistuu lobbauksen yleisiin teemoihin ja niiden käsittelyyn. Tarkoitus on ymmärtää lobbausta alan asiantuntijoiden, eli lobbaajien ja päätöksentekijöiden näkökulmasta. Toisella tutkimuskysymyksellä haetaan vastauksia siihen, millaista lobbaus on vuorovaikutuksena. Tutkimuskysymyksen avulla avataan lobbausvuorovaikutuksen keskeisiä piirteitä ja muodostetaan niistä analysoitavia teemoja.

3.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksessa haluttiin selvittää lobbaajien ja päätöksentekijöiden käsityksiä ja kokemuksia lobbaamisesta. Tähän tarkoitukseen sopi parhaiten haastattelu.

Vaihtoehtoina tässä tutkimuksessa olivat joko teemahaastattelu tai avoin haastattelu. Nämä ovat ehkä suosituimpia haastattelumetodeja (Hirsjärvi & Hurme 2008). Avoin haastattelu tyypillisesti toteutetaan avoimien kysymysten avulla (Hirsjärvi & Hurme 2008, 45). Haastattelut ovat keskustelunomaisia. Satunnaisotannan sijaan haastateltaviksi valikoituu muutamia asiantuntevia henkilöitä. Heidän kanssaan tehdään syvälinen ja perinpohjainen haastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 45–46.) Koska lobbausvuorovaikutuksen ymmärtäminen vaatii syvää tietoa aiheesta ja sen osaaminen on vain harvoilla, koin avoimen haastattelun relevanteimmaksi vaihtoehdoksi. Rajat avoimessa haastattelussa ovat haastattelutilanteessa teemahaastattelua löyhemmät (Eskola & Suoranta 1998, 88). Koska avoin haastattelutilanne muistuttaa keskustelutilannetta, asiantuntevat haastateltavat saattoivat antaa uudenlaisia aiheita ja lähestymistapoja aiheeseen ja näin antaa arvokkaita vastauksia haastattelukysymysten ulkopuoleltakin.

Haastattelurunko pidettiin avoimelle haastattelulle tyypillisesti joustavana. Toisinaan kaikkia kysymyksiä ei tarvinnut erikseen kysyä, sillä haastateltavat saattoivat kertoa oma-aloitteisesti kysytyksi tarkoitetuista aiheista. Tilanne oli keskustelunomainen. Haastattelijan rooli oli antaa virikkeitä ja aihealueita, joista haastateltavat kertoivat käsityksiään ja kokemuksiaan. Haastateltavat olivat itse suurelta osin äänessä ja haastattelijan tehtävänä oli varmistaa, että kaikkiin haluttuihin aiheisiin on saatu vastaus. Haastattelija myös esitti tarkentavia kysymyksiä. Haastattelujen aihealueina olivat muun muassa lobbauksen demokraattisuus, avoimuus, mitä lobbaus on ja miten sitä toteutetaan, ketä lobataan, milloin lobataan ja niin edelleen. Haastattelujen pohjalta luotiin analyysivaiheessa 9 teemaa.

3.3 Haastateltavat

Haastateltavina olivat lobbaajat ja päätöksentekijät Euroopan unionissa. Haastateltavat ovat alansa ammattilobbaajia ja poliitikkoja: näiden ammattikutien edustajat ovat säännöllisesti vuorovaikutuksessa keskenään ja muiden lobbausta harjoittavien tahojen kanssa. Tutkimuksen tavoitteiden ja tutkimuskysymysten

vuoksi oli ensisijaisen tärkeää, että tutkittavat henkilöt olivat jatkuvassa kosketuksessa lobbaustyön kanssa. Näin ollen heidän haastatteluilla kerättävät käsitykset, kokemukset ja uskomukset ovat tutkimukselle tarkoituksenmukaisia.

Haastatteluja oli yhteensä kuusi. Tämä on laadulliselle tutkimukselle tyypillinen harkinnanvarainen näyte (Eskola & Suoranta 2008). Haastateltaviin ensimmäinen kontakti tapahtui kasvokkain tai sähköpostitse. Molemmissa tapauksissa tutkimuksen aiheena kerrottiin olevan puheviestinnän maisterintutkielma, jonka aiheena on lobbaus ja vuorovaikutus. Haastateltaville luvattiin anonymiteetti. Yksi haastatteluista toteutettiin kasvokkain, 2 Skypen välityksellä ja loput 3 puhelimitse. Haastattelut kestivät 35 minuutista puoleentoista tuntiin. Haastateltavien ikäjakauma oli noin 35–60 vuotta. Haastateltavista kaksi oli naisia ja neljä miehiä. Haastatelluista kaksi olivat europarlamentaarikoita ja neljä lobbaajia. Haastatellut lobbaajat edustivat eri sektoreita: yksi oli töissä kansalaisjärjestössä, yksi ympäristöjärjestössä, yksi energiasektorilla ja yksi edusti suurta kansainvälistä yritystä. Kaikki haastatellut olivat suomalaisia.

3.3 Aineiston käsittely ja analyysi

Tässä tutkimuksessa on hyödynnetty laadullista aineistolähtöistä, induktiivista päättelyä. Tuomen ja Sarajärven (2009) mukaan induktiivisessa päättelyssä haastatteluaineistosta nostetaan esiin tutkimustavoitteita kuvailevia asioita. Aineisto rajataan niin, että vain tutkimustavoitteiden kannalta keskeiset asiat käsitellään tuloksissa. Muu materiaali puolestaan rajataan pois. (92.)

Haastattelut tallennettiin nauhurille. Tallennetulle aineistolle on tyypillistä joko haastatteludialogien litteroiminen eli puhtaaksi kirjoittaminen joko kokonaisuina tai tietyistä, valikoiduista osista (Hirsijärvi & Hurme 2009, 138). Tässä tutkimuksessa haastattelut litterointiin sanatarkasti. Aineiston kannalta epärelevantit äännähdykset jätettiin pois.

Litteroitu aineisto luettiin useaan otteeseen ajatuksella läpi. Litterointia ja aineistoon

tutustumista seurasi tekstin järjestäminen, kuten laadullisessa analyysissä on tapana (Eskola & Suoranta 2008, 150). Jäsennellystä aineistosta etsittiin niitä kokemuksia ja ajatuksia, joissa haastatellut kuvailivat lobbaustyön eri ilmiöitä ja lobbausvuorovaikutusta. Tässä vaiheessa analysoitavasta tekstistä merkattiin eri värein relevantteja, tutkimuksen kannalta tarkoituksenmukaisia aineistoja. Tietyin värein merkatuista teksteistä alkoi muodostua yhtenäisiä kokonaisuuksia, joiden pohjalta oli mahdollista koota aineistolähtöisiä teemoja. Aineiston analyysissä siis hyödynnettiin teemoittelua. Teemoittelun avulla tarkastellaan haastatteluissa esiintyviä yhteisiä piirteitä (Hirsjärvi & Hurme, 2000). Eskolan ja Suorannan (1998) mukaan teemoittelulla mahdollistetaan keskittyminen aineistoista esiintyviin keskeisiin asioihin (177–178).

Vastaukset järjesteltiin kokonaisuuksiksi, joissa esiintyi selkeitä tuloksia lobbaustyöstä ja sen vuorovaikutuksesta. Nämä teemat nimettiin niihin sijoitettujen vastausten ja ajatusten perusteella. Esimerkiksi *luottamus*-teemaan sijoitettiin haastateltavien vastaukset, joissa he kertoivat luottamuksesta lobatessa tai lobbausta vastaanottaessaan. Esimerkiksi alla oleva sitaatti sijoitettiin luottamus-teeman alle, koska siinä haastateltu kuvaa luottamuksen merkitystä työssään:

Se on hirveen tärkeä se luottamus. Tää homma perustuu nimenomaan siihen että sulla on luottamuksellisia suhteita näihin ihmisiin. Nää ihmiset tietää että sä et niitä koita vedättää et koeta käyttää hyväksesi. H4

Valikoituneita teemoja on käsitelty myös aikaisemmassa lobbausta käsittelevässä kirjallisuudessa. Aikaisempi kirjallisuus siis tuki valittuja teemoja. Analyysistä muodostettiin yhteensä 9 teemaa, joista neljä käsitteli lobbaustyötä yleisesti ja viisi tarkemmin lobbausvuorovaikutusta. Yleisiksi teemoiksi muodostui *mitä lobbaus on, lobbauksen demokraattisuus, lobbauksen avoimuus ja lobbauksen ammattimaistuminen*. Lobbausvuorovaikutuksen teemoja puolestaan ovat *luottamus, lobbauksen ajoitus ja vaiheet, kohdentaminen, suora ja epäsuora lobbaaminen* sekä *argumentointi*. Kunkin teeman alle kerättiin ensin kaikki relevantti haastatteluaineisto. Tämän jälkeen haastatteluotteita alettiin analysoida ja jäsentelemään valmiiksi kokonaisuuksiksi. Osa alkuun tietyn teeman alle kerätystä aineistoista jätettiin pois, osa vaihtui alkuperäistä paremmin sopivaan teemaan.

Esimerkiksi lobbauksen avoimuutta ja demokraattisuutta käsiteltiin haastatteluissa toisinaan myös yhdessä, jonka vuoksi aiheiden teemoittelu vaati tarkkuuta. Teemat myös muokkautuivat, tarkentuivat ja jäsenyivät analyysin edetessä.

Tuloksissa ei haluttu erotella toisistaan lobbaajien ja europarlamentaarikoiden vastauksia. Vastauksia ei erotella toisistaan vaan ne antavat yhtäläisiä hedelmällisiä tuloksia teemojen alle. Lobbaajilla ja europarlamentaarikoilla on käsityksiä toistensa vuorovaikutuksesta, joten myös haastatteluaineistoja on relevanttia käsitellä yhdessä.

4 TULOKSET

Tämä tutkielma kuvaa lobbaustyötä ja lobbausvuorovaikutusta Euroopan unionissa. Tavoitteena oli siis kuvata lobbaajien ja europarlamentaarikoiden käsityksiä, kokemuksia ja näkemyksiä siitä, millaista on lobbaustyö ja minkälaista lobbausvuorovaikutus on. Käsitysten ja kokemusten avulla on tarkoitus koostaa jäsenneltyä tietoa lobbausvuorovaikutuksesta ja päätöksentekoprosesseista. Näihin kysymyksiin haettiin vastauksia haastattelujen avulla. Tutkimuksessa kootaan haastatteluista esiin nousevia teemoja ja niitä analysoidaan. Tässä luvussa raportoin analyysin tulokset. Tutkimus keskittyy aluksi Euroopan unionin lobbauksen yleisempiin kysymyksiin, jonka jälkeen tarkastellaan yksityiskohtaisemmin lobbausvuorovaikutusta.

4.1 Millaista lobbaus on Euroopan unionissa

4.1.1 Mitä lobbaus on?

Haastatteluissa kävi ilmi, että lobbaus on poliittista vaikuttamista tietyn asian puolesta. Sen sijaan näkemykset lobbaus-käsitteen rajaamisesta vaihtelivat. Haastatteluissa lobbausta voitiin pitää lähestulkoon synonyymina vaikuttamiselle, toisinaan toisen näkökulman mukaan lobbaus rajattiin tarkasti vain pieneksi vaikuttamisen osa-alueeksi. Haastatteluissa huomioitiinkin, että lobbaukselle ei ole yleisesti hyväksyttyä, rajattua määritelmää. Seuraava esimerkki kuvaa käsitystä siitä, että lobbaamisesta ei ole yhteisesti hyväksyttyjä määritelmiä:

Ei ole yhteisesti hyväksyttyjä määritelmiä siitä että mistä nyt oikein puhutaan.
H2

Haastatavat korostivat, että on vaikea määritellä eroa lobbaamisen ja formaalin insituutioiden välisen kanssakäymisen välillä. Euroopan unionissa vaikuttaminen on

jatkuvaa monisuuntaista ja monikanavaista vuorovaikutusta. Näin ollen haastatteluissa koettiin haastavaksi erottaa kokonaisuudesta jokin tietty palanen, mikä antaisi yleispätevää vastausta siitä, mikä on lobbausta. Seuraava esimerkki kuvaa tätä tilannetta:

Tää menee ihan joka suuntaan, sitä on vaikea erottaa toisistaan että mikä on tavallaan formaalia, insituutioiden välistä kanssakäymistä, jossa tuumitaan miten asioita viedään eteenpäin ja mikä edunvalvontaa. Ne menee kaikki ihan käsi kädessä. H4

Lobbaukselle ei ole virallisia määritelmiä, mutta henkilökohtaisia näkemyksiä lobbauksen piiriin kuuluvasta vaikuttamisesta on sen sijaan laajalti erilaisia. Haastatteluissa ilmenneen suppeimman käsityksen mukaan vaikuttamista voi kutsua lobbaamiseksi vain silloin, kun on taustalla lobbaavan tahon taloudellinen intressi. Sen sijaan mielipiteiden ilmaisemista ei laskettu lobbaamiseksi. Seuraava esimerkki kuvaa tätä näkemystä:

Virheellinen ajatus, että kaikki pistetään lobbaukseen. Kyllä kaikki kertovat mielipiteitään. Lobbauksen määritelmä on, että oma taloudellinen intressi on taustalla. H1

Laajemmassa lobbauksen määritelmässä kaikki lobbausta harjoittavat tahot ovat lobbaajia, vaikka vaikuttamisen taustalla ei vaikuttaisi taloudellinen intressi. Näitä tahoja voivat olla yhtäläillä esimerkiksi teolliset toimijat, ympäristöjärjestöt tai uskonnolliset yhteisöt. Tässä näkemyksessä kaikki toimijat, jotka haluavat osallistua Euroopan unionin päätöksentekoon esimerkiksi hankkeiden tai direktiivisääntelyjen muodossa, ovat lobbaajia. Seuraavassa esimerkissä luetellaan erilaisia toimijoita, jotka käsitettiin lobbaajiksi:

Kaikki mahdolliset tahot; työmarkkinaosapuolet, teollisuus, elinkeinoelämä, kolmas sektori, äänne oot [kansalaisjärjestöt] ympäristöjärjestöt, uskonnolliset yhteisöt ja myös aluepaikallisviranomaiset, jotka esimerkiksi tekevät paljon lobbaustyötä päästäkseen tai saadakseen isomman siivun erilaisen siivun erilaisista rahastoista ja hankkeista. H3

Tätä näkemystä perusteltiin sillä, että Euroopan avoimuusrekisterissä myös paikalliset viranomaiset ja kansalaisjärjestöt ovat rekisteröityinä. Tämän näkökulman mukaan siis *lobbaajia ovat kaikki tahot, joiden odotetaan ilmoittavan tietonsa Euroopan Unionin Avoimuusrekisteriin*. Avoimuusrekisteri on Euroopan unionin virallinen järjestelmä, jonne Euroopan unionissa lobbausta suorittavat tahot ilmoittavat olemassaolostaan. Haastatteluissa tämän käsitettiin olevan myös Euroopan unionin virallisten toimielimien mukainen käsitys siitä, ketkä ovat lobbaajia. Rekisterissä kaikilta toimijoiden odotetaan yhtä lailla ilmoittavan, kuinka paljon rahaa käytetään EU:n lobbaukseen. Seuraava esimerkki kuvaa, miten erilaisten toimijoiden odotetaan liittyvän avoimuusrekisteriin:

Euroopan unionin yhteinen avoimuusrekisteri, puhutaan myös lobbausrekisteristä, lähtee siitä että myös paikallis- ja alueviranomaiset ovat rekisteröityinä. Än gee oot [kansalaisjärjestöt] yhtä lailla. Yhtä lailla esimerkiks Greenpeace. Niiltä edellytetään ja vaaditaan ja niin tekeekin: ilmoittaa kuinka paljon käyttää EU-edunvalvontaan rahaa. H3

Sen sijaan jäsenmaiden osallistumista Euroopan unionin päätöksentekoon ei tässä määritelmässä käsitetty lobbaamiseksi. Jäsenmaiden katsottiin olevan itse päätöksentekijöitä, eivätkä päätöksien lobbaajia:

Mä jättäisin laajimman käsityksen, jonka mukaan jäsenmaiden toiminta EU-päätöksentekoon on lobbausta, mun mielestä se on väärä tulkinta. H3

Näkemyksen mukaan EU:n jäsenmaista alaspäin kaikki muut tahot käistettiin lobbaajiksi:

Jäsenmaat ovat päätöksentekijöitä eivätkä lobbareita, mutta siitä alaspäin kaikki eri tahot. H3

Kaikista laajimman käsityksen mukaan käytännössä kaikki Euroopan unionin sisällä tapahtuva vaikuttamaan pyrkivä viestinä on lobbaamista. Tällöin esimerkiksi tilanne, jossa virkamiehet vaikuttavat toisiinsa tai jäsenmaat pyrkivät vaikuttamaan päätöksentekoon, määritellään lobbaamiseksi. Lobbauksen katsottiin siis olevan

mahdollista jopa objektin, tässä tapauksessa ”jäsenmaan” suorittamana. Lobbavaan tahon ei siis välttämättä tarvitse olla henkilö, se voi olla yritys tai jopa kokonainen maa. Seuraava esimerkki havainnollistaa tätä näkemystä:

Parlamentaarikot lobbaa komissaareja ja yrittää saada framille sellaisia kysymyksiä mitkä on heille poliittisesti tärkeitä. Komissaarit käy lobbaamassa meppejä saadakseen tukea jollekin lainsäädäntöhankkeelle. H2

Tässä näkemyksessä korostettiin lobbaamisen monitasoisuutta. Lobbauksen käsitettiin vallitsevan kaikkialla. Näkökulman mukaan lobbaamista on paljon myös avoimuusrekisterin ulkopuolella. Tätä havainnollistetaan seuraavalla esimerkillä:

Tää on hyvin monitasoista juttua, se on vaikea määritellä että lobbaaminen olisi vain sitä että teollisuus tai kansalaisjärjestöt yrittää vaikuttaa päätöksentekoprosessiin joillakin viesteillä. H2

Laajimman määritelmän mukaan myös jäsenmaiden toiminta Euroopan unionia kohtaan ja instituutioiden sisäinen vaikuttamaan pyrkivä viestintä käsitetään lobbaukseksi. Seuraava esimerkki kuvaa, että esimerkiksi europarlamentaarikot tai komissaarit voivat lobata toisiaan, samoin jäsenmaat:

Brysselissä kaikki lobbaa, siellä mepit lobbaa toisiaan komissaarit, jäsenmaat. H5

Taulukossa 1 on kuvattu lobbauksen erilaisia näkökulmia suppeasta laajaan.

TAULUKKO 1 Näkökulmia lobbauksen määrittelyyn.

<i>Mikä on lobbausta?</i>	Suppea näkökulma	Keskittie	Laaja näkökulma
Ketkä niistä, jotka osallistuvat päätöksentekoon ovat lobbaajia	On olemassa mielipiteitä, joita kaikki kertovat; sitä ei pidä yhdistää lobbaukseen. Avoimuusrekisterissä on runsaasti toimijoita, joita ei voi kutsua lobbaajiksi	Kaikki avoimuusrekisteriin vaadittavat toimijat ovat lobbaajia; myös kansalaisjärjestöt ja uskonnolliset yhteisöt	Avoimuusrekisteriin vaadittavat toimijat ovat vain pieni osa lobbauskokonaisuutta. Myös jäsenmaat ovat lobbaajia.
Taloudellinen intressi ja lobbaus	Lobbaamisesta voi puhua vain silloin, kun asiaa edustavan tahon taloudellinen intressi on taustalla	Taloudellinen intressi on vain osa lobbauskokonaisuutta: se on usein taustalla mutta ei aina	Taloudellinen intressi on vain osa lobbauskokonaisuutta: se on usein taustalla mutta ei läheskään aina
EU:n instituutioiden keskinäinen vaikuttamaan pyrkivä viestintä	Virkamiehet tai mepit eivät aja yritysten taloudellisia etuja, eli eivät lobbaa	Virkamiehet ja mepit saattavat toisiaan lobata toisiaan	Virkamiehet lobbaavat toisiaan, mepit lobbaavat toisiaan ja komissaareja jatkuvasti
Jäsenmaiden intressien edustaminen	Jäsenmaat kertovat mielipiteitään, se ei ole lobbaamista	Jäsenmaat ovat päätöksentekijöitä, eivät lobbaajia	Jäsenmaat lobbaavat omia intressejään

4.1.2 Lobbauksen ammattimaisuus

Lobbauksen käsitettiin ammattimaistuneen sitä mukaa, kun EU:n toimivalta ja siten siellä ajatetut intressit ovat kasvaneet. Kun käsiteltävät asiat kasvavat, niiden myös katsottiin monimutkaistuvan. Euroopan unionin politiikalla on kasvanut rooli globaalissa päätöksenteon kentässä. Tämä ymmärretään EU:ssa ja sen ulkopuolella. Toimijat kansalaisjärjestöistä yksityisiin yrityksiin ovat palkanneet ammattilaisia - eli lobbaajia - tekemään pr-työtään. Samalla kun lobbaajien määrä on lisääntynyt, myös toimintatapojen koettiin ammattimaistuneen.

Paljon on bisnes lisääntynyt, on täällä tosi taitavia ihmisiä kyllä tekemässä hommia. Kyllä ainakin tää mitä me nähdään meidän työssä niin kyllä hyviä toimintatapoja ja osaavia toimijoita on paljon. H2

Sitä mukaa kun Euroopan unionin toimivalta kasvaa, katsottiin myös vaikuttamismahdollisuuksien kasvavan. Kasvava mahdollisuus vaikuttaa lisää myös kansainvälisten suurien firmojen halua olla esillä Euroopan unionin päätöksentekokeskustelussa. Nämä firmat palkkaavat ammattilaisia lobbaamaan etujaan. Seuraava esimerkki havainnollistaa tätä:

Kyllä se niin kun liittyy siihen että toimivalta kasvaa ja asiat monimutkaistuu niin automaattisesti isojen firmojen intressit tulee framille ja kyllä ne firmat tietysti palkkaa hyviä toimijoita avukseen, että kyllä se siinä näkyy. H2

Haastateltavien käsitysten mukaan Suomessa on vasta hiljattain ymmärretty, että Euroopan unionin päätöksenteko vaikuttaa kotimaan asioihin. Kiinnostus Brysselissä vaikuttamiseen on herännyt pikkuhiljaa ja melko hitaasti. Seuraava esimerkki kuvaa käsitystä, jonka mukaan vaikuttaminen kannattaa aloittaa EU-tasolla:

Niin kuinka paljon enemmän aletaan ymmärtää että melkein Suomen lainsäädäntö tulee kuitenkin täältä. Että täällä se kannattaa vaikuttaa jos haluaa vaikuttaa Suomen asioihin. H5

Lobbaustyötä tekevät myös kokivat, että Euroopan unionin lobbauskulttuurille on tahallaan annettu huono maine Suomessa. Tiettyjen Suomessa toimivien lobbarien katsottiin haukkuvan tarkoituksellisesti Brysselin toimijoita, koska sillä saadaan huomio pois kotimaan lobbausvuorovaikutuksesta.

Tässä on myös sellainen mitä oon huomannut, että suomalaiset lobbarit pyrkivät, osa jopa aktiivisesti, ylläpitämään sitä mielikuvaa että EU:ssa lobbaamisessa on jotain mätää. Siinä saadaan huomio pidettyä poissa kotimaisesta vaikuttajaviestinnästä. H3

Suomalaisten toimijoiden EU-lobbaus käsitettiin usein epäammattimaiseksi.

Suomalaiset toimijoiden lobbauksen käsitettiin olevan vääräaikaista, väärille tahoille

kohdennettua, eikä tarpeeksi spesifiä. Vaikka lobbausvuorovaikutuksen tärkeyttä EU-tasolla on alettu ymmärtää, niin syvempää ymmärrystä lobbauksesta ei suomalaisilla toimijoilla haastattelujen mukaan usein ole.

Myös Euroopan globalisoituminen nähtiin syynä siihen, miksi lobbaus on ammattimaistunut. Kun esimerkiksi taloudellista pääomaa on mahdollista saada Euroopan ulkopuolelta sen sisälle, koko lobbaus- ja päätöksentekoprosessi koettiin usein ammattimaisemmaksi. Haastateltavien käsityksen mukaan tämä johtuu siitä, että eurooppalaiset toimijat tekevät paremmin *yhteistyötä* silloin, kun Eurooppaan on mahdollista tuoda suuria investointeja maanosan ulkopuolelta, kuten Yhdysvalloista. Myös suuret, Euroopan ulkopuoliset yritykset ja toimijat palkkaavat omia kokeneita ja taitavia lobbaajiaan työskentelemään Eurooppaan liittyvien asioidensa parissa. Seuraava esimerkki havainnollistaa globaalien toimijoiden tuloa Eurooppaan, ja sitä mukaa ammattimaistunutta lobbaustoimintaa:

No kyllä mun mielestä ammattimaistunut, paljon on tietysti mitä enemmän EU-valta kasvaa ja päätöksentekoprosesseissa ei ole vaan eurooppalaista vaan globaalia merkitystä. On huomattu että täällä on paljon globaaleja toimijoita, jotka haluaa vaikuttaa EU-päätöksentekoon. H4

Lobbaajat kokivat omalla työllään luovan yhteiskunnalle hyötyä. Lobbaustyön tekijöille on merkityksellistä, että heidän asiakkaidensa etu vaikuttaa myös yhteiseen hyvään. Asiakkaiden taloudellisten voittojen positiiviset vaikutukset nähtiin vaikuttavan monipuolisesti yhteiskuntaan: sen katsottiin luovan taloudellista kasvua ja täten työpaikkoja Eurooppaan. Sen sijaan kansalaisjärjestön toimijat kokivat merkityksellisenä tuoda tiettyjä intressejä eurooppalaiseen poliittiseen keskusteluun. Ympäristöasioissa kansalaisjärjestöt pyrkivät huolehtimaan siitä, että asioita ei tehdä vain talouskasvun ehdoilla, vaan myös ympäristönäkökulmat huomioidaan. Seuraava esimerkki kuvaa sitä, miten konsulttitoimiston ammattimainen lobbaus on auttanut Eurooppaa kasvamaan taloudellisesti. Esimerkissä Euroopan ulkopuolinen yritys sijoittaa eurooppalaiseen teknologiaan:

Tää on hyvä esimerkki että me ollaan saatu ei-eurooppalainen yritys sijoittamaan miljoonia eurooppalaiseen vihreeseen teknologiaan, joka työllistää ihmisiä luo työpaikkoja. H2

Tämän myötä eurooppalaisen yhteiskunnan nähdään hyötyvän sijoituksesta monipuolisesti:

Sitten me vaan huolehditään siitä että tää on win win win yhteiskunnalle, firmalle ja kansanterveydelle ja ympäristölle ja työpaikoille. H2

Ammattimaisuudeksi käsitetään vaikuttamisviestinnän roolin kasvanut merkitys yhteiskunnallisessa päätöksenteossa. Konsulttitoimistojen lobbausvuorovaikutuksella koetaan olevan suurempi merkitys kuin aikaisemmin. Lobbaajien roolin yhteiskunnallisissa kysymyksissä koettiin yhtäaikaisesti Euroopan Unionin maantieteellisen ja toimivallallisen laajenemisen kanssa. Aiemmin lobbaaminen on käsitetty enemmän asioiden vastustamisena. Nykyään monet konsultointitoimistot antavat omia näkemyksiään ja konkreettisia ehdotuksia poliittiseen päätöksentekoon aloilla, joilla heillä on asiantuntemusta. Tämä vaatii lobbaavilta tahoilta analyyttisuutta ja näkemystä siitä, kuinka oman asiakkaan etu saadaan yhdistettyä julkiseen hyvään.

Ammattimaisuutta käsitellessä huomioitiin myös lobbauskulttuurin kilpailullinen asetelma. Kun lobbausta tarkastellaan kokonaisvaltaisina poliittisina käytäntöinä, voidaan saavuttaa kilpailuetuja konservatiivisesti toimiviin kilpailijoihin nähden. Esimerkki kuvaa lobbaajan analyyttisempää tarkastelutapaa, jossa asiakkaiden edut pyritään yhdistämään julkiseen hyvään:

Siinä mielessä se on ammattimaistunut että osataan analyyttisemmin ajatella sitä että miten me pystytään yhdistämään asiakkaiden edut julkiseen hyvään, että saadaan saavutettua vaikka tällöinen policy-driven growth [menettelyvetoinen kasvu]. H2

Tilanne jossa lobbaaja voi auttaa asiakastaan uudistamaan toimintaansa, voi mahdollistaa kilpailuetua:

Tulee vaikka joku sääntely joka auttaa meidän asiakasta omissa markkinaosuuksissaan, kun taas heidän konservatiiviset kilpailijat tekevät edelleen duunia niin kuin he tekivät 20 vuotta sitten. H2

Ammattimaisen, päätöksenteon keskiössä olevan lobbaajan rooliksi käsitettiin myös *komission ohjeistaminen* heidän budjettikysymystensä kanssa. Lobbaajat haluavat selventää omia näkemyksiään siitä, miten tietyn budjetin sääntely vaikuttaa yhteiskuntaan. Lobbaajat haluavat haastaa päätöksentekijöitä harkitsemaan, miten tietty päätös voi vaikuttaa yhteiskuntaan.

Niin miten komissio oikeesti katsoo näitä budjettien sisältökysymyksiä; minkälainen rahankäyttö on oikeesti tuhlausta ja mikä voidaan nähdä investointina? H2

Esimerkissä kuvataan tilannetta, jossa Euroopan komissio haluaa leikata eri terveysalojen firmojen budjettia. Tämän vuoksi haastateltu lobbaaja yrittää selventää päätöksentekijöille kokevansa budjetin leikkaamisen kasvattavan yhteiskunnallisia kustannuksia. Tätä perustellaan sillä, että terveysalojen firmojen budjettien leikkaaminen laskisi kansanterveyden tasoa lähitulevaisuudessa:

Jos käytetään rahaa vaikka terveystalouteen niin tietyt elementit Sosiaali- ja terveysministeriön alla voidaan nähdä myös siinä mielessä että pystytään pidentämään ihmisten työikää niin, että ne ei sairastu vaikka viiskymppisenä kaikenmaailman tauteihin tässä kun Eurooppa ikääntyy. H2

Huonontunut kansanterveyden taso puolestaan suurentaisi lobbaajan mielestä hoitokustannuksia. Äkillisen leikkaamisen sijaan lobbaaja pyrkii tuomaan päätöksentekokeskusteluun argumentteja, joiden mukaan kyseisissä terveyskysymyksissä ei kannata leikata.

Tässä paljon terveysalan firmat näkee että huolena sen, että komissio pyytää kaikkia leikkaamaan terveysbudjettiaan, kun me tuotas semmosta keskustelua että toi ei itseasiassa tuu auttamaan jäsenmaiden taloudenpitoon pitkällä aikavälillä jos te leikkaatte kaiken terveystaloudesta, niin sen yhteiskunnalliset kustannukset on viidenkymmenen vuoden säteellä kuin se,

Sen sijaan lobbaamalla pyritään vaikuttamaan siihen, että budjetin leikkaamisen sijaan tiettyjä tauteja tutkittaisiin aikaisessa vaiheessa. Tämän käsitettiin aiheuttavan lyhyellä aikavälillä kuluja, mutta pitkällä aikavälillä säästöjä.

[..] nyt vaikka screenattais kaikkea mitä lienee tauteja voidaan sitten hoitaa paljon aikaisemmin kuin myöhemmin. H2

Haastatteluissa käsitettiin vastaavan yhteiskunnallisen toimimisen olevan keskeistä nykyajan lobbaustyössä. Lobbaajat tuovat omia näkökulmiaan yhteiskunnalliseen keskusteluun. Esimerkissä havainnollistetaan tätä:

Tää on sitä thought leadershipiä (ajatusjohtajuutta), tuodaan tällaista ajatusta eurooppalaiseen depaattiin. H2

Tämä käsitettiin ammattimaiseksi ja monipuolistuneeksi lobbaustyöksi.

Haastatteluissa koettiin että vastaan väittämisen sijaan nykypäivän lobbauksessa on tärkeää tuoda monipuolisia näkemyksiä yhteiskunnalliseen keskusteluun. Esimerkillä kuvataan tätä:

Tässä suhteessa varmasti ollaan ammattimaisempia, kuin että väitettäisiin vaan vastaan. H2

Taulukko 2 kuvailee lobbauksen ammattimaistumista ja sen vaikutuksia. Euroopan unionin toimivallan kasvun katsottiin luoneen lisää mahdollisuuksia vaikuttaa entistä suurempiin asioihin. Toisaalta myös EU-päätöksenteon riskit ovat suuremmat. Euroopan unionissa käsiteltävissä asioissa voidaan antaa valtaa jäsenmaiden ulkopuolelle.

TAULUKKO 2 Näkemyksiä lobbauksen ammattimaistumiseen.

<i>Lobbauksen ammattimaistuminen</i>	EU:n toimivalta kasvanut	Globaali merkitys
Mikä muuttunut?	Enemmän intressejä	Yhä suurempien kansainvälisten toimijoiden lobbaajia
Miten vaikuttaa?	Enemmän tehtäviä päätöksiä, sekä enemmän virkamiehiä ja lobbaajia	Ammattimaisempaa lobbausta. Kilpailu kovempaa.
Hyötyjä	Suuremmat mahdollisuudet. Paljon ammattimaista lobbausta	Asioiden vastustamisen sijaan lobbaus on monipuolista poliittista konsultaatiota.
Haittoja	Suuremmat riskit päätöksillä. Kovemmat panokset. Myös huonoa lobbausta joukossa.	Valtaa EU:n ulkopuolelle.

4.1.3 Lobbauksen demokraattisuus

Lobbaus Euroopan unionissa käsitettiin pääosin demokraattiseksi vaikuttamiseksi. Lobbaajat kokivat työnsä olevan hyvin keskeistä demokratian kannalta, jossa he itse pääsevät vaikuttamaan omakohtaisesti tärkeältä tuntuviin asioihin. Lobbaus käsitettiin edustuksellisenä demokratiana: käytännössä kuka tahansa voi edustaa sitä mitä itse haluaa. Aktiivisella osallistumisella ja valideilla argumenteilla koettiin olevan mahdollisuus päästä mukaan päätöksentekokeskusteluun. Esimerkillä kuvataan tätä:

Mun mielestä se on myöskin aika demokraattinen tapa tehdä. Kaikki argumentit jotka on valideja pääsee framille, jos ne vaan niin kun aktiivisesti tuodaan esiin, niin sitten niistä keskustellaan. H3

Haastateltavat vertasivat Euroopan unionin lobbaamista Suomessa tapahtuvaan lobbausvuorovaikutukseen. Haastatteluissa huomioitiin, että Suomessa lobbaustyön kentässä puhutaan asiantuntijoista, kun taas Euroopan unioni käyttää vastaavista henkilöistä käsitettä lobbari. Haastattelujen mukaan asiantuntijastatuksella esitettyyn tietoon ja mielipiteisiin suhtaudutaan kriitikittömästi, kun taas lobbari tuo usein kuulijalleen negatiivisia mielikuvia. Haastateltavien mukaan Suomessa ei käsitetä, että kotimaassa lobataan enemmän kuin ymmärretään tai annetaan ymmärtää. Seuraava esimerkki kuvaa suomalaisten kritiikitöntä suhtautumista kotimaan lobbaamiseen:

Suomessa on paljon kritiitikkömpi suhtautuminen lobbaamiseen. Suomessa on asianosaiset asiantuntijoita ja poliitikot siteeravat niitä. Kuka on lobbari? Eu-mittakaavassa se on lobbari, suomessa se on asiantuntija. H1

Samalla haastateltavat muistuttivat, että asiantuntijoilla on yhtälailla oma tiettyyn suuntaan polarisoitunut näkemys asioista. Tämä nähtiin luonnollisena ja humanina piirteenä, jota on vaikea välttää. Esimerkissä kuvataan europarlamentaarikon huomioita asiantuntijuudesta:

Ei se ole pahantahtoisuutta, jos asiantuntija on se joka puhuu omassa asiassaan. Se tietää asiasta, mutta ei se ole neutraali se asiantuntijataho. H1

Euroopan unionissa rahan katsottiin vaikuttuvan siihen, kuinka paljon lobbaukseen voi käyttää resursseja. Rahan ja resurssien suhdetta pidettiin itsestään selvänä. Sekin koettiin

Rahalla saa resursseja, niin tietysti pitää saadaakin. Tottakai sen niin täytyy olla. Lobbaus on mun mielestä ehkä demokraattisin osa tätä päätöksentekoa. H3

Toisaalta rahalla katsottiin olevan myös liikaa valtaa siinä, kenellä on mahdollisuus saada äänensä kuuluviin. Rahaa katsottiin voivan käytettävän erinäisillä tavoilla. Ruokaa tarjoamalla on mahdollista saada päätöksentekijöiltä aikaa ja tapaaminen järjestettyä, jossa vaikuttamista on mahdollista toteuttaa. Tätä kuvataan esimerkiksi:

Minkä sä saat sillä et jos sulla on varaa tarjota esimerkiksi ruokaa, niin sä saat sen ajan ja huomion, niin kyllä sieltä nyt jotain menee läpi. H5

Suuremmassa mittakaavassa ajateltuna rahalla on mahdollisuus palkata enemmän ammattitaitoisia lobbaajia, joiden avulla vaikuttaminen on mahdollista. Näkemykset tämän demokraattisuudesta olivat ristiriitaisia.

Haastatteluissa ilmeni, että lobbaustoimistolla on asiakkaita siltä sektorilta, mikä Euroopan unionin päätöksenteossa on kulloinkin keskeistä. Seuraava esimerkissä lobbaaja mainitsee, että jos olisi ollut Brysselissä jo 15 vuotta sitten, niin luultavasti suurin osa asiakkaista olisi ollut eri alalta kuin nykyään:

Menee vähän senkin mukaan mikä on niin kun EU:ssa pinnalla (...) jos me oltais tehty tätä hommaa 15 vuotta sitten niin varmaan olis telecom-sektori framilla. H3

Kansalairjärjestöä edustava lobbaaja koki henkilökohtaisesti helpoksi päätöksentekijöiden . Seuraavassa esimerkissä hän kertoo omakohtaisen kokemuksen tästä:

Minkä olen itse huomannut että mun on ollut kovin helppoakin päästä puhumaan, niin kuin suomalaisia kansalaisjärjestöjä edustankin. H4

Ilmiö koettiin myös yleisemmällä tasolla paikkansa pitäväksi. Parlamentin koettiin kuulevan mielellään kansalaisjärjestöjen tyyppisiä tahoja. Seuraavalla esimerkillä kuvataan tätä:

Parlamentti on sen tyylinen toimielin, on aina valmis kuuntelemaan sellasta tahoa joka kertoo olevansa ja varmaan onkin kansalaisjärjestö. H4

Toisaalta ympäristöasioissa lobbaaminen koettiin haastavaksi. Työpaikkojen ja teollisuuden häviämisen katsottiin olevan keskeistä, joten kaikille intresseille ei ole sijaa.

Nyt musta tuntuu että meidän viestiä ei kuulla, oikeestaan ollenkaan. Jos kattoo mitä tapahtuu. Täällä on koko talouskriisi on vieny kaiken huomion siitä ja siitä että työpaikat häviää teollisuus häviää. H5

Viime vuosien heikompina talousaikoina työllisyys ja talouskasvu ovat olleet keskeisiä teemoja Euroopan unionin poliittisessa keskustelussa. Tämä näkyy myös siellä ajettavissa intresseissä: haastateltavien mukaan teollisten alojen lobbaajien on helpompi saada silloin ääntänsä kuuluviin. Sellaisia asioita on helpompi lobata, mitkä ovat päätöksenteossa kyseisellä hetkellä keskeisimpiä. Päätöksenteon keskiössä ovat puolestaan tyypillisesti ne asiat, jotka ovat kansalaisille suoraan tai epäsuorasti keskeisiä. Poliitikoilla on eräänlainen velvollisuus käsitellä sellaisia asioita, joista tulee kansalaisilta suoraan tai epäsuorasti painetta. Seuraavassa esimerkissä kansalaisjärjestön toimija kuvaa sitä, miksi ilmastopolitiikkakysymykset eivät ole kansalaisten päällimmäinen huolenaihe heikon talouskasvun aikana Euroopassa. Tällöin on vaikea saada mielipiteitään kuuluviin asioista, jotka eivät ole Euroopassa prioriteettina:

On myös semmonen tunne että ihmisiä ei tällä hetkellä ilmastopolitiikka kiinnosta. Että ei paineita oo jäsenmaissa. Että me tehdään sitä mitä me pystytään, mutta ei oo sellasta tunnetta että olis kauhee paine tehdä lisää ilmastonmuutoksessa tällä hetkellä. H5

Tämä toisaalta käsitettiin myös merkinä lobbauksen demokraattisuudesta ja tasa-arvoisuudesta: se mikä ihmisiä kiinnostaa Euroopan unionin jäsenmaissa, heijastaa myös päätöksentekoon ja sitä kautta myös lobbaukseen. Seuraava esimerkki kuvaa sitä, että kun ilmastonmuutos ei ole eurooppalaisten ihmisten päähuolenaihe tällä hetkellä, niin myöskään lobbauksessa sillä ei ole suurta valtaa:

Voi olla että se on siinä mielessä demokraattista että ihmisiä ei tällä hetkellä hirveesti kiinnosta ilmastonmuutokset. H5

Haastatteluissa myös huomioitiin, että lobbauksen demokraattisuudesta voi olla haastavaa jollei mahdotonta muodostaa kokonaiskuvaa. Kysymys koettiin problemaattiseksi siksi, että siihen vastauksen saamiseksi pitäisi olla käsitys jokaisen päätöksentekijän kohdalla heidän henkilökohtaisista intresseistään ja käsitystä siitä, millaista tietoa he ottavat mielellään vastaan. Esimerkki kuvaa tätä tilannetta:

Teollisuuden edustaja X, kun tää lobbaa, ja tavallaan niin kuin toisinpäin, meppi Z ottaa sitä vastahakoisesti vastaan. Kun taas meppi Y ajattelee jo lobbarin X tavatessaan hyvin paljon samalla tavalla kun tää teollisuudenala jonkun sääntelyn vaikutukseen. H6

Koska päätöksentekijöiden lähtökohtaisia intressejä ei tiedetä tarkasti, on haastavaa määritellä sitä, kuinka paljon lobbaus vaikuttaa päätöksentekoprosessiin. Tilannetta selvennetään seuraavalla esimerkillä:

Vastaus siihen, että saako se teollisuuden edustaja haluamansa tuloksen helpommin kuin vaikka kansalaisjärjestön edustaja on aika mahdotonta, koska se riippuu niin paljon myös tästä lobbauksen kohteesta. H6

Käsitellessä lobbauskulttuurin demokraattisuutta haastatteluissa vertailtiin EU:n poliittista päätöksentekokenttää Suomen järjestelmään. Suomen lobbauskulttuuri nähtiin sisäänpäin kääntyneenä ja sulkeutuneena. Suomen hallituksen katsottiin automaattisesti kuulevan lainsäätelyprosessin yhteydessä erilaisia tahoja, mutta näiden tahojen katsottiin olevan toistuvasti samoja. Suomessa katsottiin siis olevan hyväveliverkostoja, joita kuunnellaan poliittisia päätöksissä:

Kun vertaa vaikka Suomeen niin iso ero on. Kyllä tää EU-lobbaus on aikailla avointa verrattuna vaikka Suomeen. Suomessa on paljon enemmän hyväveliverkostoja ja automaattista vaikuttamista. H6

Brysselissä puolestaan ei ole rakennettu, jossa päätöksentekijät kuulevat automaattisesti ulkopuolisia tahoja. Sen sijaan on ulkopuolisten tahojen, eli lobbaajien, omalla vastuulla tuoda omat faktansa ja argumenttinsa mukaan päätöksentekoprosessiin. Aktiivisia toimijoita kuunnellaan, mutta sen sijaan kenelläkään toimijalla ei katsottu olevan automaattista pääsyä päätöksentekoprosessiin. Esimerkiksi hallitus-oppositio-asetelmaa ei ole.

Täällä ei ole mitään hallitus-oppositio asetelmaa tai mitään automaattisia kuulemisia. Jos sä oot suomessa vaikka Fortum tai en mä tiedä Helsingin energia tai energiateollisuus Ry jos puhutaan energiaedunvalvonnasta, jos (Suomessa) talousvaliokunta valmistelee jotakin lainsäädäntöä niin kyllä se on kokolailla varmaa että sun puhelin soi ja sut kutsutaan kuultavaksi johonkin. Eli tota tavallaan automaattisesti rakennettu sisään se että tiettyjä tahoja kuullaan joka tapauksessa. H2

Brysselin vaikuttamisviestinnän kenttä nähtiin lähtökohtaisesti tasapuolisena, sillä järjestelmä on rakennettu ilman järjestelmää, joissa tietyt valitut tahot ovat automaattisesti kuultavina:

Täällä ei oo semmosta automatiikkaa että kenenkään puhelin ei soi. H4

Euroopan unionissa myös voittoa tavoittelemattomilla organisaatioilla ja kansalaisjärjestöllä katsottiin olevan mahdollista vaikuttaa silloin, kun lobbausvuorovaikutus tapahtuu ammattimaisesti. Kansalaisjärjestökentän lobbaajien katsottiin tulevan silloin kuulluksi, kun vaikuttaminen on ammattimaista. Vastaavasti Suomessa kansalaisjärjestövaikuttaminen koettiin huomattavasti haastavammaksi ja päätöksentekoprosessien katsottiin olevan pienemmän porukan käsissä. Suurien toimijoiden lobbaajien, poliitikkojen ja virkamiesten ulkopuolisia tahoja ei välttämättä mielellään kuunnella. Seuraavassa esimerkissä kansalaisjärjestön lobbaaja esittelee Suomen lobbausvuorovaikutuksen epädemokraattisia piirteitä:

Haluan verrata meidän eduskuntaan että me ollaan sillä tavalla demokraattisempi, huomattavasti demokraattisempi, että Suomessa valiokunnissa päätetään että ketkä.. keitä kuullaan valiokunnan kokoushuoneissa asiantuntijoina. Ne ovat kyllä kovin usein ihan samoja tahoja. Ne on työmarkkinaosapuolia, tutkimuslaitoksilta yliopistoilta on ihan

samat tyypit aina, jos vähän liioittelee. Siellä on tietysti Elinkeinoelämän keskusliitto, siellä on SAK, kellä on rahaa ja resursseja. H3

Haastatteluissa ilmeni, että lobbaajilla itsellään on vahva luotto EU-päätöksenteon prosesseihin ja siihen, että lobbaamalla edistetään demokratian periaatteita:

Kyllä mun mielestä on aika vahva usko siihen että harvoissa jäsenmaassa näin demokraattista avointa lobbauskulttuuria on kuin Brysselissä. H3

Ammattilobbaamisen lisäksi Euroopan unionin päätöksenteon demokratiaa edistäviksi toimenpiteiksi mainittiin muun muassa Euroopan komission julkiset kuulemiset, joissa kaikki voivat kirjoittaa mielipiteensä käynnissä olevista aiheista komission internet-sivuilla. Haastatteluissa koettiin tämä edistyksellisenä toimenpiteenä avoimemman ja demokraattisemman vaikuttamisen kannalta. Julkisten kuulemisten vaikuttavuudesta ei vielä ole selkeitä näyttöjä. Haastattelujen mukaan Brysselissä on eriäviä käsityksiä siitä, onko online-kuulemisissa lausunnon antajan statuksella merkitystä. Esimerkki kuvaa online-kuulemisia, jonne kuka tahansa voi ilmaista mielipiteensä:

Nää on siis tällaisia keskusteluasiakirjoja ja siihen liittyy aina jonkinlainen onlinekuuleminen, johon saa jokainen mökinmummo lausua näkemyksensä. Tai jokaisesta mökinmummosta microsoftiin, se on siltä väliltä. H3

Online-kuulemisten yhteydessä on spekuloitu, että niissä lausunnon antajalla ei ole merkitystä. Sen sijaan kuulemisissa olisi sen tarkoitus keskittyä siihen, *mitä* sanotaan eikä *kuka* sanoo.

Mitä esimerkiksi teollisuusyhtiöt täällä epäilee, sama koskee parlamenttia osittain, että ne eivät painota täällä lausuntojen merkitystä millään tapaa, että kuka on lausuja. H3

Tämän ei kuitenkaan uskottu olevan totuus. Asiasisältöjen lisäksi todellisuudessa komission käsitettiin välittävän siitä, kuka on lausunnon takana oleva taho.

Mä pidän sitä sillä tavalla outona, epäluuloisena näkemyksenä, uskon että kyllä sekin katsotaan että kuka lausuu, mutta katsotaan myös mitä lausutaan ja löytyykö uutta näkemystä. H3

Lobbausta pidettiin pääosin demokraattisena, mutta myös eriäviä näkökulmia esiintyy. Lobbauksen katsottiin olevan siinä mielessä epädemokraattista, että se ei kuulu demokratian yleisen määritelmän piiriin, kuten esimerkki havainnollistaa:

Lobbaaminen ei sinänsä tiukasti, määriteltynä lähtökohtaisesti ole demokraattista. Sikäli kun meillä on määritelty koodisto sille mitä demokratialla tarkoitetaan. Lobbaus ei kuulu sen piiriin. H6

Taulukossa 3 esitetään ja kootaan tässä alaluvussa esitetyjä näkökulmia lobbauksen demokraattisuuteen.

TAULUKKO 3 Näkökulmia lobbauksen demokraattisuuteen.

<i>Onko lobbaus demokraattista vaikuttamista?</i>	Puolesta	Vastaan (varovaisesti, ei absoluuttisesti)
Intressien edustaminen	Lobbaamisessa voi edustaa omia intressejään. Edustettavan asiakkaan intressit eivät ole näiden kanssa ristiriidassa.	On haastavaa edustaa omia intressejään. Tietyt intressit huomioidaan helpommin.
Rahan ja resurssien vaikutus	On osa luonnollista yhteiskuntaa, että rahalla saa resursseja.	Toisilla on enemmän rahaa: he saavat äänensä helpommin kuuluviin
Jäsenmaissa vaikuttavien poliittisten suuntausten vaikutus	Peilaantuvat suoraan myös lobbaukseen ja edustettaviin intresseihin	Peilaantuvat lobbaukseen ja päätöksentekoon. Myös siksi oman asian lobbaaminen on haastavaa.
Haasteita	Yksittäistapauksia: lahjontaa, vaalirahoitusta	Jatkuva teollisten- ja finanssilobbajien ylivalta

4.1.4 Lobbauksen avoimuus

Avoimuudella tarkoitetaan sitä, kuinka läpinäkyvää lobbaustyö on Euroopan unionissa. Tällä tarkoitetaan sitä, kuinka selkeästi lobbausta harjoittavat tahot muun muassa lobbaukseen käytetyistä budjeteistaan, lobbaajien määrästäan, kulkuluvistaan, asiakkaistaan, aihealoistaan ja rahoituksistaan. EU:ssa suurin formaali avoimuutta edistävä väline on Euroopan unionin avoimuusrekisteri. Rekisteri on vapaaehtoinen, mutta suurin osa EU:n lobbausta harjoittavista tahoista ovat liittyneinä.

Haastateltavien mukaan lobbaus on avointa Euroopan unionissa. Lobbauksen avoimuuden koettiin olleen kauan esillä ja keskustelun kohteena EU:ssa. Tämän vuoksi päätöksiä on entistä haastavampaa tehdä piilossa. Esimerkillä havainnollistetaan tätä:

Tässä on iso ero (Suomeen verrattuna). EU:ssa on ollut kissa pöydällä jo pitkää. Sen takia lobbauksesta puhutaankin täällä paljon. H1

Samalla haastatteluissa nähtiin, että Euroopan unionin lobbausvuorovaikutus on huomattavasti avoimempaa kuin useissa jäsenmaissa. Vuorovaikutuksen rakenteiden ja prosessien katsottiin olleen rakennettu niin, että kenellä tahansa on mahdollisuus vaikuttaa päätöksentekoon:

Se on kuitenkin paljon avoimempaa kuin monessa jäsenmaassa, mun mielestä niin kun tää keskustelu mitä käydään Brysselissä ja millä tavalla nää prosessit on rakennettu niin. H4

Haastatellut lobbaajat eivät olleet pakollisen avoimuusrekisterin kannalla. Erityishyötyä rekisterin pakollisuudesta ei katsottu olevan, mutta pakollisuudesta katsottiin koituvan haittaa pienemmille tai vähemmän lobbausta harjoittaville tahoille. Esimerkki kuvaa sitä, että harvoin EU-päätöksentekoon osallistuvalla taholla rekisteristä voisi olla haittaa:

Pieni pk-yritys tai yhden kerran oleva asia niin sen takia nyt pitäisi avoimuusrekisteriin ilmottautua, jos nyt kerran käy yhden asian pyytämässä tai esittämässä. H3

Toisaalta myös avoimuusrekisterin pakollisuutta toivottiin. Vapaaehtoisena sen katsottiin edistävän avoimuutta vaan näennäisesti. Tämän vuoksi rekisteriä toivottiin myös pakolliseksi. Lisäksi toivottiin, että sinne laitettujen tietojen pitäisi olla kohdennettuja.

Kyllä avoimuusrekisterin pitäisi olla pakollinen ja kattava myös sinne syötettyjen tietojen osalta. H1

Silti kilpailun käsitettiin pitävän huolen siitä, että avoimuusrekisteriin ilmoittautuvat relevantit tahot. Haastattelujen mukaan Brysselissä pidetään erikoisena, jos lobbaava konsulttiyritys ei ole ilmoittautunut avoimuusrekisteriin. Esimerkki havainnollistaa käsitystä, jonka mukaan vakavasti otettaville tahoille ei ole järkevää olla liittymättä avoimuusrekisteriin:

Kaikille vakavasti otettaville toimijoille ei ole niin kuin vaihtoehtoa. H2

Haastatteluissa koettiin harvan asiakkaan haluavan ostaa palveluja rekisteriin liittymättömältä lobbaritoimistolta. Seuraava esimerkki kuvaa niiden haastateltavan käsitystä siitä, miten rekisteriin liittymättömien konsulttiyritysten on hankalaa toimia Brysselissä:

”Se että onko se pakollinen vai ei, sillä ei ole hirveesti väliä koska kyllä kaikki Brysselin relevantit tahot on sinne kumminkin liittynyt. En tiedä kuka taho uskaltaisi ostaa palveluja sellaiselta lobbaritoimistolta, joka ei edes liity EU:n transparenttirekisteriin. H2

Käsitys oli, että yleisesti Euroopan unionin toimielimet odottavat sopivansa tapaamisesta lobbaustahon kanssa, että avoimuusrekisterissä tulisi olla. Jos puolestaan avoimuusrekisterissä ei ole, päätöksentekijät ja kanssalobbaajat saattavat

pitää tätä epäilyttävänä. Järjestelmän nähtiin toimivan melko hyvin. Pakollisuudesta ei katsottu saavutettavan merkittävää lisähyötyä, kuten seuraavassa esimerkissä kuvataan:

Ajattelen lähinnä niin päin että kun tämä toimii kohtuullisen hyvin, niin en näe että pakollisuudella saavutetaan erityishyötyä, varsinkin kun on siitä tietoinen että komissiossa virkamiehet ja varsinkin useimmat meistä lähtee siitä että jos asiaa on, eli jos haluaa tapaamista niin tulee olla lähtökohtaisesti myös toissa avoimuusrekisterissä. H2

Avoimuusrekisterin pakollisuutta pidettiin ongelmallisena myös juridisista syistä: lobbausta harjoittavien lakifirmojen ja heidän asiakkaidensa välillä on usein salassapitosopimus. Tämän käsitettiin monimutkaistavan kysymystä lobbausrekisterin pakollisuudesta. Juridiset kysymykset asiakkaan ja lobbaavan lakifirman välillä ovat haastavia ja monimutkaisia, minkä johdosta täydellistä avoimuutta ei voida nykyainsäädännöllä vaatia:

Niin se pakollisuus tai ei pakollisuus on hyvin monimutkainen kysymys. Siinä on myös juridisia esteitä sille että kaikki ei voi ihan kaikkea kertoa. H4

4.2 Lobbaus vuorovaikutuksena

4.2.1 Luottamus

Haastateltavien mukaan luottamusta pidettiin merkittävänä tekijänä Brysselissä työskennellessä ja jopa lobbausvuorovaikutuksen elinehtona. Lobbauksen katsottiin perustuvan luottamukselliseen vuorovaikutukseen ja keskinäistä luottamusta sisältäviin vuorovaikutussuhteisiin. Seuraavilla esimerkki kuvaa haastateltavien kokemuksia luottamussuhteen merkityksestä:

Se on hirveen tärkeä se luottamus. Tää homma perustuu nimenomaan siihen että sulla on luottamuksellisia suhteita näihin ihmisiin. Nää ihmiset tietää että sä et niitä koita vedättää et koeta käyttää hyväksesi. H4

Jos puolestaan luottamussuhteen menettää, niin edellytykset toimia lobbauksvuorovaikutuksessa uskottiin katoavan. Tätä kuvataan seuraavassa esimerkissä:

Luottamuksellinen suhde on tärkeä, että jos siis niinkin päin, että jos luottamukseen tulee särö, niin se vie toimintamahdollisuudet lobbarilta aika nopeasti. H3

Luottamussuhteen muodostumisen katsottiin olevan pidempiaikainen prosessi, kun taas luottamuksen menettäminen voi tapahtua hetkessä. Luottamussuhteiden käsitettiin olevan kaikista keskeisintä lobbauksvuorovaikutuksen alalla. Seuraava esimerkki kuvaa käsitystä luottamussuhteen luomisesta ja niiden tuhoamisesta:

Tyypillinen esimerkki on se että voi kestää 5 vuotta luoda luottamukselliset suhteet ja tuhota ne viidessä minuutissa. Tää pätee meidän alaan enemmän kuin mihinkään muuhun. H2

Haastatteluissa koettiin, että vedätyksestä tai epärehellisestä käyttäytymisestä jää helposti kiinni. Näissä tapauksissa luottamussuhteen katsottiin kärsivän tai katkeavan kokonaan:

Jos räikeesti puhuu niin kuin puuta heinää tai koittaa päätöksentekijää jollain tapaa vedättää niin tottakai siitäkin jää kiinni ja luottamussuhde kärsii tai katkeaa. H3

Jos lobbaaja itse uskoo ajamaansa asiaan, on myös päätöksentekijöiden on helpompi pitää tätä vilpittömänä ja uskottavana. Tätä kuvataan seuraavalla esimerkillä:

On hirveen hyvä jos tulee se käsitys että tämä on se lobbari joka uskoo asiaansa. H3.

Myös päätöksentekijöiden aikaisemmat käsitykset lobbaajista vaikuttavat toisinaan siihen, miten heidät otetaan vastaan. Tämä koskee myös lobbaajan aikaisempia työtehtäviä ja mahdollista puoluetusta. Tällöin kyse on normatiivisesta luottamuksesta, joka huomioi samankaltaisen maailmankuvan ja yhteisten tulkintojen ja merkitysten jakamisen. Esimerkissä kuvataan tätä:

Tottakai sillä on välillä että ne tietää mut ja mä meen sinne tietynlaisen historian kanssa ja ne kuuntelee mua siinä valossa ja käsityksessä mikä heillä musta. H2

Mahdollisesta puolue- ja poliittisesta taustasta ei katsottu olevan haittaa lobbaustoiminnassa. Pikemmin käsitettiin, että samalla alalla toimineet osaavat puhua asioista samalla tavalla suoraan ja avoimesti, minkä nähtiin helpottavan lobbaajien ja päätöksentekijöiden välisestä vuorovaikutusta. Seuraavassa esimerkissä pitkään puoluetoinnassa mukana ollut lobbaaja kuvailee poliittisen taustansa vaikutusta nykyiseen lobbaustyöhönsä:

Mä olen itse yhden puolueen jäsen ja ollu pitkään ja näkyväkin sellainen ainakin olen ollut, se ei ole mikään salaisuus. Mulla on semmoinen olo ettei se ainakaan ole kynnystä nostanut mihinkään suuntaan, vaan päinvastoin, että kaikki on poliittisia ihmisiä niin puhuvat aika suoraan ja avoimesti asioista. H2

Luottamusta nauttivissa vuorovaikutussuhteissa lobbaajien ja päätöksentekijöiden tiedonjako ja vuorovaikutus tapahtuu monisuuntaisesti. Päätöksentekijät saattavat esimerkiksi pyytää informaatiota tai materiaaleja tilaisuuksia varten. Tämä käsitettiin pitkälle edenneen vuorovaikutussuhteen muodostamaksi *luottamussuhteeksi*. Hyvän keskinäisen luottamuksen synnyttänyt vuorovaikutussuhde voi hyödyttää molempia osapuolia. Lobbaustyötä tekevät kertoivat, että lobbaaja saattaa hioa päätöksentekijän puheenvuoron sisältöjä ja tuoda tätä kautta esiin omia kantojaan. Seuraavassa esimerkissä lobbaaja kuvailee tilannetta, jossa päätöksentekijä pyytää häneltä apua eri tilaisuuksia varten:

Usein me pit soittelee ja pyytää materiaalia eri asioista, pyytää puheen pohjia ja pyytää polttereita keskusteluihin. Tää on tietysti tosi hyvä tilanne jos meppi

ottaa vaikka yhteyttä ja pyytää taustatietoa jostakin, vaikka valmistautumassa johonkin tilaisuuteen ja tekemässä puheenvuoroaan, hän voi hioa osuuksiaan ja kertoa mielenkiintoisia pointteja. H4

Haastatteluissa korostettiin ettei vuorovaikutus ole yksipuolista. Lobbajat ja europarlamentaarikot auttavat toisiaan:

Millään tavalla ne ei mene yhteen suuntaan tässäkään tapauksessa. H4

Europarlamentaarikkojen näkökulma oli yhteneväinen lobbaajien kanssa. Lobbaajien ja europarlamentaarikoiden välistä luottamusta pidettiin inhimillisenä vuorovaikutuskäyttäytymisenä, joka helpottaa molempien osapuolten työskentelyä. Samalla havainnollistettiin, että sama pätee kaikkeen vuorovaikutuskäyttäytymiseen. Esimerkki selventää tätä:

Inhimillinen vuorovaikutus ja viestintä, mun mielestä pitää ottaa viestinnän kenttää tähän mukaan kun tätä pohtii. Missä hyvänsä viestinnässä sillä on erittäin suuri merkitys sen viestin perillemenon kannalta, että kuinka altis ja valmis sä oot ottamaan joltain tietyltä taholta jotain viestejä vastaan. H6

Haastattelujen mukaan vuorovaikutustilanteet ovat riippuvaisia siitä, kuinka valmiita tahot ovat ottamaan toisiltaan viestejä vastaan. Luottamus lisää tätä valmiutta. Tämä havainnollistetaan seuraavan esimerkin avulla:

Ja taas siinä yhtälössä siinä yhtälössä yksi tärkeä tekijä on se, että tunnetko sä sen tyyppin ja luotatko siihen. H6

Kun keskinäinen luottamus on olemassa, päätöksentekijät voivat kysyä neuvonantoa lobbaajilta päätöksentekoprosessin eri vaiheissa. Tämä voi olla esimerkiksi tiedostelua siitä, ovatko päätöksentekijän esittämät näkemykset yhteneväisiä lobbaajan näkemysten kanssa. Tätä kuvataan seuraavan esimerkin avulla:

Luottamuksellinen suhde tarkoittaa myös usein sitä, että tietyn prosessin, päätöksentekoprosessin tai valmistelupäätöksen edetessä on ollut myös niin päin että heidän avustajat on soittanu mulle päin ja kysyneet että ollaanko nyt

menossa oikeaan suuntaan tai onko meidän ehdotus hyvä tai että jostain muualta on tullut tällainen ehdotus, että vaikuttaa epäilyttävältä olemmeko ymmärtäneet oikein. H3

Toiset päätöksentekijät eivät kuitenkaan itse olleet koskaan lähestyneet lobbaajia kysymällä heiltä informaatiota tai neuvoa. Lobbaajien nähtiin tarjoavan tietoa tarpeeksi laajalti, joten päätöksentekijän oma-aloitteeseen kyselyyn ei katsottu olevan tarvetta. Esimerkissä haastateltava selventää, että vuorovaikutussuhde toimii luontevammin silloin, kun lobbaaja on päätöksentekijää aktiivisemmassa roolissa:

Ei se mun mielestä lähtökohtaisesti ole semmoinen asia mikä pitäisi kieltää. Mutta kyllä se mun mielestä luontevampaa on.. mulla on ollut tällaisia keissejä että mulle on ihan riittävästi näkemyksiä tarjottu, ei ole tarvinnut lähteä kyselemään. H6

Lobbaajat mainitsivat olevansa toisinaan itse puhujana europarlamentaarikoiden järjestämissä tilaisuuksissa, mikä koettiin luottamuksen osoituksena. Lobbaaja kuvaa tätä seuraavassa esimerkissä:

Mä itte tunnen useita meppejä, usein menty jopa sille tasolle että olen heidän vierailijaryhmiensäkin, puolueesta katsomatta, puhumassa heidän ryhmille omasta työstään ja omasta asiasta ja mepeille. H3

Haastateltavien kommenttien perusteella vaikuttaisi siltä, että päätöksentekijöiden ja lobbaajien välisestä luottamussuhteet hyödyttävät molempia osapuolia ammatillisesti. Päätöksentekijät tarvitsevat informaatiota ja neuvoja asioissa, joissa he eivät ole asiantuntijoita. Toisinaan päätöksentekijät haluavat osoittaa myös sidosryhmilleen olevansa verkostoituneita, myös lobbaajien kanssa. Lobbaajat puolestaan tarvitsevat luottamusta nauttavia vuorovaikutussuhteita useisiin tahoihin, jotta kantojen esittäminen on helpompaa. Seuraava esimerkki kuvaa sitä, että lobbaajat voivat olla hyödyllisiä päätöksentekijöille:

Olemme tietysti häiriöksikin heidän työnsä kun roikumme perässä, mutta kyllä se toisinkin päin menee. He haluavat osoittaa tutkijoille että lobbarit ovat heistä kiinnostuneita. H3

Sen sijaan jos päätöksentekijä sanoo, ettei ole tekemisissä lobbaajien kanssa, voidaan heidän vaikutusvalta nähdä pienemmäksi. Tätä havainnollistetaan esimerkissä:

Joku meppi sanoo, että minä en oo sitten lobbareiden kanssa, minä en oo heitä tavannut ollenkaan. Jos on vähänkin valistuneempi äänestäjä niin täysin ymmärtää että mepillä ei ole mitään vaikutusvaltaa mihinkään. H3

Myös päätöksentekijät tunnustavat, etteivät kykene olemaan asiantuntijoita päätöksenteon jokaisessa kentässä. Niinpä he myöntävät tarvitsevansa lobbaajia. Tätä kuvataan seuraavassa esimerkissä:

Mä luulen et sen takia niin kun on avoin ja rehellinen kommunikointi (...) monet mepit sanoo että ei ne pärjäis ilman lobbareita koska ei ne voi olla kaikkien alojen erityisasiantuntijoita. H2

Haastateltavat painottivat nimenomaan ammatillisia, korkean keskinäisen luottamuksen suhteita. Haastatteluissa mainittiin että omien, esimerkiksi parlamentissa työskentelevien tuttujien hyödyntäminen ammatillisesti olevan äärimmäisen harvinaista. Jo nykyistä työnkuvaa aiemmin syntyneitä vuorovaikutussuhteita haastateltavat eivät siis kokeneet nykyisen aseman kannalta kovin merkityksellisiksi. Tämä johtuu jo pelkästään siitä, että yli 750 europarlamentaarikon joukosta on erittäin epätodennäköistä ja harvinaista, että kaverista tulisi yhteisen intressin valmistelija lakivalmistelussa. Tätä selvennetään seuraavalla esimerkillä:

Ammatillisellisesti se on äärettömän harvinaista että mä hoitaisin suomalaisten tuttujien meppien kautta asiat koska ne on harvoin sellaisessa asemassa että niistä on meille mitään iloa. H2

Toisaalta haastatteluista myös ilmeni, että Brysselin suomalaiset toimijat ovat mielellään vuorovaikutuksessa toistensa kanssa myös ammatillisesti. Kotimaisiin tahoihin luottaminen nähtiin jopa suomalaisuuteen rinnastettavana erityispiirteenä. Suomalainen yhteiskunta käsitettiin konsensushakuiseksi ja homogeeniseksi. Pienen kotimaan toimijoiden nähtiin olevan puoluerajoista riippumatta ”isänmaan asialla”.

Tietyissä kysymyksissä konsensuksen nähtiin olevan muita suurempi. Esimerkillä avataan tätä näkemystä:

Suomi on muutenkin aika poikkeuksellinen yhteiskunta muutenkin kun vertaa moneen muuten. Meillä on aika konsensushakuinen ja homogeeninen, samat piirit pyörii, niin siitä tulee hyvin äkkiä semmoinen että kaikki suomalaiset on hyvin äkkiä samalla asialla. Se on niin sanottu isänmaan asia. Siinä voidaan vedota yhtä hyvin kokoomuslaiseen tai vasemmistolaiseen meppiin. Tää nyt on vaan yksi esimerkki, mutta yliopistomaailma, pyritään saamaan tutkimusmäärärahoja tai mitä nyt, voit kuvitella, semmosia läpi yhteiskunnan meneviä juttuja. H6

4.2.2 Lobbauksen ajoitus ja vaiheet

Haastateltavien käsitysten mukaan vuorovaikutuksen ajoitus on lobbaustyössä ensimmäinen huomioon otettava asia. Haastateltavat käsittivät, että mitä aikaisemmassa vaiheessa lobbaaminen aloitetaan, sitä helpompi omat kannat on tuoda esille. Usein tämä tarkoittaa vaihetta ennen kuin komissiolta edes on ehtinyt tulla lakiehdotusta, joka seuraavaksi menisi Euroopan neuvoston ja europarlamentin hyväksyttäväksi. Lobbajaat siis pyrkivät olevan aktiivisia jo ennen kuin Euroopan parlamentti saa julkista tietoa lakipykälistä. Haastateltavien mukaan lobbaajan tulee tuntea lainsäädäntöprosessien vaiheet niin läpikotaisesti, että vaikuttamaan päästään jo ennen kuin mitään asiakirjoja on julkaistu. Esimerkissä kuvataan tätä:

Me ollaan pyritty toimimaan aina EU:n lainsäädäntöprosessin alkulahteilla, eli ennen kun siellä joku komission virkamies pitää kynää edes kädessään, niin ollaan semmoisessa vaiheessa liikkeellä että sen vaikuttajaviestinnän ja meidän lobbauksen sisällön kanssa. H2

Haastatteluissa ilmeni, että prosessien aikataulujen ymmärtäminen on taito, joka tulee osata läpikotaisin, mikäli lainsäädäntöön halutaan vaikuttaa. Keskeistä lobbaamisessa on siis *ymmärrys vuorovaikutuksen ajoituksesta*. Prosessit ovat pitkiä ja oikea-aikaisuutta tarvitaan useasti, sillä lainsäädäntöprosessit kestävät jopa vuosia. Seuraava esimerkki kuvaa tätä:

Ymmärtää sen, että millä aikataululla, mitkä on oikeat ajat prosessissa. Ymmärtää että kenelle puhutaan millonkin, mikä on se aikataulu millon pyritään olemaan proaktiivisia tarpeeksi aikaisin mukana. H3

Tarpeeksi aikaisen lobbauksen katsottiin myös vähentävän vaikuttamisen tarvetta myöhemmin lainsäädäntöprosessin eri vaiheissa. Lobbaajien näkökulmasta onnistuminen työn proaktiivisessa vaiheessa helpottaa koko päätöksentekoprosessia. Mikäli omat kannat saadaan tuotua ilmi ennen kuin Europarlamentti on saanut lakidirektiivin käsittelyyn, ei lobbaajan välttämättä tarvitse edes lobata europarlamentaarikoita käsittelyn myöhemmissä vaiheissa. Lobbaus tulisi ajoittaa jo paljon ennen kuin Europarlamentti saa asian käsiteltäväkseen. Tätä kuvataan seuraavan esimerkin avulla:

Paljon siitä tapahtuu jo paljon ennen kun mitään päättyy Euroopan parlamenttiin esimerkiksi. Koska kun komissio tekee lainsäädäntöehdotuksen niin siellä on nää konsultaatioprosessit jossa me voidaan tuoda kantojamme ilmi. Ja kun ja jos siinä onnistutaan niin ei välttämättä mitään tarvetta juoksennella Euroopan parlamentin käytävillä. H2

Toisaalta haastateltavat olivat myös kokeneet, että pitkän lainsäädäntöprosessin aikana saattaa aueta monta mahdollisuutta vaikuttamiselle.

Tietysti niitä ikkunoita avautuu prosessin aikana monta. H4

Puolestaan liian myöhäisellä ajoituksella käytettiin usein esimerkkinä huonosta lobbaamisesta. Myöhään vaikuttaminen nähtiin itseään vastaan kääntyvänä, negatiivisena vuorovaikutuksena. Esimerkki kuvaa viestin kääntymistä negatiiviseksi:

Myöhään puhuminen yleensä kääntää sen viestin negatiiviseksi, että puhutaan jostain asiasta joka on jo pöydällä ja sit mussutetaan että tää ei oo meille kauheen hyvä juttu. H4

Haastatellut europarlamentaarikot totesivat, että heidän tulee saada erilaiset kannat tietoonsa tarpeeksi ajoissa, jotta heillä olisi mahdollisuus tutustua niihin ja mahdollisesti sitä kautta vaikuttaa asioihin:

Pitää olla ajoissa liikkeellä, päätöskokousta edeltävällä viikolla on jo myöhäistä. H1

Haastatteluissa kuvattiin myös vuorovaikutuksen ajoitukse tilannekohtaista tasoa. Lobbaajan tulee osata ajoittaa asiansa sellaisella hetkellä, jolloin lobbauksen kohde on vastaanottavainen. Sen sijaan kuormittamista tulee vältellä. Myös yhteydenottojen määrässä tulee haastattelujen mukaan olla säästeliäs. Seuraavassa esimerkissä lobbaaja kuvailee

Mä koitan olla hyvin omassa työssä hyvin tarkka siitä, että mä olisin säästeliäs näissä yhteydenotoissa, että jos alkaa kuormittaa yhtään meppiä tai avustajaa niin senkin näkee sitten yhtäkkiä ettei ole kovin toivottu, vaikka olisi ihan asiaakin. Pitää välttää ettei ole kovin rasittava. H4

Päätäjän vastaanottokykyä kyseisellä hetkellä voi lukea nonverbaalisesta viestinnästä . Esimerkissä lobbaaja kuvailee, miten tarkastelee europarlamentaarikon vastaanottokykyä:

Mä aina koitan hyvin paljon lukea meppien kehonkieltä ja katsoa että millä, mikä heidän vastaanottokyky kulloinkin on että painaako viikko jo päälle. H4

Vuorovaikutuksen ajoituksen ei käsitetty tarkoittavan pelkästään lainsäädäntövalmisteluun tai -prosessiin vaikuttamista. Haastatelluista mainittiin myös, että omaa asiakasta voidaan lobata toimimaan mahdollisimman aikaisin päätetyn lainsäädäntöpykälän mukaan. Näin voi tapahtua silloin, kun tietyn lakisäädöksen voimaan paneminen nähdään erittäin todennäköisenä. Jos lobbaajan asiakkaan kannalta epämieluisia sääntely on tulossa voimaan, on lobbaajan tehtävä selkeyttää sitä, miten asiakas voi minimoida säätelyn haittavaikutukset. Lobbaajan tehtävä ei ole vain vastustaa lainsäädäntöä, vaan myös toimia aikaisena varoittajana ja sensorina edustamalleen taholle. Aikainen reagointi antaa mahdollisuuden

minimoida tulevan sääntelyn haittavaikutukset. Tällaista tilannetta kuvataan esimerkin avulla:

Meidän funktio on ehkä erilaista kun julkisessa keskustelussa tai mielipiteissä ymmärretään. Ei lobata välttämättä jotain vastaan vaan toimitaan aikaisena varottajana ja sensorina niin, että firmalla on ainakin aikaa muuttaa toimintatapojaan niin että uus sääntely ei välttämättä tule olemaan heidän kannaltaan mikään älyttömän iso ongelma. H2

Myös tätä kutsuttiin haastatteluissa tietynlaiseksi lobbaamiseksi. Siinä lobbausvuorovaikutusta harjoitetaan edustamalleen yritykselle. Haastateltu kuvailee lobbaavansa edustamaansa tahoa sijoittamaan ympäristöteknologiaan seuraavasti:

Usein me lobataan ei vaan päättäjiä, vaan myös asiakkaitamme, että uskokaa nyt, että tää päätös on menossa nyt tähän suuntaan ja teidän kannattaa esimerkiksi investoida ympäristöteknologiaan. H2

Proaktiivisuuden puute ja myöhään tapahtununeen lobbauksen katsottiin olevan haitallista jäsenmaalle. Haastatteluissa nostettiin esiin Suomen myöhäinen reagointi rikkidirektiivin yhteydessä. Euroopan unionissa pidettiin vuosia selvänä rikkidirektiivin voimaantulemistä. Rikkidirektiivin astuessa voimaan laivoista tulee löytyä rikkipesurit tai vaihtaa niiden käyttämää polttoainetta. Suomessa vastaavasti ei haastateltavien mukaan kyetty käsittelemään asiaa vaadittavan pitkällä tähtäimellä. Direktiiviin ei ajoissa varauduttu ja valmistauduttu. Sen sijaan käytettiin poliittista energiaa jo sovitun asian vastustamiseen, minkä vuoksi direktiiviä seuranneet investointi- ja muut kustannukset kasvoivat. Seuraavat esimerkki kuvaa Suomen epäonnistumista rikkidirektiivin kanssa:

On hyvä esimerkki nimenomaan toi rikkidirektiivi jossa Suomen kantojen eteenpäin vieminen jollain tavalla epäonnistui siellä kansallisessa valmistelussa ja sen takia asioiden korjaaminen EU-tasolla oli vaikeeta tai ei-mahdollista. H4

Haastatteluissa ilmeni, että Brysselissä toimiva lobbaaja tiesi rikkidirektiivin astuvan voimaan ja siten ohjeisti asiakastaan toimimaan sen mukaan jo vuosia etukäteen.

Näin asiakkaalla oli aikaa investoida rikkipesureihin ajoissa ja saada mahdollisesti jopa kilpailuetuja säädöksen astuessa voimaan. Esimerkki havainnollistaa tätä:

Just tää rikkidirektiivi. Niin me annettiin meidän asiakkaalle jo vuosia ennen että tähän mennään, ihan turha lähtee hakkaa päätä niin kun kaikki Suomen.. tai no nyt mä en haluu muita kritisoida.. mutta siinä käytettiin vuosia sen vastustamiseen, poliittista aikaa ja energiaa. Mutta me nähtiin että se on sovittu asia, että tiukat direktiivit tulee, niin ollaan jo investoitu rikkipesureihin. H2

4.2.3 Kohdentaminen

Lobbaustyössä pidettiin keskeisenä ymmärrystä siitä, ketkä ovat keskeisiä toimijoita vaikutettavassa asiassa. Henkilöt, joihin voidaan vaikuttaa tosin voivat myös vaihtua lakisäädöksen eri vaiheissa. Tärkeintä on *ymmärtää, kuka tai ketkä ovat vaikutettavat tahot jokaisessa prosessissa ja miksi*. Esimerkki kuvaa tätä:

Edunvalvonnassa on kaikkein tärkeintä se että ymmärtää sen, että kehen pitää vaikuttaa ja miksi. H4

Haastatteluista ilmenee, että konsulttitoimistot tutkivat aktiivisesti päätöksentekijöiden taustoja, jotta vaikuttaminen voitaisiin myöhemmin kohdentaa oikein. Valitusta ihmisjoukosta etsitään ne henkilöt, jotka voisivat olla haastatellun firman kannalta mahdollisesti merkityksellisiä tulevissa päätöksentekoprosesseissa. Taustoja tutkitaan selvittämällä kunkin europarlamentaarikon mielenkiinnon kohteita, aiempaa toimintaa ja äänestymiskäyttäytymistä. Esimerkissä kuvataan sitä, miten taustoja tutkitaan:

Meillä on esimerkiks sadan sadankahenkymmenen mepin porukka tässä meidän pyörityksessä, yritetään pitää jollain tavalla contact-loopissa (kontaktiverkossa). Tarkkaan tutkitaan tietysti taustat.

Myös europarlamentaarikoita tapaamalla saadaan selville, mitkä asiat ovat heille tärkeitä.

Tavataan vaikka jotain uutta meppiä, ollaan selvitetty hänen taustojaan, mitkä asiat on hänelle tärkeitä. H4

Europarlamentaarikolle tärkeinä pidettyjä asioita voidaan selvittää myös tutkimalla aiempaa toimintaa ja äänestyskäyttäytymistä. Näin ollen viesti on mahdollista kohdentaa tarkemmin, mikäli päätöksentekijä koetaan relevantiksi tietyssä päätöksentekoprosessissa:

Tiedetään hänen CV:stään, aikasemmasta toiminnastaan, miten hän on parlamentissa äänestänyt ja tällaisia asioita. Yritetään tarkemmin kohdentaa ja valikoida sellaisia tyyppisiä asioita jotka oikeesti voi olla vaikutusvaltaisia. H4

Toisinaan ensisijainen päättävä, jolle omaa viestiä on haluttu kohdentaa, ei ole valmis tapaamaan. Haluttu asia on mahdollista saada esitettyä myös vaihtoehtoisia reittejä hyödyntäen. Haastatteluissa ilmeni, että se on europarlamentaarikoista itsestään kiinni, ketä he haluavat kuunnella ja milloin. Jos ensimmäiseksi lobbaamisen kohteeksi suunniteltu päätöksentekijä ei ole halukas kuulemaan, niin seuraavat lobattavat päätöksentekijät tulisivat olla jo valmiiksi suunniteltuina. Heitä lähestytään teknologiavälitteisesti, henkilökohtaisesti tai toisen henkilön välityksellä. Seuraava esimerkki kuvaa tätä tilannetta:

Sen sijaan kuin kulloisenkin valiokunnan mietinnön valmistelee yksi meppi vuorollaan, niin se on hänestä kiinni ketä hän kuulee ja usein kuulee sitä että se ei halunnut meitä tavata ja se vaan.. lähetimme kirjeen sähköpostiin tai varjosittelijän kautta joka sitten kuuli meitä. H3

Haastatteluissa ilmeni, että lopulta joku suunnitelluista vaikutettavista tahoista saadaan keskustelemaan:

Aina aukeaa jonkun päätöksentekijän ovi, koska parlamentissa on niin paljon jäseniä ja monenlaisia näkökantoja. H3

Toisaalta osa lobbaavista tahoista on vain harvoin yhteydessä Euroopan parlamenttiin. Suora lobbaus kohdistetaan mieluummin komissiolle riittävän

aikaisessa vaiheessa, jotta europarlamentaarikoiden puheille ei myöhemmin enää tarvitsisi edes mennä. Tämä johtuu siitä näkemyksestä, että kussakin päätöksentekoprosessissa keskeisiä europarlamentaarikoita ja Europarlamentin virkamiehiä on vain muutamia. Heihin vaikuttaminen voi olla haastavaa ja aikaa vievää verrattuna esimerkiksi suoraan komission lobbaamiseen verrattuna. Seuraava esimerkki kuvaa tätä näkemystä:

Niin keskeisiä meppejä jotka pystyy sitä lainsäädäntöjuttua viemään eteenpäin on vain kourallinen ja sun pitää silloin tuntea sen valiokunnan koordinaattorit että käytännössä kuka sen, mikä ryhmä saa sen raportin ja mielellään sen komitean puheenjohtajan ja muutama muu. H2

Europarlamentaarikot kokivat suurimmaksi osaksi kokevansa eksaktia, tarkasti kohdennettua lobbausta:

Jokainen meistä suomalaisista mepeistä työskentelee syvemmin omien valiokuntien kautta. Niin jokaisella on hyvin subjektiiviset näkemykset. Mulla mun valiokunnassa tulee puhdasta ja semmosta kivaa lobbausta vastaan. H6

Haastatteluissa mainittiin, että Suomesta tulevat yritykset ja järjestöt kohdentavat vuorovaikutuksensa usein vain Euroopan unionin suomalaisille toimijoille. Tämän käsitettiin olevan epäpätevää lobbaamista ja ymmärtämättömyyttä siitä, kenelle oma viesti tulisi kohdentaa. Haastatteluista kävi ilmi, että lobbausta ei tulisi kohdentaa sen mukaan, mikä on päätöksentekijän kotimaa. Pikemminkin lobbausta tulisi kohdentaa asiakohdaisesti ja -keskeisesti eli etsimällä ne henkilöt, jotka ovat keskeisiä kussakin päätöksentekoprosessissa. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kummastelee Suomesta tulevien toimijoiden kapeakatseisuutta lobbaustyössä:

Toinen mikä mua on vuosikausia ihmetyttänyt on se, että suomalaiset firmat esimerkiks tai järjestöt, tykkää puhua suomalaisille toimijoille. Käy tapaamassa Olli Rehiniä ja suomalaisia meppejä, suomalaisia virkamiehiä. Se on häkellyttävää, että ei niin kun kyetä näkemään että ketkä on oikeasti ne ketkä asioita vie eteenpäin. H4

Haastatteluissa mainittiin, että suomalaiset uskovat myös liikaa yksipuoliseen, järjestövetoiseen lobbaamiseen asioidensa hoitamisessa. Tämä viestii myös epärelevantista lobbauksen kohdentamisesta.

Suomalaisilla on jotenkin aina ollut tällainen kummallinen yliuskon järjestöjen suhteen viedä asiota eteenpäin. H4

Haastatellut europarlamentaarikot totesivat olevansa joskus kutsuttuina tiettyjen suomalaisten tahojen yleisiin tilaisuuksiin. Tilaisuuksien mieltäminen lobbaamiseksi ei ollut yksiselitteistä. Haastatellut europarlamentaarikot kokivat, että kukaan fiksu päätöksentekijä ei muuta mielipidettään yleisten tilaisuuksien vuoksi. Seuraavassa esimerkissä kuvataan tilannetta, jossa taho kutsuu kaikki suomalaiset europarlamentaarikot kerran vuodessa lounaalle:

Se on pari kertaa vuodessa.. mutta ne on sit taas niin yleisiä ne tilaisuudet niin en tiedä voiko sitä oikein edes lobbaamiseksi sanoa. En tiedä kuka älykääpiö muuttaa mielipiteitään niiden takia. Sanotaan vaikka semmoinen kun Suomen akatemia, tarjoaa vuosittain meppilounaan, kutsuu kerran vuodessa kaikki suomalaiset mepit. En tiedä onko se lobbaamista, no kyllä se tietenkin on, mutta noita on rajallinen määrä. H6

Yleisissä, esitelmäluontoisissa tilaisuuksissa viestiä ei ole kohdennettu tarkasti, ja siksi sen kautta vaikuttaminen on haastavaa. Huonon kohdentamisen nähtiin olevan toinen yleisimmistä lobbaamisen virheistä yhdessä vääräaikaisen vaikuttamisen kanssa, kuten esimerkki kuvaa:

Mun mielestä suurimmat virheet on että puhutaan irrelevanteille henkilöille tai niille jotka ei oo niin kamalan relevanteja juuri sillä hetkellä. H4

4.2.4 Suora ja epäsuora lobbaaminen

Lobbaamisen voidaan katsoa jakautuvan suoraan ja epäsuoraan vaikuttamiseen. Suorassa vaikuttamisessa ollaan yhteydessä päätöksentekijöihin ja vaikutettavan

asian kannalta keskeisiin tahoihin, joille halutaan saada oma viesti läpi. Suorassa lobbaamisessa lobbaaja on usein aktiivisesti esillä tarjoamassa näkemyksiään siitä, kuinka päätöksentekoprosessissa tulisi edetä.

Epäsuorassa lobbaamisessa viestin alkuperäistä lähettäjä, eli tässä tapauksessa lobbaajaa, ei näy. Lobbaajan tehtävä on kerätä eri toimijoita ja vaikuttajia oman viestinsä taakse ja saada se viesti esille useita kanavia pitkin. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi ensin päätöksentekijöiden kontaktoimista, jotka puolestaan siirtävät viestiä eteenpäin esimerkiksi sanomalehtitekstillä tai vaikuttamalla kollegaansa. Tarkoitus on siis saada volyymia omalle viestille useiden kanavien kautta, mikä puolestaan lisää viestin vaikuttavuutta. Suurimman osan lobbaamisesta käsitettiin olevan epäsuoraa vaikuttamista. Seuraava esimerkki kuvaa lobbaajan epäsuoraa vaikuttamista ja eri toimijoiden aktivoimista oman viestin taakse:

Lobbaamisen yks iso juttu on siinä että saadaan masinoitua muita toimijoita sen oman viestin taakse. Oli ne sitten meppien kirjoittamia lehtiartikkeleita Brysseliläiseen mediaan tai meppien kirjoittamia kirjallisia kysymyksiä tai meppien lähettämiä kirjeitä komission puheenjohtajalle keskeisistä kysymyksistä niin nää on kaikki semmoisia ohjauskeinoja mitä me käytetään missä lobbarit ei näy ollenkaan. H4

Tätä ryhmää, joka levittää alkuperäistä viestiä kutsuttiin kriittiseksi massaksi:

Kriittisen massan kerääminen jollekin ajatukselle saamaan kannatusta, on se tärkeä juttu tässä. H4

Kun kriittinen massa on saatu kerättyä oman viestin taakse, niin usein viesti on helpompi saada läpi päätöksentekijöille. Jos yksikin relevanteista päätöksentekijöistä on yhtä mieltä lobattavasta asiasta, on mahdollisuudet saada lisää päättäjiä edustetun asian puolelle suuremmat. Tätä selvennetään esimerkin avulla:

Kun me mennään sitten tapaamaan komissaarin kabinettia niin ne saattaakin ottaa esille että jaaha, täällä onkin parlamentin varapuhemies lähettänyt tästä aiheesta kirjeen eli ne toisinsanoen tietää että täällä on laajempaa intressiä asian eteenpäin viemiseksi. H4

Suoran ja epäsuoran lobbaamisen voi katsoa toimivan myös käsi kädessä. Kun esimerkiksi vaikutetaan Euroopan komissioon, niin suoran lobbaamisen lisäksi saman viestin tulisi tulla myös muita kanavia pitkin. Hyödynnettäviä kanavia ovat haastattelujen mukaan media, henkilökohtaiset kirjeet, vaikuttajien puoluetoverit ja toiset päätöksentekijät. Monipuolisia kanavia hyödyntäen viesti saa lisää vaikuttavuutta taakseen. Seuraava esimerkki kuvaa suoran ja epäsuoran lobbaamisen yhdistämistä komissaaria lobatessa:

Jos mä sanon suoraan komissaarille jostain asiasta niin sillä tahtoo olla arvoa, mutta sitten kun se sama viesti on tullu viesti on tullu kirjallisena kysymyksenä parlamentaarikolta ja sitten kun on ollu pari juttua European Voicesta ja sitten kun ne lyö vielä muutaman kirjeen komissaareille ja heeboilta jotka istuu samassa poliittisessa puolueessa komissaarin kanssa, niin niillä rupee olemaan enemmän vaikutusta. H4

4.2.5 Argumentointi

Lobbaajat kokivat, että valideilla argumenteilla ja hyvin perustelluilla näkemyksillä on suuri vaikutus Euroopan unionin päätöksenteossa. Validien argumenttien tulisi olla oikea-aikaisia ja oikeille henkilöille kohdennettuja. Seuraavassa esimerkissä kuvataan argumentointia:

Kun me tuodaan tosiasioita ja argumentteja pöytään jossain lainsäädäntöprosessissa niin silloin toivottavasti sillä on joku vaikutus siihen, jos meidän argumentteja kuunnellaan. Usein kuunnellaan koska ne on hyvin perusteltuja ja näin edelleen. H2

Samasta asiasta eri tahot argumentoivat eri tavoilla ja argumenteilla, mutta haastattelujen mukaan parhaimpien argumenttien uskottiin pärjäävän. Tätä havainnollistetaan esimerkillä:

Varmasti löytyy vastatahoja jotka argumentois jotenkin toisin mut kysymys on se, että me uskotaan että parhaat argumentit loppupeleissä voi pärjätä. H2

Haastattelujen mukaan jokaisen Euroopan unionin päätöksentekoon vaikuttavan lobbaajan tulee pitää itse huoli siitä, että omat keskeiset argumentit tuodaan päätöksentekijöille, kuten esimerkki havainnollistaa:

Jokaisen toimijan on pidettävä itse huoli siitä että tuo keskeiset argumentit päätöksentekijöille oikeassa muodossa oikeeseen aikaan. H3

Argumentointiin perustuvan päätöksenteon katsottiin edistävän demokraattista direktiiviensääntelykulttuuria. Oma-aloitteisella, aktiivisella, ammattitaitoisella vaikuttamisella kenellä tahansa on mahdollisuus osallistua päätöksentekoprosesseihin. Esimerkki havainnollistaa, että validit argumentit otetaan mukaan päätöksentekokeskusteluun:

Tää vaatii enemmän aktiivisuutta. Mun mielestä se on myöskin aika demokraattinen tapa tehdä. Kaikki argumentit jotka on valideja pääsee framille, jos ne vaan niin kun aktiivisesti tuodaan esiin, niin sitten niistä keskustellaan. H4

Käytetyt argumentit lobattavan asian puolesta liittyvät vahvasti siihen, miten lobbaajat kokivat yhteiskuntaa hyödyttäväksi. Omaa henkilökohtaista näkemystä vastaan ei haluttu argumentoida edustettavan firman puolesta. Haastateltavat eivät olleet juuri kokeneet tilanteita, joissa he joutuisivat toimimaan omia moraalejaan vastaan. Tärkeäksi koettiin se, että lobattu asia ajaa sitä eurooppalaista etua, mihin haastateltavat itse uskovat. Tätä selvennetään esimerkin avulla:

Kyllä mun olis vaikea ottaa semmosta asiakasta jos mä itse en uskois siihen. Kyllä pitää itse uskoa. Tässä on semmoinen menestymisen mahdollisuus, mikä tarkoittaa käytännössä sitä että ollaan oikealla asialla. H2

Argumentit muodostetaan haastattelujen mukaan siis pääosin siltä pohjalta, mikä itse koetaan merkitykselliseksi. Merkityksellisenä pidettyjä asioita voi olla esimerkiksi työllisyys, kasvu, työpaikat, ympäristö, kilpailukyky, työsuojelu. Käytännössä merkityksellisinä pidettyinä asioita on tuhansia, koska ajettujen intressien määrä on

valtava. Seuraavassa esimerkissä haastateltava esittelee, miten hän näkee oman roolinsa tärkeänä Euroopan unionin päätöksenteossa:

Meillä on niin kun, meillä on meidän bisneksessä yks ohjenuora, ja se on se, että me halutaan teollisuuden puolestapuhujia, eli me halutaan nimenomaan ajaa teollisuuden asiaa, mitä tulee työpaikkoihin, kasvuun, työsuojelumahdollisuuksiin pitää kilpailukykyistä teollisuutta EU:ssa ja me lähestytään asioita kokolailla tästä tulokulmasta, mikä luo kasvua Eurooppaan, mikä luo työpaikkoja Eurooppaan. H4

Haastateltavien käsitysten mukaan argumenttien tulisi olla hiottuja tarkasti. Yleensä tämä tarkoittaa, että asiasisällöt ovat tarkennettuja riittävän ajankohtaiselle ja spesifille tasolle, jotta vaikuttaminen on mahdollista. Vastaavasti liian yleisten viestien esittämistä pidettiin merkinä epäammattimaisesta lobbaamisesta. Ymmärrys argumenttien oikeanlaisesta hiomisesta nähtiin edellytyksenä ammattitaitoiselle lobbaamiselle. Haastateltavien mukaan argumentteja ei tulisi asettaa niin, että heti tuodaan esiin itse lobbaajalle kaikista tärkeimmät tai mieluisimmat asiat. Sen sijaan tilanteen kokonaisvaltaisempi tarkastelu on keskeisempää: lobbaajan tulee ymmärtää, mikä on koko prosessin ja vaikuttamisen kohteena olevan henkilön kannalta tärkeitä asioita, ja muodostaa argumentit näiden mukaan. Esimerkissä havainnollistetaan argumenttien hiomisen tärkeyttä:

Sitten pitää olla ne viestit hiottuina. Sellainen pahin ongelma lobbauksessa on että ne viestit on liian yleisiä. Lähtee tavallaan liikkeelle siitä, että mikä sille lobbaustaholle on kaikkein mieluisimmat tai kaikkein tärkeimmät asiat, eikä ymmärretä sitä että tässä harvoin saadaan sitä niin kun parasta mahdollista lopputulosta aikaan, vaan pitää kyetä näkemään mikä on sen prosessin kannalta tai sen vaikutettavan henkilön kannalta tärkeitä asioita. H4

Haastatellut europarlamentaarikot kokivat vastaanottavansa pääosin tarkasti hiottua, ekstaktia lobbaamista. Samalla tunnustettiin, että lobbaajat koittavat esittää asiat parhaassa valossa oman toimintansa kannalta, mutta siitä huolimatta lobbausta pidettiin pääosin puhtaana. Tätä kuvataan esimerkillä:

Totta kai kaikki koittaa antaa hyvän kuvan toiminnastaan mutta kyllä se paljolti pohjautuu semmoiseen ekstaktiin tietojen kysymiseen ja vastaamiseen. H6

Haastatteluissa ilmeni, että jos viesti ei ole hiottu tarpeeksi spesifiin muotoon, voi kerralla tulla liikaa asiaa. Tämä jättää vähän tilaa vaikuttamiselle, sillä vaikuttamisen tulisi aina olla kohdennettua esimerkiksi tiettyyn hankkeeseen tai lainsäädäntöprosessiin. Tämä ei myöskään ole mahdollista, jos lobbaamista tullaan harjoittamaan liian harvoin, esimerkiksi vain kerran vuodessa. Oman toimialan pääteesit tulisi osata tiivistää pariin asiaan ja argumentoida näiden puolesta. Tätä kuvataan seuraavassa esimerkissä:

Yhen esimerkin otan elinkeinoelämän puolelta. Mun mielestä heikkoa on se että tullaan Suomesta kerran vuodessa tapaamaan ja kerrotaan kaikki asiat mitä toimialalla on mahdollisesti tulossa tai mitä toiveita olisi. H3

Haastateltavien mukaan liian laajat esitelmät tukehduttaa vastaanottajan informaatiolla. Näissä tapauksissa on mahdotonta tarttua tiettyihin yksityiskohtiin, joihin voisikin olla mahdollista vaikuttaa.

Tukehdutaan viestin vastaanottaja informaatiolla. Ei osata tiivistää ja ottaa kahta elintärkeää asiaa mikä toimialalla on olennaista. H3

5 PÄÄTÄNTÖ

Tämän tutkielman tavoitteena oli kuvata lobbaajien ja europarlamentaarikoiden käsityksiä ja kokemuksia lobbauksesta ja sen vuorovaikutuksesta sekä lisätä ymmärrystä päätöksentekoprosesseista. Tavoite pyrittiin saavuttamaan haastattelemalla lobbaustyön ja politiikan ammattilaisia, eli lobbaajia ja europarlamentaarikoita.

Tämä luku kokoaa ja tiivistää tutkielman keskeiset tulokset. Tulosten tiivistämisen yhteydessä tuloksia verrataan taustakirjallisuuteen ja esitetään omia pohdintoja. Lopuksi esitetään, miten lobbausta voisi tutkia jatkossa.

5.1 Keskeiset tulokset ja johtopäätökset

5.1.1. Lobbauksen yleiset teemat

Mitä lobbaus on

Tutkimustulosten mukaan lobbaus on poliittista vaikuttamista jonkin tietyn asian puolesta. Tulokset osoittavat, että lobbauksen tarkemmasta määrittelystä ei olla yhtä mieltä. Lobbaustyön ammattilaisilla ja päätöksentekijöillä on toisistaan huomattavasti eriäviä käsityksiä siitä, minkälainen vaikuttaminen luetaan lobbauksen piiriin. Suppeimmillaan lobbaus käsitettiin vain sellaiseksi poliittiseksi vaikuttamiseksi, jossa on taustalla lobbaavan tahon oma taloudellinen intressi. Suppean näkökulman mukaan mielipiteiden vaihto eri tahojen keskuudessa ei ole lobbaamista. Myöskään lobbausta kontrolloivaan avoimuusrekisteriin ilmoittautuminen ei tarkoita välttämättä sitä, että ilmoittautunut taho on lobbaaja. Näkökulman mukaan esimerkiksi voittoa tavoittelemattomat yhdistykset ja ympäristöjärjestöt eivät ole lobbaajia.

Hieman laajempi käsitys mukaili Euroopan unionin avoimuusrekisterin näkökulmaa lobbauksesta. Avoimuusrekisterin lähtökohta on, että kaikkien EU:ssa käyvien

vaikuttamaan pyrkivien lobbaajien tulee olla rekisteröitynä. Näin ollen yritysten lisäksi myös muun muassa paikallisviranomaiset, uskonnolliset yhteisöt, voittoa tavoittelemattomat organisaatiot ja ympäristöjärjestöt ovat lobbaajia. Lobbaavan tahon taloudellinen intressi on vain osa lobbauskokonaisuutta: se on usein taustalla mutta ei aina. Sen sijaan Euroopan unionin jäsenmaat koettiin päätöksentekijöiksi, eivätkä lobbaajiksi. Myös virkamiehet saattavat toisinaan lobata toisiaan.

Kaikista laajimman käsityksen mukaan avoimuusrekisterin toimijat ovat vain pieni osa lobbauskokonaisuutta. Rekisteröidyiksi vaadittavien toimijoiden lisäksi myös jäsenmaat lobbaavat omia intressejään. Laajan näkökulman mukaan lobbaamista tapahtuu myös virkamiesten ja vaaleilla valittujen edustajien keskuudessa jatkuvasti. Virkamiehet lobbaavat toisiaan ja muita, samoin tekevät europarlamentaarikot ja komissaarit. Tässä näkökulmassa lobbausta voi pitää lähestulkoon synonyymina vaikuttamiselle, jossa kontekstina on politiikka. Lobbauksen laajempi tarkastelu mainittiin myös tutkielman käsittelyiden määrittelyssä. Laajimmillaan lobbauksen määrittelyn huomioitiin sisältävän kaikki suorat ja epäsuorat toimenpiteet, joilla päätöksentekijöihin vaikutetaan (Jokinen 2000, 11–12).

Lobbauksen ammattimaisuus

Tuloksista ilmeni, että lobbauksen käsitettiin ammattimaistuneen samalla kun Euroopan unionin toimivalta on kasvanut. Euroopan unionin kauppapolitiikka kiinnostaa yhä kasvavissa määrin myös jäsenmaiden ulkopuolella. Euroopan unionin toimivallan kasvussa nähtiin mahdollisuuksia tehdä vaikuttavampaa kansainvälistä politiikkaa. Vallan siirtyminen Euroopan unionilta suurille kansainvälisille toimijoille koettiin puolestaan uhkaksi. Palkattujen lobbausammattilaisten määrä on kasvanut. Myös kilpailun katsottiin koventuneen. Tämän seurauksena vain ammattimaisella lobbaamisella katsottiin olevan vaikuttamismahdollisuuksia.

Tuloksissa tosin lobbaajien määrän todettiin olevan niin suuri, että myös huonoa lobbausta mahtuu mukaan. Ammattitaidottomuus koettiin sellaiseksi lobbaamiseksi, jonka pääfunktio on mediahuomion tai muun julkisuuden hakeminen keinolla millä hyvänsä. Lobbaustyötä tekevien mukaan huonon lobbauksen ei kuitenkaan tulisi leimata koko ammattikuntaa ja työnkuvaa. Haastattelujen mukaan lobbauskulttuuriin ei kuulu lahjominen tai kiristäminen. Vilpillisesti toimivien lobbaajien katsottiin

menettävän toimivaltansa nopeasti. Taustakirjallisuudessa huomioitiinkin, ettei pakottaminen tai kiristäminen eivät sisälly vaikuttavaan pyrkivän viestinnän piiriin. (Baxter & Braithwaite 2002).

Taustakirjallisuudessa huomioitiin lobbaavalle taholle olevan tärkeää esittää, kuinka lobattu intressi hyödyttää yhteistä hyvää (McGrath 2009). Tuloksissa ilmeni, että lobbaajat kokivat argumentoivansa yhteiskuntaa hyödyttävien asioiden puolesta. Teollisen alan lobbaajien osalta argumentit sitoutuvat vahvasti työllisyyden kasvattamiseen ja kilpailukyvyn parantamiseen. Ympäristöalalla sen sijaan keskeisenä pidettiin ilmastonmuutosta. Lobbaajat tunsivat olevansa yhteisen hyvän asialla, vaikka edustivatkin hyvin erilaisia aloja. Omien moraalien vastaista työskentelyä ei koettu. Lobbaustyötä tekevien mukaan lobbaaminen on entistä harvemmin asioiden vastustamista. Lobbaus koettiin entistä useammin vuorovaikutuksena, jolla pyritään tuomaan päätöksentekoon erilaisia näkökulmia. Nämä näkökulmat pyritään sitomaan yhteiskunnalliseen hyvään niin hyvin kuin mahdollista. Tutkimustulokset ovat yhteneväisiä kirjallisuuden ja aiemman tutkimuksen kanssa, joissa ammattilobbauksen todetaan olevan nimenomaan luonteeltaan neuvottelevaa ja sovittelevaa vaikuttamaan pyrkivää viestintää. (ks. Esim. Dondero & Lunch 2005 ; Jaatinen 1999.)

Lobbauksen avoimuus

Haastateltavien lobbaustyötä tekevien käsitysten mukaan lobbaus on avoimin ja demokraattisin osa Euroopan unionin päätöksentekoa. Lobbaajat eivät siis pääsääntöisesti pitäneet lobbaamisen kärsivän avoimuuden puutteesta. Haastatellut pitivät itse tärkeänä Euroopan unionin avoimuusrekisterissä näkymistä. Samalla katsottiin kilpailun pitävän huolen siitä, että myös muut alan tahot liittyvät rekisteriin. Lisäksi komission ja Euroopan parlamentin kerrottiin yhä useammin vaativan, että lobbaajatahon kuunnelluksi tuleminen edellyttää avointa, näkyvää lobbausta. Yksittäisten konsulttifirmojen osalta rekisterin käsitettiin olevan kattava. Sen pakollisuutta ei pidetty keskeisenä, sillä järjestelmä toimii nykyisellään hyvin. Jos vastaavasti esimerkiksi pieni pk-yritys tulee esittämään asiaansa vain kerran, on avoimuusrekisteriin liittyminen epäolennaista, jopa turhaa. Avoimuusrekisteri on joka tapauksessa vapaaehtoinen ja siten vaillinainen. Esimerkiksi suurin osa

todellisuudessa lobbaavista lakifirmoista ei ole rekisteröitynä, sillä he vetoavat vaihtoehtoisuuteen asiakkaistaan. Tämä käsitettiin myös ongelmalliseksi.

Pakolliseksi haluttua avoimuusrekisteriä pidettiin kuitenkin pääosin vain muodollisena välineenä päätöksenteon läpinäkyvyyden lisäämiseksi. Sen sijaan lobbaustyötä tekevät olisivat halunneet läpinäkyvyyttä vaalirahoituskysymyksiin. Tärkeää olisi haastateltavien mukaan tietää kuka rahoittaa ja ketä.

Lobbauksen demokraattisuus

Lobbaus käsitettiin pääosin demokraattiseksi vaikuttamiseksi. Teollisuuden edustajien on siis sanottu saavan liikaa ääntänsä kuuluviin, mikä jättää muiden alojen toimijoille vähemmän mahdollisuuksia vaikuttamiselle. Haastatteluissa tämä asetelma kuitenkin nähtiin tyypillisenä kaikessa poliittisessa toiminnassa. Euroopan unionin jäsenmaiden politiikan katsottiin heijastuvan vahvasti Brysselin lobbaukseen. Niiden asioiden käsitettiin olevan EU:n päätöksenteossa tapetilla, joihin kohdistuu jäsenmaiden osalta päätöksentekopaineita. Brysselin lobbaustoimintaa ei siis käsitetty muusta päätöksenteosta erillisenä, taustatekijöiden ulkopuolisena prosessina. Myös teoriaosiossa on huomioitu päätöksentekoon vaikuttaviksi lobbausyhteisön ulkoisiksi tekijöiksi ympäristön rakenteeseen vaikuttavat tekijät, kuten hallitsevat arvot ja uskomukset (Berry 1977, 263). Esimerkiksi ympäristöjärjestöjä edustava haastateltava totesi, että ääntä on tällä hetkellä vaikea saada kuuluviin. Lobbauksen epätasa-arvoisuuden katsottiin johtuvan siitä, että suurilla toimijoilla on varaa palkata enemmän ammattilaisia. Tästäkin huolimatta ympäristöjärjestön edustaja koki, että tällä hetkellä Euroopan unionin jäsenmaissa ja EU:n päätöksenteossa on tällä hetkellä laman vuoksi kiireellisempinä ja keskeisempinä pidettyjä asioita kuin ilmastokysymykset. Talouskasvun ja työpaikkojen lisääminen nähdään ensiarvoisena, joten näitä ajavien lobbaajien on helpommin mahdollista saada äänensä kuuluviin. Teoriaosuudessa tosin huomioitiin komissiossa esiintyvät paljon eriäviä mielipiteitä ja sen on katsottu kärsivän demokratian vajeesta. (ks. esim. Eising & Lehringer 2010, 189–195; Greenwood & Dreger 2013).

Taustaluvuissa europarlamentaarikoiden todettiin olevan helpommin lobattavissa niin sanottujen ”heikkojen intressien” puolesta. Näitä ovat esimerkiksi ympäristö-,

työttömyys- ja eläkekysymykset. (Eisingin & Lehringerin 2010, 197.) Haastatteluissa tämä näkemys sai osittain vahvistusta. Kansalairjärjestöä edustava lobbaaja koki parlamentin kuulevan mielellään kansalaisjärjestöjen tyyppisiä tahoja. Toistaalta ympäristökysymyksissä lobbaamisen koettiin olevan tällä hetkellä haastavaa. Poliitiikka teollisuuden kasvun parantamiseen ja työpaikkojen säilymiseen koettiin olevan keskeisempää.

Tulosten perusteella rakenteet ovat rakennettu avoimiksi ja demokraattisiksi, sillä kenellä tahansa on periaatteessa mahdollisuus vaikuttaa päätöksentekoon. Lopulta niitä kuunnellaan, kenellä on paras vuorovaikutusosaaminen. Varakkailta yrityksillä on tosin enemmän resursseja palkata ammattimaisia lobbausvuorovaikutuksen ammattilaisia. Tämä voi luoda epätasapainoa siihen, minkä alan toimijat saavat eniten vaikutusvaltaa Euroopan unionin päätöksenteossa. Myös taustakirjallisuudessa huomioitiin huoli siitä, että yrityslobbaus hidastaa, heikentää ja pysäyttää sosiaalisia, ympäristöllisiä ja kuluttajensuojaa keskittyviä poliittisia uudistuksia. (ALTER-EU 2016.) Myös päätöksentekijät voivat olla valikoivia siinä, minkä alan lobbaajien kanssa ovat vuorovaikutuksessa. Tutkimuksesta kävi ilmi lobbauksen avoimuus ja demokraattisuus ovat monimutkaisia aiheita, ja lobbauksen vastaanottamiseen vaikuttaa lukuisat asiat. Vallitseva taloustilanne, toimijoiden vuorovaikutusosaaminen, lobbauksen ajankohta ja kohdennus ovat kaikki keskeisiä muuttujia, jotka vaikuttavat vallitsevaan päätöksentekoympäristöön.

5.1.2 Lobbausvuorovaikutukset teemat

Toisella tutkimuskysymyksellä selvitettiin sitä, millaista vuorovaikutusta lobbaus on. Tämän tutkimuksen aineistosta tuloksiin valikoitui seuraavat lobbaustyötä kuvaavat vuorovaikutuksen teemat: *toimijoiden keskinäinen luottamus, vuorovaikutuksen ajoitus, kohdentaminen, suora ja epäsuora lobbaaminen ja argumentointi*. Nämä teemat ovat keskeisiä lobbausvuorovaikutuksessa.

Vuorovaikutussuhde ja luottamus

Taustakirjallisuudessa vuorovaikutussuhde määriteltiin vuorovaikutukseksi, jossa osapuolten välillä ilmenee luottamusta ja informaation keskinäistä jakamista.

Toistuvassa vuorovaikutuksessa osapuolet arvioivat sisäisesti suhteensa merkityksellisyyttä ja sen vaikutuksia käyttäytymiseensä. Lobbauksen määriteltiin perustuvan rakennettuihin ja ylläpidettäviin suhteisiin. (Jaatinen 1999.) Tämä näkemys sai vahvistusta haastatteluissa. Kun päätöksentekijät ja lobbaajat ovat vuorovaikutuksessa keskenään ja toimivat ammattimaisesti, muodostuu toisinaan keskinäinen luottamussuhde. Taustaluvuissa lobbauksen sanottiinkin perustuvan juuri rakennettuihin ja ylläpidettäviin suhteisiin (Jaatinen 1999). Tuloksista ilmenee, että luottamusta pidetään jopa lobbausvuorovaikutuksen elinehtona. Haastateltavat kokivat, että lobbaustyössä luottamussuhteet voivat olla vielä keskeisemmässä roolissa kuin muilla aloilla.

Teoriataustassa luottamus määriteltiin sellaiseksi ilmiöksi, joka vaatii yhteisten tulkintojen muodostumista ja merkitysten jakamista. Luottamus määriteltiin myös perustuvan yhteneväisiin merkityksiin ja tulkintoihin. Nämä muodostuvat ihmisten keskinäisessä vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Jo lähtökohtaisesti yhteneväisten arvojen mainittiin lisäävän ihmisten toiminnassa keskinäistä ennustettavuutta ja luotettavuutta. (Huotari, Hurme & Valkonen 2004, 102.) Organisaation tasolla puolestaan luottamuksen merkityksen nähtiin heijastuvan yksilön ja organisaation tehokkuuteen. Lisäksi luottamuksen on todettu olevan yksi merkittävimmistä organisaation ilmiöistä. (Kramer & Tyler 1996.) Luottamus lobbaustyössä on mainittu kaksisuuntaisena suhteena jo varhaisessa kirjallisuudessa: päätöksentekijät lähestyvät sellaisia organisaatioita, joihin he kokevat voivansa luottaa informaatiota tarvitessaan (Berry 1977). Tuloksista ilmeneekin, että ammatilliset luottamussuhteet hyödyttävät molempia osapuolia ammatillisesti. Taustaluvuissa kerrottiin harkintaan perustuvasta luottamuksesta. Siinä luottamusta arvioidaan sitä vasten, mitä hyötyjä ja haasteita se aiheuttaa osapuolten toiminnalle. (Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 102.) Lobbausvuorovaikutuksen kontekstissa luottamus voidaankin nähdä ensisijaisesti harkinnanvaraisena. Esimerkiksi haastateltu lobbaaja tunsu hyvin suomalaisia europarlamentaarikoita, mutta ei ammatillisesti hyödyntänyt heitä. Tämä johtui siitä että lobattavan asian kannalta tutut suomalaiset päätöksentekijät olivat merkityksettömässä asiassa. Sen sijaan luottamussuhde oli muodostunut muun

muassa komission virkamiehiin, jotka tekivät päätöksiä lobbaajalle hänen omalla alallaan.

Toisaalta myös suomalaisten toimijoiden luottamukseen liittyviä kulttuurisidonnaisia piirteitä esiintyi haastatteluissa. Taustakirjallisuudessa luottamuksen kerrottiin olevan osittain universaali ja kulttuurirajat ylittävä, mutta osittain myös kulttuurisidonnainen käsite. (Blomqvist 2008 4, 5.) Haastateltu europarlamentaarikko näki kotimaisiin toimijoihin luottamisen suomalaisuuteen rinnastettavana erityispiirteenä. Suomalaiset ovat pieni joukko ja siten helposti ”isänmaan asialla”. Haastatteluissa koettiin, että suomalaisten konsensus on suuri esimerkiksi yliopistojen tutkimusmäärärahojen varmistamisessa. Liika luottaminen vain suomalaisiin toimijoihin nähtiin myös ongelmallisina. Haastattelujen mukaan suomalainen päätöksentekijä näyttäytyy hyvänä vaihtoehtona, vaikka todellisuudessa tällä ei olisi mitään tekemistä sen prosessin kanssa, mihin lobbausta harjoittava taho haluaisi vaikuttaa.

Haastatellut lobbaajat kokivat, että heidän on helpompi saada päätöksentekijöiden luottamus, mikäli he itse aidosti uskovat ajamaansa asiaan. Haastatteluissa huomioitiin, että lobbaustyössä luottamussuhteet voivat olla vielä keskeisemmässä roolissa kuin muilla aloilla. Lobbauskulttuurin katsottiin nimenomaan perustuvan luottamukseen. Haastattelujen perusteella luottamuksella on siis erittäin merkittävä rooli lobbaajien ja päätöksentekijöiden välisessä vuorovaikutuksessa. Sen katsottiin olevan koko työskentelyn elinehto.

Päätöksentekijöiden ja lobbaajien välisen luottamusta nauttivan vuorovaikutussuhteen muodostumisessa lobbaaja vaikuttaa usein olevan alullepaneva ja aktiivinen taho. Lobbaajan tehtävä on rakentaa vuorovaikutussuhdetta, ja ansaita päätöksentekijän luottamus. Tähän mahdollisesti vaikuttaa lobbaajien ja europarlamentaarikoiden roolit Euroopan unionissa. Europarlamentaarikot ovat virallisia päättäjiä, lobbaajat epävirallisia taustavaikuttajia.

Haastateltu lobbaaja koki luottamuksen osoituksena tilanteen, jossa hän oli puhujana europarlamentaarikon järjestämässä tilaisuudessa. Kun luottamus saavutetaan, sitä tulee vaalia ja ylläpitää. Kuten todettua, luottamussuhteen voi menettää nopeasti

toimimalla epäammattimaisesti tai vilpillisesti. Taustakirjallisuudessa todettiin luottamuksen tuhoamisen olevan sen rakentamista nopeampaa ja helpompaa (Lewicki & Wiethoff 2000). Myös menetetyn luottamuksen saamista pidettiin haastavana (Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 101). Sama todettiin myös tämän tutkimuksen haastatteluissa. Luottamuksen menettäneen toimijan edellytykset toimia lobbaustyössä katsottiin katoavan nopeasti.

Ajoitus ja kohdentaminen

Haastatellut päätöksentekijät ja lobbaajat kokivat, että *mitä aikaisemmin omat kannat tuodaan tietyssä lainsäädäntöprosessissa esille, sitä suurempi mahdollisuus päätöksentekoprosessiin on vaikuttaa*. Lobbaajien mukaan kaikista tärkeintä lobbausvuorovaikutuksessa on ymmärtää, keitä ovat ne tahot, joihin halutaan vaikuttaa prosessin eri vaiheissa ja miksi juuri he.

Teoriataustassa lobbauksen huomioitiin olevan myös vaikuttamaan pyrkivien tahojen keskinäistä kilpailua, jossa oikea ajoitus on yksi vaikuttamisen valttikorteista (Jaatinen 1999). Vuorovaikutuksen ajoituksen osalta haastateltavat eivät niinkään huomioineet lobbauksen kilpailuasetelmaa. Keskeistä oli se, että itse tuodaan omat argumentit keskusteluun ajoissa. Riittävän aikainen ja oikein kohdennettu vuorovaikutus voi vähentää lobbauksen tarvetta pitkän direktiivin sääntelyprosessin myöhemmissä vaiheissa.

On mielenkiintoista, että haastattelujen ja kirjallisuuden (ks. esim. Kivi 2016) mukaan edes suuret suomalaiset yritykset eivät usein ymmärrä lobbausvuorovaikutuksen aikataulujen ja kohdentamisen tärkeyttä. Suomalaiset yritykset, etujärjestöt ja virkamiehet eivät käsitä EU:n direktiivinsääntelykulttuurissa sitä, missä vaiheessa ja mihin tahoon tulisi vaikuttaa. Suomalaiset yritykset ja virkamiehet haluavat puhua Brysselin suomalaisille mepeille ja virkamiehille, vaikka he olisivat merkityksettömässä asemassa ajankohtaisessa direktiivinsääntelyprosessissa. Lisäksi proaktiivisen toiminnan sijaan muutoksia lainsäädäntöprosessiin pyydetään viime hetkellä, jolloin vaikuttaminen on jo mahdotonta.

Vaikuttamisyrityksiä kohdennetaan suorasti ja epäsuorasti. Usein molemmat

lobbaamistavat tapahtuvat yhtäaikaaisesti. Esimerkiksi komission virkamiestä voidaan suoraan lobata tapaamisessa, mutta tämän lisäksi vaikuttamisyriksen viesti tulisi saada perille myös muiden kanavien välityksellä. Tällaisia kanavia ovat media, henkilökohtaiset kirjeet, virkamiehen kollegat ja muut päätöksentekijät. Mikäli viesti saadaan läpi mahdollisimman monta eri kanavaa hyödyntäen, on sen lopputuloskin usein vaikuttavampi. Myös taustakirjallisuudessa huomioitiin lobbauksen kohderyhmiä olevan päätöksentekijöiden lisäksi kilpailevat lobbaajat, media, kansalaiset ja lobbaajan omat sidosryhmät (Jaatinen 1999, 18–19). Tämän voi katsoa kuvastavan lobbaustyön monipuolisuutta ja ammattimaisuutta. Vaikuttamista tulee harjoittaa monella tasolla ja montaa eri alustaa hyödyntäen.

Argumentointi

Aikaisemman tutkimuksen perusteella lobbaus on sellaista vaikuttamaan pyrkivää viestintää, jossa viestit yksinkertaistetaan sellaisiin argumentteihin, joista viestin vastaanottaja ymmärtää suoraan oman hyötynsä (McGrath 2009). Haastatellut päätöksentekijät kokivat pikemminkin niin, että tieto tulisi ehdottaa mahdollisimman neutraalina. Päätöksentekijän omalle harteille tulee punnita lobbaajan tarjoaman ehdotuksen hyöty- tai haittanäkökulmia. Myös McGrath (2009) huomioi tämän ilmaisemalla, ettei viestistä tulisi välittyä kapeasti lobbaavan tahon omaa etua palvelevaa puolta.

Haastattelujen mukaan argumentit tulee hioa yksityiskohtaiselle tasolle, jotta vaikuttaminen on mahdollista. Jos lobbaaja esittää asian liian yleisellä tasolla, vaikuttamisen mahdollisuudet jäävät hyvin pieneksi. Lakiesitykset ovat yksityiskohtaisia, joten argumenttien tulee perustua tarkasti juuri tapetilla oleviin.

Baxterin ja Braithwaiten (2008, 350) mukaan vuorovaikutuksessa olevien osapuolten tulee tehdä kompromisseja, mutta säilyttää samalla omat näkökulmansa. Haastateltavien mukaan vastustavien argumenttien sijaan pitäisi keskittyä kuitenkin rakentaviin argumentteihin. Kompromissit ilmenivät haastatteluissa lähinnä lobbaajan ja tämän edustaman asiakkaan välillä. Lobbaajan tulee argumentoida edustamalleen asiakkaalle kompromisseja, jos lainsäädäntödirektiivi etenee ei-toivottuun suuntaan. Kun lobbaajalla on tarpeeksi informaatiota ajankohtaisesta

päätöksentekoprosessista, hän voi kokea tarpeelliseksi ohjeistaa edustamaansa tahoa muuttamaan käytäntöjään. Tämä koettiin siis lobbausvuorovaikutuksena ja argumentointina sitä asiakasta kohtaan, jolle tehdään töitä. Tulokset ovat osittain yhtenäisiä Jaatisen tutkimuksen (1999) kanssa, jonka mukaan menestyvä lobbaaja valitsee keinonsa ja kohderyhmänsä vallitsevan poliittisen asetelman perusteella ja muuttaa toimintaansa tarvittaessa poliittisen tilanteen vuoksi. Joskus myös kohderyhmäksi valikoituu edustettu taho.

Argumentointiin perustuvan päätöksenteon katsottiin edistävän demokraattista päätöksentekokulttuuria, sillä käytännössä kenellä tahansa on mahdollisuus vaikuttaa päätöksenteon prosesseihin. Jotta vaikuttaminen on mahdollista, tulisi lobbaajan olla oma-aloitteinen ja ymmärtää argumentoinnin lisäksi ketä lobataan ja milloin.

5.3 Jatkotutkimusehdotukset

Lobbausta on tutkittu Euroopassa vasta 1990-luvulta lähtien (Jaatinen 1999). Lobbaustyön tutkiminen vuorovaikutuksen läpi on vielä tuoreempaa ja kaikkiaan hyvin vähäistä. Lobbausvuorovaikutuksen syvempi kuvailu ja ymmärrys on tarpeen. Jatkotutkimuksella voidaan lisätä tietoa ja ymmärrystä päätöksenteosta. Euroopan unionin konteksti heijastaa sitä todellisuutta, jossa päätökset nykyään yhä useammin tehdään. Näin ollen myös Euroopan unioni on kontekstina relevantti lobbausvuorovaikutuksen jatkotutkimukselle.

Lobbaamisen eri vuorovaikutuksen teemoihin voi paneutua yksityiskohtaisesti. Tämä tutkielma kuvasi useita lobbausvuorovaikutuksen teemoja. Samoja teemoja voisi tutkia myös yksityiskohtaisemmin ja syvällisemmin. Luottamuksesta, lobbauksen kohdentamisesta, ajoituksesta tai argumentoinnista olisi kaikista mahdollista jatkaa tutkimusta.

Yksi varteenotettava jatkotutkimusvaihtoehto olisi ottaa tarkastelun kohteeksi jokin tietty case. Case-tutkimuksen voisi aloittaa tietyn direktiivinsäätelyprosessin hyvin

aikaisessa vaiheessa. Tutkija seuraisi lainsäädäntöprosessin alusta loppuun ja analysoisi sen eri vaiheita lobbauksessa ilmenevän vuorovaikutuksen näkökulmasta. Tutkimuskohteiksi valikoituisi lobbaajien lisäksi todennäköisesti komission virkamiehet lainsäädäntöprosessin alkuvaiheissa, yhdessä valikoitujen europarlamentin jäsenten kanssa. Lobbausprosessin seuraaminen alusta loppuun antaisi myös lisätietoa Euroopan unionin vallan rakenteista. Samalla olisi mahdollista tutkia, vaikuttaako lobbaus kyseisessä casessa päätöksiin.

Tämän tutkielman tulosten pohjalta myös suomalaisten yritysten EU-päätöksentekoon kohdistuvaa lobbausta olisi tarkoituksenmukainen jatkotutkimuksen kohde. Suomalaisten yritysten lobbaus käsitettiin epäonnistuneeksi. Jatkotutkimus voisi käsitellä esimerkiksi sitä, millaisia vastavuoroisuuden normeja toimijoiden tulisi muodostaa keskenään, jotta vuorovaikutus koettaisiin hedelmälliseksi.. Yhtälailla jatkotutkimukseen voisi ottaa mukaan tutkimukseen suomalaisia lobbausvuorovaikutukseen erikoistuneita yrityksiä.

Kulttuurienvälistä näkökulmaa olisi niin ikään mahdollista hyödyntää jatkotutkimuksessa. Tarkastelun kohteena voisi olla, miten tietyn ennalta valitun maan yritykset kohdentavat viestejään EU:n päätöksentekijöille. Suomalaiset tahojen lobbauskäytänteitä voisi verrata eniten lobbausta harjoittaviin suuriin maihin, kuten Saksaan tai Iso-Britanniaan.

6 ARVIOINTI

Uskottavuus perustuu siihen, miten hyvin tutkija on pystynyt kuvaamaan tutkittavien todellisuutta (Lincoln & Guba 1985, 295–296). Eskolan ja Suorannan (2008, 211–212) mukaan tutkijan tulee pyrkiä tekemään tulkintoja siten, että lopputulos kuvaa nimenomaan tutkittavien käsityksiä. Haastateltavat olivat oman alansa ammattilaisia ja he puhuivat omasta työstään ja siihen liittyvistä ilmiöistä. Tutkimuksen aihe oli siis haastateltaville erittäin tuttu ja konkreettinen. Haastattelut antoivat selkeän kuvan tutkittavien todellisuudesta. Lobbauksen ilmiöistä oli mahdollista puhua niiden oikeilla nimillä, eikä aiheita tarvinnut millään tavalla yksinkertaistaa haastateltaville. Haastateltavien ammattilaisten lobbaustyössä itsessään ei myöskään ole vaikeaselkoisia asioita, vaan lobbauksesta puhuttiin suoraan, selkeästi ja avoimesti. Näin ollen tutkimuksen voi sanoa kuvaavan tutkittavien käsityksiä tarkasti. Tuloksista muodostettiin mahdollisimman paljon sitaatteja kuvaamaan haastattelujen sisältöä sanatarkasti. On syytä huomioda, että haastattelut olivat erittäin pitkiä. Tämän tutkimuksen tulokset myös yhteneväisiä aiemman tutkimustiedon kanssa, mikä myös osaltaan lisää tutkimuksen uskottavuutta.

Siirrettävyydellä tarkoitetaan sitä, miten tutkimustuloksia olisi mahdollista siirtää johonkin toiseen kontekstiin (Lincoln & Guba 1985, 297–298). Tutkimustulokset olivat yksilöllisiä, subjektiivisia haastateltavien kokemuksia ja käsityksiä. Siirrettävyys toiseen kontekstiin tuskin olisi mahdollista. Laadullisessa tutkimuksessa siirrettävyys ei usein olekaan tarkoituksenmukaista (Eskola & Suoranta 2008, 211). Haastateltavat koostuivat tarkasti rajatusta joukosta vaikuttamisen ammattilaisia. Tämä hankaloittaa siirrettävyyttä edelleen. Mikäli kuitenkin samoin tutkimusmetodein olisi haastateltu muita Euroopan unionin päätöksentekijöitä ja lobbaajia, vastaukset olisivat voineet olleet samankaltaisia. Lobbaajat edustivat eri sektoreita, mutta siitä huolimatta havainnot lobbaustyön ilmiöistä olivat suurimmaksi osaksi samanlaisia.

Tutkimuksen varmuuden arvioinnissa tulee kiinnittää huomiota mahdollisiin virhetekijöihin (Lincoln & Guba 1985, 298–299). Alkupään haastatteluissa kuuntelemisella oli selkeästi vahvempi rooli, kun taas jälkimmäisissä oli mahdollista

kysyä entistä paremmin tarkentavia kysymyksiä. Lobbauksesta oli olemassa jonkin verran ennakkokäsityksiä muun muassa aiemmin luettujen lehtiartikkelien vuoksi. Eskolan ja Suorannan mukaan (2008) ennakkokäsitykset voivat heikentää tutkimuksen tuloksia. Ennako-oletukset haihtuivat kuitenkin jo gradun aiheen pohdintavaiheessa ja taustakirjallisuuteen. Tutkimusta tehdessä siis alkuperäiset ennako-oletukset olivat hävinneet, ja ne eivät vaikuttaneet tutkimukseen.

Haastateltavat selvästikin tunsivat aiheensa ja puhuivat mielellään työstään. Vaikuttamistyölle on tyypillistä pitkä kokemus, minkä huomasi haastatteluja tehdessä. Haastatteluissa oli keskeistä keskittyä kuuntelemaan, jotta oli mahdollista kysyä tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä. Haastateltavat eivät myöskään aristelleet kertoneen yksityiskohtaisiakaan tietoja. On kuitenkin mahdollista, että lobbaustyötä tekevät korostivat positiivisia puolia työstään. Lobbauksesta on olemassa myös paljon negatiivisia käsityksiä ja mielikuvia. Osa haastateltavista halusi korjata näitä.

Vahvistettavuudella tarkoitetaan subjektiivisuuden tunnistamista tutkimuksessa (Lincoln & Gube 1985, 290). Vahvistettavuudella tarkoitetaan myös sitä, kuinka tehdyt tulkinnat saavat tukea muista vastaavia ilmiöitä tarkastelleista tutkimuksista (Eskola & Suoranta 2008, 212). Tämän tutkimuksen aihe valikoitui omasta mielenkiinnosta johtuen. Lobbaamista ei maisterintutkielman tasolla juuri ole puheviestinnässä tutkittu. Tutkimustulokset saivat tukea aikaisemmasta tutkimuksesta. Lobbaustyön yleisiä teemoja on tutkittu aiemmin, mutta vuorovaikutuksen teemoja vähemmän. Avoin haastattelu osoittautui hyväksi vaihtoehdoksi lobbausvuorovaikutuksen käsityksien ja kokemusten keräämiseen ja kuvaamiseen. Aineisto oli runsas ja tutkimuksen kannalta tarkoituksenmukainen. Tutkimukseen olisi voinut ottaa runsaammin käsittelyyn aiempaa tutkimusta. Tutkimuksen tavoitteet kuitenkin toteutuivat, sillä haastatteluaineisto antoi runsaasti tarkoituksenmukaista tutkimustietoa. Tutkimuksen tulokset antavat tietoa päätöksentekoprosesseista ja siinä esiintyvistä vuorovaikutuksesta jäsennellysti.

KIRJALLISUUS

Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation, the. 2016.

<<http://alter-eu.org>>

Baxter, L. A. & Braithwaite, D. O. (2008) Relational Dialectics Theory. Crafting Meaning from Competing Discourses. Teoksessa L. A. Baxter & D. O. Braithwaite (toim.) Engaging Theories in Interpersonal Communication: Multiple Perspectives. Los Angeles: Sage, 349–361.

Benoit, W. 2008. Persuasive messages : the process of influence / William L. Benoit and Pamela J. Benoit. Malden, MA: Blackwell Pub.

Berry, J.M.1977. Lobbying for the People. The Political Behavior of Public Interest Groups. New Jersey: Princeton.

Blomqvist, K. 2008. Luottamus organisaation työhyvinvoinnin ja tehokkuuden taustalla. Kauppatieteiden osasto ja Technology Business Research Center. Lappeenrannan teknillinen yliopisto.

Blomqvist, K. 2002. Partnering in the Dynamic Environment: The Role of Trust in Asymmetric Technology Partnership Formation. Acta Universitatis Lappeenrantaensis 122.

Dondero, R., & Lurch, W. 2005. Interest groups. Teoksessa R. A. Clucas, M. Henkels, & B. S.SteelOregon politics and government: Progressives versus conservative populists. Lincoln: University of Nebraska, 82–98.

Eskola, J & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Gabarro, J. J. 1990. The development of working relationships. In J. Galagher, R. E. Kraut & C. Egidio (eds) Intellectual teamwork. Social and technological

foundations of cooperative work. Hillsdale: Erlbaum, 79–110.

Greenwood J. & Dreger J. 2013. The Transparency Register: A European vanguard of strong lobby regulation? *Interest Groups & Advocacy*. 2 (2), 139–162.

Eising R. & Lehringer S. 2010. *Interest Groups and the European Union*. Teoksessa M. Cini & N. Borragan (toim.) *European Union Politics*. New York: Oxford University Press.

EU Citizens opinion poll on transparency, ethics, and lobbying in the EU. 2013.
< http://www.access-info.org/documents/Access_Docs/Advancing/EU/EN_ONLINE_Opinion_Poll_Long.pdf>

European union transparency register
<<http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do>>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008 *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus.

Huotari, M-L., Hurme, P. & Valkonen, T. 2005. *Viestinnästä tietoon: tiedon luominen työyhteisössä*. Porvoo: WSOY.

Jaatinen, M. 1999. *Lobbying Political Issues: A Contingency Model of Effective Lobbying Strategies*. Helsinki: Inforviestintä.

Kivi, J. 2016: *Bryssel myyty - lobbausparatiisin kauppiaat*. Helsinki: Into.

Jokinen, A. 2000. *Lobbying as a part of Business Management*. Lappeenranta: Lappeenrannan teknillinen korkeakoulu.

Kramer, R.M. & Tyler T, R. 1996. *Trust in Organizations. Frontiers of Theory and Re-search*. Thousands Oaks CA: Sage.

- Klüver, H. 2013. Lobbying in the European Union: interest groups, lobbying coalitions, and policy change. Oxford: Nuffield College.
- Koepl, P. 2000. The acceptance, relevance and dominance of lobbying the EU Commission - A first-time survey of the EU Commission's civil servants. *Journal of Public Affairs*, 1 (1), 69–80.
- Larson, C. 2012. Persuasion : reception and responsibility. 13th ed., International ed. Belmont, Calif: Wadsworth.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. 1985. Naturalistic inquiry. Beverly Hills, CA: Sage.
- Lewicki, R.J. & Wiethoff, C. 2000. Trust, Trust Development, and Trust Repair. Teoksessa: M, Deutsch. & P, Coleman. *The Handbook of conflict resolution: Theory and Practice*. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 86–107.
- Loomis A. B. & Cigler A. J. 2012. *The Changing Nature of Interest Group Politics*. Teoksessa A. Cigler & A. Burdett (toim.) *Interest Group Politics*. 8th ed. Boston: A Pearson Education Company. Washington: CQ Press
- Mahoney C. 2007. Lobbying Success in the United States and European Union. *Journal of Public Policy / Volume 27 / Issue 01*. UK: Cambridge University Press, 35–56.
- Mayhew, L. H. 1997. *The new public: Professional communication and the means of social influence*. New York: Cambridge.
- McGrath, C. 2009. *Interest Groups and Lobbying in Europe*. Lewiston, NY: Edwin Mellen Press.
- Milbrath, L. W. 1960. Lobbying as a Communication Process. *Public Opinion Quarterly* 24 (1).

PEW Research Center for the People and the Press. 1998. Deconstructing Distrust: How Americans View Government. Washington, DC: PEW.

Rogers, L. E. 1998. The meaning of relationships in relational communication. Teoksessa R. L. Conville & L. E. Rogers (toim.) The meaning of "relationship" in interpersonal communication. Westport, Connecticut: Praeger, 69–82.

Rogers, L. E. & Millar, F. E. 1988. Relational Communication. Teoksessa S. W. Duck (toim.) Handbook of personal relationships. Essex: Anchor, 289–305.

Roloff, M. E. 1981. Interpersonal communication : The social exchange approach. Beverly Hills, Cal: Sage.

Sias, P. M. 2009. Organizing relationships. Traditional and emerging perspective on workplace relationships. Thousand Oaks: Sage.

Sigman, S. J. 1998. Relationships and communication: A social communication and strongly consequential view. Teoksessa R. L. Conville & L. E. Rogers (toim.) The meaning of "relationship" in interpersonal communication. Westport, Connecticut: Praeger, 41–82.

Stafford, L. 2005. Maintaining Long-Distance and Cross-Residential Relationships. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Stewart, J. 2002. Introduction to interpersonal communication. In J. Stewart (toim.) Bridges not walls. 7. painos. New York: Random House, 15–65.

Stiff, J. B. & Mongeau, P. A. 2003. Persuasive communication. 2. Painos. New York: Guilford Press

Terry, V. 2001. Lobbying: Fantasy, reality or both? A health care public policy case study. Journal of Public Affairs, 1 (3), 266–280.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Yle. EU-parlamentti haluaa lobbarit kuriin. 10.1.2014

http://yle.fi/uutiset/eu-parlamentti_haluaa_lobbarit_kuriin/7025558

Yle. Brysselin kone: Lobbarina EU:ssa. 18.12.2013.

<<http://blogit.yle.fi/brysselin-kone/lobbarina-eussa>>

Yle. Brysselin Kone: EU ja moraali ongelmien aika. 17.2.2016

<<http://areena.yle.fi/1-3213880>>

Yle. Kriitikot: Yhdysvaltojen ja EU:n vapaakauppasopimus vaarantaa kansallisen demokratian. 15.11.2013

<http://yle.fi/uutiset/kriitikot_yhdysvaltojen_ja_eun_vapaakauppasopimus_vaarantaa_kansallisen_demokratian/6935879>

Zeigler, H. 1969. Lobbying: interaction and influence in American state legislatures. Belmont CA: Wadsworth Publishing.