

# POLKOM

Senter for studier av politisk kommunikasjon

## Arendals-undersøkelsen 2018

### Dagsorden og innflytelse på Norges største demokratifestival

KETIL RAKNES,  
Høyskolen Kristiania/UiO

DAG WOLLEBÆK,  
Institutt for samfunnsforskning

HÅVARD LUNDBERG  
Partner, Analyse & Tal



UiO : **Universitetet i Oslo**

## Arendalsundersøkelsen 2018 – Sammendrag

Arendalsundersøkelsen 2018 er en oppfølging av tilsvarende undersøkelse i 2017. 2018-undersøkelsen følger opp en rekke av spørsmålene fra 2017, men i tillegg har vi lagt til en del nye spørsmål. Svarprosenten var noe lavere i 2018 enn i 2017, men fordelingen mellom ulike organisasjonstyper er omtrent den samme på begge tidspunkt.

Hovedfunnet i 2017-undersøkelsen var at «deltakelse teller, ressurser avgjør». Med det mente vi at selv om Arendalsuka er åpen for alle aktører er hovedtendensen at de mest ressurssterke aktørene har en helt dominerende posisjon under arrangementet. Jo mer penger du bruker på Arendalsuka og jo flere politisk ansatte du har, desto bedre lykkes du.

2018-undersøkelsen bekrefter at dette bildet stemmer. Det er små endringer når vi ser på de spørsmålene som ble stilt både i 2017 og 2018. Hovedmotivasjonen for å delta under Arendalsuka er å bygge nettverk med politikere og pengebruk og antallet politisk ansatte påvirker i hvilken grad en lykkes med dette.

I 2018-undersøkelsen utvider vi ressursperspektivet ved også å se på hvor mange arrangementer de ulike organisasjonene har og hvilke arenaer de bruker for å oppnå kontakt med politikere. Bildet her utfyller det vi har funnet ellers. Arendalsuka preges av noen «superdeltakere» som har svært mange arrangementer som trekker mye publikum. Det samme gjelder politikerkontakten. Her er det yrkes- og næringsorganisasjonene som fremstår som «superlobbyistene» og dominerer både den formelle og den uformelle kontakten med politikere.

I 2017-rapporten skisserte vi en mulig Matteuseffekt da vi påpekte at jo mer ressurser du hadde desto bedre lykkes du under Arendalsuka. I 2018 rapporten har vi utviklet en modell hvor vi prøver å teste hvorvidt Arendalsuka reduserer ulikheten mellom norske organisasjoner. Modellen viser at Arendalsuka gjør lite til eller i fra for å endre bildet av Matteuseffekten innenfor lobbyfeltet, men reproducerer ulikheter i mønstre for lobbyvirksomhet resten av året. De som har allerede har mye får i overflod også under Arendalsuka.

Et av de nye spørsmålene vi inkluderer i årets undersøkelse er hvorvidt de temaene man tar opp under Arendalsuka er de samme som folk flest i Norge er opptatt av. For å få svar på dette har vi sammenliknet de sakene organisasjonene under Arendalsuka prioriterer med de sakene norske velgere prioriterte under stortingsvalgkampen i 2017. Sammenlikningen viser mange likheter, men spesielt innvandring og skatter og avgifter er temaer som er underrepresentert i programmet på Arendalsuka.

I tillegg til surveyanalysene har vi i 2018-rapporten gjort analyser av Arendalsukas program i samarbeid med det danske analysefirmaet Analyse & Tal. Her har vi sett både på kjønnsfordeling og temaer. Den totale kjønnsfordelingen viser at det er omtrent 10 prosent flere mannlige enn kvinnelige paneldeltakere på arrangementene under Arendalsuka. Når vi ser på hvilke temaer de deltar på er det et tydelig mønster. Kvinner er sterkt underrepresentert når man diskuterer temaer knyttet til næringsliv, økonomi og infrastruktur, mens de er overrepresentert på temaer som inkludering/likestilling, helse og kultur.

2018-undersøkelsen bekrefter at lobbyisme er en selvforsterkende aktivitet. Fra 2017 er det en signifikant økning i andelen som sier de vil komme tilbake i 2019. Det er også fortsatt langt flere organisasjoner som sier de vil bruke mer enn mindre penger i 2019. Det kan tyde på at Arendalsuka enda ikke har nådd toppunktet både når det gjelder antallet deltakere, arrangementer og pengebruk.

Til slutt gir vi en kortfattet oversikt over på hvilke spørsmål det har skjedd signifikante endringer mellom 2017 og 2018. Kontakten med medieaktører og omfanget av medieoppslag har gått noe ned og det er noen indikasjoner på at Arendalsuka var en noe mindre viktig arena for lobbyvirksomhet i 2018 enn i 2017. Framtidige undersøkelser vil kunne vise om dette er en trend eller om det skyldes at det var valg i 2017 og ikke 2018.

## Bakgrunn

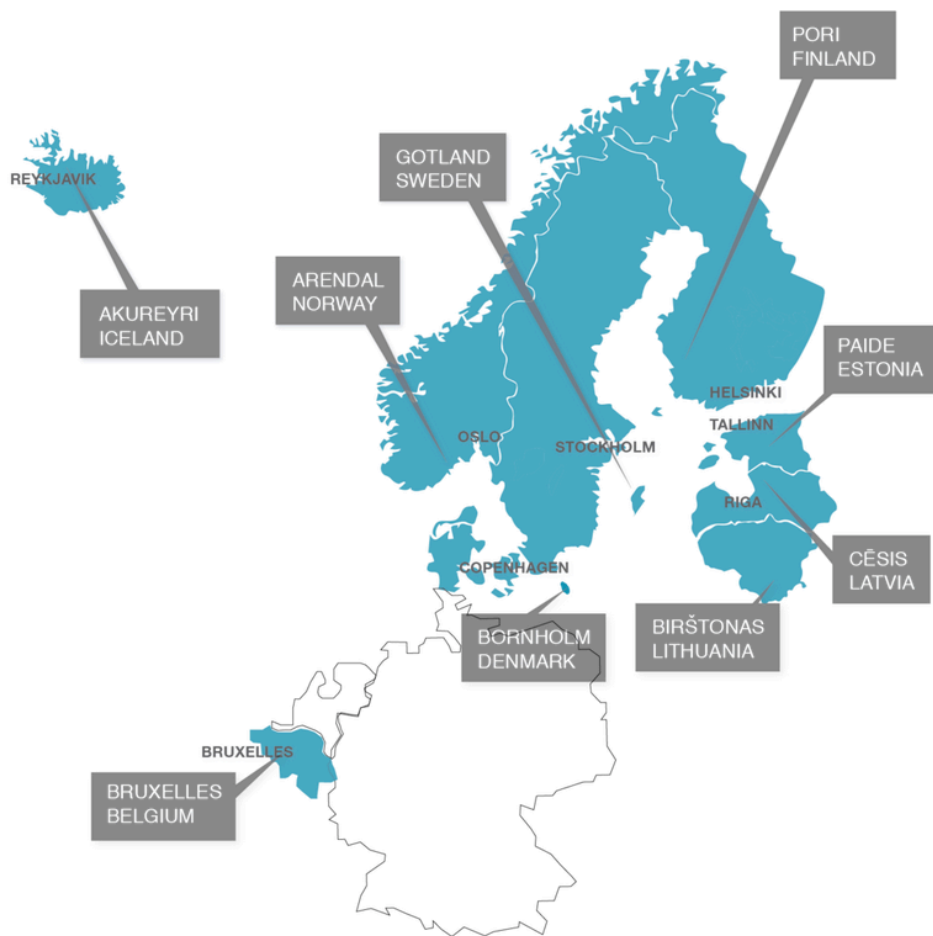
Arendalsuka er en del av en voksende internasjonal trend der stadig flere nordeuropeiske land etablerer såkalte demokratifestivaler. Sverige var tidligst ute. Almedalsveckan oppsto som resultat av en tale Olof Palme holdt i 1968, men det var først i 1981 at arrangementet inkluderte deltakere fra alle de politiske partiene i Sverige. Etterhvert har fenomenet spredt seg til alle de nordiske landene. Suomiarena i Finland kom i 2006, Folkemødet i Danmark i 2011, Arendalsuka i 2012 og LYSA-festivalen på Island i 2015. Inspirert av de nordiske landene har alle de baltiske landene etablert festivaler de siste årene og fra 2019 har også Belgia sin egen demokratifestival.

Arendalsuka er i dag en del av International Democracy Festivals Association, som har åtte medlemmer. Selv om den historiske opprinnelsen og størrelsen på de ulike festivalene varierer har de alle en felles ide om å fungere som «plattform for demokratisk dialog mellom sivilsamfunnet, politikere, næringsliv, mediene, universitetene og folk flest.»<sup>1</sup> Visjonen er å «revitalisere demokratiet gjennom å styrke båndene mellom det politiske systemet og borgerne og å skape arenaer for dialog og deltakelse». Kravet for å bli med i International Democracy Festivals Association er at festivalen er landsdekkende, at den jobber for deltakende demokrati og samfunnsnytte, at deltakelse er gratis, at festivalen er åpen for alle og at den har uformell atmosfære og fokuserer på deltakelse og dialog.

Til tross for at demokratifestivaler som Arendalsuka er store nasjonale begivenheter hvor store deler av det nasjonale organisasjonslivet er samlet på ett sted finnes det knapt forskning på dette voksende fenomenet. Demokratifestivaler er et interessant laboratorium for forskning på demokratiets rammevilkår siden de fleste organisasjonene som ønsker å ha innflytelse over samfunnsutviklingen er samlet på ett sted. Det er bakgrunnen for at Senter for studier av politisk kommunikasjon (POLKOM) våren 2017 tok initiativ til et forskningssamarbeid med Arendalsuka. POLKOM har inngått et flerårig samarbeid med Arendalsuka og målet er å initiere flere forskningsprosjekter som belyser ulike sider ved arrangementet. Så langt er det gjennomført to kvantitative undersøkelser i etterkant av Arendalsuka i 2017 og 2018. I 2019 vil dette materialet bli supplert med 60-80 kvalitative intervjuer av tilfeldig valgte deltakere under Arendalsuka. Den kvantitative undersøkelsen for Arendalsuka i 2019 vil bli samkjørt med en liknende undersøkelse fra det danske Folkemødet på Bornholm slik at man kan sammenlikne de to festivalene.

---

<sup>1</sup> Se <https://democracyfestivals.org>



### Datagrunnlag og metode

I etterkant av Arendalsuka 2017 og 2018 ble det sendt ut en kvantitativ spørreundersøkelse. 2017-undersøkelsen ble besvart 212 av 450 respondenter som gir en svarprosent på 47 prosent. 2018-undersøkelsen ble besvart av 214 av 573 respondenter som gir en svarprosent på 37 prosent. Den lavere svarprosenten kan ha sammenheng med at 2018-undersøkelsen ble sendt ut en stund etter arrangementet (i mars 2019). I denne rapporten gjengir vi tall fra begge disse undersøkelsene. Vi har konsentrert oss om de spørsmålene som tilfører ny kunnskap utover rapporten vi skrev i 2017. Alle data og tabeller fra 2018-undersøkelsen er tilgjengelig i appendikset.

Analysene av Arendalsukas program der vi ser på tema og kjønnsfordeling er gjort av det danske analysefirmaet Analyse & Tal.<sup>2</sup> Innholdsanalysene av arrangementene under Arendalsuka er basert på det offisielle festivalprogrammet. Programdata ble innhentet ved å automatisk innhente all informasjon om hvert arrangement ved hjelp av web-scraping. Dette er en vanlig metode innenfor datamining, som brukes for å innhente data som ikke er tilgjengelig i strukturerte format som tabeller eller databaser. Analyse & Tal utviklet et skreddersydd program for Arendalsukas nettsider og alle analyser som er presentert i denne

---

<sup>2</sup> Se <http://www.ogtal.dk>

rapporten er basert på data som ble innhentet 18. august 2018. Totalt inngår 1097 arrangement i dette datagrunnlaget.

Programdataene som er innhentet representerer en rik og unik kilde til å bedre forstå utviklingen av demokratifestivalen over tid. Hvert arrangement inneholder informasjon om arrangøren(e), en kort beskrivelse av arrangementet, oversikt over hvilke personer (og deres organisasjonstilhørighet) som deltar, samt hvilke tema arrangementet omhandler. Andre metadata som tidspunkt, sted, geografisk plassering, språk, arrangementstype, universal utforming, miljøprofil og sidevisninger er også tilgjengelig.

Temaanalysen som presenteres i denne rapporten er basert på arrangørenes egen kategorisering av deres arrangement, basert på Arendalsukas forhåndsdefinerte kategorier. I 2018 var det mulig å kategorisere et arrangement innenfor 19 forskjellige kategorier. Analysene som er presentert her har kun sett på et arrangements hovedkategori, og ikke potensielle underkategorier.

Kjønnsanalysen er basert på informasjon om hvem som deltar på de ulike arrangementene, enten som foredragsholdere, paneldeltakere, ordstyrere eller artister for å nevne noen muligheter. Av de 1097 arrangementene var det 252, eller 23 prosent, som ikke har oppgitt deltakere. Disse arrangementene er derfor ekskludert fra analysen. Alle unike fornavn prosesseres så gjennom en navnegjenkjenning algoritme, som er trent på data fra sosiale medier på tvers av 79 land og 89 forskjellige språk. Hvert fornavn får tildelt en binær kjønnsrepresentasjon (mann/kvinne) med en beregnet sannsynlighet for korrekt klassifisering. Dersom navnet ikke gjenkjennes blir det klassifisert som ukjent. Fordi vårt datagrunnlag inneholder mange særnorske navn, har vi også implementert et trinn to som er basert på SSBs navnestatistikk.<sup>3</sup> Alle fornavn med en sannsynlighet for korrekt klassifisering på 80 prosent eller mer fra trinn 1 godkjennes automatisk. Deretter prosesseres alle de ukjente navnene (ofte dobbeltnavn) og navn med en sannsynlighet for korrekt klassifisering på under 80 prosent gjennom en sammenligning av SSBs navnestatistikk for kvinner og menn. Til slutt har vi gjennomført en manuell sjekk av de resterende ukjente navnene og klassifisert disse binært så langt det har latt seg gjøre. Ved hjelp av disse tre trinnene har vi klart å redusere den ukjente andelen av navn fra 10 til 2 prosent. Til tross for dette er det selvfølgelig mange svakheter ved denne metoden, da personer blir tildelt et kjønn kun basert på deres fornavn og mangel på ikke-binære kjønnsidentiteter. I fraværet av selvidentifisering av kjønnsidentitet er dette likevel en av de best tilgjengelige metodene for å utlede kjønnsrepresentasjon basert på navn fra store datasett.<sup>4</sup>

### **De viktigste spørsmålene vi besvarer i årets rapport er**

1. Hvem er det som deltar under Arendalsuka og hva er de viktigste resultatene organisasjonene oppnår ved å delta?
2. Hvilke arenaer er det politikerkontakten foregår på og hvordan påvirker ressurser i hvilken grad man oppnår kontakt?

---

<sup>3</sup> Se <https://www.ssb.no/navn>

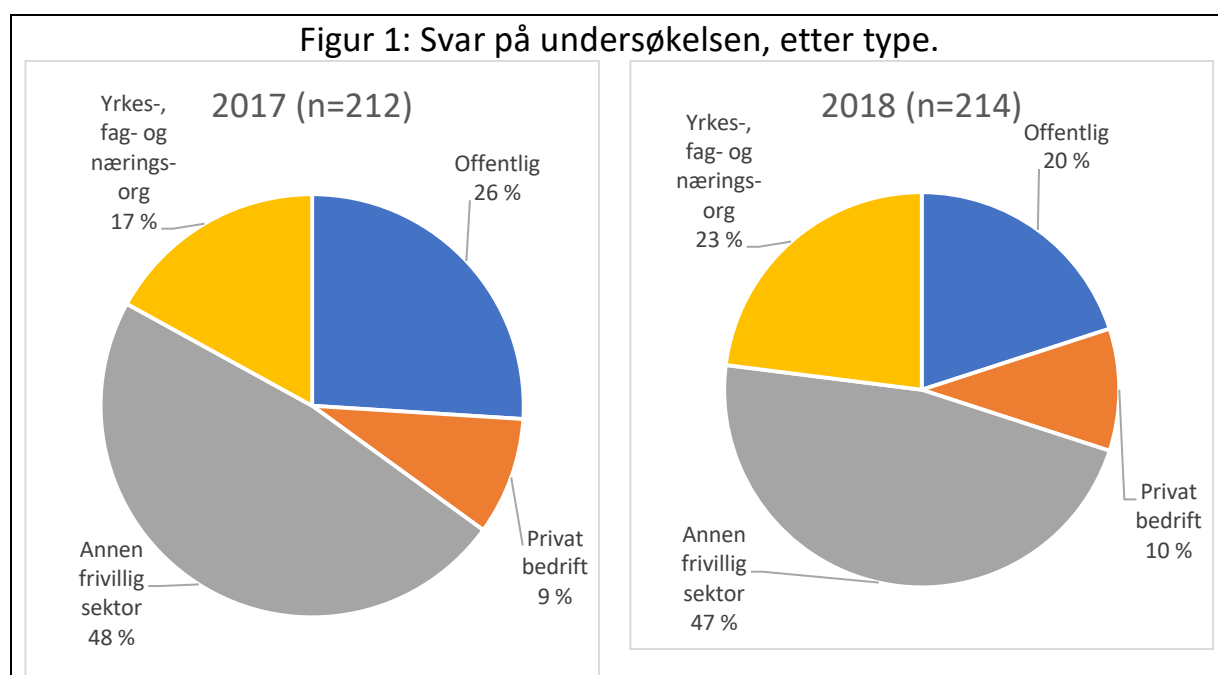
<sup>4</sup> <https://peerj.com/articles/cs-156.pdf>

3. Er det andre aktører som driver aktiv lobbyvirksomhet på Arendalsuka enn resten av året, eller er det de samme aktørene som dominerer?
4. Diskuteres de temaene folk flest i Norge er opptatt av under Arendalsuka?
5. Hvordan er kjønnsfordelingen under Arendalsuka og er det forskjeller på hvilke temaer menn og kvinner diskuterer?
6. Hvilke andre endringer ser vi når vi sammenlikner undersøkelsene fra 2017 og 2018?

### 1. Hvem deltar og hva får de ut av det?

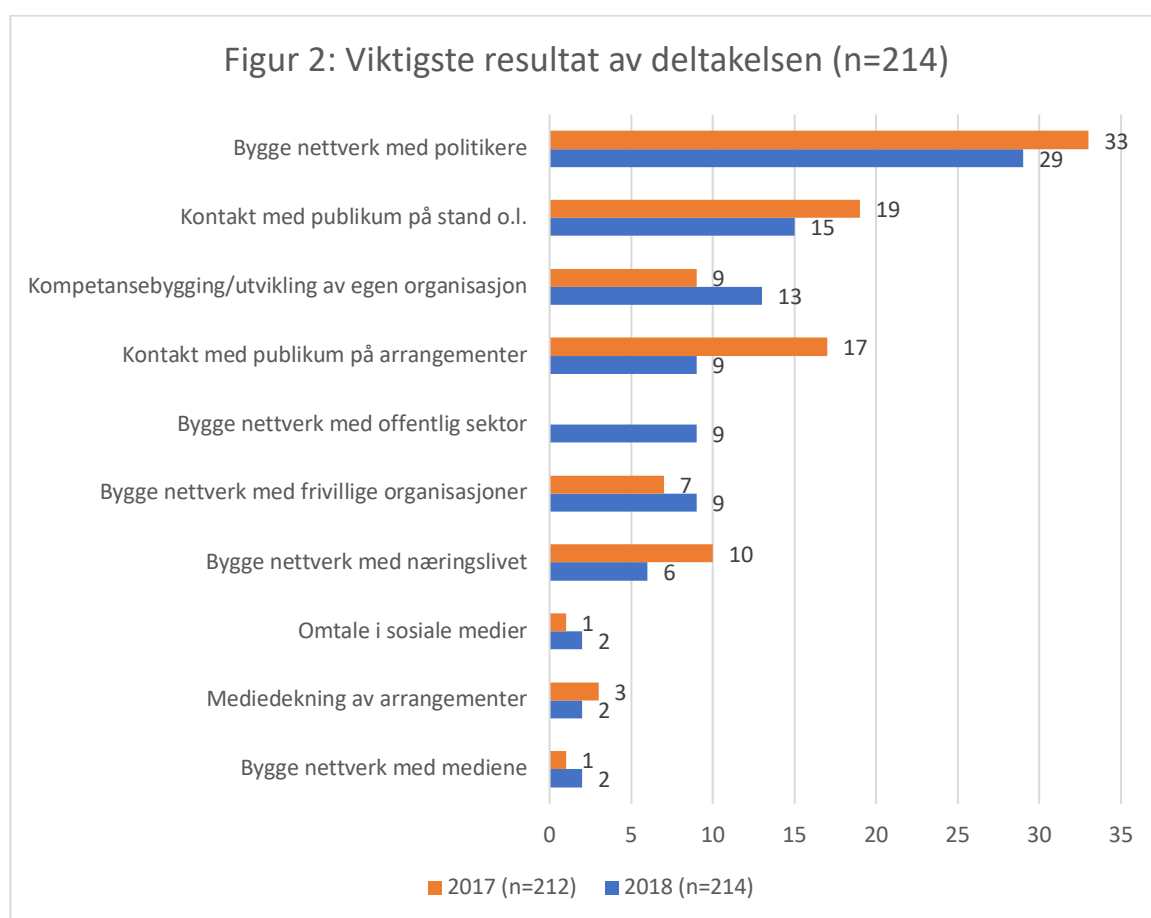
Organisasjonslivet i Norge er usedvanlig rikt og alle kategorier er representert på Arendalsuka. Vi har valgt å dele organisasjonene i fire grupper: offentlige virksomheter, private bedrifter, yrkes- og næringsorganisasjoner og andre frivillige organisasjoner. Offentlige virksomheter omfatter alle typer offentlig forvaltning som kommuner, direktorater og departementer. I denne kategorien finner vi også en rekke utdannings- og forskningsinstitusjoner og statseide bedrifter. Private bedrifter er organisasjoner som har som formål å generere profitt. I denne kategorien finner vi blant annet mediebedrifter, PR-byråer og større private selskaper. I kategorien yrkes- og næringsorganisasjonene finner vi både fagforeninger og organisasjoner for arbeidsgivere. I kategorien annen frivillig sektor finner vi en rekke organisasjoner som har et ideelt formål som Røde Kors og Kirkens Nødhjelp, men ulike rettighetsorganisasjoner for f.eks. ulike pasientgrupper eller andre utsatte grupper inngår også i denne kategorien.

Figuren viser fordelingen av organisasjonstypene som svarte på undersøkelsen i 2017 og 2018. Som vi ser er bildet ganske likt som i 2017. De frivillige organisasjonene utgjør rundt 50 prosent av deltakerorganisasjonene, mens private bedrifter utgjør rundt 10 prosent. Vi ser også at yrkes- og næringsorganisasjonene og offentlig sektor utgjør omtrent jevnstore blokker på rundt 20 prosent hver.



Undersøkelsen vi gjorde før Arendalsuka i 2017 viste at 90 prosent av organisasjonene mente at det å bygge nettverk med politikere var en svært eller ganske viktig motivasjon for å delta. For 50 prosent var det den aller viktigste grunnen til å delta. I undersøkelsen for 2018 så vi på resultatene som ble oppnådd og sammenlikner her svarene med tilsvarende spørsmål i 2017 (figur 2). Organisasjonene oppnår sammensatte resultater på Arendalsuka, men når vi ber dem om å prioritere hva som er viktigst er det fortsatt nettverksbyggingen med politikere som skiller seg ut som det viktigste målet. Resultatene fra 2018 og 2017 er ikke direkte sammenlignbare siden vi har lagt til en ny kategori (nettverksbygging med offentlig sektor), men det er en svak tendens til at publikumskontakten har blitt mindre viktig for organisasjonene. Det bør her nevnes at når organisasjonene får mulighet til å vurdere om de har oppnådd hvert resultat i svært eller ganske stor grad uten å velge ut det aller viktigste, er det mange som også framhever andre resultater. Særlig gjelder dette kontakt med publikum og kompetansebygging og utvikling av egen organisasjon (se figur 13 i appendiks). Disse er likevel altså sekundære til politikerkontakt når man må prioritere det aller viktigste.

Som i 2017 er det forskjeller mellom organisasjoner med ulikt ressursgrunnlag. Blant de med budsjett over 100.000 for deltakelsen oppgir 67 prosent at de i svært eller ganske stor grad oppnådde å bygge nettverk med politikere. Tilsvarende andel i kategorien med budsjett under 15.000 var 29 prosent. Tilsvarende oppnådde 60 prosent av de med to eller flere årsverk i politisk virksomhet slik nettverksbygging, mot 27 prosent av de uten ansatte.

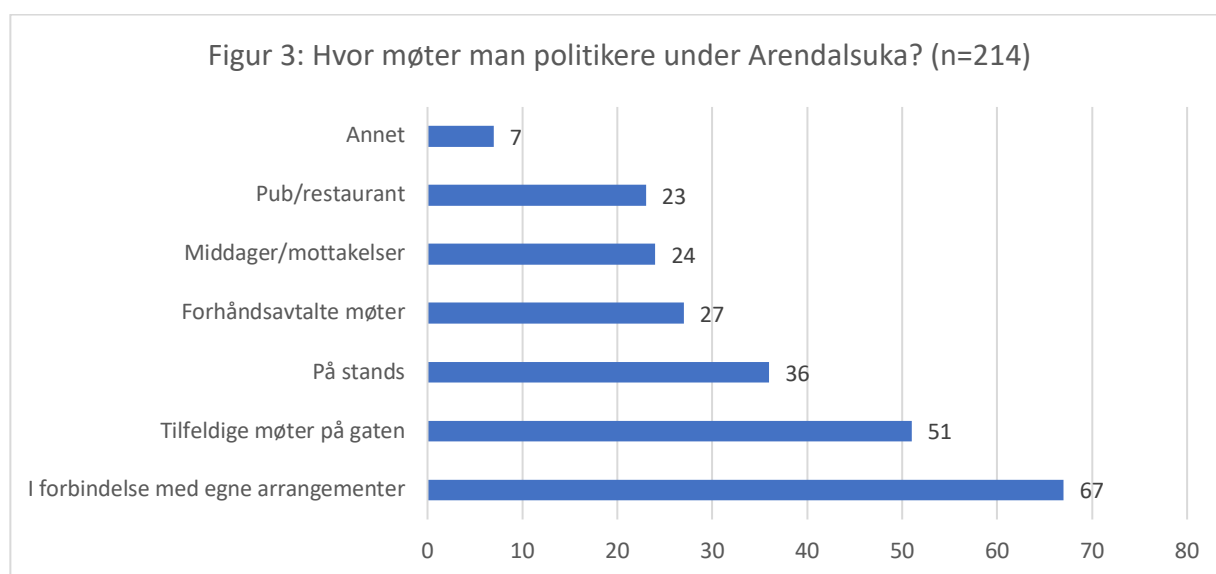




## 2. Hvilke arenaer er det politikerkontakten foregår på og hvordan påvirker ressurser i hvilken grad man oppnår kontakt?

2018-undersøkelsen bekrefter altså at nettverksbygging med politikere er det viktigste resultatet organisasjonene oppnår ved å delta under Arendalsuka. Dette bildet stemmer også godt overens med en liknende undersøkelse som ble gjort av det danske Folkemødet i 2018. Her konkludere forskerne med at nettverksbygging mot politikere var det organisasjonene prioriterte høyest. Av de danske organisasjonene svarte 72 prosent at å «få frem budskap til beslutningstakere» var avgjørende eller svært viktig for deltakelsen. En av organisasjonene som deltok i undersøkelsen forklarte det slik: «*Vår egen interne strategi opererer på partinivå hvor det er særlig noen partier vi vil snakke med. Men det er også noen sentrale politikere som sitter i relevante utvalg eller posisjoner som vi også gjerne vil snakke med [oversatt].*»<sup>5</sup>

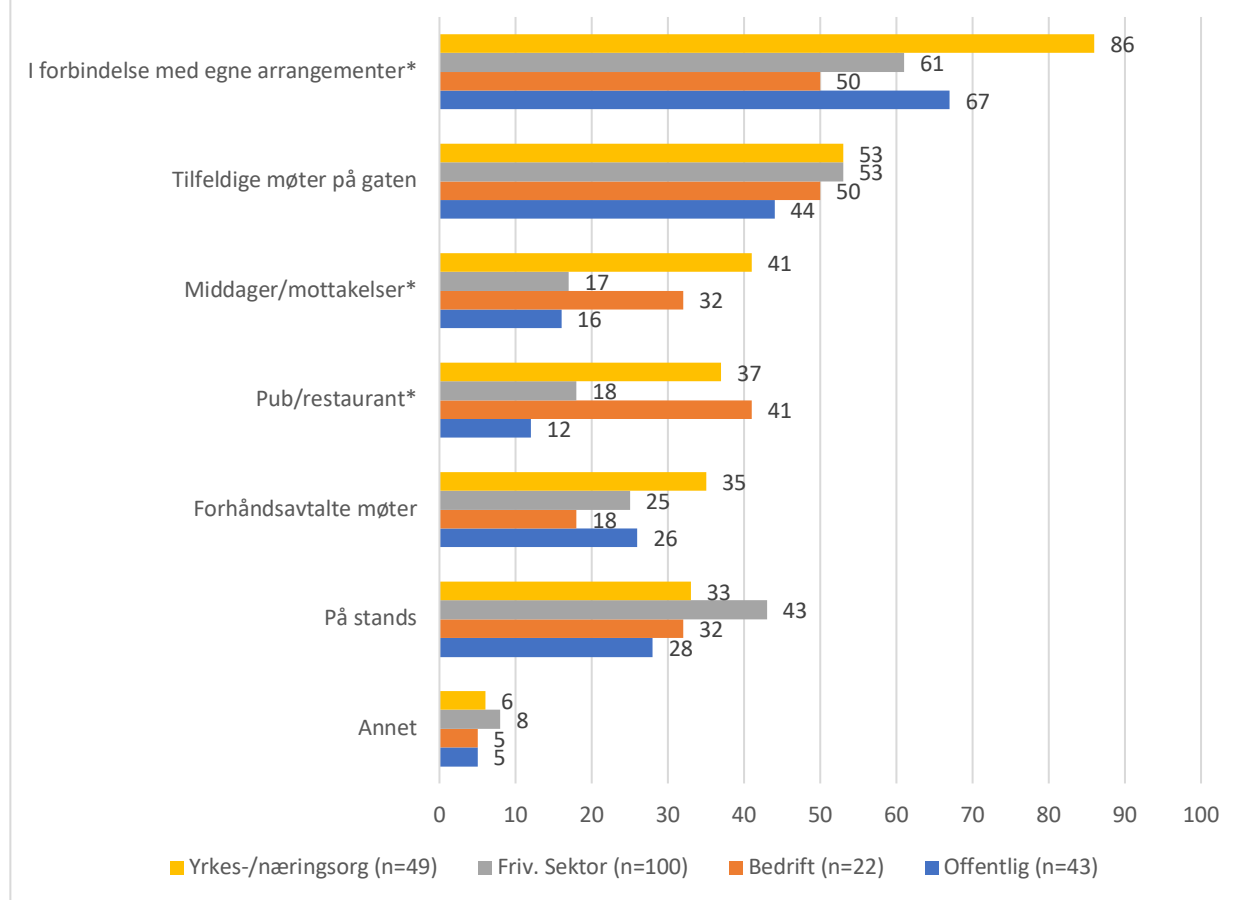
Men hvor er det nettverksbyggingen med politikerne foregår og hvem er det som lykkes best i å oppnå kontakt? I 2018-undersøkelsen la vi inn et spørsmål om på hvilke arenaer politikerkontakten foregår. Figur 3 viser at egne arrangementer er den suverent viktigste stedet for politikerkontakt under Arendalsuka. Samtidig ser vi at Arendalsuka også i stor grad er en uformell møteplass der man kan få kontakt med beslutningstakere gjennom tilfeldige møter på gaten, på middager og på puben.



Men er noen organisasjoner flinkere enn andre til å få kontakt med politikere under Arendalsuka? Figur 4 viser at yrkes- og næringsorganisasjonene dominerer både de formelle og uformelle møteplassene under Arendalsuka. Disse er også flinkere til å mingle under mottakelser, middager og på puben. Det er kun på stands at de frivillige organisasjonene utmerker seg som de som har mest politikerkontakt.

<sup>5</sup> Hele rapporten om Folkemødet fra CBS Center for Civilsamfundsstudier finnes her. <https://civilsamfundet.org/blog/2019/2/20/ny-forskningsrapport-om-civil-interessevaretagelse-ved-folkemødet-p-bornholm>

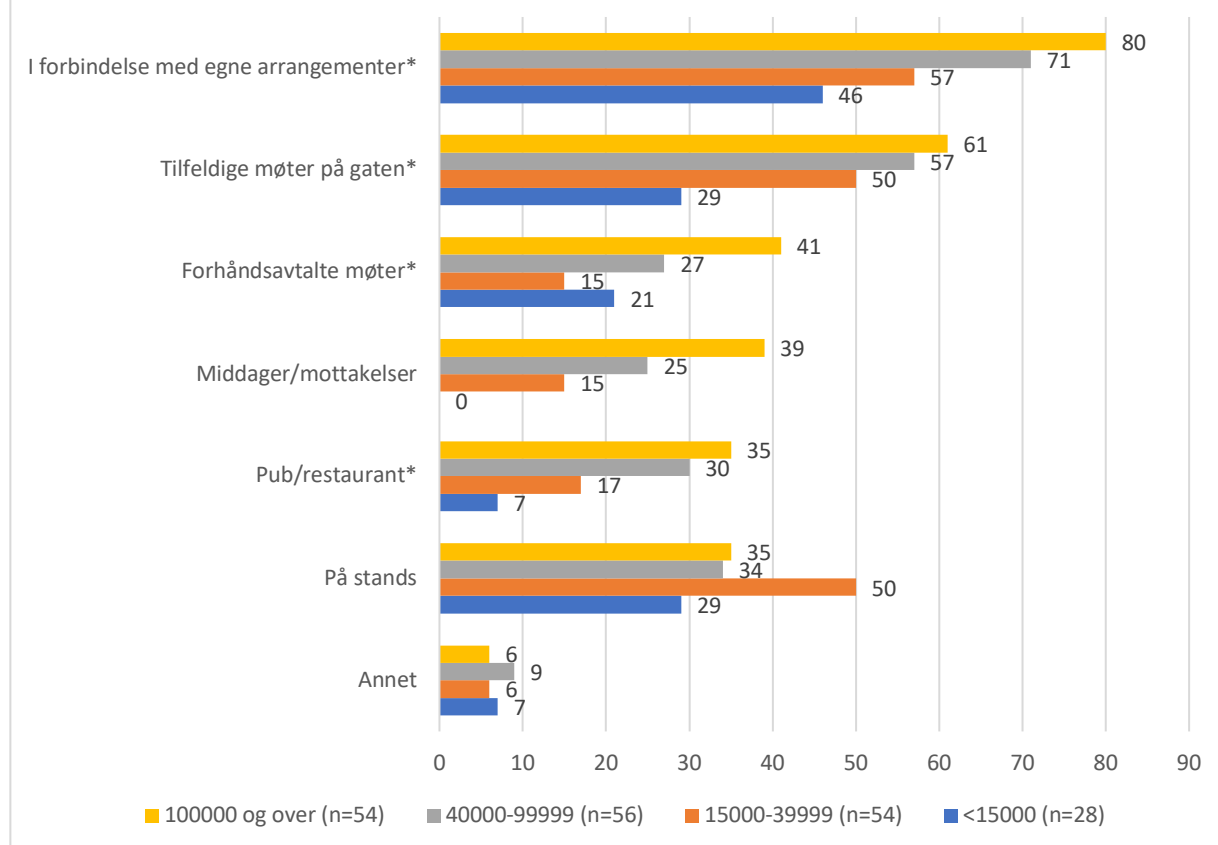
Figur 4: Hvem treffer politikere på ulike arenaer?



\* Forskjellene er signifikante på 95%-nivået.

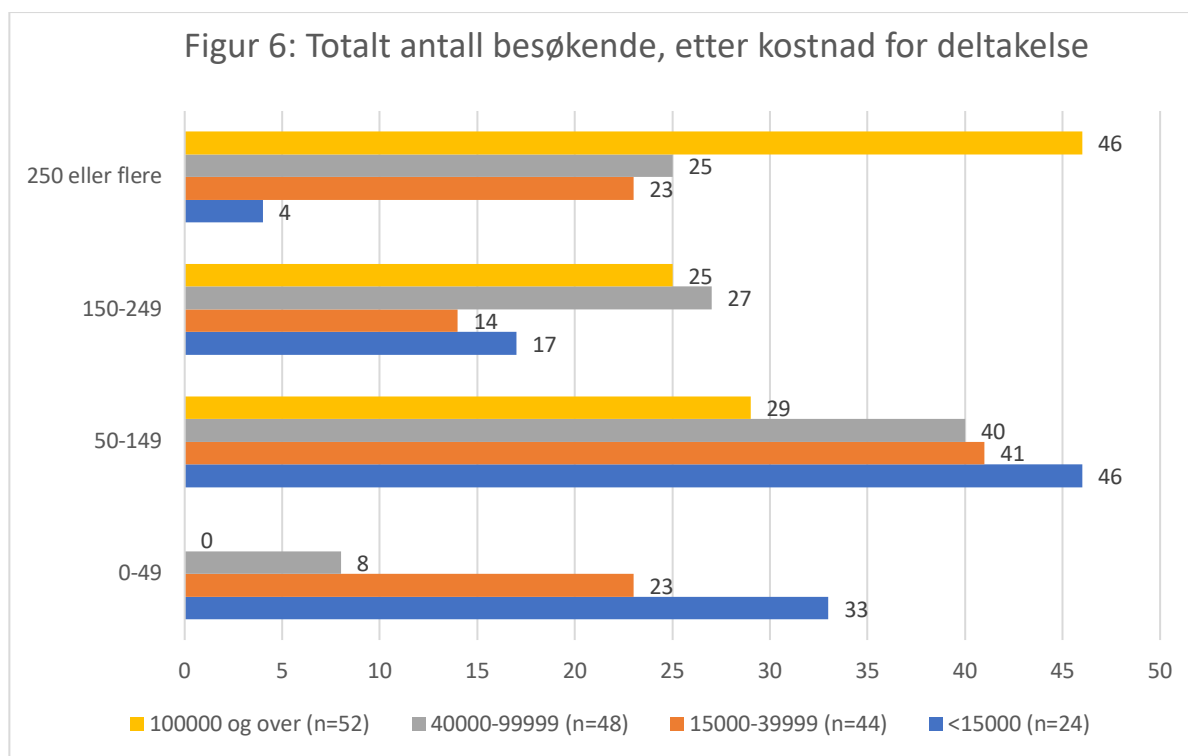
Bildet av at de ressurssterke dominerer politikerkontakten styrkes når vi ser kontakten på bakgrunn av hvor mye penger man har brukt på Arendalsuka. Figur 5 viser at pengesterke organisasjoner møter politikere mer på alle arenaer, unntatt stands. Tendensen er at jo mer penger du har brukt på Arendalsuka jo hyppigere er politikerkontakten. Vi ser at det er særlig sterk forskjell på mottakelser og middager. Det er ikke så overraskende siden det å arrangere en mottakelse eller invitere til en bedre middag stort sett er forbeholdt organisasjoner med romslige budsjetter.

Figur 5: Politikerkontakt på ulike arenaer etter pengebruk



\* Forskjellene er signifikante på 95%-nivået.

Det er ikke bare politikerkontakten som påvirkes av ressurser. I 2018 spurte vi organisasjonene om hvor mange arrangementer de hadde og hvor mange besøkende de antok var innom. Figur 6 viser at det er en klar tendens til at de med høyest budsjetter har flest besøkende. I gruppen som hadde lavest budsjett er det nesten ingen som klarer å trekke mer enn 250 deltakere.



NOTE: Forskjellene er signifikante på 95%-nivået.

### 3. Er det de samme aktørene som dominerer lobbyvirksomhet på og utenfor Arendalsuka?

I 1968 lanserte den amerikanske sosiologen Robert K. Merton begrepet «Matteuseffekten». Navnet er inspirert av en lignelse i Matteusevangeliet der man kan lese at «den som har, skal få, og det i overflod. Men den som ikke har, skal bli fratatt selv det han har.» Merton siktet opprinnelig til fenomenet der kjente vitenskapsfolk ofte ble tillagt æren for resultater som var fremskaffet av mindre kjente kolleger. I dag blir begrepet Matteuseffekten ofte brukt generelt for å beskrive selvforsterkende fenomener i samfunnsvitenskapen.

I 2017-rapporten skisserte vi en mulig Matteuseffekt da vi påpekte at jo mer ressurser du hadde desto bedre lyktes du under Arendalsuka. I lobbyforskningen kalles ofte dette perspektivet for «cumulative access» som betyr at styrke på en arena fort smitter over på andre arenaer. «Cumulative access» vil medføre at de som driver aktiv lobbyvirksomhet resten av året også dominerer på Arendalsuka. Et konkurrerende perspektiv er ressursutvekslingsperspektivet som har som utgangspunkt at ulike organisasjoner har ulike ressurser og dermed kan dominere på ulike arenaer (Binderkrantz, Christiansen, & Pedersen, 2014, 2015). Et eksempel på dette kan være at til tross for at idealistiske organisasjoner ikke har mye penger så kan de ha mye såkalte «outsiderressurser» og er flinke til å bruke aksjoner og sterke historier til å få oppmerksomhet i mediene.

For å teste disse to perspektivene opp mot hverandre har vi konstruert en regresjonsmodell der vi ser på de ulike organisasjonenes tilgang til tre ulike lobbyarenaer – byråkratiet, politikerne og mediene (tabell 1). Vi konstruerte indekser som måler lobbyvirksomhet rett

mot ulike arenaer på Arendalsuka og i året for øvrig.<sup>6</sup> Uten å gå for teknisk til verks så viser modellene at ressurser (ansatte og penger) spiller en rolle for hvor godt en gjør det overfor politikere og media (modell 1 og 2). Men den avgjørende variabelen er hvor aktive man er i lobbyvirksomhet utenfor Arendalsuka. Når dette målet legges inn i modellen (modell 3), forsvinner effekten av ressurser og det er knapt forskjeller mellom typer av organisasjoner. Dette betyr ikke at ressurser er uviktig, men at det er de ressurssterke som dominerer lobbyvirksomheten både på og utenfor Arendalsuka. Arendalsuka gjør dermed lite til eller i fra for å endre bildet av Matteuseffekten innenfor lobbyfeltet, men reproducerer ulikheter i mønstre for lobbyvirksomhet resten av året. De som har allerede har mye får i overflod også under Arendalsuka.

**Tabell 1. OLS-regresjon med lobbyaktivitet på Arendalsuka (indekser 0-100) som avhengig variabel.**

	Administrative arena			Politicians			Media arena		
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 1	Model 2	Model 3	Model 1	Model 2	Model 3
<i>Group type</i>									
Private business	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.
Identity groups	-23.19**	-22.10**	-22.57**	3.13	7.49	1.67	-2.96	.11	-2.10
Institutional	8.28	9.34	8.66	18.27*	17.95*	20.15*	6.03	7.69	3.89
Leisure	-18.83	-20.43†	-15.94	8.12	7.56	10.31	-11.80	-11.97	-12.94
Public interest	-9.14	-9.43	-8.97	8.05	8.74	6.76	-4.54	-5.14	-6.96
Business and prof.	-12.31†	-11.30	-12.68†	10.68	15.41*	9.59	2.37	2.67	-3.48
Public sector	17.43*	15.18*	13.01	5.85	9.21	10.08	3.09	-.64	-7.38
<i>Resources</i>									
Amount spent on Arendalsuka (log)	3.71*		2.44	5.93***		3.33†	3.47*		1.18
Political employees (log)		2.14	.60		4.84**	-1.72		5.73***	2.67
<i>Lobbying activity outside Arendalsuka</i>									
Lobby index (0-100) <sup>a</sup>			.10			.53***			.28***
Constant	10.53	46.52***	19.32	-21.78	32.52***	-8.61	-7.47	22.45***	1.51
n	192	207	186	192	207	186	192	207	186
R2	.194	.191	.167	.061	.075	.185	.037	.085	.148

† p≤.10 \* p≤.05 \*\* p≤.01 \*\*\* p≤.001 <sup>a</sup> Specific to arena, i.e. lobby index for administrative arena includes only lobby activity directed to bureaucrats, lobby index for politicians only contact with politicians and lobby index for media only contact with media.

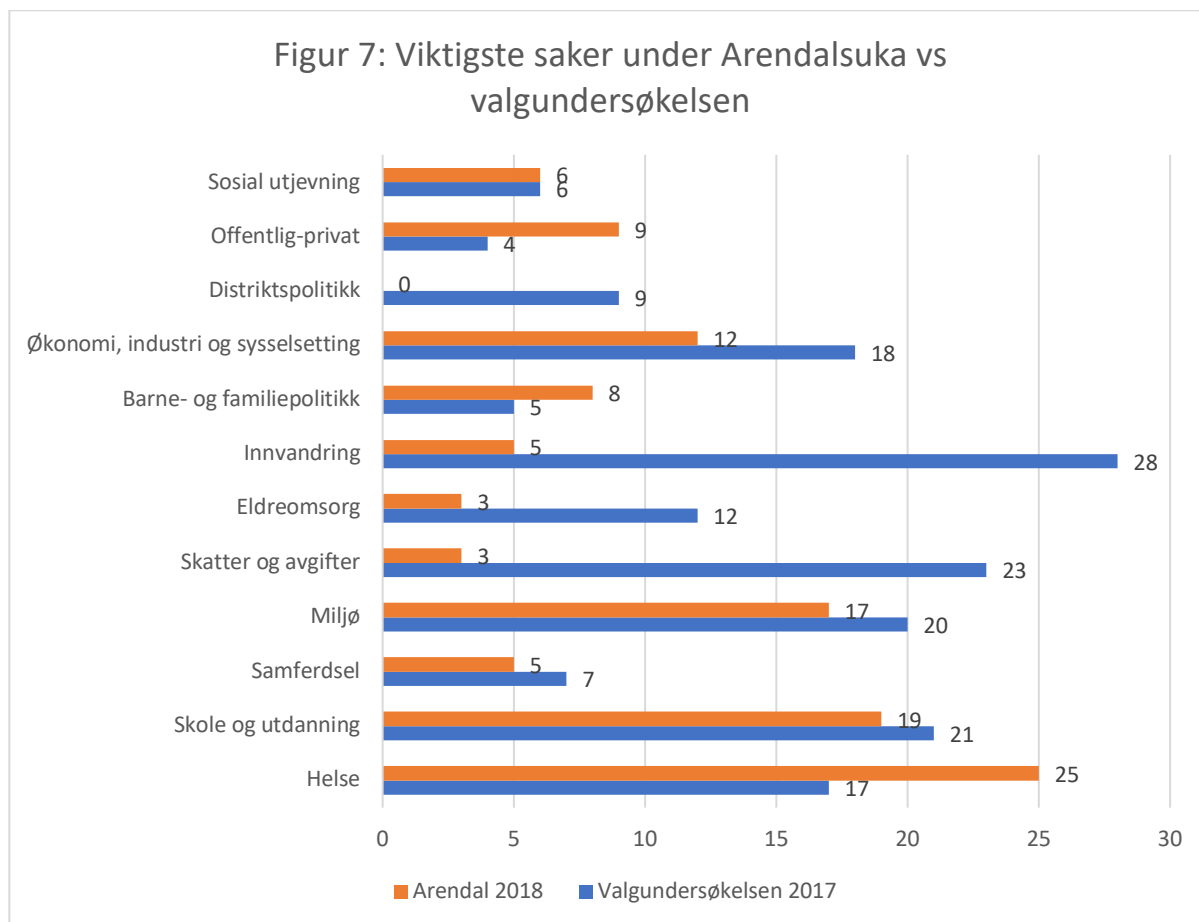
#### 4. Diskuteres de temaene folk flest i Norge er opptatt av under Arendalsuka?

Det norske organisasjonssamfunnet er stort og sammensatt, men samtidig vet vi at noen temaer i større grad evner å samle interessegrupper rundt seg enn andre. Arendalsuka handler ikke bare om beslutningsmakt, men også om dagsordensmakt. De temaene som står i sentrum under Arendalsuka forteller oss noe om hvilke temaer de organiserte interessene i Norge mener politikerne bør rette oppmerksomheten mot. Amerikansk lobbyforskning har pekt på at det kan være betydelige forskjeller mellom de organiserte interessenes agenda og agendaen til folk flest (Kimball et al., 2012).

Derfor ba vi organisasjonene som deltok under Arendalsuka 2018 velge ett eller to saksområder som var de viktigste for dem å løfte under Arendalsuka. Dette er det samme

<sup>6</sup> Analysen er hentet fra en forskningsartikkel som er under utarbeidelse. Detaljer om konstruksjon av indekser, hva slags organisasjoner som inngår i de ulike typene og framgangsmåte kan fås på forespørsel.

spørsmålet som valgundersøkelsen stilte norske velgere i forbindelse med stortingsvalget i 2017.<sup>7</sup> I figur 7 har vi sammenlignet resultatene.



Som vi ser av grafen er helse det klart mest dominerende temaet som deltakerne på Arendalsuka vil ha på dagsorden, etterfulgt av skole og utdanning og miljø. Der organisasjonene på Arendalsuka skiller seg skarpest fra velgerne forøvrig er på temaene skatter og avgifter og innvandring. Dette kan tyde på at disse to saksområdene er «organisasjonsfattige» i den forstand at det finnes få organiserte interesser som kjemper om oppmerksomheten på disse saksområdene, til tross for at mange mennesker er engasjert i dem. Det kan forklare hvorfor mange av organisasjonene på innvandringsfeltet ofte får en fremtredende rolle i offentligheten til tross for at de er ganske små og ressursvake. Det er et misforhold mellom hvor opptatt velgerne er av dette feltet sammenliknet med hvor mange organisasjoner som er opptatt av feltet. På helsefeltet er det motsatt, her er de organiserte interessene på feltet sterkere enn den folkelige oppmerksomheten rundt feltet.

Når det gjelder skatter og avgifter kan det lave tallet skyldes at mange av de organiserte interessene tenker bredere rundt dette og ser på det som en del av temaet økonomi,

<sup>7</sup> Sammenlikningen er ikke perfekt siden valgundersøkelsen stiller et åpent spørsmål de de ber velgerne nevne ett eller to saksområder som var viktigst for dem og koder disse i kategorier etterpå. Vi tok utgangspunkt i de endelige kategoriene til valgundersøkelsen i vårt spørsmål. Videre er kategorien «andre» ganske stor i vårt materiale noe som tyder på at mange av organisasjonene prioriterte helt andre saker enn velgerne.

næringsliv og sysselsetting, men også her ser vi en viss underrepresentasjon i forhold til velgernes prioriteringer. Samlet sett gjør dette at fokuset på «harde» økonomiske spørsmål som skatter og avgifter og økonomiske rammebetingelser er svakere blant organisasjonene på Arendalsuka enn blant velgerne.

Det er interessant å merke seg at en del av de feltene som i liten grad opptar organisasjonene som deltar på Arendalsuka også er de saksområdene som i størst grad opptrer i forbindelse med populistiske «opprør» som bompengelopprør (skatter og avgifter), distriktspolitikk og innvandring.

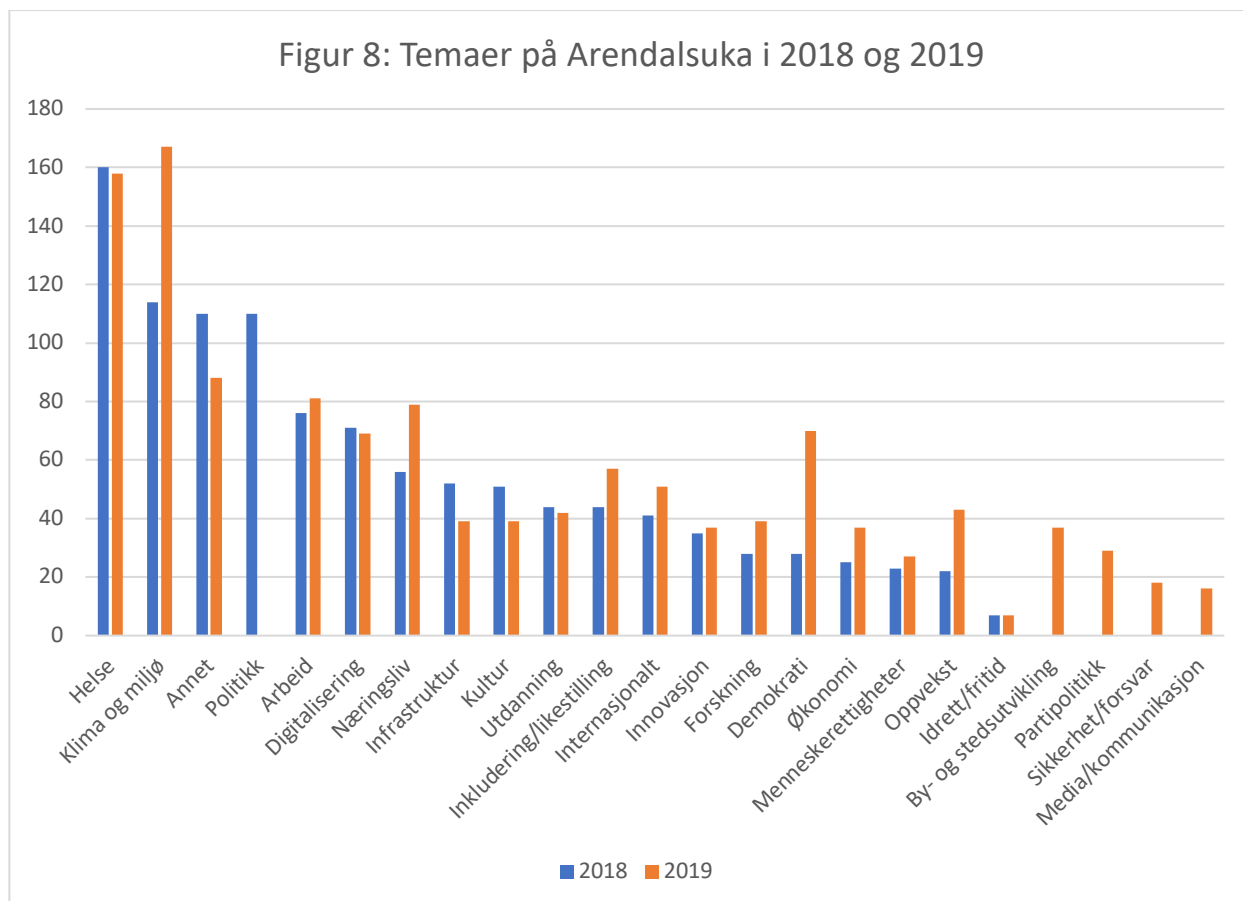
I tillegg fikk organisasjonene i vår undersøkelse muligheten til å velge en «annet»-kategori og ble bedt om å spesifisere hvilke saker dette gjaldt. Denne ble valgt av svært mange (36 prosent, ikke vist i figuren), som tyder på at kategoriene fra Valgundersøkelsen ikke var dekkende for saksområdene organisasjonene ønsket å reise på Arendalsuka. Spesifiseringen av ulike saker viste et stort mangfold, men internasjonale spørsmål, demokrati og menneskerettigheter forekom relativt ofte. Internasjonale spørsmål når sjelden opp i norske valgkamper, men har et betydelig større nedslagsfelt under Arendalsuka.

En annen måte å måle hvilke temaer som opptar organisasjonene under Arendalsuka er å se å analysere programmet basert på Arendalsukas egen temainndeling. Denne analysen er utarbeidet av Analyse & Tal ved hjelp av automatisert innholdsanalyse der en bruker algoritmer for å kategorisere programmet til Arendalsuka.

Figur 8 viser fordelingene av temaer for både 2018 og 2019 basert på antall arrangementer per tema. Som vi kan se skiller helse og klima og miljø seg ut som de dominerende temaene for begge år. I 2019 ser vi at klima og miljø har overtatt for helse som det mest diskuterte temaet under Arendalsuka, i form av antall arrangement. Analysene av programmet i 2018 stemmer godt overens med den kvantitative analysen over der også helse og klima og miljø var de to dominerende temaene.

Det er interessant å se at kategoriene demokrati, oppvekst og klima og miljø prosentvis øker mest fra 2018 til 2019. Demokrati har en økning på 150% og oppvekst har nesten fordoblet seg i antall arrangement. Dette datagrunnlaget gjør det mulig å følge tendenser fra år til år, og på den måten ta pulsen på den demokratiske samtale i Norge.

Figur 8: Temaer på Arendalsuka i 2018 og 2019

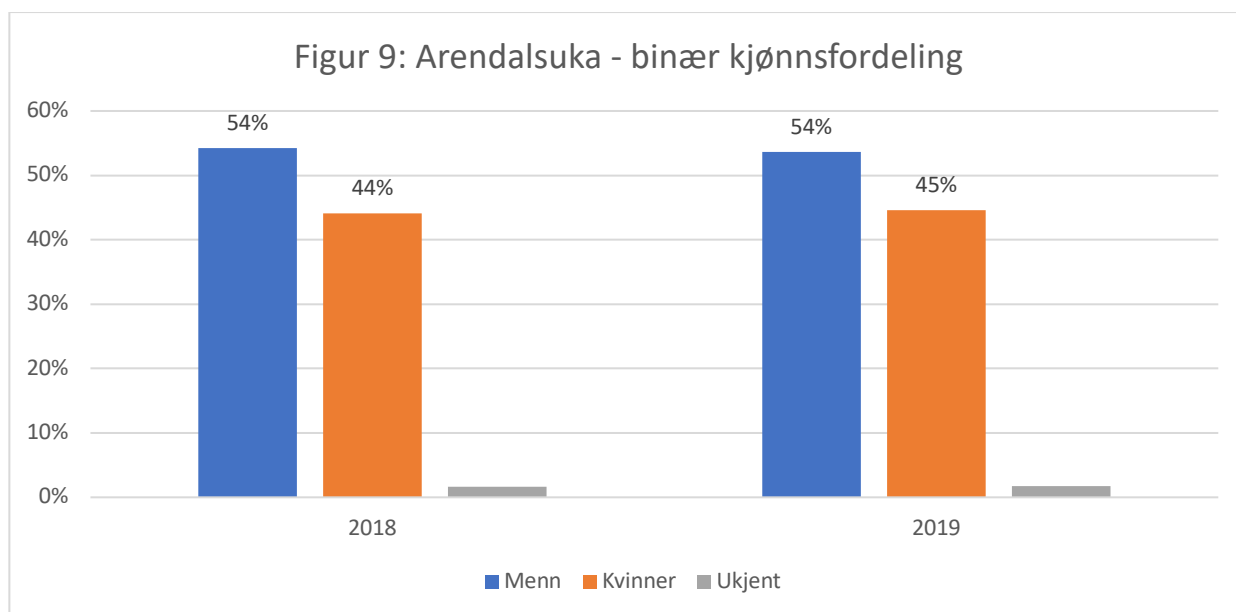


### 5. Er Arendalsuka dominert av kvinner eller menn?

Hvem som snakker er ofte like interessant som hva det snakkes om. Fra innholdsstudier av medier er det et velkjent funn at kvinner er underrepresentert som kilder. Ifølge Global Media Monitoring Project falt andelen kvinnelige kilder i norske medier fra 31 til 25 prosent fra 2010 til 2015. Derfor er det interessant å se hvordan kjønnsfordelingen er på en såpass viktig demokratisk arena som Arendalsuka. Denne analysen er utarbeidet av det danske firmaet Tal & Analyse ved hjelp av automatisert innholdsanalyse der en bruker algoritmer for å kategorisere programmet til Arendalsuka etter tema og kjønn.

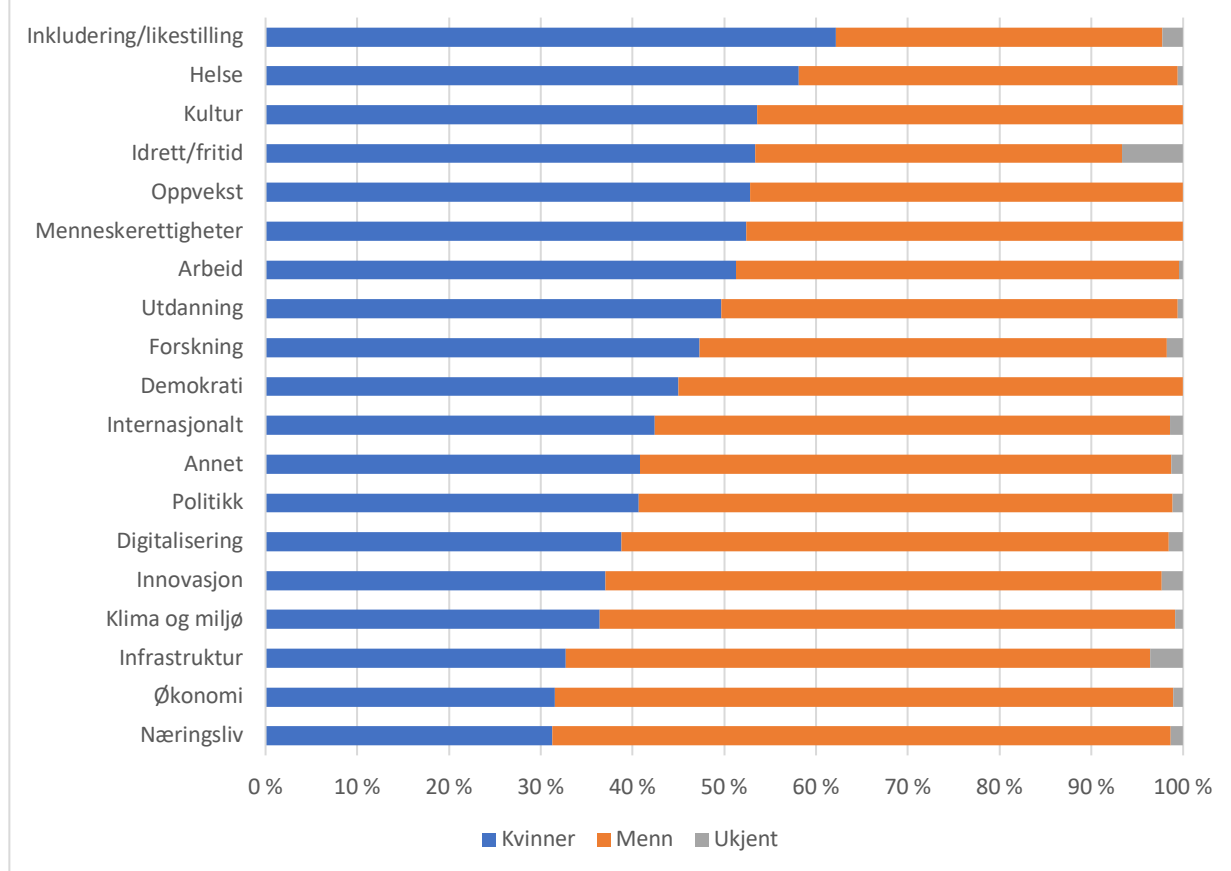
Den generelle analysen av alle arrangementene i 2018 og 2019 viser at kjønnsfordelingen under Arendalsuka har en viss overrepresentasjon av menn (figur 9). I snitt var det rundt 10 prosent flere menn enn kvinner på arrangementene under Arendalsuka i 2018 og 2019. Sammenlignet med tilsvarende analyser fra den danske demokratifestivalen Folkemødet på Bornholm, har Arendalsuka en noe mer jevn kjønnsfordeling, selv om man de siste årene har sett en positiv utvikling i form av større kvinnelig representasjon også her (Analyse & Tal 2019).





Selv om forskjellene mellom kjønnene ikke er så store samlet sett, er forskjellene mer iøynefallende når vi ser på hvilke temaer kvinner og menn debatterer under Arendalsuka. Figur 10 viser at menn klart dominerer på tunge temaer som økonomi, næringsliv og infrastruktur. På disse temaene er det omtrent 70 prosent kvinner og 30 prosent kvinner i panelene. På «myke» temaer som likestilling, helse og kultur er bildet snudd med en overvekt av kvinner. De temaene som utmerker seg med den beste kjønnsbalansen i panelene er forskning, arbeid og utdanning.

Figur 10: Kjønnfordeling Arendalsuka 2018 - etter programkategori

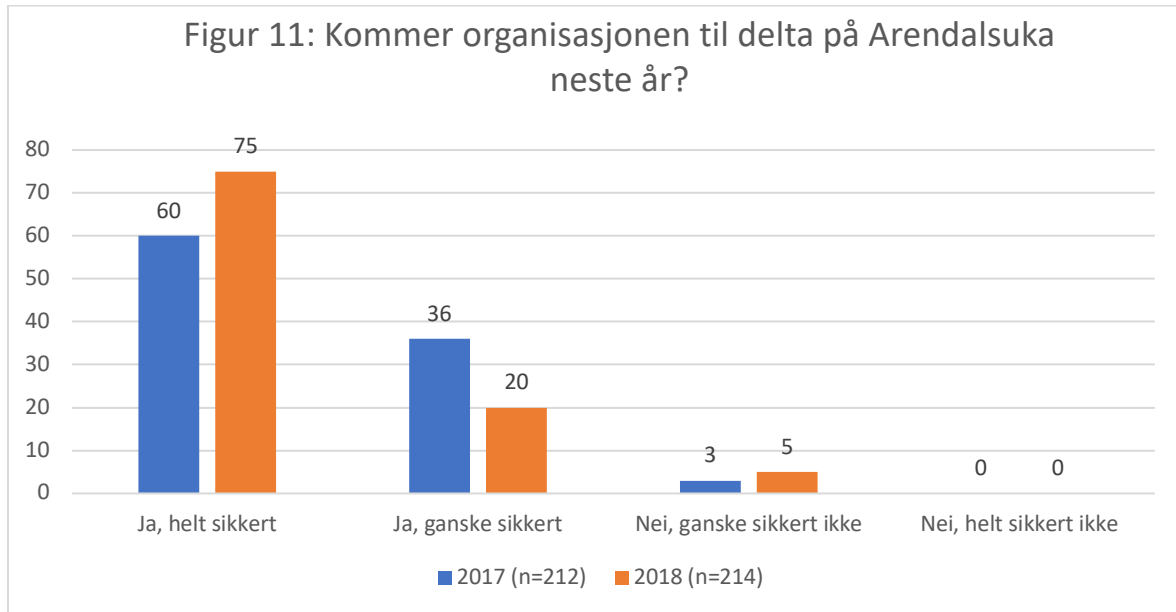


### Vil organisasjonene komme tilbake til Arendalsuka?

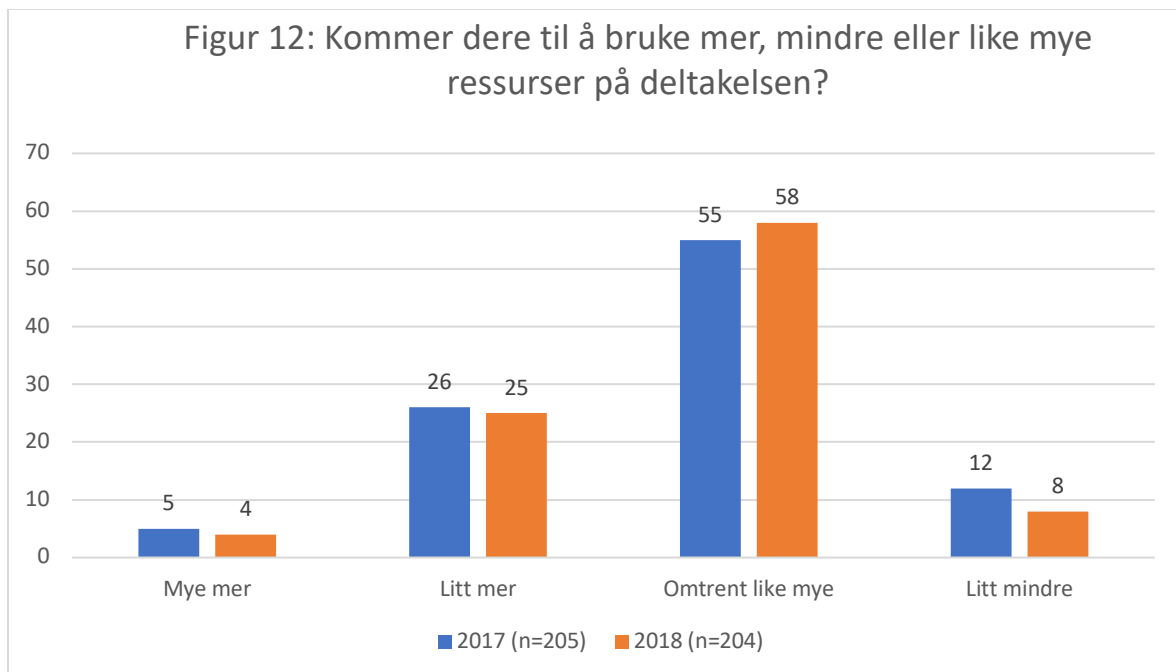
Avslutningsvis i undersøkelsen stiller vi organisasjonene en del generelle spørsmål om fremtidig deltakelse på Arendalsuka. Svarene her understreker at Arendalsuka har etablert seg som et av de viktigste møtepunktene i norsk politikk. Av de som deltok i 2018 sier hele 96 prosent at de helt eller ganske sikkert kommer til å delta i 2019 (figur 11). Sammenliknet med 2017 har andelen som er helt sikre på at de kommer til å delta økt med 15 prosentpoeng. I likhet med 2017 er det flere organisasjoner som sier at de vil øke ressursbruken enn andelen som sier de vil minke den (figur 12). 29 prosent av organisasjonene sier de skal bruke litt eller mye mer ressurser i 2019, 58 prosent like mye mens bare 8 prosent skal bruke mindre.

At så mange planlegger å komme tilbake til Arendalsuka og øke ressursbruken tyder på at lobbyisme er en selvforsterkende aktivitet. Den amerikanske lobbyforskeren, Lee Drutman (2015) har forklart den stadige økningen i lobbyisme i USA med at lobbyismen er «klebrig»,

det vil si at når man først har begynt med det er det vanskelig å stoppe. Politikk er et grunnleggende usikkert spill der bevilgninger fort kan forsvinne og reguleringer raskt bli endret. Norske organisasjoner får stadig flere mennesker som driver med ulike former for opinionsarbeid og politisk påvirkningsarbeid som skal forsøke å sikre organisasjonene de jobber for best mulig politiske rammebetingelser. Når de ser at politiske motstandere også driver mer lobbyisme føler de seg også tvunget til å øke sin egen aktivitet.



NOTE: Forskjellene er signifikante på 95%-nivået.



## 6. Endringer 2017-2018

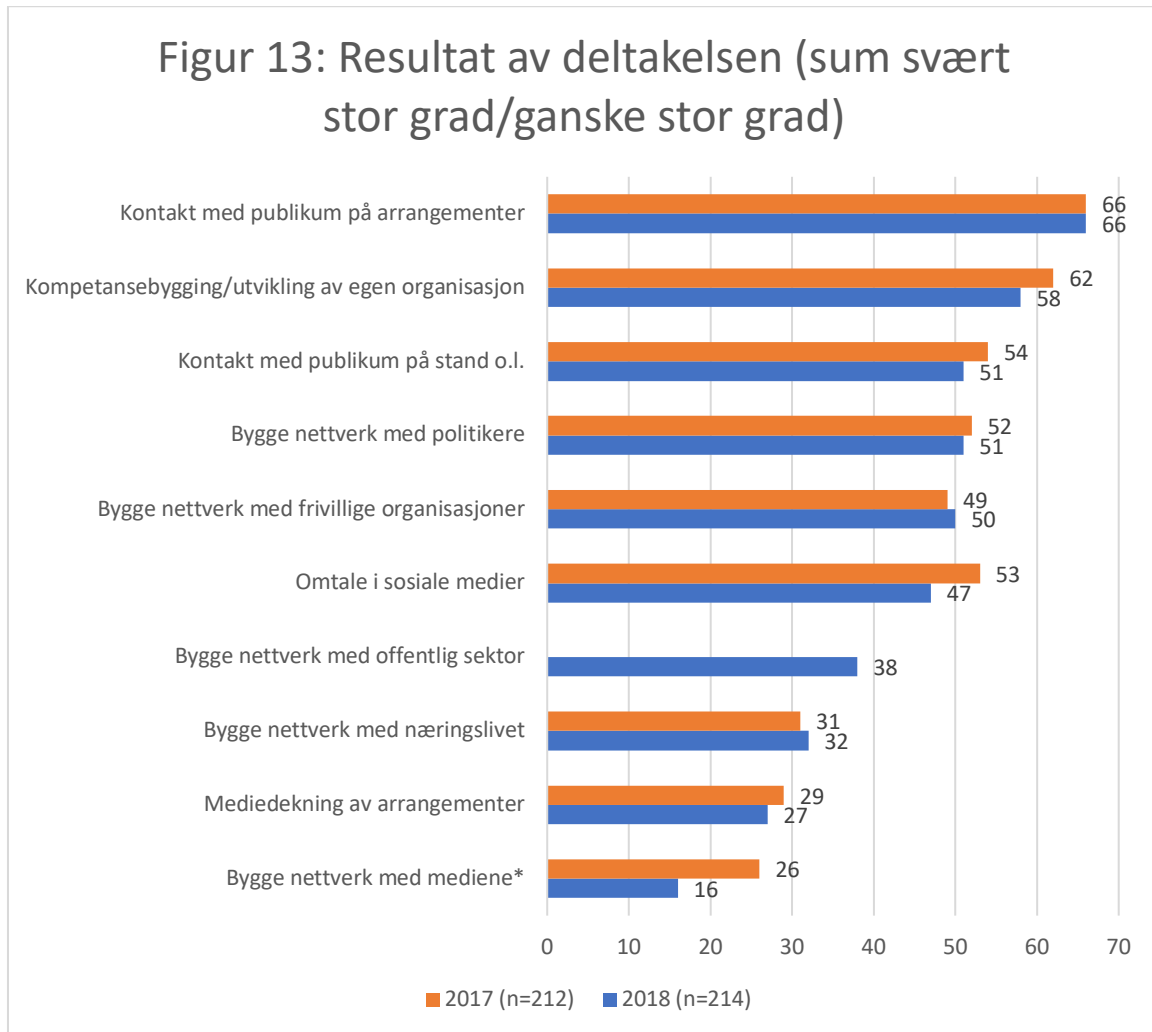
Undersøkelsene fra 2017 og 2018 inneholder også en rekke andre spørsmål. Avslutningsvis gir vi derfor en kortfattet oversikt over andre spørsmål enn de som er omtalt over der det har skjedd statistisk signifikante endringer mellom de to undersøkelsene.

- Kontakten med mediene synes å være mindre i 2018 enn den var i 2017. Færre oppnår medieoppslag om saker organisasjonen er opptatt av (50 prosent i 2018 mot 66 prosent i 2017) og etablering av nye kontakter med journalister (44 mot 58 prosent). Det er også færre som oppgir nettverksbygging med mediene som resultat av deltakelsen (26 prosent svært eller ganske viktig i 2017, 16 prosent i 2018).
- Færre etablerer også nye kontakter med representanter fra organisasjonslivet (74 mot 85 prosent).
- Det er noen indikasjoner på at Arendalsuka kan være i ferd med å bli noe mindre viktig som lobbyarena. Færre er enige i en påstand om at «Arendalsuka er en svært viktig arena for vårt lobbyarbeid» (63 prosent i 2017, 51 prosent i 2018). Færre er enige i at «det var lett å komme i kontakt med toppolitikere på Arendalsuka» (48 prosent i 2017, 35 prosent i 2018). Vi stilte også spørsmål om organisasjonene opplevde å få gjennomslag for synspunktene sine i dialog med politikere. Det var i 2018 færre som oppga at de fikk gjennomslag (70 prosent i 2017, 54 prosent i 2018). Framtidige undersøkelser vil kunne avklare om disse variasjonene er en trend eller om det har en sammenheng med at 2017 var et valgår og 2018 et mellomvalgår. Det må også bemerkes at det ikke er noen endring i andelen som mener nettverksbygging med politikere er et viktig resultat av deltakelsen eller i andelen som er i kontakt med politikere (89 prosent i 2018 og 86 prosent i 2017).
- Noe færre lanserer rapporter eller undersøkelser under Arendalsuka (27 prosent i 2017, 20 prosent i 2018).
- Færre er uenige i at Arendalsuka handler mer om fest og moro enn politisk arbeid (75 prosent i 2017, 63 prosent i 2018). Flertallet avviser imidlertid fortsatt denne påstanden.

## Referanser

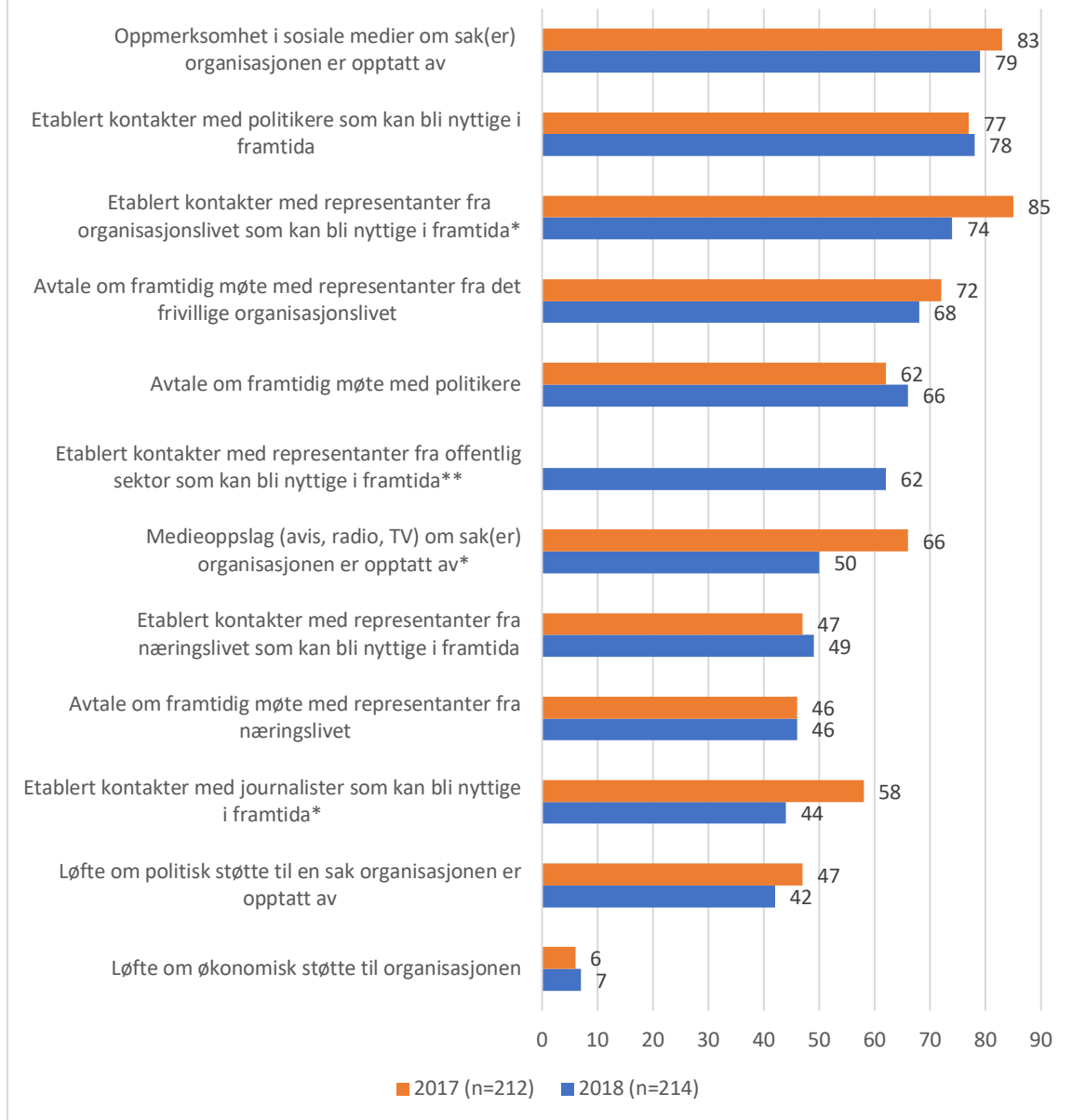
- Binderkrantz, A. S., Christiansen, P. M., & Pedersen, H. H. (2014). *Organisationer i politik: danske interesseorganisationer i forvaltning, Folketing og medier*: Hans Reitzel.
- Binderkrantz, A. S., Christiansen, P. M., & Pedersen, H. H. (2015). Interest Group Access to the Bureaucracy, Parliament, and the Media. *Governance*, 28(1), 95-112. doi:10.1111/gove.12089
- Drutman, L. (2015). *The business of America is lobbying: How corporations became politicized and politics became more corporate*: Oxford University Press.
- Kimball, D. C., Baumgartner, F. R., Berry, J. M., Hojnacki, M., Leech, B. L., & Summary, B. (2012). Who cares about the lobbying agenda? *Interest Groups & Advocacy*, 1(1), 5-25. doi:10.1057/iga.2012.7
- Merton, R. K. (1968). The Matthew effect in science: The reward and communication systems of science are considered. *Science*, 159(3810), 56-63.

## Appendiks: Andre resultater fra Arendalsundersøkelsen 2017-2018



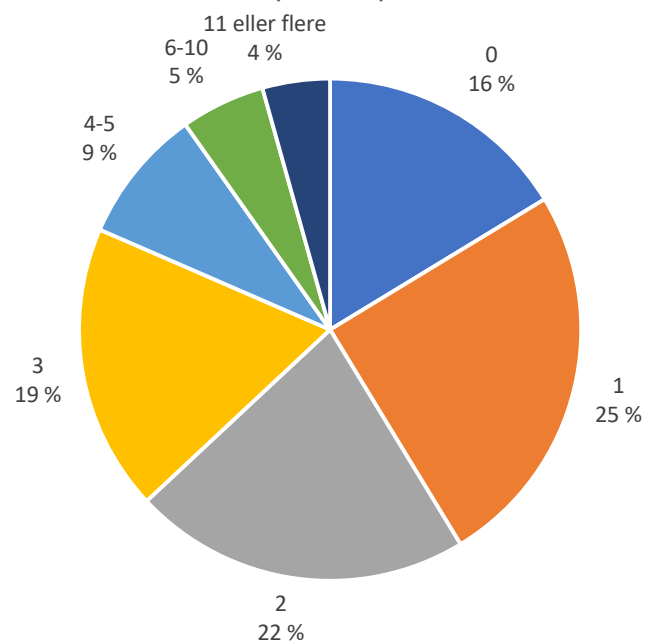
\*Signifikant endring på 95%-nivået. \*\* Ikke stilt i 2017.

Figur 14: Oppnådde resultater under Arendalsuka  
(én gang eller oftere)



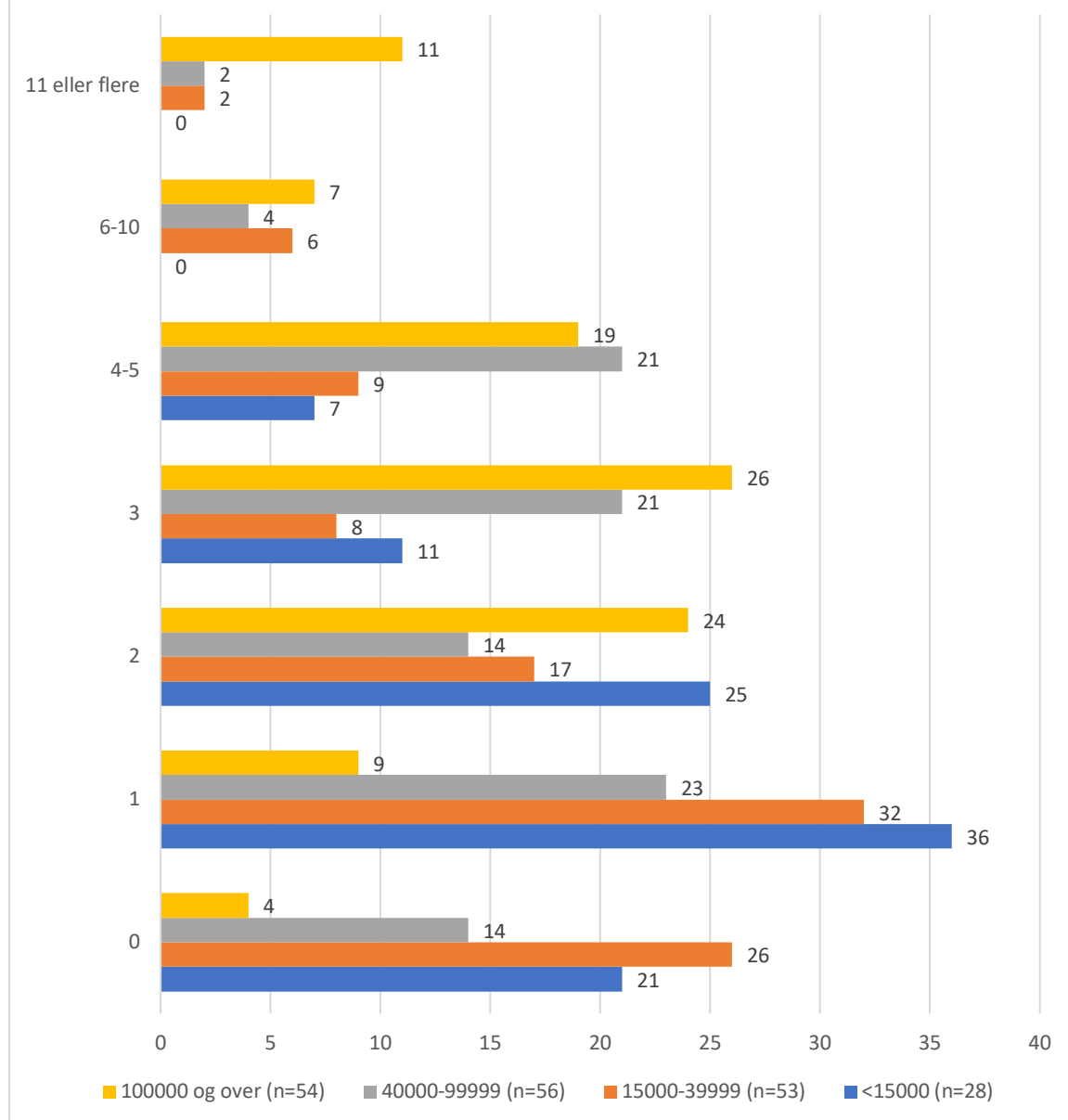
\*Signifikant endring på 95%-nivået. \*\* Ikke stilt i 2017.

Figur 15: Antall arrangementer på Arendalsuka 2018  
(n=208)





Figur 16: Antall arrangementer, etter antall årsverk i politisk arbeid



NOTE: Forskjellene er signifikante på 95%-nivået.

Figur 17: Totalt antall besøkende ved arrangementer på Arendalsuka 2018 (n=185)

