SITRA

SITRAN SELVITYKSIÄ 166

MAALISKUU 2020

SUOMALAISET KANSALAIS-VAIKUTTAJINA

Kuinka edistää osallisuutta ja osallistumista 2020-luvulla?

© Sitra 2020

Sitran selvityksiä 166

Suomalaiset kansalaisvaikuttajina:
Kuinka edistää osallisuutta ja osallistumista 2020-luvulla?

Tekijät:
Anni Ojajärvi, Topias Tuomisto, Jussi Olkkonen, Saana Tikkanen

Sitran työryhmä:
Henna Hiilamo, Tuula Tiihonen, Jukka Vahti

ISBN 978-952-347-166-5 (nid.)
ISBN 978-952-347-167-2 (PDF) www.sitra.fi
ISSN 1796-7104 (nid.)
ISSN 1796-7112 (PDF) www.sitra.fi

PunaMusta Oy, Helsinki 2020

SITRAN SELVITYKSIÄ -sarjassa julkaistaan Sitran tulevaisuustyön ja kokeilujen tuloksia.

Esipuhe

Suomalaisten vaikuttaminen koostuu hyvin erilaisista teoista, joista äänestäminen on iso, mutta vain yksi vaikuttamisen tapa. Monet kansalaisvaikuttamisen tavat, kuten puolue- tai yhdistystoiminta, perustuvat perinteisiin vaikuttamisen rakenteisiin ja tyypillisesti yhdessä tekemiseen. Tämä ei kuitenkaan ole kaikille mieluisa tapa osallistua. Tämä taas vaikuttaa osaltaan siihen, miten ja ketkä osallistuvat toimintaan. Jotta voimme luoda uusia kiinnostavia väyliä ja parempia mahdollisuuksia vaikuttaa ja osallistua yhteiskunnalliseen päätöksentekoon, tulee meidän ymmärtää erilaisten ihmisten vaikuttamisen taustalla liittyviä motiiveja.

Tässä työssä on pyritty ottamaan huomioon erilaiset vaikuttamisen tavat ja muodot mahdollisimman laajasti. Selvityksessä on käyty läpi niin yksin kuin yhdessä tehtäviä vaikuttamisen muotoja, edustuksellisia, suoria ja osallistavia vaikuttamisen tapoja. Selvitystä tehtäessä on käyty keskusteluja muun muassa mielenilmauksiin ja -tempauksiin osallistumisesta, yhteisöjen tai järjestöjen kautta tehtävästä vaikuttamistyöstä sekä arkisten kulutusvalintojen vaikutuksista. Myös harrastustoiminnan vaikuttamistyössä mukana oleminen ja yhteiskunnallisista teemoista keskusteleminen olivat tarkasteltavina.

Selvitystä varten on haastateltu suomalaisia ja tunnistettu kuusi eri kansalaisvaikuttamisen ja demokratiaan osallistumisen ryhmää. Yksittäinen vaikuttajaprofiili edustaa ryhmää, jolla on samanlaiset asenteet ja motivaatiotekijät vaikuttamisen takana.

Sitran Kansanvallan peruskorjaus -tiimi teki selvityksen yhdessä Solitan tutkijoiden ja palvelumuotoilijoiden kanssa loppuvuodesta 2019. Toivomme että tämä työ päästää sinut suomalaisten ihmisten arkeen, ymmärtämään erilaisia motivaatioita ja asenteita, jotka vaikuttavat ihmisten aktiivisuuteen tai sen puutteeseen. Työ koostuu vaikuttajaprofiileista sekä niiden hyödyntämistä tukevista vinkeistä. Työ auttaa huomioimaan erityyppiset osallistujat ja luomaan vaikuttamisen paikkoja erilaisille suomalaisille. Toivomme, että julkaisusta on hyötyä ja iloa kaikille demokratian edistämisestä kiinnostuneille tahoille kuten puolue- ja järjestötoiminnan kehittäjille, mutta myös meille kansalaisille itsellemme.

TUULA TIIHONEN
johtava asiantuntija
Sitra

Sitran selvityksiä 166
Suomalaiset kansalaisvaikuttajina
Maaliskuu 2020

Sisällys

Esipuhe 1
Tiivistelmä 3
Sammanfattning 4
Summary 5
Johdanto: Osallisuus ja halu vaikuttaa on pienen kansakunnan voimavara 6
Erilaisia kansalaisvaikuttajia motivoivat erilaiset asiat 8
Suomalaista aktivoiva tai passivoiva kierre syntyy vaikuttamisen kokemuksista 11
6 Kansalaisvaikuttajaprofiilia 13
Muualle katsoja 14
Lähipiirin edunvalvoja 16
Valveutunut skeptikko 18
Arjen sohvavaikuttaja 20
Yleisen hyvän edistäjä 22
Aktiivinen rakentaja 24
Koonti vaikuttajaprofiileista 26
Profiilien soveltaminen käytännön kehitystyöhön 27
Yhteenveto: Kohti toimivampaa kansalaisvaikuttamista 28

Tiivistelmä

Selvityksen tavoitteena on lisätä ymmärrystä siitä, mistä suomalaisten halu vaikuttaa itseään koskeviin asioihin kumpuaa – tai on kumpuamatta. Tämän tiedon avulla erilaiset toimijat voivat entistä paremmin hahmottaa omia keinojaan aktivoida keskenään eri tyyppisiä ihmisryhmiä.

Tätä *Suomalaiset kansalaisvaikuttajina*-selvitystä varten haastateltiin ensin 17 eri taustaista ja osallistumistavoiltaan erilaista suomalaista. Haastatteluissa selvitettiin heidän motiivejaan vaikuttaa ja osallistua heille itselle tärkeisiin asioihin ja näitä koskeviin päätöksiin. Tavoitteena oli ymmärtää, miten ihmiset määrittelevät vaikuttamisen ja miten vaikuttamisen lähiyhteisöön, asuinalueeseen, kansallisiin kysymyksiin ja globaaleihin asioihin tulisi ihmisten itsensä mielestä toimia.

Haastatteluiden pohjalta muodostettiin ensimmäiset versiot profiileista, jotka validoitiin kuluttajapaneelin kautta tehdyllä valtakunnallisella kyselyllä, jossa otoksena oli 1009 suomalaista. Otos oli valtakunnallisesti kattava ja edusti eri ikäisiä, eri taustaisia, eri puoluekantoja, sukupuolia ja eri asuinalueita Suomessa.

Lopulliset profiilit muodostettiin kvantitatiivisesta aineistosta faktorianalyysin avulla. Analyysin taustalla käytettiin vaikuttamisen tapoja, motiiveja ja asenteita jäsentävää arvoväittämäpatteristoa. Faktorianalyysin tarkoituksena on tunnistaa asenneryhmiä, jotka ovat sisäisesti homogeenisia, mutta toisistaan mahdollisimman erottuvia. Analyysistä on nähtävissä myös vaikuttajaprofiilien taustamuuttujat. Aineisto kerättiin ja analysoitiin loka-joulukuussa 2019. Profiilit perustuvat laadulliseen tutkimukseen, joka on kvantitatiivisesti validoitu edustamaan koko Suomea. Perinteiseen segmentointiin verrattuna profilointi on tehokas työkalu suunnittelijalle: se kertoo ihmisten tarpeista ja asenteista demografisten taustatekijöiden, kuten iän tai sukupuolen sijaan.

Selvityksessä tunnistetut kansalaisvaikuttajaprofiilit ovat: *muualle katsoja, lähipiirin edunvalvoja, valveutunut skeptikko, arjen sohvavaikuttaja, yleisen hyvän edistäjä* ja *aktiivinen rakentaja*. Yksi havainto profiileihin liittyen on, että suomalaiset jakautuvat vaikuttamisen motivaatiotekijöissä hyvinkin erilaisiin ryhmiin. Yleisellä tasolla ei löydy montaakaan tekijää, joissa edes yli viidennes suomalaisista olisi samaa tai täysin samaa mieltä. Osallistumisen syiksi tunnistettiin mm. osallistumisen helppous, usko hyvän tekemisen kierteeseen ja ystävien kannustus. Osallistumista estivät mm. epäusko omiin vaikutusmahdollisuuksiin ja ajatus siitä, että kaikki on jo ihan hyvin.

Profiilien lisäksi selvityksessä tarkasteltiin sitä, millaiset tekijät vaikuttavat suomalaisten yhteiskunnallisen aktiivisuuden tai passiivisuuden kierteisiin sekä sitä, millaiseksi ihmiset kokevat puoluepolitiikan vaikuttamisen kanavana. Keskeisiä havaintoja olivat mm. se, että kokemus mahdollisuudesta vaikuttaa johtaa helposti itseään ruokkivaan kierteeseen ja kannustaa pyrkimään vaikuttamaan myös uudestaan. Sama logiikka havaittiin myös päinvastaisissa kokemuksissa. Puoluepolitiikka puolestaan koettiin etäiseksi vaikuttamisen kanavaksi.

Organisaation toiminnan kehittämisessä tai uusien kohderyhmien löytämisessä kansalaisvaikuttajaprofiileja voi hyödyntää monin eri tavoin. Yksi tapa on miettiä, miltä oma toiminta näyttäytyy erilaisten ryhmien arjen näkökulmasta. Tämän auttaa pohtimaan, mitkä ovat parhaita kanavia kohderyhmän tavoittamiseen, millaisia osallistumisen esteitä, millaiset viestit heitä puhuttelevat ja miten organisaatio voisi tuottaa heille lisäarvoa.

Sammanfattning

Målet med undersökningen är att öka förståelsen för varifrån finländarnas vilja att påverka angelägenheter som berör dem själva föds eller och vilka faktorer som hämmar den. Med hjälp av den informationen kan olika aktörer bättre än tidigare utveckla sina metoder för att aktivera olika grupper av människor.

I en undersökning om medborgarpåverkan bland finländarna intervjuades först 17 finländare med olika bakgrund och med olika vanor gällande delaktighet. I intervjuerna klargjordes deras motiv till att påverka och delta i angelägenheter som är viktiga för dem. Målet var att förstå på vilket sätt olika människor definierar påverkan och hur man enligt dem borde agera när det gäller att påverka närmiljön och boendeområdet samt nationella och internationella angelägenheter.

Utifrån intervjuerna utformades de första versionerna av olika profiler, som validerades i en landsomfattande enkät utförd via en konsumentpanel. Urvalet bestod av 1009 finländare. Urvalet var nationellt täckande och representerade olika åldersgrupper, bakgrunder, partipolitiska ståndpunkter, kön och bosättningsområden i Finland.

De slutliga profilerna utformades utifrån det kvantitativa materialet med hjälp av faktoranalys. En uppsättning värdepåståenden för strukturering av påverkanssätten, motiven och attityderna användes som underlag för analysen. Syftet med faktoranalysen var att identifiera attitydgrupper, som internt är homogena, men som eventuellt skiljer sig från varandra. Påverkansprofilernas bakgrundsfaktorer framgår också av analysen. Materialet samlades in och analyserades under perioden oktober–december 2019. Profilerna grundar sig på en kvalitativ undersökning, som har validerats kvantitativt så att den representerar hela Finland. I jämförelse med traditionell segmentering är profilering ett effektivt verktyg för planerare: den åskådliggör människors behov och attityder i stället för demografiska bakgrundsfaktorer, såsom ålder eller kön.

De påverkansprofiler som identifierades i undersökningen är: *ryggvändare, intressebevakare i närmiljön, medveten skeptiker, soffpåverkare i vardagen, främjare av det allmänna goda* och *aktiv kreatör.* En observation med anknytning till profilerna är att finländarna fördelar sig på väldigt olika grupper när det gäller motivationsfaktorerna för påverkan. På allmän nivå finns det inte många faktorer där över en femtedel av alla finländare skulle vara av samma eller helt samma åsikt. Bland annat lätthet, tro på att goda gärningar skapar en positiv spiral och uppmuntran av vänner identifierades som orsaker till deltagande. Bland annat misstro till de egna möjligheterna att påverka och en tanke om att allting redan är bra utgör ett hinder för deltagande.

I undersökningen granskades utöver profilerna också vilka faktorer som inverkar på spiraler av aktivt eller passivt samhällsengagemang bland finländarna samt hur partipolitiken uppfattas som påverkanskanal. Centrala observationer var bland annat att upplevelsen av att kunna påverka lätt leder till en självuppfyllande spiral och sporrar till nya försök att påverka. Samma logik observerades också för motsatta upplevelser. Partipolitik uppfattades däremot som en avlägsen påverkanskanal.

Påverkansprofilerna kan utnyttjas på många olika sätt i utvecklingen av verksamheten i organisationer eller för att hitta nya målgrupper. Ett sätt är att fundera på hur den egna verksamheten ter sig betraktat ur det vardagliga perspektivet hos olika grupper. Detta är till hjälp när man funderar på vilka kanaler som lämpar sig bäst för att nå olika målgrupper, vad som hindrar deltagande, vilken typ av information som tilltalar målgrupperna och hur organisationen kan skapa mervärde för dem.

Summary

The aim of the study is to increase our understanding of why Finnish people are or are not willing to influence matters concerning them. This information will enable different actors to better understand ways in which they can activate groups of people that differ from each other.

First, 17 Finnish people with different backgrounds and participation habits were interviewed for this study on Finns as civic activists (*Suomalaiset kansalaisvaikuttajina*). The interviews examined their motives for civic participation and engagement in matters and decisions they consider important. The aim was to understand how people define civic participation and how they think civic participation should work in their local community or residential area, nationally and globally.

Based on the interviews, the first versions of the profiles were drawn up. These were then validated by means of a national survey conducted through a consumer panel with a sample of 1,009 Finns. The sample was nationally comprehensive and represented different age groups, backgrounds, political views, genders and residential areas in Finland.

The final profiles were formed from quantitative data with the help of a factor analysis. The analysis was based on a set of value statements structuring ways of civic participation, motives and attitudes. The purpose of the factor analysis was to identify attitudinal groups that were internally homogeneous but also as distinguishable from each other as possible. The analysis also showed the background variables of the profiles. The data was collected and analysed between October and December 2019. The profiles are based on qualitative research, which has been quantitatively validated to represent the whole of Finland. Compared with traditional segmentation, profiling is an effective tool for the designer: it describes people's needs and attitudes instead of demographic background factors such as age or gender.

The following civic activist profiles were identified in the survey: *a person who looks the other way, an advocate of local issues, an informed sceptic, a couch activist, a promoter of the common good* and *an active builder*. One of the observations about the profiles is that Finnish people are divided into very different groups depending on what kinds of factors motivate them for civic participation. At a general level, there are very few factors that more than one in five Finns would agree or fully agree about. Reasons such as the ease of participation, belief in a positive cycle of doing good and encouragement from friends were mentioned as reasons to participate. Participation was hindered by a lack of faith in one's ability to influence matters and the idea that everything is already fine as it is.

In addition to identifying the profiles, the study investigated what kinds of factors affect the societal activity or passivity of Finns and what people think about party politics as a channel for civic participation. One of the key observations was that an opportunity to participate easily leads to a spiral that feeds itself and encourages willingness to participate again. The same logic was also observed in opposite experiences. As for party politics, it was considered to be an inaccessible mode of civic participation that felt out of the reach of many.

The civic activist profiles can be used in many different ways to develop an organisation's activities or to find new target groups. One way is to think about what an organisation's activities look like from the point of view of the everyday life of different groups of people. This helps the organisation consider which channels are best for reaching the target group, what kinds of obstacles to participation there are, what kinds of messages appeal to the target group and how the organisation could provide additional value to the target group.

Johdanto: Osallisuus ja halu vaikuttaa on pienen kansakunnan voimavara

Kautta länsimaiden yksi viimeksi kuluneen vuosikymmenen merkittävimpiä kehityskulkuja on ollut edustuksellisen demokratian puhdin hiipuminen, puoluekenttien myllerrys ja äänestysaktiivisuuden lasku. Toisaalta teknologian kehitys ja digitalisaatio ovat tuoneet useimpien ulottuville tukun uusia keinoja osallistua, liittyä yhteisöihin ja ottaa kantaa maailman menoon. Samaan aikaan erilaiset ”yhden asian liikkeet” näyttävät yleistyneen.

Yksi 2020-luvun megatrendiksi tunnistettu kehityskulku onkin *verkostomaisen vallan kasvu*. Voidaankin sanoa, että olemme siirtymässä moninapaisesta maailmasta monisolmuiseen maailmaan. Siinä missä moninapaisessa maailmassa valta keskittyy muutamiin napoihin – esimerkiksi Yhdysvallat, Venäjä, Kiina, monisolmuisessa maailmassa valta määrittyy vuorovaikutuksen määrän suhteen – kuinka paljon toimijalla on vaikkapa taloudellista, teknologista tai kulttuurista vuorovaikutusta muiden kanssa. Toimija voi olla myös muu kuin valtio, esimerkiksi yritys tai järjestö.

Politiikassa nähdään myös muita kehityskulkuja, kuten vahvojen johtajien ihannointia ja populismin nousua, ja toisaalta myös uudenlaisten liikkeiden nousua. Myös yhteiskunnallisen keskustelun ja siihen liittyvän vallankäytön periaatteet muuttuvat. Valeuutiset ja epämääräisyyden korostuminen avaavat ikkunan yksinkertaistaville tarinoille. Tiedon sijaan voisi sanoa hämmennyksen olevan valtaa.

Mitä verkostomaisen ja totunnaisia hierarkioita kyseenalaistavan vallan kasvu tarkoittaa yhteiskunnan perinteisille instituutioille kuten puolueille, eduskunnalle, kunnille tai järjestöille? Osaavatko ne hyödyntää uudet keinot osallistaa, innostaa ja aktivoida ihmisiä? Entä ovatko uudet valtaa käyttävät verkostot luonteeltaan osallistavia vai ulossulkevia?

Sitran helmikuussa 2018 julkaisemassa, yli sadan keskeisen suomalaisen vaikuttajan haastatteluihin perustuvassa Kansanvallan peruskorjaus -työpaperissa osallisuuden merkitys määritellään näin: ”Demokratia on kansanvaltaa. Kansanvalta on kansalaisten osallisuutta. Mikäli kansalaisten osallisuus vähenee, heikkenee kansanvalta ja demokratia. Samalla heikkenee yhteiskunnan kyky kehittyä.”

Työpaperin havaintoihin perustuen Sitra käynnisti kesällä 2018 Kansanvallan peruskorjaus -nimisen projektin, jonka osa tämäkin selvitys on. Kansalaisten laaja osallisuus on erityisesti Suomen kaltaiselle pienelle kansakunnalle paitsi kohtalonkysymys myös tärkeä voimavara. Samalla osallisuuden laajuudesta riippuu, rakennetaanko tulevaisuutta yhdessä vai pienten piirien tai piilovaikuttajien ehdoilla. Kansanvallan peruskorjaus -projektin tavoitteena on muun muassa digitalisaatioon tukeutumalla lisätä sekä edustuksellisen demokratian toimintakykyä että kansalaisten suorempia osallisuus- ja vaikutusmahdollisuuksia.

Kansalaisten rooli kansallisen menestymisen keskeisinä toimijoina korostuu vastedes entisestään. Tämä johtuu muun muassa siitä, että entistä isompi osa ihmisiä itseään koskevasta datasta tulee olemaan heidän omassa hallinnassaan. Tähän asti tietojohtamisen perusteena ollut data on ollut pääosin julkisten instituutioiden hallinnassa. Muutoksen myötä asiantuntijavaltaa siirtyy

instituutioilta ihmisille. Tämän seurauksena asiakaslähtöisyyden vaatimus ja systeemisen toimintatavan muutoksen tarve julkishallinnossa kasvaa. Asiakaslähtöisyys taas edellyttää entistä parempaa ymmärrystä osallisuuden, osallistumisen ja kansalaisvaikuttamisen tavoista ja motiiveista.

Tätä *Suomalaiset kansalaisvaikuttajina*-selvitystä varten haastateltiin ensin 17 eri taustaista ja osallistumistavoiltaan erilaista suomalaista. Haastatteluiden pohjalta muodostettiin ensimmäiset versiot profiileista, jotka validoitiin kuluttajapaneelin kautta tehdyllä valtakunnallisella kyselyllä, jossa otoksena oli 1009 suomalaista. Otos oli valtakunnallisesti kattava ja edusti eri ikäisiä, eri taustaisia, eri puoluekantoja, sukupuolia ja eri asuinalueita Suomessa. Lopulliset profiilit muodostettiin kvantitatiivisesta aineistosta faktorianalyysin avulla.

Tämä haastatteluihin, kuluttajapaneeliin ja niiden pohjalta tehtyyn analyysin perustuva *Suomalaiset kansalaisvaikuttajina*-selvitys ei anna helppoja vastauksia siihen, miten kaikki saataisiin mukaan miettimään ja päättämään yhteisistä asioista. Sen sijaan tämän selvityksen avulla saamme toivottavasti työkaluja sen pohtimiseen, mitä kansalaisvaikuttamisen nykyiset muodot ovat, mitä ne voivat tarkoittaa oman tai edustamamme organisaation toiminnan kannalta – ja millaisia voisivat olla 2020-luvun tavat osallistaa ja aktivoida ihmisiä.

Erilaisia kansalaisvaikuttajia motivoivat erilaiset asiat

Selvityksessä tunnistettiin kuusi erilaista kansalaisvaikuttamisen ryhmää. Yksittäinen vaikuttajaprofiili edustaa ryhmää, jolla on samanlaiset asenteet ja motivaatiotekijät vaikuttamisen takana. Profiilit eroavat toisistaan selkeästi vaikuttamistekojen runsauden mukaan. Toisille vaikuttaminen on tärkeää ja vaikuttamisen paikkoja on paljon, mikä johtaa aktiivisuuteen, kun taas toisilla on huomio muualla, tai he ovat skeptisiä minkäänlaista osallistumista kohtaan.

Jokaista profiilia motivoi vaikuttamiseen osallistumisessa omanlaiset ja toisistaan poikkeavat tekijät. Tietyt, hyvän suunnittelun käytännöt, kuten asioiden tekeminen ymmärrettävämmäksi ja osallistumisen helpottaminen, toimivat monellekin eri ryhmälle. Ryhmille on lisäksi omat, juuri heille ominaiset tekijät, joita tulisi korostaa heidän aktivoimisessaan. Esimerkiksi V*alveutunutta skeptikko*a aktivoidessa tulisi korostaa läpinäkyvyyttä luottamuksen korjaamiseksi ja *Arjen sohvavaikuttajaa* voi ryhmistä helpoiten tuupata aktiivisemmaksi sillä hän haluaisi tehdä enemmän kuin tekee. Aktiivisemmilla ryhmillä näitä tekijöitä on luonnollisesti enemmän kuin muilla.

Kävimme kuluttajahaastatteluissa läpi erilaisia ulottuvuuksia, joille vaikuttamisen eri motivaatiotekijät voisi asettaa. Huomasimme seuraavien olevan kuvaavia ja eri profiileita hyvin erottelevia:

1. Uskooko omiin vaikutusmahdollisuuksiinsa kansalaisena?
2. Halutaanko pääosin vaikuttaa itselle ja lähipiirille tärkeisiin asioihin vai rakenteellisiin, kansallisiin ja globaaleihin asioihin?

Esimerkiksi *Arjen sohvavaikuttaja* vaikuttaa arjessaan pienillä, helpoilla teoilla kansallisiin ja globaaleihin asioihin, kun taas *Lähipiirin edunvalvojalle* lähtee vaikuttamaan ainoastaan, jos häntä itseään tai omaa lähipiiriään kohtaa jokin vääryys. Prosenttiosuudet kuvaavat profiilin osuutta suomalaisessa väestössä.

*Aktiivinen rakentaja -ryhmää tarkastelemalla löysimme vielä erillisen, kaikista aktiivisimman, “Superaktiiviset raivaajat” -ryhmän. Tämän ryhmän pienuuden vuoksi käsittelimme sen pääosin emoryhmänsä alla.

6 erilaista profiiliryhmää

Tunnistimme kuusi erilaista kansalaisvaikuttamisen ryhmää. Yksittäinen vaikuttajaprofiili edustaa ryhmää, jolla on samanlaiset asenteet ja motivaatiotekijät vaikuttamisen takana. Profiilit eroavat toisistaan selkeästi vaikuttamistekojen runsauden mukaan. Toisille vaikuttaminen on tärkeää ja vaikuttamisen paikkoja on paljon, mikä johtaa aktiivisuuteen, kun taas toisilla on huomio muualla, tai he ovat skeptisiä minkäänlaista osallistumista kohtaan.

KUVA 1. PROFIILIT EROAVAT VAIKUTTAMISTEOISSAAN.

Ryhmiä parhaiten kuvaavat vaikuttamistavat:

Muualle katsoja
- Ei juuri tekoja
- Mahdollisesti äänestäminen
- Omiin mielenkiinnon-kohteisiin taiharrastuksiin liittyvä osallistuminen

Lähipiirin edunvalvoja
- Taloyhtiön hallitus tai vanhempain-toimikunta –asiat jotka jonkun on pakko hoitaa, ettei lähialueen tai -piirin hyvinvointi vaarannu.

Valveutunut skeptikko
- Oman mielipiteen jakaminen henkilökohtaisesti tai keskustelupalstalla
- Äänestäminen “pakollisena pahana”

Arjen sohva-vaikuttaja
- Kulutusvalinnoilla vaikuttaminen
- Adressin tai kansalaisaloitteen allekirjoittaminen
- Mielipiteiden tai uutisten jakaminen somessa
- Osallistava budjetointi

Yleisen hyvän edistäjä
- Vapaaehtoistyöllä muiden auttaminen
- Yhdessä ryhmässä hyvän edistäminen, esim. talkoot
- Kummius
- Yhdistysjäsenyys tukimaksujen muodossa

Aktiivinen rakentaja
- Järjestöaktiivius
- Aktivismi
- Projektien ja yhdistysten perustaminen
- Kansalaisaloitteiden laatiminen
- Blogien pitäminen
- Puoluepolitiikka

KUVA 2. HUOMION SUUNTAUTUMINEN JA USKO VAIKUTUSMAHDOLLISUUKSIIN EROTTAVAT PROFIILEJA.

En halua yhdistyä itse puolueen toimintaan. En voisi allekirjoittaa minkään puolueen kantoja 100%.

Politiikka tuntuu niin vieraalta maailmalta. En voisi pelata niiden sääntöjen mukaan.

Ei kovin demokraattista, et jos on eduskunnassa, mutta ei saa tuoda omaa ääntä esille, niin onko siinä touhussa mitään järkeä?

Kiinnostavampaa jos ei olisi puolueita vaan ihmiset puhuis... Ihmiset jota ei ennakolta tarvii luokitella jollai tavalla. Niin seuraaminen olis kiinnostavampaa.

– HAASTATTELUISSA KUULTUA

Suomalaista aktivoiva tai passivoiva kierre syntyy vaikuttamisen kokemuksista

"Suomella ei ole mitään oikeaa vaikutusta *ilmastonmuutokseen, me ollaan niin pieniä."*

"Koen että yksilönä ***voin vaikuttaa isoihin asioihin."***

"Yhden ihmisen osuus on kovin pieni. *Kun teen jotain niin se on ihan lillukanvarsi, pikkupiiperrystä."*

"Muutokset lähtee ihmisen mittakaavasta. *Vaikutamme ihmisiin, he vaikuttavat toisiin ja sitä kautta syntyy muutos."*

Ihmisen sosioekonominen tausta ja ympäristö

Positiivinen kierre kohti aktiivista kansalaista

Negatiivinen kierre kohti passiivista kansalaista

KUVA 3.

Kokemukset vaikuttamisen mahdollisuuksista luovat kierteen, jossa usko vaikutusmahdollisuuksiin ruokkii itseään ja aktivoi ihmistä. Sama pätee myös toiseen suuntaan eli kokemus siitä, ettei omia mielipiteitä kuulla tai omat teot eivät vaikuta, voi johtaa passivoitumiseen.

Haastatteluissa tuli ilmi, miten ihmisten tausta ja ympäristö muokkaa oletuksia ja odotuksia kansalaisvaikuttamisesta. Kokemukset vaikuttamisen mahdollisuuksista tuntuivat luovan ikään kuin itseään vahvistavan kierteen. Onnistumiset ja vaikuttamisen kokemukset tukevat kierrettä kohti aktiivisempaa kansalaista ja odotukset omista mahdollisuuksista ja vaikutuksesta kasvavat.

Yhtä lailla kokemus siitä, ettei omia mielipiteitä kuulla, niillä ei ole väliä tai teot eivät vaikuta mihinkään, passivoivat myös hyvää aikoneen ja osallistuneen henkilön. Sosioekonomisen taustan yhteys erilaisiin poliittisen osallistumisen tapoihin (äänestys, institutionaalinen, ei-institutionaalinen) on huomattu myös tutkimuksissa.*

PUOLUEPOLITIIKKA VAIKUTTAMISEN KANAVANA TUNTUU ETÄISELTÄ

Sitran Kansanvallan peruskorjaus -raportissa todetaan puolueiden menettäneen rooliaan yhteiskunnallisina uudistajina ja kansalaisten tahtotilan välittäjinä. Kansalaiset kokevat puolueiden vanhat moniportaiset rakenteet ja toimintatavat hyvin vierailta. Puoluetoiminta ei houkuttele.

Päätöksenteon agenda on tullut puolueilta, mutta ei tule enää. Erityisesti uudet julkisuus- ja vaikuttamismuodot ovat tuoneet kansanvallan kentälle uusia toimijoita ja uusia toimintatapoja ohi puolueiden.

Puolueet ovat kuitenkin edelleen, niin meillä kuin muuallakin, keskeinen toimija yhteiskunnallisessa päätöksenteossa ja vaalien myötä tapahtuvassa vallanjaossa. Puolueiden oman toiminnan kehittäminen on jäänyt jälkeen muusta kehityksestä. Mikäli puolueet eivät uudistu, merkitsee se perinteisesti keskeisen demokratian väylän kuihtumista. Mitä tilalle?

Suomalaiset kansalaisvaikuttajina -selvityksen perusteella puolueiden toiminnan logiikkaa on vaikea ymmärtää, ja ihmisten on helpompi samaistua yksittäiseen poliitikkoon tai teemaan.

Ihmiset kertoivat äänestävänsä puolueen sijaan yksittäistä poliitikkoa, koska kokevat, etteivät osaa samaistua tai seistä 100 % minkään puolueen takana. Samaistuminen yksittäiseen edustajaan tai omien näkemysten yhteensovittaminen poliitikon kanssa tuntuu helpommalta. Myös puoluekuri koetaan ongelmallisena: se rikkoo arvoa, jossa jokainen saa olla omaa mieltä ja ajaa itse tärkeäksi katsomiaan asioita.

Puoluetoimintaan lähtemisessä on kynnys, jota on vaikea ylittää – se tuntuu tätä maailmaa tuntemattomalle hyvin vieraalta ja vaikealta ja siihen yhdistetään tietynlainen leima. Puolueeseen kuuluminen tuntuu liian lopulliselta ja niiden toiminta tuntuu kaukaiselta ja oudolta, joissa on itselle vieraita sääntöjä. Voi tuntua, että tulisi sopia tiettyyn muottiin, jos haluaa olla mukana.

Monille ihmisille tärkeät teemat eivät sijoitu perinteiselle vasemmisto-oikeisto -akselille. Tällöin katse suuntautuu puolueisiin, jotka pyrkivät irtautumaan tästä tai yksittäisiin politiikkoihin, jotka yhdistyvät tiettyä teemaa ajaviksi voimiksi. Huomasimme, miten ihmisille itselleen tärkeiden asioiden ja puoluepolitiikan välillä on syvä kuilu. On vaikea hahmottaa mikä puolue todella ajaa itselle tärkeitä teemoja ja asioita. Keskustelu ja vaikuttamisen mahdollisuudet tulisi rakentaa vahvemmin ihmisille itselle tärkeiden teemojen, ei puoluepolitiikan ympärille.

*Lahtinen, Wass & Hiilamo (2019) Luottamus poliittisen osallistumisen sosioekonomisten erojen selittäjänä. Teoksessa Poliittinen ja sosiaalinen luottamus. Polut, trendit ja kuilut. Valtiovarainministeriön julkaisuja 2019; 31.

6 KANSALAIS-VAIKUTTAJA-PROFIILIA

MUUALLE KATSOJA

21%

En ole missään äänekäs, edes netissä. Jos en ota kantaa, kukaan ei voi tulla huutelemaan mulle. Mä oon sivustakatsoja.

Katsoo omaan seuraavaan askeleeseen

Muualle katsojaa ei innosta globaalien, kansallisen tai edes paikallisen politiikan seuraaminen; tähän ei ole aikaa, energiaa tai kiinnostusta. Politiikka ei jaksa innostaa, kieli tuntuu vieraalta ja siihen on vaikea saada henkilökohtaista tarttumapintaa. Satunnaisia poliittisesti värittyneistä ajatuksiaan *Muualle katsoja* ei jaa muille. Hän ei halua ottaa kantaa ja osalle vaikuttamattomuus on itsessään jo kannanotto. Elämä ja liikuttavat asiat rakentuvat oman virtuaaliyhteisön, ystäväpiirin tai perheen ympärille, eikä sen ulkopuoliset asiat mahdu kuvaan.

Muualle katsoja saattaa olla liian pessimistinen maailman tilaan, eikä juuri usko yksittäisen ihmisen vaikutusmahdollisuuksiin. Äänestysaktiivisuus on tällä ryhmällä matalin ja äänestäessään moni heistä äänestää henkilöä, ei puoluetta.

Ei vaikuta muuten kuin mahdollisesti äänestämällä

Ei kiinnosta. Ei ole energiaa. Iha sama. Mulla on tarpeeks huolia omasta takaa niin miksi ihmeessä jaksaisin murehtia muitten, saati yhteiskunnan asioista. Jos joku ny tulisi suoraan mun tekemisiin puutumaan, niin siitä voisin ärähtää –mahdollisesti.

Omat hyödyt motivoivat – jos mikään

Muualle katsoja ei motivoidu mistään, paitsi mahdollisesti häneen tai välittömästi omaan lähipiirin kohdistuvasta vääryydestä. Tällöinkin epäusko omiin vaikutusmahdollisuuksiin toimii mahdollisesti esteenä toiminnalle. Elämässä tuntuu olevan pääasiallisesti kaikki hyvin, joten *Muualle katsoja* antaa muiden toimia ja kertoo reagoivansa vasta ison uhkan edessä.

Energian, kiinnostuksen ja omiin vaikutusmahdollisuuksiinsa uskomisen puute estävät

Muualle katsojan katseen kääntäminen osallistumiseen ja vaikuttamiseen on erittäin vaikeaa. Hän kokee olevansa liian kiireinen tai vaikka aikaa olisi, ei hän muuten vain jaksa ulottaa tekemistä oman elinympäristönsä ulkopuolelle kansalaisvaikuttamiseen. *Muualle katsoja* ei usko, että hän voisi yksittäisenä ihmisenä vaikuttaa asioihin kovinkaan paljon.

> *Ilmastoasiat ahdistaa, haluaisin tehdä jotain, mut mun aivot sanoo, et me ollaan jo yritetty, mikään ei auta tässä vaiheessa – fuck-it*

KUVA 4. MUUALLE KATSOJAN HUOMIO LÄHELLÄ JA USKO VAIKUTUSMAHDOLLISUUKSIIN PIENEHKÖ.

KUINKA SAADA MUKAAN?

- Jätä politiikka ja sen sanasto pois
- Korosta konkreettisia, juuri häneen kohdistuvia hyötyjä (esimerkiksi harrastukset)
- Tunnista hetki, jolloin on altis uusille asioille
- Politiikassa korosta puolueen sijasta henkilöä

MITÄ TULEE HUOMIOIDA?

- Vaikea saada mukaan yksittäisillä teoilla – mieti miten voit aktivoida, mutta älä odota nopeita muutoksia
- Ota yhteisö mukaan tai mene lähipiiriin – nettiyhteisöön tai perhe-elämään arkeen asti
- Rakenna pitkäjänteisesti mahdollisuuksia aktivoitua ja kiinnostua edes oman lähipiirin vaikuttamisesta

LÄHIPIIRIN EDUNVALVOJA

13%

> *Mua vähän niinku tyrkättiin siihen ja lähdin kun oli kannatusta.*

On tyytyväinen nykytilanteeseen ja aktivoituu vain, jos omat edut ovat uhattuina

Lähipiirin edunvalvoja kokee yhteiskunnassa asioiden olevan pääosin hyvin. Vaikka yhteiskunnasta löytyy pieniä epäkohtia, ei isommalle muutokselle ole hänen mielestään tarvetta. Hän keskittyy elämässään enemmän omaan ja lähipiirinsä hyvinvointiin kuin yhteiskunnallisiin asioihin. Epäkohtiin hän tarttuu vain silloin, kun ne koskettavat omaa perhettä tai lähipiiriä. Omia etuja lähiyhteisön toimija voi ajaa yllättävänkin aktiivisesti, ja hän uskoo mahdollisuuksiinsa vaikuttaa kansalaisena.

Vaikuttaa lähipiirin ja -alueen asioihin

Lähdin mukaan päiväkotitoimintaan, kun sitä pyrittiin muuttamaan ihan väärään suuntaan. Halusin olla mukana vaikuttamassa, ettei hyviä asioita rikota. Uskon, että pystyn vaikuttamaan melkein mihin vaan ja juuri nyt aika paljon vie aikaa päiväkotiin liittyvät jutut juuri nyt.

Yksittäiset, itseensä kohdistuvat epäkohdat motivoivat toimimaan

Lähipiirin edunvalvoja tarttuu vain itseään ja lähipiiriään koskeviin yksittäisiin epäkohtiin, kuten bussilinjan sulkemiseen tai lähipuiston korjaukseen. Häntä motivoi omat mielenkiinnon kohteet, kuten harrastukset ja läheisten hyvinvointi. Hän ei lähde herkästi mukaan mihinkään, mutta sosiaalisen paineen alla ja pyydettäessä, *Lähipiirin edunvalvoja* lähtee mukaan asioita konkreettisesti edistävään toimintaan. *Lähipiirin edunvalvojaa* kannattaa muistaa henkilökohtaisesti kysyä mukaan paikalliseen vaikuttamiseen; hän saattaa jopa suostua.

Tyytyväisyys nykytilaan passivoi

Koska *Lähipiirin edunvalvoja* kokee asioiden olevan jo yhteiskunnallisella tasolla melko hyvin, motivaatiota ei löydy isompien asioiden edistämiseen. Omiin taitoihin on kyllä uskoa, mutta hänen mielenkiintonsa on oikeastaan vain itseään ja lähipiiriään koskettavissa asioissa. Kiinnostus isompiin rakenteellisiin tai globaaleihin asioihin voi olla vähäistä.

> *Taloyhtiön hallitukseen lähdin, kun vaihtoehtona oli henkilö, jota en haluaisi siihen. Siksi lähdin itse –ja ettei 1920-luvun talossa hävitetä vanhaa.*

KUVA 5. LÄHIPIIRIN EDUNVALVOJAA MOTIVOI OMAT MIELENKIINNON KOHTEET.

KUINKA SAADA MUKAAN?

- Korosta vaikutuksia lähipiiriin, omiin etuihin ja uraan
- Tee mukaan lähtemisestä helppoa ja mahdollista myös satunnaiset ja pienet teot konkreettisen asian edistämisessä
- Tee vaikuttamisesta mahdollisimman konkreettista
- Vältä isompia kokonaisuuksia, jonka tulokset eivät näy lähiympäristössä
- Vältä liian isoja tehtäviä, joita ei ole pilkottu konkreettisiin pieniin tekoihin tai tapahtumiin

MITÄ TULEE HUOMIOIDA?

- Kysy henkilökohtaisesti mukaan
- Vaali ja huomioi hänen erityiset taidot ja mahdollista erilaisten taitojen käyttö toiminnassa
- Lähialueen sosiaaliset tapahtumat tukevat vaikuttamista ja luovat yhteisöllisyyden tunteen ja positiivisen paineen vaikuttaa

VALVEUTUNUT SKEPTIKKO

21%

„Yksittäisenä ihmisenä kun teen jotain niin se on ihan lillukanvarsia – pikku piiperrystä. Yhden ihmisen osuus on kovin pieni.

Kertoo mielipiteensä, mutta ei usko vaikutusmahdollisuuksiinsa

Valveutunut skeptikko seuraa politiikkaa aktiivisesti. Hän lukee päivän polttavia keskusteluja ja jakaa mielellään näkemyksiään lähipiirilleen, mutta keskustelua leimaa helposti kyynisyys. Hän ei oikeastaan usko kansalaisen vaikuttamismahdollisuuksiin– yksittäinen ihminen tuntuu isossa globaalissa maailmassa ja poliittisten voimien rinnalla mitättömältä. Myös poliittisen järjestelmän tehottomuus ja toimintatavat saavat *Valveutuneelta skeptikolta* kritiikkiä. Systeemi kaipaa suurta muutosta, mutta merkkejä muutoksesta ei ole näkyvissä. Vaikuttaminen jää helposti vähäiseksi, koska *Valveutunut skeptikko* kokee, että on ihan turha edes yrittää osallistua, koska mikään ei kuitenkaan muutu.

Vaikuttaminen onnistuisi ison muutoksen kautta

Kaupunkiin pitäisi pystyä vaikuttamaan, mutta hyväveliverkosto on siinä esteenä. Pitäisi tehdä iso parannus, jossa toimintaa tehostettaisiin, turhia virkamiehiä poistettaisiin ja kuntalaisille jäisi enemmän rahaa. Leaniä siihen järjestelmään pitäisi saada lisää.

Mahdollisuus protestoida ja tuoda epäkohdat esiin motivoivat

Valveutunut skeptikko tuo esille yhteiskunnalliset epäkohdat ja kertoo niistä auliisti keskustelukumppaneilleen. Häntä motivoi keskusteluun epäkohtien ja järjestelmätason kritisointi, mutta toimintaa näiden epäkohtien muuttamiseksi ei juuri ole. Nykyiset kansalaisvaikuttamisen tavat eivät ole tehty *Valveutuneelle skeptikolle.* Äänestäminen tuntuu pakolliselta pahalta, eikä vaikuta lopulta kuitenkaan mihinkään. *Valveutunut skeptikko* ei usko myöskään kansalaisvaikuttamiseen tai joukkovoimaan, mutta saattaa oikean asian tullessa eteen allekirjoittaa kansalaisaloitteen. Hän kaipaa konkreettisia lopputuloksia, selkeitä mittareita ja läpinäkyvyyttä –ei turhaa touhotusta.

Luottamuspula ja skeptisyys esteenä

Valveutunut skeptikko kokee vahvasti yhteiskunnalliset epäkohdat, mutta hänellä ei ole luottamusta, että muutosta voisi tapahtua. Markkinavoimat ja EU:n valta tuntuu niin vahvoilta, ettei yksilön vaikuttamisella tunnu olevan väliä. Kansalaisena ja kuntalaisena vaikuttamisen mahdollisuus tuntuu rajautuvan äänestämiseen, eikä poliitikot tunnu kuuntelevan kansalaisia kuin vaalien alla. Toimintaan lähtemistä nakertaa skeptisyys kaiken vaikuttamisen todellisesta painoarvosta.

> *Suora budjetointi on ihan huuhaata, ei ne tee sitä oikeasti. Sitä voi vaan näennäisesti vaikuttaa. Ne ajaa vaan omaa tietä silti.*

KUVA 6. VALVEUTUNUT SKEPTIKKO KESKITTYY EPÄKOHTIIN.

KUINKA SAADA MUKAAN?

- Mahdollista toiminnan läpinäkyvyys ja arviointi –tämä voi pitkällä aikavälillä lisätä luottamusta
- Tee konkreettiset mittarit ja tavoitteet, joiden kautta voi seurata tavoitteita, joita on asettu ja miten lupauksia pidetään.
- Puhu suoraan ja ilman hienostelevaa jargonia ja kuuntele hänen näkökulmia ja nurinoita

MITÄ TULEE HUOMIOIDA?

- Ei ole helppoaa tapaa saada lähteämään mukaan toimintaan.
- Omaa vahvoja näkemyksiä, eikä ole tyytyväinen nykyiseen järjestelmään
- Kaipaa enemmän suoria tapoja vaikuttaa yhteiskunnallisiin päätöksiin. Vaikkei välttämättä heti tartu vaikuttamismahdollisuuksiin, ne voivat lisätä luottamusta järjestelmään.

ARJEN SOHVAVAIKUTTAJA

13%

Voisin tehdä paljon enemmän. Voisin ryhtyä kasvissyöjäksi. Pakko olla rehellinen, kyl tiedän mitä pitäisi tehdä, mut harvoin teen.

Haluaisi tehdä enemmän ja kuluttaa järkevämmin

Maailma ei ole *Arjen sohvavaikuttaja*nmielestä valmis. Hän uskoo vaikutusmahdollisuuksiinsa ja uusin vaikuttamisen keinoihin, mutta ei lähde mukaan liikaa aikaa vievään toimintaan. Muiden, etenkin huonompiosaisten, auttaminen kiinnostaa ja hän haluaisi tehdä paljon enemmän. Arjen sohvavaikuttajakuitenkin vaikuttaa vain, jos se on helppoa ja toteutuu vaivattomasti ostoksia tehdessä tai kotisohvalta käsin.

Sosiaalisen median kautta *Arjen sohvavaikuttaja* innostuu ja leimahtaa yksittäisiin tekoihin ja toimiin. Hän uskoo vahvasti sosiaalisen median ja yksittäisten ihmiset luomaan joukkovoimaan. Politiikkaakin tulee seurattua melko aktiivisesti ja hän toivoisi voivansa vaikuttaa yhteiskunnallisiin epäkohtiin ja isoihin globaaleihin asioihin.

Vaikuttaa kaupassa ja sohvalta käsin

Maailman menoon pystyy parhaiten vaikuttamaan omilla kulutusvalinnoilla. Kaupassa pitäisi itsekin ihan oikeasti miettiä kenen tuotteita sitä haluaa tukea. Myös somessa vaikuttaminen on helppoa ja usein tuleekin tuettua allekirjoitettua kansalaisaloitteita, joita tulee siellä vastaan.

Helppo yhteiskunnallinen vaikuttaminen motivoi

Arjen sohvavaikuttajaa motivoi omasta lähiyhteisöstä tai somesta nousseet yhteiskunnalliset teemat, joihin hän itse voi osallistua helposti. *Arjen sohvavaikuttajaa* motivoivat erityisesti yhteiskunnallisten ja globaalien epäkohtien korjaaminen. *Arjen sohvavaikuttaja* kaipaa uusia, suorempia väyliä päästä kertomaan oma kantansa yhteiskunnallisesti keskeisiin teemoihin. Hän toivoo olevansa osa yhteiskuntaa ja maailman suuntaa muuttavaa joukkovoiman osaa.

"Ei vaan tuu tehtyä"

Arjen sohvavaikuttaja haluaisi tehdä enemmän kuin tekee, mutta on laiska tekemään, mikä jopa häiritsee häntä itseäänkin. Pienellä tuuppaamisella, kuten henkilökohtaisella pyynnöllä, voi *Arjen sohvavaikuttajaa* aktivoida melko helposti.

> *Oon tosi laiska lähtee ulos ja sama tähän aktivismiin ja mielenosoituksiin... Ei vaan tule mentyä.*

KUVA 7. ARJEN SOHVAVAIKUTTAJAA MOTIVOI LÄHIYHTEISÖSTÄ NOUSEVAT TEEMAT.

KUINKA SAADA MUKAAN?

- Koska Arjen sohvavaikuttajahaluaisi tehdä enemmän kuin tekee, eri tuuppauskeinot voivat olla tehokkaita tapoja aktivoida
- Levitä tietoa sosiaalista median ja verkostojen kautta
- Pyydä henkilökohtaisesti mukaan, tai vielä parempi, pistä ystävä pyytämään mukaan
- Mahdollista kotoa käsin osallistuminen
- Helpota arkisten valintojen kautta vaikuttamista
- Suosi suoraa vaikuttamista ja some-tapahtumia

SEURAAVAT POTENTIAALISET TEOT

- Kulutusvalinnoilla tietoisesti vaikuttamisen repertuaarin lisääminen
- Päättäjille viestiminen
- Mielenosoitukseen osallistuminen
- Kansalaisaloitteen ja kunta-aloitteen laatiminen
- Oman yhteiskunnallisen kannan jakaminen somessa

YLEISEN HYVÄN EDISTÄJÄ

11%

Musta on tärkeä auttaa. Sitä näkee konkreettisesti sen hyödyn minkä voi antaa ihmiselle tai fyysiselle ympäristölle. Se tuntuu palkitsevalta juuri siksi, ettei siitä saa itse mitään.

Haluaa tehdä hyvää muille ja on tyytyväinen nykytilaan

Yleisen hyvän edistäjä haluaa olla mukana vaikuttamassa omilla konkreettisilla teoillaan siihen, mihin suuntaan yhteistä maailmaa rakennetaan. Hänelle vaikuttaminen on yhdessä tekemistä ja heikompien auttamista ja tukemista. Hän kokee vahvasti, että jokainen hyvä teko toiselle ihmiselle tekee maailmasta hieman paremman. Yksittäinen ihminen voi jokapäiväisillä valinnoillaan konkreettisesti vaikuttaa maailman menoon ja suuntaan. *Yleisen hyvän edistäjä* haluaa auttaa erityisesti jos kokee pystyvänsä ja osaavansa. Huomio on yhteiskunnan isojen teemojen sijaan enemmän oikeiden ihmisten tasolla, ei rakenteissa ja politiikassa. Yhteiskunnassa on hänen mielestään kaikki jo melko hyvin, mutta kansalaisten joukkovoimalla voidaan puuttua koettuihin pieniin epäkohtiin. *Yleisen hyvän edistäjä* lähtee mukaan erityisesti asioihin, joissa hän kokee pystyvänsä auttamaan.

Vaikuttaa arkisilla teoillaan

Kohtaamisen ja läsnäolon kautta me vaikutetaan toisiimme ja maailmaan isommallakin tasolla. Lähetämme ympärillemme pieniä vaikuttamisen aaltoja –tärkeää on millaisia aaltoja itse vie eteenpäin. Mulla on paikka tässä kaikessa ja meidän paikka vahvistuu kun vaikutan toisiin.

Muiden auttaminen ja hyvän tekeminen motivoivat

Yleisen hyvän edistäjä haluaa tehdä pitkäjänteistä vaikuttamistyötä ja auttaa muita konkreettisilla teoilla ja tarjoamalla tukea. Yhdessä tekeminen motivoi, sillä usko yksittäisten ihmisten muodostaman joukkovoiman kykyyn muokata maailmaa on suuri. *Yleisen hyvän edistäjä* haluaa ajaa huono-osaisten asiaa, ja muiden auttaminen tuo myös positiivista energiaa omaan elämään. Hän innostuu ystävien ja tuttavien nostamista teemoista sekä seuraa sosiaalisen median tapahtumia tiuhaan.

Liian isoihin ja poliittisiin teemoihin vaikea tarttua

Liian isot globaalit ja poliittiset teemat voivat lannistaa ja niihin on vaikea tarttua suoraan oman toiminnan kautta. Ilman konkreettisia tekoja ja toimintaa voi tulla tunne, ettei saa oikeasti mitään aikaa, jolloin motivaatio pienenee. *Yleisen hyvän edistäjä* on myös melkolailla tyytyväinen yhteiskunnalliseen toimintamalliin, joten sen korjaamiseen tai radikaaliin uudistamiseen hän ei ole ainakaan ensimmäisenä lähdössä.

> *Yksin en voi tehdä kovin paljon, pitää tehdä pitkäjänteisempää ja liittyä yhteen muiden kanssa. Haluan, että mulla on jotain annettavaa muille.*

KUVA 8. YLEISEN HYVÄN EDISTÄJÄÄ INNOSTAA YHDESSÄ TEKEMINEN.

KUINKA SAADA MUKAAN?

- Luo mahdollisuuksia ihmisten kanssa tekemiseen ja kohtaamisen
- Painota yhdessä saavutettuja konkreettisia tuloksia ja toisille tuotettua hyvää
- Mahdollista pidempiaikainen konkreettinen hyvän tekeminen ja teot
- Tuo lähialueen erilaiset auttamisen tavat ja mahdollisuudet näkyväksi

SEURAAVAT POTENTIAALISET TEOT

- Yhteistä hyvää ajavat yhdistysten toiminta
- Erilaiset ystävä-ja vertaistukiryhmät
- Vapaaehtoistoiminta
- Oman asuinalueen tapahtumat ja talkoot
- Tietoiset kulutus-ja elämäntapavalinnat
- Kulutusboikotti

AKTIIVINEN RAKENTAJA

20%

„On annettu oikeus vaikuttaa, silloin on annettu myös vastuu. Ei vaan se oma napa. Ihminen on niin vahva kun yhteisö sen ympärillä.

Tuntee järjestelmät ja vaikuttamisen tavat

Aktiiviselle rakentajalle erilaiset vaikuttamisen toimintamallit ja tavat ovat tuttuja. Nykyiset kansalaisvaikuttamisen keinot ovat rakennettu juuri hänelle. *Aktiivinen rakentaja* haluaa itse olla ohjaksissa ja vaikuttaa siihen, mihin suuntaan yhteiskunta on menossa. Myönteiset kokemukset vaikuttamisesta ovat luoneet positiivisen kierteen, jonka ansiosta hän kokee voivansa vaikuttaa lähes kaikkeen ympärillään ja yhteiskunnassa. Aktiivisuus ja osallistuminen ovat opittu ja vahvistunut osa hänen identiteettiään. Hän haluaa ajaa isompaa asiaa tai teemaa sekä kaipaa selkeitä konkreettisia tuloksia. Hän haluaa olla itse vaikuttamassa, niin omiin kuin yhteiskunnan asioihin. Ryhmän sisältä löytyy **Superaktiiviset raivaajat** (6%), jotka ovat vielä aktiivisemmin mukana vaikuttamisessa kaikilla tasoilla, toimivat puolueissa ja rakentavat mahdollisuuksia ja tilanteita myös muille vaikuttaa.

Vaikuttaa paljon ja toimii moottorina muiden toiminnalle

Olen itse aktiivi ja muutoksia tekevä, en muutoksia odottava objekti. Opiskeluaikana kun huomasin epäkohdan, lähdin korjaamaan sitä. Puoluetoiminnassa olin mukana, koska halusin ajaa isompaa aatetta eteenpäin. Lähdin, koska puolue pitää kiinni liikaa vanhoista vallan pesäkkeistään ja rakenteista. Kukaan ei halua olla puolueen tai yhdistyksen jäsen ellei koe tulevansa kuulluksi.

Isompi aate ja vaikuttamisen mahdollisuus motivoivat

Aktiivista rakentajaa motivoi vääryyden havaitseminen yhteiskunnassa ja eteen tullut mahdollisuus vaikuttaa niin isoihin yhteiskunnallisiin kuin myös pieniin paikallisiin asioihin. Maailmassa on paljon korjattavaa ja *Aktiivinen rakentaja* uskoo nykyjärjestelmän tarjoavan melko hyvät välineet ja mahdollisuudet. Selkeät tulokset, halu vaikuttaa toiminnan suuntaan ja myös isompi aate ajaa häntä eteenpäin.

Liika aktiivisuus ja jäykkä rakenne vaikeuttavat

Aktiivinen rakentaja saattaa haalia liikaa toimintaa, koska hänen on vaikea olla lähtemättä mukaan, jos pyydetään. Aktiivisuuden positiivinen kierre tuo tunteen, että voi vaikuttaa lähes kaikkeen, jolloin vaikuttamisesta voi tulla lähes pakonomaista. Turhautuminen ja sitä kautta aktiivisuuden vähentyminen voi kytkeytyä jäykkiin yhteiskunnan rakenteisiin ja politiikan toimintamalleihin, joissa yksilön panos ei tule esiin tai sitä ei osata huomioida ja arvostaa.

> *Olen aina halunnut vaikuttaa asioihin ja politiikka on siihen hyvä tapa, mutta puolueissa pitäisi räjäyttää niiden rakennelmat ja rahoitusjärjestelmät.*

KUVA 9. AKTIIVINEN RAKENTAJA HALUAA OLLA OHJAKSISSA JA VAIKUTTAA.

KUINKA SAADA MUKAAN?

- Tuomalla yhteiskunnallisia epäkohtia esille
- Korostamalla että pääsee mukaan vaikuttavien ihmisten yhteisöön
- Pitää kokea olevan kuultu ja arvostettu, ei vain rattaan osanen
- Vahvistamalla identiteettiä aktiivisena ja rakentavana henkilönä
- Voidaan kannustamalla saada tuomaan omaa näkemystään esille rohkeammin ja mukaan vastuullisempaan rooliin

SEURAAVAT POTENTIAALISET TEOT

- Päättäjille viestiminen ja poliitikon seuraaminen somessa
- Omien yhteiskunnallisten näkemysten jako somessa
- Yhdistyksen perustaminen ja aktiivinen jäsenyys
- Kansalaisaloitteen ja kuntalaisaloitteen laatiminen
- Hyväntekeväisyysjärjestöjen rahallinen tukeminen
- Asuinalueen toimintaan osallistuminen

Koonti vaikuttajaprofiileista

	Profiilin edustaja	Vaikuttamisen motiivit
Muualle katsoja 21 %	Keskittyy omaan elämäänsä, ei aikaa tai kiinnostusta vaikuttamiseen, koska se ei tunnu koskettavan omaa elämän piiriä. Ei aikaa tai kiinnostusta vaikuttamiseen. Tyypillisesti nuori vähemmän koulutettu nainen.	• ei motivaatiota • lähinnä oman lähipiirin, harrastuksen tai nettiyhteisön asiamikä on pakko korjata
Lähipiirin edunvalvoja 13 %	Aktivoituu korkeintaan lähipiirin ja -alueen asioista. Toimii, jos omat edut on uhattuina. Tyypillisesti nuori korkeasti koulutettu mies.	lähipiirin hyvinvointi ja etu • konkretia • yksittäiset epäkohdat mitäkorjata • henkilökohtainen kysyminen mukaan • sosiaalinen paine • jonkun pakko hoitaa
Valveutunut skeptikko 21 %	Kertoo mielipiteensä, mutta ei usko yksittäisen ihmisen tai pienen valtion vaikuttamisen mahdollisuuksiin.	• epäkohdat • suora puhe • vastarinta • oman näkemyksenkorostaminen • läpinäkyvyys • suorat tavat vaikuttaa • konkreettiset tavoitteet ja mittarit
Arjen sohva-vaikuttaja 13 %	Haluaa tehdä enemmän ja kuluttaa järkevämmin –kunhan vaikuttaminen olisi helppoa ja tapahtuisi arjen tekojen kautta.	• yhteiskunnallisten jaglobaalien epäkohtien korjaaminen • helppous ja vaivattomuus arjenohella • sosiaalisessa mediassa nousseet teemat • suora vaikuttaminen • ystävien suosittelu
Yleisen hyvän edistäjä 11 %	Hyvän tekeminen muille ja auttaminen motivoivat, mielellään ihmisen tasolla tapahtuviin, ei isoihin poliittisiin asioihin sotkeutuvaa tekemistä. Tyypillisesti korkeasti koulutettu.	• muiden auttaminen • merkityksellisyydentunne • oman käden jälki • muutos toimintana • ihmisten kanssatekeminen ja kohtaaminen • huono-osaisten auttamisesta positiivista energiaa omaan elämään
Aktiivinen rakentaja 20 %	Identiteetiltään aktiivinen ja osallistuva ihminen. Tuntee vaikuttamisen tavat ja järjestelmät ja toimii mahdollistajana ja moottorina myös muille. Tyypillisesti akateemisesti koulutettu mies.	• yhteiskunnallisten jaglobaalien epäkohtien korjaaminen • iso teema tai aate • tulokset • arvostetuksi ja kuulluksi tulemisentunne • merkityksellisyydenja vaikuttamisen tunne

Profiilien soveltaminen käytännön kehitystyöhön

Olipa tavoitteesi sitten nykytoiminnan kehittäminen tai uusien kohderyhmien löytäminen, tämä työkalu auttaa sinut alkuun ihmiskeskeisessä suunnittelussa. Käy jokainen profiili huolellisesti läpi ja mieti miten toimintasi näyttäytyy yksittäisen, profiilia edustavan henkilön, arjessa. Voit hyödyntää profiileja herättelemään omaa ajatteluasi kirjoittamalla ylös oivalluksia materiaalista tai järjestämällä organisaatiossasi ihmiskeskeisen työpajan, jossa käytte läpi materiaalia yhdessä kollegoiden kanssa.

PÄÄSET ALKUUN NELJÄLLÄ YKSINKERTAISELLA VAIHEELLA!

1. Kirkasta nykytila: kehitystarpeet ja tavoitteet

Pohdi miten toimintaasi voisi kehittää eri vaikuttajaprofiilien, eli erilaisten suomalaisten vaikuttajien näkökulmasta, toimivammaksi. Aloita nykytilasta. Kiteytä mitä asioita sinun tulisi kehittää ja määritä mahdollisimman konkreettiset tavoitteet kehitystyölle.

1.

Kirkasta nykytila
Keitä palvelet toiminnallasi ja mitä heidän ongelmaa ratkaiset toiminnallasi nyt? Miksi he osallistuvat nyt? Entä tulevaisuudessa?

Laadulliset tavoitteet
Esimerkiksi ymmärrettävyys & helppous, aloitteen/idean/hankkeen jakaminen lähipiirille tai somessa, jäsenyyden suosittelu eteenpäin, NPS- suosittelijuus.

Määrälliset tavoitteet
Esimerkiksi jokaiselle vähintään yksi vaikuttamisen kokemus vuodessa, äänestysprosentti, jäsenmäärä, allekirjoitusten määrä.

2. Tunnista potentiaaliset kohderyhmät

Tutustu vaikuttajaprofiileihin ja vertaa niitä nykyisiin kohderyhmiisi. Tunnistatko profiilien edustajia ympäriltäsi?

2.

Tunnistatko profiileista nykyisiä jäseniä / kohderyhmää?
Keitä he ovat? Miksi juuri he? Mikä toiminnassasi puhuttelee heitä? Miksi? Mitä profiiliryhmää tunnistat eniten? Miksi?

Tunnistatko potentiaalista kohderyhmää?
Mikä on tavoitekohderyhmäsi? Miksi juuri se ryhmä?

Priorisoi profiilit
Ketkä olet jo tavoittanut toiminnallasi? Ketkä pitäisi seuraavaksi tavoittaa? Keitä tavoitellaan myöhemmin? Ketkä jätetään fokuksen ulkopuolelle?

3. Arvioi toimintasi kohderyhmän silmin

Käsittele jokaista tärkeäksi kokemaasi profiiliryhmää aluksi erikseen, jotta oivallat eri ryhmien erityispiirteitä ja näkökulmia. Käy läpi erityisesti profiilikohtaiset Kuinka saada mukaan -ohjeet ja mieti mikä luo lisäarvoa kullekin profiiliryhmälle.

3.

Mitä tulee suosia?
Mikä luo kohderyhmälle lisäarvoa? Mikä aktivoi mukaan? Kohderyhmän tarpeet, toiveet, motivaatiot?

Mitä tulee välttää?
Mikä kohderyhmän karkoittaa tai passivoi? Kohderyhmän esteet osallistumiselle?

Miten ja missä kanavassa tavoitat?
Mikä olisi kohderyhmälle otollisin osallistumisen keino, tilanne ja kanava?Millaiset asiat madaltaisivat kynnystä osallistua? Miksi?

Miten viestit?
Millainen viesti puhuttelisi häntä? Iso kuva vai konkretia? Kaipaako hän toisten mielipiteitä/suosittelua? Minkä verran hän on valmis osallistumaan? Mikä puhuttelee viestinnässä?

4. Muuta oivallukset toimenpiteiksi

Todellinen työ alkaa kun tiedät mitä tehdä ja ketä tavoitella! Mieti käytännön työvaiheita ja aikatauluta ne.

4.

Peilaa kohderyhmäkohtaiset oivallukset asettamiisi tavoitteisiin
Mitä profiilikohtaisesti oppimasi asiat tarkoittavat toimintanne kokonaiskuvan kannalta?Mihin suuntaan toimintaanne tulisi kehittää? Millaisiin asioihin kannattaisi keskittyä?
Pitääkö tavoitteita päivittää?

Luo tiekartta kehitysehdotuksistasi
Mitä teet jo tänään? Entä viikon, kuukauden, vuoden sisällä? Mitkä asiat ovat tulevaisuuden visiota?

Seuraavat työvaiheet

1. Kiteytä kehitysideasi itsellesi konkretiaksi. Peilaa niitä asettamiisi tavoitteisiin ja päivitä tavoitteet tarvittaessa.
2. Testaa kehitysideoitasi kertomalla niistä mahdollisimman monelle erilaiselle ihmiselle, esim. kollegoillesi ja potentiaalisille kohderyhmille.
3. Mieti miten voisit kokeilla/pilotoida ideoitasi aidossa ympäristössä pienellä riskillä.
4. Jalkauta toimivimmat ideat käytäntöön.

Yhteenveto: Kohti toimivampaa kansalaisvaikuttamista

Suomalaiset jakautuvat vaikuttamaan motivoivissa (ja estävissä) tekijöissä hyvinkin erilaisiin ryhmiin. Yleisellä tasolla – tarkasteltaessa suomalaisia yhtenä isona ryhmänä – ei löydy montaakaan tekijää, joissa edes yli viidennes suomalaisista olisi samaa tai täysin samaa mieltä.

Myös vaikuttamisen esteet ovat suomalaisille hyvinkin erilaisia. Yleisesti suomalaiset kokevat asioiden olevan, ainakin yhteiskunnallisella tasolla, jo varsin hyvin. Tuudittautuminen nykytilaan estää monia vaikuttamasta enemmän. Toisaalta yli puolet suomalaisista on sitä mieltä, että yhteiskunta kaipaa muutosta. Vaikuttamisen esteenä on myös epäusko perinteiseen vaikuttamisen järjestelmiin ja omiin vaikutusmahdollisuuksiin.

Suomalaiset voidaan jakaa kuuteen erilaiseen profiiliryhmään sen mukaan, miten he vaikuttavat ympärilleen. Profiilikohtaisten ohjeiden lisäksi tunnistimme neljä hyvää yleisohjetta, jotka palvelevat kaikkia profiiliryhmiä, eli siis meitä kaikkia suomalaisia.

SUOMALAISTEN TYYPILLISET SYYT OSALLISTUMISELLE

- Usko hyvän tekemisen kierteeseen
- Helppous/vaivattomuus: kotoa käsin helppo tapa
- Ystävien ja somen innoitus
- Suorat tavat vaikuttaa
- Usko joukkovoimaan
- Oma tieto käyttöön/hyödyksi
- Auttamisesta merkitystä elämään

SUOMALAISTEN TYYPILLISET ESTEET OSALLISTUMISELLE

- Kaikki on jo ihan hyvin
- Epäusko:
- Epäusko poliittiseen järjestelmään
- "Kuntapolitiikka on suhmurointia"
- "Markkinavoimat ja EU sanelevat"
- Epäusko omiin vaikutusmahdollisuuksiin

1. Luo luontevia vaikuttamisen paikkoja osaksi arkea

- Jokaisella suomalaisella on itselle tärkeitä aiheita ja teemoja, joita he edistäisivät jos vaan saisivat siihen omaan arkeen sopivan mahdollisuuden. Luo vaikuttamisen paikkoja, tuo mahdollisuudet ihmisten luo ja tee vaikuttamisesta helppoa, hahmotettavaa ja henkilökohtaista. Tuuppaa osallistumaan.

2. Tuo teema keskiöön

- Ihmisille tärkeiden asioiden ja poliittisen vaikuttamisen välillä on kuilu. Suomalaiset kokevat että itselle tärkeä asia ei kuulu kenellekään, tai se kuuluu kaikille. Keskustelu ja vaikutusmahdollisuudet pitäisi rakentaa teemojen ympärille. Kansalaisaloite -palvelu on hyvä esimerkki keinosta luoda vaikuttamisen paikkoja jokaiselle: siellä asiat esitetään aihe edellä, jolloin ihmisten motivaatio osallistua on kohdillaan. Puhu siis teemasta ja tee se selkeästi!

3. Ole niin ymmärrettävä ja konkreettinen kuin mahdollista

- Monesti osallistuminen vaatii liikaakin oma-aloitteisuutta, perehtymistä ja tulkkaamista. Auta hahmottamaan nopeasti ilman vaivannäköä ja perehtymistä. Jäsennä aiheet, puhu selkeää ja konkreettista kieltä. Puhu konkreettisista teemoista, teoista ja toimista, joilla parannetaan ihmisiä lähellä olevia asioita.

4. Rakenna avoimuudella luottamusta rakenteita ja vaikuttamisen paikkoja kohtaan

- Etenkin poliittista järjestelmää kohtaan on luottamuspulaa. Luottamuspula ja skeptisyys omiin vaikutusmahdollisuuksiin yhdistyi avoimuuden puutteeseen ja epäilyyn asioiden järjestelystä taustalla. On tärkeää luoda läpinäkyvyyttä ja avoimuutta päätöksentekoon ja asioiden edistämiseen. Se johtaa luottamukseen, mikä on elinehto osallistumiselle.

MILLAISILLA KEINOILLA VOITAISIIN PÄÄSTÄ ETEENPÄIN?

Jos uskoa ja luottamusta vaikuttamiseen ei ole

Luo läpinäkyvyyttä ja avoimuutta päätöksentekoon ja asioiden edistämiseen. Tämä rakentaa luottamusta, mikä on elinehto osallistumiselle.

Jos on uskoa ja halua vaikuttaa

Luo vaikuttamisen paikkoja, tuo mahdollisuudet ihmisten luo ja tee vaikuttamisesta helppoa, hahmotettavaa ja henkilökohtaista. Tuuppaa osallistumaan.

Ota selvää kohderyhmälle tärkeästä kontekstista: lähipiiristä, harrastuksesta tai kiinnostuksen kohteesta,ja rakenna tilaisuuksia toimia tämän kontekstin sisällä. Tee vaikuttamisesta helposti ymmärrettävää. Rakenna pitkällä aikavälillä tietoisuutta ja uskoa, siihen että voi vaikuttaa itselle tärkeisiin asioihin.

Auta hahmottamaan nopeasti ilman vaivannäköä ja perehtymistä. Jäsennä aiheet, puhu selkeää ja konkreettista kieltä. Puhu konkreettisista teemoista, teoista ja toimista, joilla parannetaan ihmisiä lähellä olevia asioita.

SITRAN SELVITYKSIÄ 166
Sitran selvityksiä -sarjassa julkaistaan Sitran tulevaisuustyön ja kokeilujen tuloksia.

ISBN 978-952-347-167-2 (PDF) www.sitra.fi

SITRA.FI
Itämerenkatu 11-13
PL 160
00181 Helsinki
P. +358 294 619 991
@SitraFund