

OIKEUSMINISTERIÖN SELVITYSHANKE
“Avoimuusrekisterivalmistelua tukevat selvitykset”

Kohti avoimempaa lobbausta: Lobbauksen nykytila Suomessa valtiollisella tasolla

TOTEUTTAJAT:

Vastuullinen johtaja, yliopistotutkija Mika Skippari, Jyväskylän yliopisto, mika.skippari@juu.fi;

Väitöskirjatutkija Aino Hirvola, Aalto-yliopisto, aino.hirvola@aalto.fi

Väitöskirjatutkija Salla Mikkonen, Tampereen yliopisto, salla.mikkonen@tuni.fi

Väitöskirjatutkija Paul Tiensuu, Helsingin yliopisto, paul.tiensuu@helsinki.fi

Hankkeen loppuraportti:

Hirvola, A., Mikkonen, S., Skippari, M. ja Tiensuu, P. 2021. Kohti avoimempaa lobbausta: Lobbauksen nykytila Suomessa valtiollisella tasolla. Oikeusministeriön julkaisuja, Selvityksiä ja ohjeita 2021:6.

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-876-9>

Huom! Tämä diaesitys kokoaa yhteen selvityshankkeen toteutuksen ja keskeisimmät tulokset. Yksityiskohtaisemmat tiedot hankkeen tuloksista ja tutkimusmenetelmistä löytyy loppuraportista.

Tutkimushankkeen esittely

Mika Skippari, Jyväskylän yliopisto



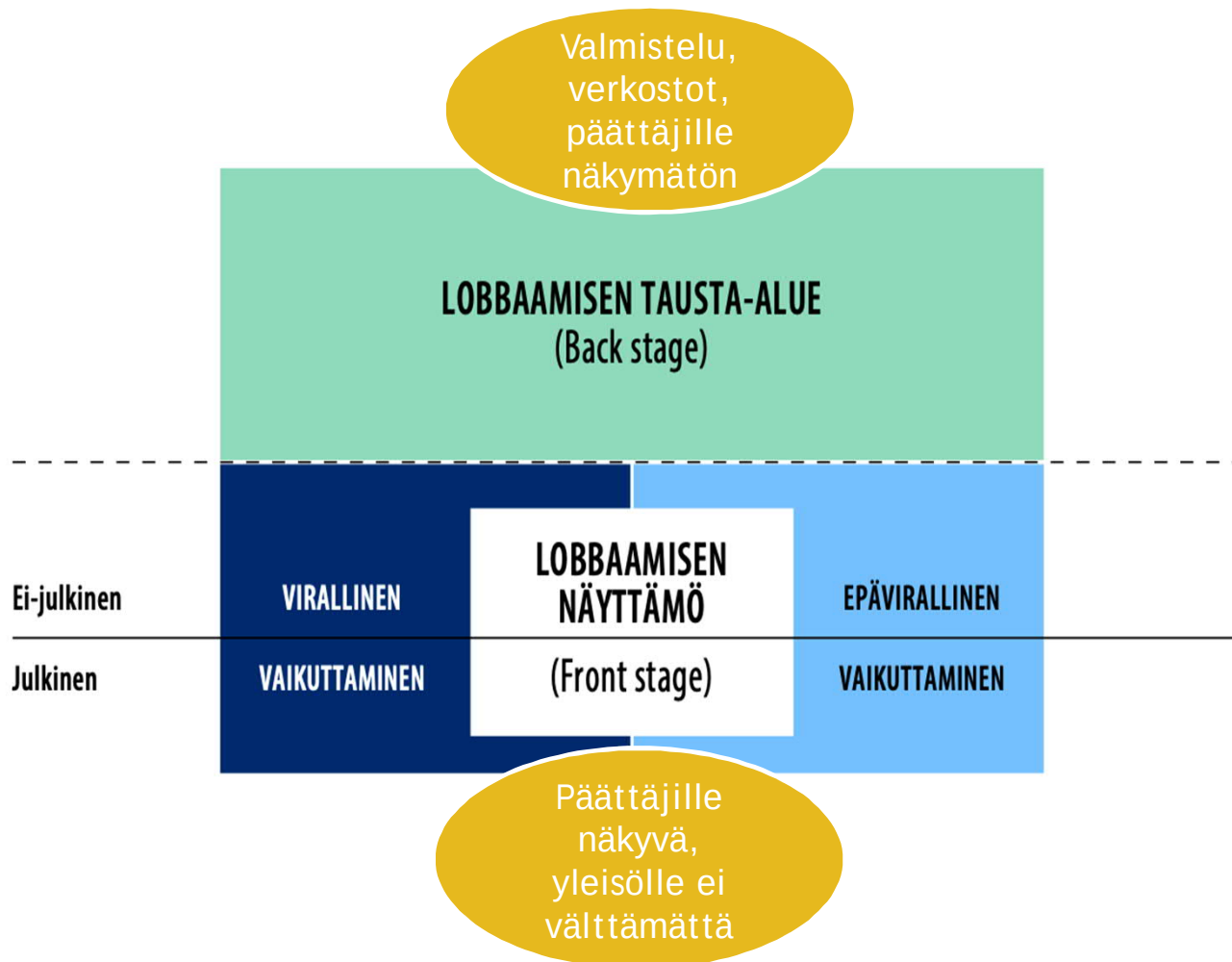
Tutkimuksen tavoite

- ▶ Tutkimuksessa selvitämme lobbauksen käytänteitä Suomessa valtiollisella tasolla.
- ▶ Lobbauksella tarkoitetaan vaikuttamista julkiseen päätöksentekoon, valmisteluun tai toimeenpanoon.
- ▶ Tarkastelu eri toimijoiden näkökulmasta (lobbarit ja lobbauksen kohteet)
 - ▶ Lobbarit = elinkeinoelämän keskusjärjestöt ja toimialajärjestöt, ammattiliittojen keskusjärjestöt ja ammattiliitot, ammatilliset yhdistykset, kansalaisjärjestöt, yritykset (joista eriteltynä lakiasiaintoimistot, viestintätoimistot ja think tankit)
 - ▶ Lobbauksen kohteet = kansanedustajat ja ministerit sekä heidän avustajansa, eduskunnan virkamiehet, eduskuntaryhmän työntekijät, poliittisen puolueen johtohenkilöt, ministeriöiden ja valtion virastojen virkamiehet

Tutkimuskysymykset

1. Mitkä tahot ovat keskeisimpiä lobbauksen kohteita ja mitkä tahot niitä lobbaavat?
2. Mitkä ovat lobbauksen keskeisimmät vaikutuskanavat ja keinot?
3. Missä vaiheessa päätöksentekoprosessia lobbaus tapahtuu?
4. Miten lobbaus on resursoitua ja miten vaikuttavaa se on?
5. Miten lobbauksen käytänteet näyttäytyvät avoimuuden vaatimusten valossa?

Tutkimuksen viitekehys



- Lobbaamista tapahtuu sekä virallisella että ei-virallisella tasolla.
- Lobbaamista tapahtuu sekä julkisella että ei-julkisella tasolla.
- Lobbaus ja sen sääntely tapahtuvat kontekstissa.
- Lobbauksen käytänteitä ja yhteiskunnallista roolia on tarkoituksenmukaista tarkastella avoimuuden ja läpinäkyvyyden kannalta.

Käytetyt aineistot ja menetelmät

Kirjallisuuskatsaus

- ▶ Suomalainen ja kansainvälinen tutkimuskirjallisuus monelta eri tieteenalalta (politiikan tutkimus, oikeustiede, kauppätiede, hallintotiede, viestintätiede).

Asiakirja-aineisto

- ▶ eduskunnan valiokuntiin annetut lausunnot v. 2015 – 2020; valtioneuvoston hankeikkunan rajapinnasta haettu aineisto v. 2015 – 2020 aloitetuista hankkeista.
- ▶ Vaikuttamispisteiden määrittämisessä käytetään perustuslakia ja muuta olennaista lainsäädäntöä, hallituksen verkkosivuja (<http://lainvalmistelu.finlex.fi/aloite/#esittely>).

Haastattelut

- ▶ Sisällönanalyysi käytäntöjen näkökulmasta.
- ▶ 36 haastattelua (24 lobbarihaastattelua ja 12 päättäjähaastattelua) vuosilta 2017-2020; lisäksi tarpeellisilta osin: etnografinen havainnointiaineisto lobbauksen käytännöistä lobbareiden arjessa.

Kyselyt

- ▶ Kyselyt lobbareille (N=180) ja lobbauksen kohteille (N=128).

Avoimuus ja läpinäkyvyys haastavat
perinteistä suomalaista toimijoiden
väliseen luottamukseen nojaavaa
päättöksentekoa

- huomioita kirjallisuuskatsauksesta

Aino Hirvola, Aalto yliopisto

Lobbauksen määrittelyä

- ▶ Lobbaus tapahtuu aina kontekstissa, ja siihen vaikuttavat yhteiskunnan rakenteet, instituutiot, tavat ja käytänteet, mukaan lukien nykyinen lainsäädäntö.
- ▶ Lobbausta esiintyy kun päätöksiä tehdään ja se on toimivan poliittisen järjestelmän ominaisuus.
 - ▶ Toimijoilla on oikeus vedota päätöksentekijöihin ja antaa näille tietoja.
 - ▶ Vaikuttamisen kanavat eivät kuitenkaan ole kaikille tasapuolisesti auki.
- ▶ Lobbaus voidaan määritellä yhteydenpidoksi päätöksiä tekevän, valmistelevan tai toimeenpanevan tahon ja sellaisen tahon välillä, jolla on päätöksentekoon liittyviä intressejä tai joka edustaa tällaista tahoa.
- ▶ Suomessa tällainen yhteydenpito on perinteisesti ollut yleistä; konsensuspolitiikan traditio on edellyttänyt keskusteluyhteyksiä eri tahojen välillä ratkaisuja yhdessä etsittäessä.

Lobbaus osana korporatistista järjestelmää

- ▶ Suomen päätöksentekojärjestelmää on voinut luonnehtia korporatistiseksi, ja ominaista sille on ollut neuvottelu- ja sopimuskäytäntöjä painottava perinne.
- ▶ Edunvalvonnallisten organisaatioiden rooli päätöksenteon ohjailussa on perinteisesti ollut vahva.
 - ▶ Järjestöjen ja yhdistysten kautta vaikuttaminen on ollut luonteva tapa osallistua yhteiskunnalliseen toimintaan.
- ▶ Kaikkia ryhmiä ei kuitenkaan välttämättä tunnisteta legitiimeiksi toimijoiksi korporatistisessa hallinnossa ja niiden vaikuttamismahdollisuudet saattavat jäädä heikoiksi.
- ▶ Viime vuosina julkisessa keskustelussa on esitetty näkökulmia, joissa korporatistista päätöksentekoa on kritisoitu siitä, että mallissa ohitetaan parlamentaariset käsittelytavat.
 - ▶ Vaikuttamisen areenat ovat murroksessa. Miten näillä areenoilla arvotetaan avoimuus ja läpinäkyvyys ja toisaalta toimijoiden välinen luottamus ja konsensuspolitiikan traditio?

Avoimuus ja läpinäkyvyys: hyötyjä ja haittoja

- ▶ Avoimuus on suomalaisen yhteiskunnan ja julkisen sektorin keskeinen arvo ja sille on vankat perusteet.
 - ▶ Avoimuutta ja läpinäkyvyyttä tarvitaan, jotta kansalaiset voivat valvoa valtaapitäviä ja osallistua päätöksentekoon.
 - ▶ Kansalaisilla pitää olla pääsy tietoon, joka koskee päätöksenteon kohteena olevia asioita.
- ▶ Läpinäkyvyyteen liittyy kuitenkin myös ongelmia:
 - ▶ Kansalaisille pääsy lähinnä merkityksettömään dokumentaatioon?
 - ▶ Olennainen tieto peittyy epäolennaisen tietomassan alle: tieto on huonosti käytettävää?
 - ▶ Julkisuuden paine voi heikentää neuvotteluiden laatua (esim. ”takinkääntöä” ja kompromissien tekoa vältetään).
 - ▶ ”Tyhjien arkistojen” ongelma: Virallisesti tietoa kerätään, mutta olennainen tieto jätetään tallentamatta tai tieto kerätään vain suullisesti.
 - ▶ Tietoa kerätään vain päätöksistä niiden lopullisessa muodossa. Pimentoon jää päätöksentekoa edeltävät keskustelut, vaihtoehtoiset ratkaisut, hylätyt ehdotukset.
- ▶ Läpinäkyvyys ei vielä takaa kansalaisille mahdollisuutta osallistua.

Lisääkö avoimuus ja läpinäkyvyys luottamusta?

- Avoimuus- ja läpinäkyvyysvaatimukset voimistuneet ja niitä perustellaan kansalaisten luottamuksella julkiseen päätöksentekoon.
- Avoimuutta ja läpinäkyvyyttä ei kuitenkaan ole osoitettu merkittäväksi tekijäksi kansalaisten luottamuksen rakentumisessa.
- Läpinäkyvyys ja valvonta – erilaiset monitoroinnin muodot – voivat jopa lisätä epäluottamuksen kokemusta.
- Läpinäkyvyyden ja avoimuuden lisäämisen motivaatio?
 - Hallinnon tehokkuus ja parempi taloudellinen tulos?
 - Kansalaisten osallistumisen edistäminen?
- Avoimuutta ja läpinäkyvyyttä korostava diskurssi näyttää haastavan neuvottelun ja sopimisen traditiota, jossa toimijoiden välinen luottamus isossa roolissa.

Virallinen vaikuttaminen ja siitä julkaistava tieto Suomessa Teoria ja virallisaineiston analyysi

Paul Tiensuu, Helsingin yliopisto



Virallisen vaikuttamisen kanavat ja kohteet

- ▶ Virallisen vaikuttamisen kanavia: hallitusneuvottelut, kansalaisaloite, ministeriöiden työryhmät, parlamentaariset työryhmät, lausuntakierrokset, valiokunnat.
- ▶ Prosessin alkuvaihe lobbareille tärkein, olennaista vaikuttaa tärkeimpiin henkilöihin myös virallisen prosessin ulkopuolella.
- ▶ Virallisen vaikuttamisen tärkeimpiä kohteita:
 - ▶ Ministerit ja heidän erityisavustajansa.
 - ▶ Ministeriöiden ylimmät virkamiehet.
 - ▶ Asian valmistelusta vastaavat ministeriöiden virkamiehet.

Mitä virallisesta vaikuttamisesta jo tiedetään?

- ▶ Asiakirjoja julkaistaan paljon, mutta vaikeasti käytettävässä muodossa.
- ▶ Lobbarirekisterin yhdistäminen jo julkaistuihin tietoihin voisi auttaa.
- ▶ Eniten lausuntoja antavat ministeriöt.
- ▶ Valiokunnissa parhaiten edustettuina ovat työmarkkinaosapuolten edustajat, Kuntaliitto sekä alan tärkeät virastot.

Valiokunnissa eniten edustetut organisaatiot	
Organisaatio	Lausunnot
EK	589
Kuntaliitto	557
Suomen yrittäjät	374
MTK	317
SAK	309
Poliisihallitus	280
Tietosuojavaltuutetun toimisto	248
Kela	238
Verohallinto	227
STTK	211

Mitä virallisesta vaikuttamisesta jo tiedetään?

- Valmisteluvaiheessa lausuntoja antavat ministeriöiden lisäksi etenkin virastot sekä kunta- ja aluehallinto.
- Teollisuus merkittävämmän edustettuna kuin valiokunnissa.
- Toimialakohtaiset työmarkkinajärjestöt ja yritykset voivat antaa keskusjärjestöjä enemmän lausuntoja.

Eniten STM:n hankkeisiin lausuneet v. useimmin STV:ssä lausuneet, 2015–2020

Lausunnot STM:n hankkeisiin		Suullisen lausunnon antaneet edustajat ja kirjalliset lausunnot STV:ssä	
Organisaatio	n	Organisaatio	n
Kuntaliitto	70	Kela	144
THL	65	THL	90
Valvira	51	Kuntaliitto	82
Helsingin kaupunki	48	EK	62
Suomen Yrittäjät	47	SAK	61
Lääkäriliitto	46	Yksittäinen henkilö	57
HUS	40	STTK	56
Tehy	39	Akava	55
SOSTE	36	Suomen Yrittäjät	47
Kela	34	SOSTE	45

Lobbaus käytäntönä ja epävirallinen vaikuttaminen

Salla Mikkonen, Tampereen yliopisto



Lobbauksen käytäntöjen analysointi

► Analyysiraami

- Useista lobbausta käsittelevistä tutkimuksista poiketen ensisijaiseksi tarkastelunäkökulmaksi on valittu lobbareiden näkökulma
- Lobbausta tarkasteltu kokonaisuudessaan käytäntönä (*practice of lobbying*) ja analyysi keskittyy siihen, millaisista toimintatavoista (*everyday practices*), normeista ja ymmärryksistä tämä käytäntö koostuu

► Aineistosta analysoitu tarkemmin

1. tapaan puhua käytännöstä ja tapoihin toimia
2. koodistoon, joka ohjaa vuorovaikutusta eri toimijoiden välillä
3. lobbauksen ajoittamiseen ja rytmiin
4. tietoon, joka koetaan oleelliseksi ja tämän tiedon liikkumiseen
5. välineisiin tai materiaaleihin, joita hyödynnetään lobbauksessa
6. mikä koetaan normin mukaisena tai normista poikkeavana toimintana

Lobbaus käytäntönä

- ▶ Lobbaus on käytäntönä laajempi kokonaisuus kuin se, mitä siitä näkyy päättäjille (lobbaamisen näyttämö)
 - ▶ Huomioimalla lobbaamisen näyttämön ohella tausta-alueen kuuluvan lobbauksen käytäntöön ymmärrys lobbauksen toimintatavoista, normeista ja ajoituksesta laajenee
- ▶ Lobbauksen käytäntöä on hyödyllisempää tarkastella jatkumona, ennemmin kuin alkavana ja päättyvänä prosessina
- ▶ Lobbarit näkivät vaikuttamisen kohteena nykyiset, mutta myös tulevat päättäjät. Päättäjiin pyritään luomaan suhteet jo ennen kuin he nousevat avainasemiin tai ennen varsinaista vaikuttamista
- ▶ Lobbauksessa oleellista onkin synnyttää pitkäjänteistä yhteistyötä ja luottamusta lobbauksen kohteiden kanssa
- ▶ Voidaan myös todeta, että in-house-lobbaukseen ja konsulttilobbaukseen liittyy samankaltaisia piiloon jääviä elementtejä – kunhan tarkasteluperspektiivi on riittävän pitkä ja huomioidaan myös lobbauksen tausta-aluetta sekä epävirallista vaikuttamista

Julkinen epävirallinen vaikuttaminen

- ▶ Julkinen epävirallinen vaikuttaminen mm.: mediassa vaikuttaminen, sosiaalisessa mediassa vaikuttaminen, julkiset kampanjat, julkiset yleisötilaisuudet, mielenosoitukset ja kansalaisaloitteet
- ▶ Julkinen epävirallinen vaikuttaminen on tarkoituksella varsin avointa ja sen halutaan saavuttavan mahdollisimman suuri näkyvyys
- ▶ Uskottava julkinen näkyvyys vahvistaa myös lobbauksessa oleelliseksi katsottua mainetta
- ▶ Julkisuudessa näkyvä vaikuttaminen ei kuitenkaan yksistään anna lobbaamisesta ja lobbareista riittävän monipuolista kuvaa

Ei-julkinen epävirallinen vaikuttaminen (1/2)

- ▶ Ei-julkiseen epäviralliseen vaikuttamiseen voidaan katsoa kuuluvan mm. sovitut työtapaamiset, päättäjille suunnatut tilaisuudet tai järjestetyt vierailut, päättäjille järjestetyt illanvietot tai muu epäformaali ohjelma, yhteydenpito sähköpostilla ja puhelimitse, tiedonvaihto tai -välitys, spontaanit keskustelut kohdatessa ja epämuodollinen sekä henkilökohtainen vuorovaikutus.
 - ▶ *Rajanveto siinä, mikä näistä katsotaan joiltakin osin tai kokonaan lobbaukseksi on kuitenkin vaikeaa.*
- ▶ Ei-julkinen epävirallinen vaikuttaminen on oleellista etenkin tiedonsaannin ja päättäjiin luottamuksellisen suhteen synnyttämisessä
- ▶ Kun lobbarit ja päättäjät korostavat suhteiden luottamuksellisuutta, on kyseessä juurikin toimijoiden välinen luottamus. Paradoksaalisesti tämä on läpinäkymättömin osa lobbausta

Ei-julkinen epävirallinen vaikuttaminen (2/2)

- ▶ Tarkastelemalla ei-julkista epävirallista vaikuttamista on nähtävissä, että lobbauksen käytäntö ei ole avoin ja läpinäkyvä kaikilta osin tai kaikille tasapuolisesti (tukee myös aiemmissa tutkimuksissa saatuja tuloksia)
- ▶ Etenkin ei-julkinen epävirallinen vaikuttaminen näkyy rajatusti myös päättäjille ja lobbareilla (esim. ei nähdä, miten muut lobbarit räätälöivät viestiä tietyille päättäjille tai miten lobbarit räätälöivät viestiä eri päättäjille)
- ▶ Ammattitaitoisilla lobbareilla näyttäisi olevan paremmat mahdollisuudet vaikuttaa Suomessa valtiolliseen päätöksentekoon etenkin ei-julkisen epävirallisen vaikuttamisen kautta
- ▶ Yhteenvetona: virallisen prosessin tunteminen ja sen vaikutuskanavien hyödyntäminen eivät siis yksin riitä Suomessa valtiollisella tasolla vaikuttaessa. Oleellista on hallita myös epävirallinen vaikuttaminen.

Lobbareiden ja lobbauksen kohteiden käsitykset lobbauksesta Suomessa

- kyselytutkimuksen analyysi

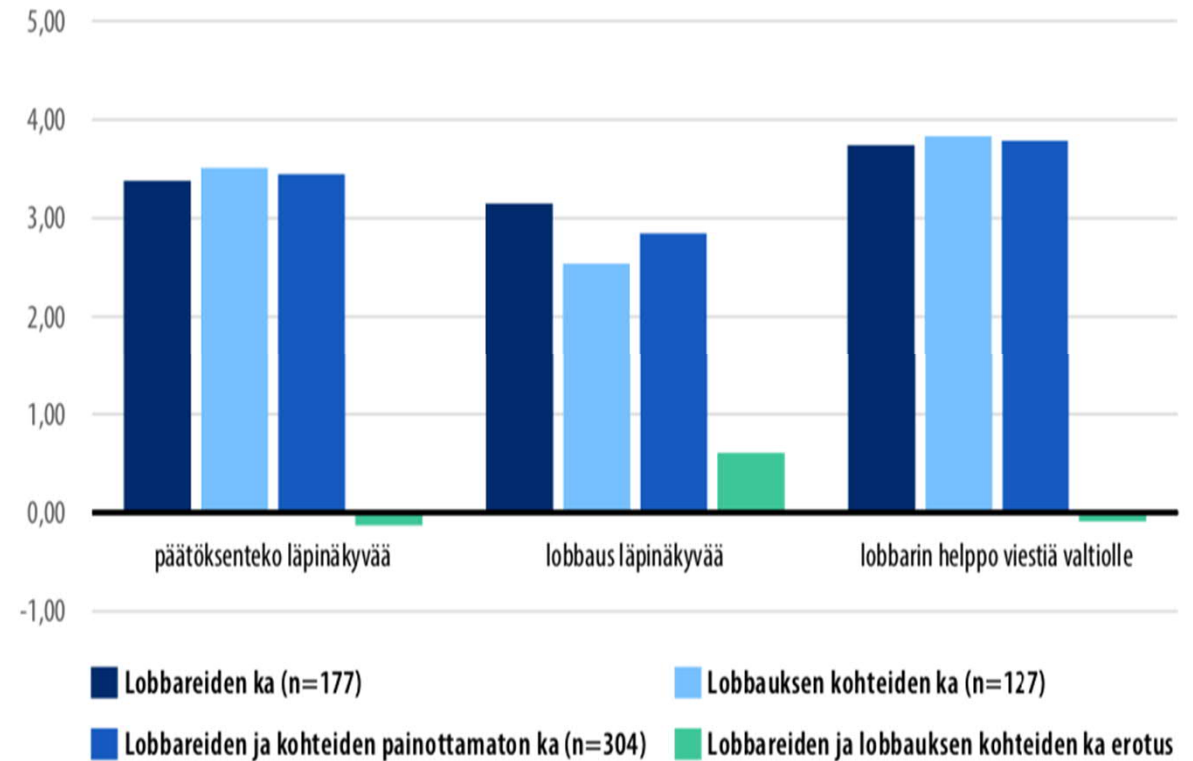
Paul Tiensuu, Helsingin yliopisto

Päätöksenteko melko läpinäkyvää

– lobbaus vähemmän

- Päätöksentekoa pidetään yleisesti läpinäkyvänä ja intressiryhmien huomiointia tasapuolisena, mutta lobbaus vähemmän läpinäkyvää päättäjien mielestä
- Lobbarirekisteri voisi tehdä lobbauksen läpinäkyvämmäksi päättäjillekin ja tuottaa yleisölle tietoa intressiedustuksesta.

Kuva 5. Vertailu lobbareiden ja lobbauksen kohteiden näkemyksistä lobbauksen avoimuudesta.



Elinkeinoelämä ja institutionaaliset järjestöt merkittävimpiä lobbareita

Ammattiliitot eivät erotu kansalaisjärjestöistä

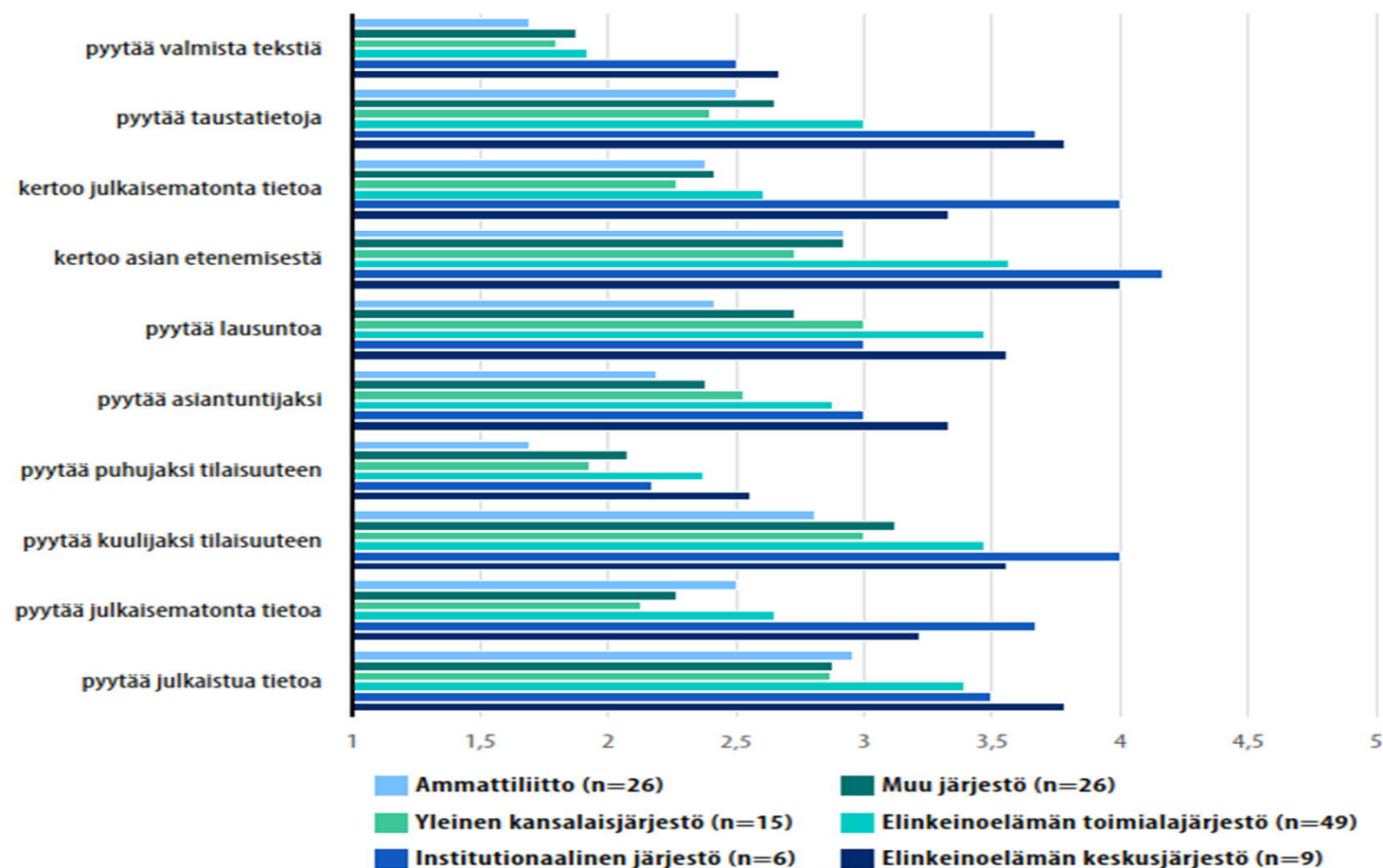
- Institutionaalisten järjestöjen ja elinkeinoelämän keskusjärjestöjen edustajat:
 - raportoivat eniten sekä virallista että epävirallista yhteydenpitoa päättäjien kanssa.
 - raportoivat eniten yhteydenottoja päättäjien taholta.
 - pääsevät parhaiten sisäpiiriin
 - kokevat viestintänsä vaikuttavan parhaiten.

Ammattiliitot eivät eroa millään alueella kansalaisjärjestöistä.

Taulukko 23. Sisäpiiriläisyys edustetun organisaation tyyppin mukaan jaoteltuna (n=177) keskiarvo.

Työnantajat	ka
Institutionaalinen järjestö	3,8
Elinkeinoelämän keskusjärjestö	3,7
Elinkeinoelämän toimialajärjestö	3,2
Identiteettijärjestö	3,1
Ammattiliittojen keskusjärjestö	3
Ammattiliitto	3
muu	3
Professionaalinen järjestö	2,9
Yleinen kansalaisjärjestö	2,9
Yliopisto tai tutkimusinstituutti	2,9
Muu yritys	2,8
Vapaa-ajan järjestö	2,8
Viestintätoimisto tai think tank	2,7

Kuva 14. Päättäjien yhteydenotot lobbareihin, ryhmiteltynä lobbaavan organisaation mukaan, eroteltuna elinkeinoelämän keskusjärjestö ja institutionaaliset järjestöt.

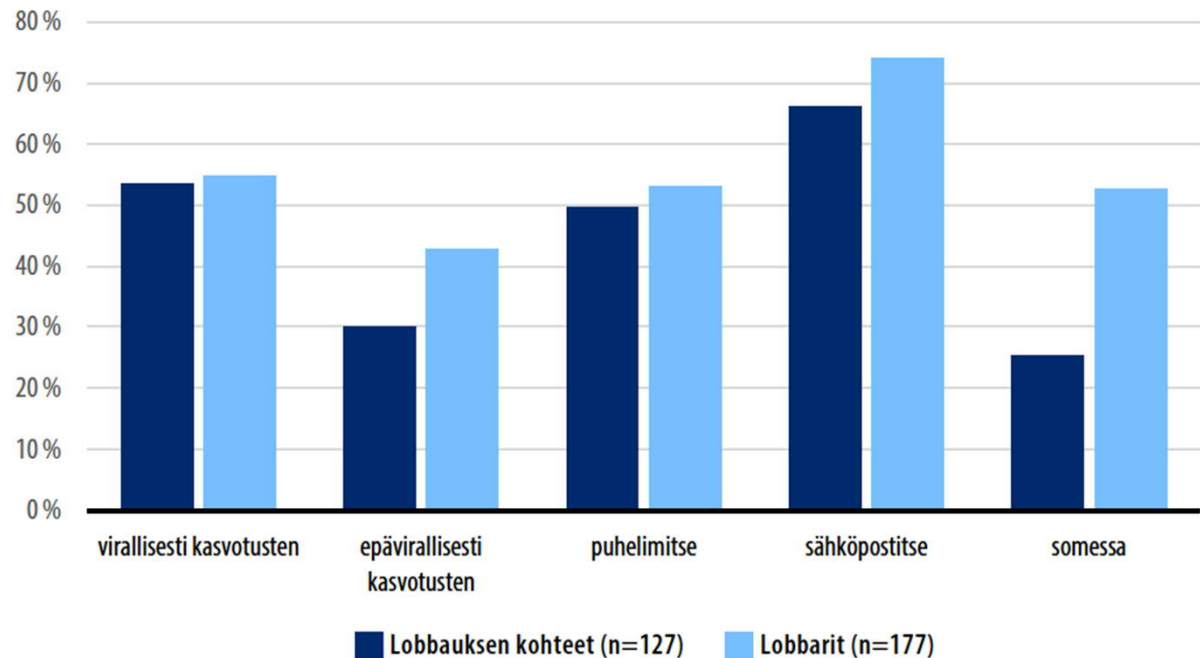


Lobbaus on säännöllistä ja jatkuvaa

– ja siihen käytetään paljon resursseja

- Lobbareista on päättäjiin yhteydessä vähintään muutaman kerran kuukaudessa:
55% kasvotusten virallisesti
53% puhelimitse
75% sähköpostitse
- Päättäjistä lobbareihin on yhteydessä vähintään muutaman kerran kuukaudessa:
53% virallisesti kasvotusten
50% puhelimitse
67% sähköpostitse
- Suurimmat organisaatiot käyttävät vuosittain 50–100 henkilötyövuotta ja 10–15 miljoonaa euroa lobbaukseen.

Kuva 6. Viikoittain tai muutaman kerran kuukaudessa yhteyttä pitäneiden osuus vastaajista.



Epävirallinen yhteydenpito ja varhainen vaikuttaminen tärkeintä

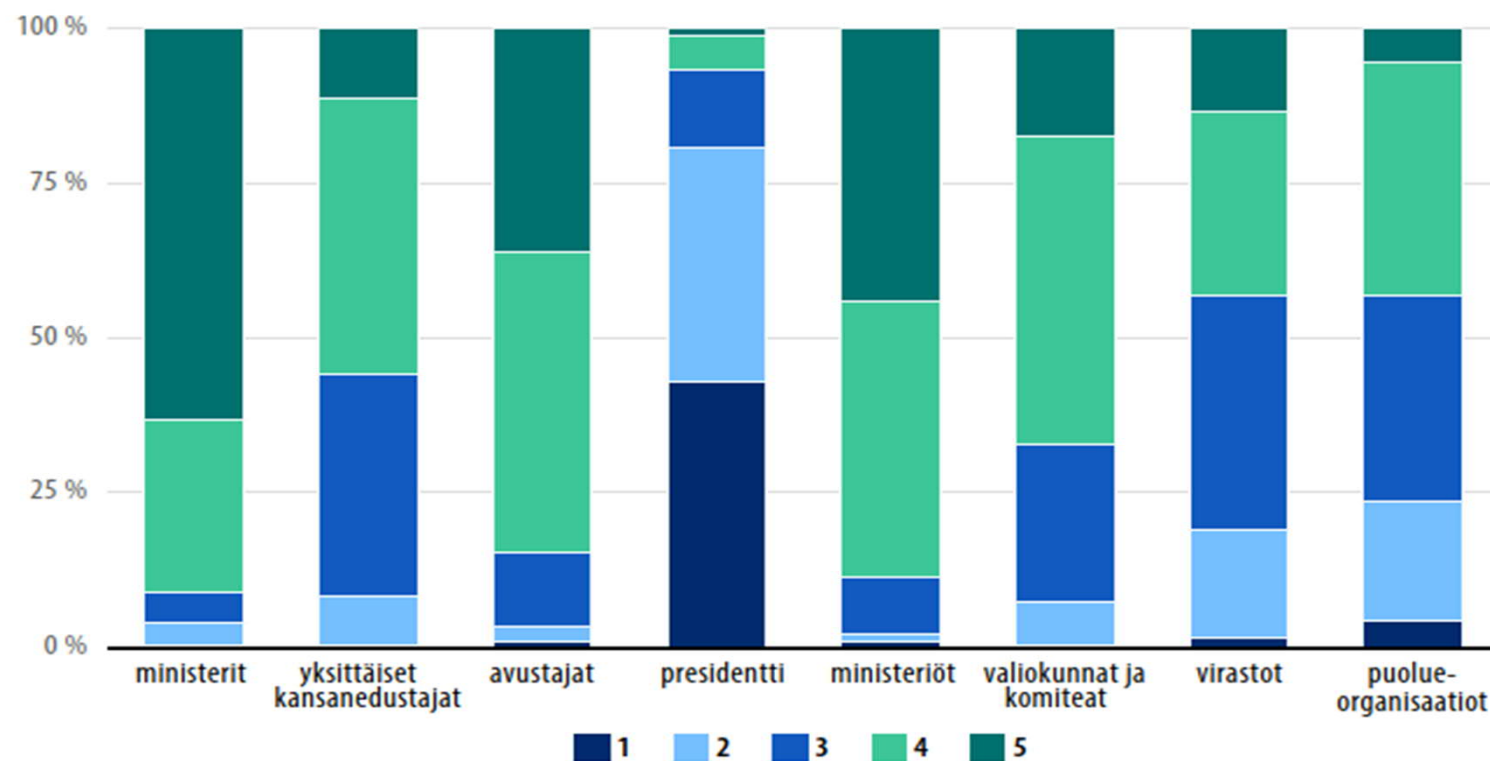
Ministerit ja ministeriöt tärkeimpiä lobbauskohteita

- Tärkeimmät vaikuttamisvaiheet valmisteluvaihe ja hallitusneuvottelut.
- Työryhmäjäsensyys selvästi tärkein vaikuttamiskeino, lobbarit korostivat myös epävirallisen tiedonvaihdon merkitystä.
- Tärkeimmät kohteet ministerit, ministeriöt ja ministerien (erityis)avustajat.
- Poliitikot ja näiden avustajat ovat myös säännöllisimmän lobbauksen kohteena.

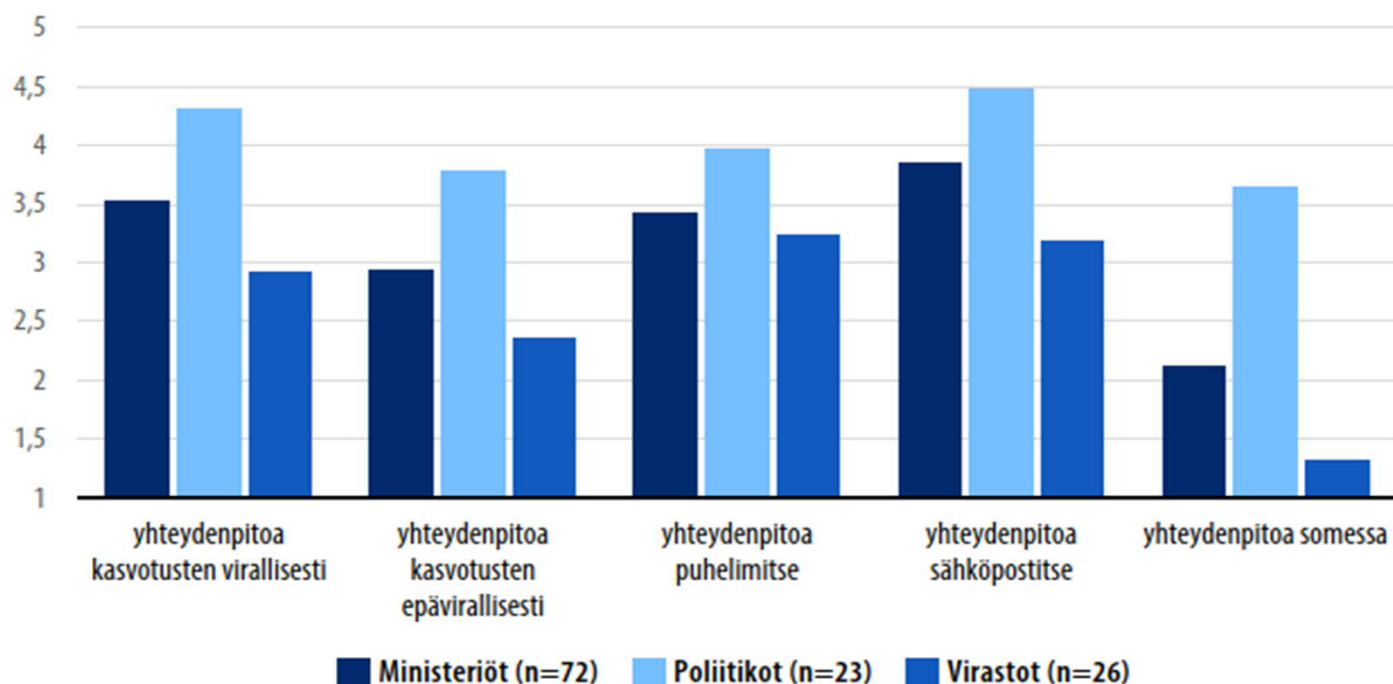
Taulukko 15. Eri vaikuttamiskeinojen tärkeys lobbareiden ja lobbauksen kohteiden mukaan; kaikkien vastaajien keskiarvot, lobbareiden tärkeysjärjestyksessä. Lobbarit n = 177, kohteet n = 127.

Vaikuttamiskeinot lobbareiden tärkeysjärjestyksessä	Lobbarit	Kohteet
työryhmäjäsensyys	4,46	4,18
epävirallinen tiedonvaihto	4,13	3,81
lausunnot valmisteluvaiheessa	4,07	3,98
viralliset tapaamiset	4,00	3,85
viralliset kuulemiset	3,58	3,69
valiokuntalausunnot	3,56	3,94
lobbaavan organisaation tekemät tai teettämät raportit	3,55	3,32
päättäjien kutsuminen tilaisuuksiin	3,44	3,32
kampanjat somessa	3,19	3,12
julkiset tilaisuudet	3,14	3,29
kampanjat perinteisessä mediassa	2,97	3,09

Kuva 18. Lobbauksen kohteiden tärkeys lobbareille, prosenttijakauma (1 = ei lainkaan tärkeä; 5 = erittäin tärkeä) (n=177).



Kuva 8. Ministeriön virkamiesten, poliitikkojen ja valtionviraston työntekijöiden yhteydenpito lobbareiden kanssa eri tavoin (1 = ei koskaan, 2 = kerran vuodessa tai harvemmin, 3 = muutaman kerran vuodessa, 4 = muutaman kerran kuukaudessa, 5 = viikoittain).



Yhteenveto: Lobbauksen keinot, kanavat ja resurssit

Mika Skippari, Jyväskylän yliopisto



TK 1: Ketä lobataan, ketkä lobbaavat?

- ▶ Poliitikot (ministerit ja kansanedustajat) kohtaavat määrällisesti enemmän lobbausta kuin ministeriöt ja virastot. Poliitikkoja lobbaavat erityisesti kansalaiset ja elinkeinoelämä.
- ▶ Kuitenkin tärkeimmiksi lobbauksen kohteiksi erottautuvat ministerit, ministerien ja kansanedustajien avustajakunta sekä ministeriöiden keskeiset viranhaltijat.
- ▶ Keskeisimpiä lobbareita ovat institutionaaliset järjestöt ja elinkeinoelämän keskusjärjestöt sekä elinkeinoelämän toimialajärjestöt.
- ▶ Ammattiliitot ovat valiokunnissa keskeisiä lobbareita, mutta kyselyn mukaan niiden rooli ei nouse merkittäväksi.
- ▶ Lobbauksen kohteiden tärkeys on kontekstisidonnaista: tärkeä on lobata kunkin prosessin kannalta keskeisiä päättäjiä.
- ▶ Tärkeitä lobbauksen kohteita ovat myös tulevat päättäjät, joihin on tärkeä luoda suhteet jo ennen kuin he nousevat merkittäviin asemiin.

TK 2: Keskeiset vaikutuskanavat ja keinot

- ▶ Lobbauksista tapahtuu kaikissa kanavissa (epävirallinen, virallinen, julkinen, ei-julkinen, tausta) ja kaikki kanavat ovat tärkeitä, mutta kanavilla on erilaiset roolit
 - ▶ Esim. ei-julkista epävirallista vaikuttamista käytetään tiedonsaantiin ja luottamuksellisten suhteiden luontiin
- ▶ Epävirallisten kanavien merkitys on suuri
 - ▶ Korostuu esim. konsulttilobbareilla
 - ▶ Yhteys lobbauksen onnistumiseen
- ▶ Lobbaamisessa tärkeää on pitkäjänteisyys ja luottamuksellisen suhteen syntyminen toimijoiden välille, mikä näyttäisi edellyttävän jossain määrin epävirallista ja ei-julkista vuorovaikutusta.

TK 3: Lobbauksen ajoittuminen

- ▶ Lobbauksia harjoitetaan kaikissa päätöksentekoprosessin vaiheissa, mutta tärkeintä on pystyä vaikuttamaan prosessin varhaiseen valmisteluvaiheeseen.
- ▶ Lobbauks on jatkumo - tiettyyn päätöksentekoprosessiin kohdistumista voi olla vaikea erotella (milloin alkanut ja milloin päättynyt)
 - ▶ Usein lobbauks alkaa ennen varsinaisen prosessin alkamista tai voi kohdistua asian nostamiseen agendalle (epävirallista, julkista -> mediahuomio; epävirallista, ei-julkista -> hallitusohjelmaan vaikuttaminen puolueiden vaaliohjelmien kautta).
- ▶ Lobbauksprosessit pidempiä kuin usein ajatellaan, varsinkin jos ottaa valmistelun huomioon (lobbaustahojen kantojen muodostus, lobbaukskoalition muodostaminen -> usein päättäjille näkymätön osa lobbauksista)

TK 4: Lobbauksen resurssointi ja vaikuttavuus

- ▶ Käytettyjen resurssien kirjo erittäin suuri
- ▶ Konsulttilobbareiden käyttö vielä suhteellisen vähäistä
 - ▶ Ovat mukana taustalla neuvonantajina, toisin kuin EU:ssa jossa aktiivisia toimijoita
- ▶ Keskeisiä resursseja ovat lobbarin henkilökohtaiseen osaamiseen liittyvät tekijät (kuten asiantuntijuus, relevanttien päättäjien identifiointi) sekä organisaation status ja maine.
- ▶ Resursseilla on yhteys lobbauksen vaikuttavuuteen.
- ▶ Vaikuttavuuden kannalta oleellista on pääsy sisäpiiriin (luoda suorat, erityisesti epäviralliset kontaktit keskeisiin päätöksentekijöihin ja päätöksentekoprosesseihin)
- ▶ Resurssien ja vaikuttavuuden arviointi on vaikeaa (jopa lobbareille itselleen) – lobbarirekisteristä voisi olla tässä suhteessa hyötyä

TK 5: Lobbauks ja avoimuus

- ▶ Lobbauksesta saatavilla oleva virallinen julkaistu tieto on määrällisesti runsasta, mutta vielä varsin rajallista ja hankalasti hyödynnettävää.
 - ▶ lobbauksen lainsäädännöllinen jalanjälki ei ole olematon (vrt. Niinimäki 2019), mutta siinä on paljon parannettavaa.
- ▶ Lobbauksen tausta-alueella keskeistä on lobbareiden ja päätöksentekijöiden välinen luottamus
 - ▶ Luottamukselliset välit mahdollistavat avoimen keskustelun toimijoiden välillä, mutta saattavat toisaalta asettaa kansalaisten luottamuksen koetukselle.
- ▶ Avoimuus- ja läpinäkyvyysvaatimusten kasvaminen vaatii tasapainoilua
 - ▶ Avoimuus ja läpinäkyvyys voivat luoda kansalaisille mahdollisuuksia paremmin valvoa valtaapitäviä ja parhaassa tapauksessa osallistua päätöksentekoon.
 - ▶ Samalla on syytä pohtia, miten käy toimijoiden väliselle luottamukselle.
 - ▶ Keskeistä on määrittää, mitä avoimuuden ja läpinäkyvyyden lisäämisellä kulloinkin tavoitellaan ja onko toivottu lopputulos tällä tavoin saavutettavissa.

KIITOS!

KYSYMYKSIÄ, KOMMENTTAJA?

HANKKEEN LOPPURAPORTTI:

Hirvola, A., Mikkonen, S., Skippari, M. ja Tiensuu, P. 2021. Kohti avoimempaa lobbausta: Lobbauksen nykytila Suomessa valtiollisella tasolla. Oikeusministeriön julkaisuja, Selvityksiä ja ohjeita 2021:6.

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-876-9>