

Vaikuttamisopas yhdistyksille

**Avuksi puheenjohtajille, hallituksen jäsenille
ja viestinnästä vastaaville**



Vaikuttamisopas on syntynyt Keski-Uudenmaan Yhdistysverkoston Kumppanuudella soteen ja kuntiin –hankkeen ja Päijät-Hämeen Sosiaali- ja terveysturva ry:n Yhteinen Päijät-Häme hankkeen yhteistyönä.



**Päijät-Hämeen
sosiaali- ja terveysturva ry**



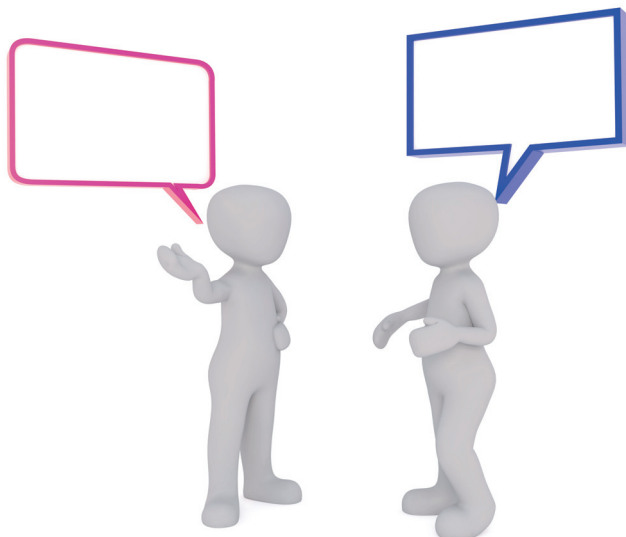
1. VAIKUTTAMINEN ON YHDISTYKSEN PERUSTOIMINTAA

Vaikuttamistyöllä voidaan muuttaa asenteita, käsityksiä, tietotasoa ja käyttäytymistä.

Yhdistykset vaikuttavat automaattisesti vähintään jäseniinsä ja heidän hyvinvointiinsa. Toimintaan osallistuvat tutustuvat uusiin ihmisiin, saavat osallisuuden kokemuksia, vertaistukea ja neuvontaa mielekkään tekemisen ohella.

Vaikuttaminen on kaikkea sitä yhdistyksen puheenjohtajan, hallituksen ja jäsenten aktiivista normaalia toimintaa ja tekemistä, jolla edistetään yhdistyksen tarkoitusta. Yhdistyksen säännöissä määritellään toiminnan tarkoitus ja ne asiat, joita yhdistys haluaa edistää. Sosiaali- ja terveysalan yhdistysten tarkoituksena on usein jäsenistön tai jonkin ihmisryhmän edunvalvonta sekä hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen ja tukeminen.

Yhdistyksillä on merkittävää kokemustietoa asioiden havaitsemiseksi ja kehittämiseksi. Järjestöt ja paikallisyhdistykset ovat toiminta-alueellaan varteenotettavia vaikuttajia silloin kun



heidät tunnetaan. Yhdistyksen pitää tehdä itsensä näkyväksi, jotta sen viesti kuullaan ja esitettyjä ajatuksia huomioidaan. Viestintä kuuluu kaikkien yhdistyksen toimintaan, erittäin vahvasti myös vaikuttamistoimintaan.

1.1 Yhteinen tavoite ja päämäärä

Tarve vaikuttaa voi syntyä jonkin ulkoisen muutoksen, jäsenistöstä nousevan tarpeen tai muun havaitun epäkohdan myötä. Vaikuttamistyö käynnistyy tavoitteen ja vaikuttamisen kohteen tarkentamisella. Selkeästi muotoiltu päämäärä helpottaa suunnitelman toteutusta ja arviointia.

• Kirkasta tavoite

Muotoile yhdessä jäsenistön kanssa mihin vaikuttamisella pyritään. Mitä

**Lainsäädäntö takaa
yhdistyksille laajat
osallistumis- ja vaikuttamis-
mahdollisuudet.**

Aloita viestintä heti

Muillakin yhdistyksillä ja ihmisillä voi olla tarve saman epäkohdan poistamiseen tai asian edistämiseen.

Heti toiminnan käynnistyessä kannattaa viestiä laajasti jäsenistölle ja mediassa.

Muista myös muut yhdistykset ja toimijat.

halutaan muuttaa? Mihin vaikuttaa? Kirjoita tavoite ylös, jotta kaikilla olisi sama käsitys päämäärästä koko vaikuttamistyön ajan.

1.2 Tunne kohderyhmäsi

Vaikuttamistyön ensisijainen kohderyhmä on se taho joka asiasta päättää. Sen lisäksi on hyvä selvittää päättäjien valtasuhteet, mielipidevaikuttajat sekä asiaa valmistelevat ja esittelevät virkamiehet.

• Nimeä henkilöt ja kerää tietoa

Laadi luettelo henkilöistä joihin valutaan vaikuttaa. Tutustu henkilöihin ja

heidän käyttämiin viestintävälineisiin. Mitä henkilöt ovat julkaisseet tai kommentoineet? Voiko aiemmista äänestyskäyttäytymisistä päätellä jotain? Kuntapoliitikkona toimivan kohdehenkilön puheenvuoroja saattaa löytyä myös nopeasti yleistyvien valtuuston kokousten videotallenteista.

• Satsaa siihen mikä on vaikuttamisen kohteelle tärkeää

Arvioi minkälaiset perustelut ja näkökulmat kohdehenkilöön parhaiten vetoavat: sosiaaliset, taloudelliset, kulttuuriset vai poliittiset? Toiset perehtyvät mieluiten tutkimuksiin ja toiset taas arvostavat keskusteluja kokemusasiantuntijoiden kanssa.

1.3. Vaikuttamissuunnitelma

Vaikuttamisessa onnistumisen avaimet löytyvät innostuneista ihmisistä ja hyvästä suunnitelmasta. Asiaan perehtyminen on ensimmäinen askel. Tietojen keräämiseen kannattaa osallistaa kaikki mukaan. Tapoja on monia. Totuttujen vetoomusten ja adressien rinnalle ovat viime aikoina nousseet myös erilaiset aktivismin keinot. Mikä on teille sopivin? Kutsua asiasta tietäviä vierailemaan kokouksessanne? Ot-

Yhteistyökumppaneiden etsintä ja verkostoituminen kuuluu huolelliseen taustatyöhön.

taa yhteyttä virkamiehiin ja päättäjiin?
Yhteistyö oman kattojärjestön kanssa?

- **Valitse sopivimmat keinot**

Mitä isompi asia tai kokonaisuus, sitä useampia keinoja vaikuttamisessa tarvitaan. Lehtikirjoitukset, tempaukset, ostoboikotit ja/tai käänteiset boikotit, toritapahtumat ja muut ihmisten kesellä toteutettavat kampanjat vaikuttavat yleiseen mielipiteeseen ja lisäävät näkyvyyttä. Tehokkainkaan vaikuttamistoimenpide ei tehoa, mikäli mukana olevat eivät koe sitä omakseen. Esimerkiksi kannanotot ja mielenilmaukset sopivat joillekin yhdistyksille, kun toisissa yhdistyksissä on taas helpompi saada jäsenet mukaan kaupunkiaktiivisuuden keinoihin.

Sosiaalisen ja perinteisen median kytkeminen mukaan antaa vaikuttamistoimenpiteille lisäpainoa asenteiden muokkaamiseen.

- **Ota jäsenistö mukaan**

Tehokkainta vaikuttaminen on silloin kun siihen osallistuu koko jäsenistö ja yhteistyötahot. Vaikuttamisnäkökulma kannattaa pitää mukana kaikessa yh-



Muista ilo!

distyksen toiminnassa ja tapahtumissa. Kannattaa myös kartoittaa onko jäsenistössä kunnan tai maakunnan päättäjiä tai virkamiehiä, joilta voisi saada arvokasta taustatietoa ja uusia näkökulmia.

- **Vaali innostusta**

Vaikuttamistyö on pitkäjänteistä ja tavoitteellista toimintaa, mutta sen ei tarvitse olla tylsää puurtamista. Mikä tuottaa teille iloa? Miten lisäätte hauskuutta vaikuttamiseen? Jos tavoitteena on positiivinen kampanja, voidaan palveluiden leikkauksia vastustaa tarjoamalla päättäjille esimerkiksi kakkua leikattavaksi palveluiden sijaan.

Varmista, että vaikuttamisen kohteesi on tietoinen eri päätösvaihtoehtojen vaikutuksista asukkaisiin ja heidän arkeensa.

2. TOTEUTUS

Hyvässä vaikuttamissuunnitelmassa on yksilöityjen toimenpiteiden, aikataulujen, vastuuhenkilöiden ja tarvittavien resurssien lisäksi myös riittävästi väljyyttä muutoksille ja prosessin aikana syntyville uusille ideoille.

Vaikuta valmisteilla olevaan asiaan mahdollisimman aikaisessa vaiheessa osallistumalla asian valmisteluun, arvioimalla vaikutuksia ennakkoon, lobbaamalla ja esittämällä vaihtoehtoisia laskelmia sekä ratkaisuja.

Suorat yhteydenotot päättäjiin ja johtaviin virkamiehiin ovat tarpeen viimeistään silloin kun asia on etenevässä päätöksentekoon. Päätöksenteon jälkeen yhdistykset voivat pyrkiä vaikuttamaan toimeenpanoon, kerätä kokemuksia, arvioida päätöksestä aiheutuvia vaikutuksia asukkaille ja heidän hyvinvointiinsa, valittaa päätöksestä tai ryhtyä valmistelemaan parempaa vaihtoehtoa.

2.1 Perusteluilla vahvistetaan viestiä

Kyky perustella oman näkökulman puolesta on vaikuttamisessa olennaista. Käytettävät argumentit tai niiden painoarvo voi muuttua asian edetessä. Esimerkiksi budjettikäsittelyn yhteydessä toiminnan tarkoituksenmukaisuus, tehokkuus tai taloudelliset seikat ovat tehokkaita argumentteja.

Osallistuminen kuulemis-tilaisuuksiin tai kyselyihin vastaaminen ei riitä.

Asiavaikuttamisessa vedotaan usein lainsäädäntöön ja suosituksiin. Yleisesti käytettyjä ovat muun muassa perustus-, julkisuus- ja kuntalaki sekä erilaiset sosiaali- ja terveydenhuollon lait. Eri tahojen laatimista suosituksista kannattaa tutustua esimerkiksi hoitaja- ja henkilöstömitoituksiin, Terveiden edistämisen laatusuosituksiin ja Kaypän

Cialdinin (2011) mukaan ihmiset saadaan parhaiten toimimaan halutulla tavalla kuuden periaatteen avulla:

- vastavuoroisuus
- sitoutuminen ja johdonmukaisuus
- sosiaalinen todiste, tai yhdenmielisyyys, saa toimimaan samoin kuin ympärille olevat
- pidetyn ihmisen toiveeseen on helpompi suostua
- asian niukkuus



**Muista:
Aktiivinen
viestintä koko
kampanjan
ajan!**

hoidon liikunta- ja ravitsemussuosi-
tuksiin. Kulloisenkin hallitusohjelman
lisäksi yhteiskuntaamme ja kuntia oh-
jataan erilaisilla toimenpide- ja kehittä-
misohjelmilla joihin kannattaa tutustua.
Muita asiavaikuttamisessa hyödyllisiä
näkökulmia löytyy erilaisista selvityk-
sistä, tutkimuksista, strategioista ja
palvelulupauksista.

Sote-yhdistykset vetoavat usein
myös yhdenvertaisuuteen, itsemää-
räämisoikeuteen, terveyskyselyihin,
kuntavertailuihin (esim. Sotkanet-pal-
velu), yhteiskunnallisiin arvoihin ja ylei-
seen mielipiteeseen.

Tehokasta on tarjota myös ratkai-
suja ja yhdistyksen erikoisosaamista
päättäjille ja asiaa valmisteleville vir-
kamiehille. Käyttäjänäkökulmaa osana
palveluiden kehittämistä korostetaan
nykyisin kaikilla julkishallinnon tasoilla.

Ihmisten asenteisiin vaikuttami-
nen on vaikeampaa kuin mielipiteisiin
vaikuttaminen. Se vaatii suostuttelua
tehokkaampaa viestintää. Sen tulee
vedota kuulijan tarpeisiin, tunteisiin,
arvoihin tai hyötyyn.

Hyvä kannanotto:

- lyhyt asian kuvaava otsikko
- napakka teksti:
 - 1) ongelman esittelykappale
 - 2) yhdistyksen näkökulmat ja perustelut
 - 3) toimenpide-ehdotukset
- muista taustamateriaali ja lisätietojen antajat
- viesti kannanotosta laajasti, muista myös lehdistötiedote

Onnistumisen kulmakivet tempauksissa, asukkaiden lähetystöissä ja mielen- ilmauksissa:

- oikea ajoitus
- selkeä nopeasti ymmärrettävä viesti
- iloinen meininki

2.2 Aikataulut

Mitä aikaisemmassa vaiheessa vaikuttaminen tapahtuu, sitä tehokkaampaa se on. Toimenpiteet kannattaa ajoittaa niihin hetkiin jolloin uutisarvo ja vaikuttavuus ovat suurimmillaan. Hyödynnä vaalit (ehdokastentit, vaaliohjelmat), lakimuutokset ja pyri kytkemään vaikuttamisviestinne ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin kysymyksiin ja keskusteluihin.

2.3 Yhteistyöstä lisää voimaa

Verkostoitumalla yhdistys saa tärkeää tietoa ja asiaansa tunnetuksi eri tahoille ja ihmisille. Yhteistyötä ei kannata rajoittaa pelkästään oman alan yhdistyksiin. Hedelmällisiä yhteistyökumppaneita voivat olla myös asukasliikkeet, kulttuuri- ja urheiluseurat, ammattiyhdistykset ja paikalliset yritykset. Tiivis yhteydenpito omaan kattojärjestöön, kunnallisiin ja maakunnallisiin vammais- ja vanhusneuvos-

toihin, nuorisovaltuustoihin ja muihin edustuksellisiin organisaatioihin voi tuoda asialle lisää tukea, mutta lisää myös yhdistyksen toiminnan näkyvyyttä ja edistää tavoitteiden toteutumista.

2.4 Kuntavaikuttaminen

Sote- ja maakuntauudistuksen jälkeen kunnat vastaavat osaamisen ja kulttuurin edistämisestä, elinympäristön kehittämisestä, kunnan elinvoiman sekä paikallisen identiteetin ja demokratian edistämisestä. Vaikuttamistyötä aloitettaessa kannattaakin perehtyä aloittaa kunnan strategiaan ja hyvinvointisuunnitelmiin tutustumisella. Yhdistysten kannattaa tuoda esiin rooliaan asuinympäristön elinvoimatekijänä ja kuntalaisten omaehtoisen hyvinvoinnin ja lähidemokratian tuottajina. Yhdistysten vapaaehtois- ja hyvinvointityön tulisi olla kiinteä osa kunnan strategiaa.

Maakuntaa johtaa vaaleilla valittava maakuntavaltuusto, joka päättää maakunnan toiminnasta, taloudesta ja hallinnosta.

2.5 Maakuntavaikuttaminen

Maakunnat vastaavat 1.1.2020 alkaen mm. sosiaali- ja terveydenhuollosta, pelastustoimesta, ympäristöterveydenhuollosta, alueellisista kehittämis-tehtävistä ja elinkeinon edistämisen tehtävistä, maakuntakaavoitukses-ta ja maakunnallisen identiteetin ja kulttuurin edistämisestä. Maakunnat antavat kunnille asiantuntijatukea hyvinvoinnin, terveyden ja turvallisuuden edistämässä sekä ehkäisevissä palveluissa.

SOSTEn maakunta-vaaliteesit 2018

1. Monipuoliset palvelut luovat menestyvän maakunnan
 2. Menestyvä maakunta panostaa hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen
 3. Elinvoimaiset järjestöt luovat osallisuutta
 4. Asiakasmaksut eivät saa olla hoidon ja hoivan este
- www.soste.fi



3. VERKKOVAIKUTTAMINEN JA VIESTINTÄ

Yhteiskunnallista keskustelua käydään yhä avoimemmin ja julkisemmin. Ihmiset, päättäjät ja media tavoitetaan nopeasti niiden käyttämiltä some-kanavilta.

Verkossa tapahtuva kansalaistoiminta yleistyy kovalla vauhdilla. Internetissä ja sosiaalisessa mediassa käynnistynyt toiminta johtaa usein kasvokkain tapahtuvaan toimintaan ja myös päinvastoin.

Nuorten on helpompi omaksua verkossa tapahtuvaa kansalaisvaikuttamista kuin vanhemman sukupolven. Verkko-osallistumisen lisääntyessä yksilön vaikuttamismahdollisuudet paranevat.

Verkon myötä osallistuminen ja ihmisten aktivoituminen on tullut helpommaksi. Verkko on yhdistyksille hy-

vä mahdollisuus tehdä tiedotuksesta avoimempaa ja vähemmän sisäpiirivetoista. Uudet aktiiviset jäsenet uskaltautuvat tällöin helpommin mukaan.

Verkkovaikuttamisen kanavia ovat nettiadressit, nettikampanjat, nettisivut, Facebook, Twitter, Instagram, foorumit ja blogit.

Lähde: Verkkovaikuttamista 2010-luvulla
Selvitys verkossa pääosin tai kokonaan tapahtuvan yhdistystoiminnan mahdollistamisesta, Leo Stranius ja Lasse Laaksonen

3.1 Viestintä

Kaikki viestintäkanavat sopivat myös vaikuttamiseen ja kannattaa satsata niihin joita kohderyhmän jäsenet käyttävät. Eri kanavien ja sovellusten kautta tavoitetaan eri kohderyhmiä.

Verkkosivut ovat yhdistyksen viestinnän perusta ja käyntikortti. Jäsen-

Verkkovaikuttaminen:

- helppoa
- halpaa
- nopeaa
- yhteisöllisyyttä voimistavaa
- monien ulottuvissa
- paikasta ja ajasta riippumatonta
- matalan kynnyksen toimintaa

Hyvä lehdistötiedote:

- ajankohtainen uutinen
- ei ole mainos
- otsikko kertoo asian
- napakka, tärkein kärjessä
- kertoo mitä, missä, miksi ja kuka tekee
- sisältää linkin lisätietoihin ja yhteystiedot



Toimiiko viestinne parhaiten kuvana, videona vai tekstinä?

kirjeet, uutisviestit ja paikallislehtien ilmoitukset ovat yleisesti käytettyjä yhdistyksen jäsenviestinnässä. Vaikuttamisviestinnän suunnittelussa kannattaa huomioida myös visuaalinen tyyli (perinteinen, räväkkä, iloinen jne.) ja sanavalinnat (asiantuntija, ihmisläheinen, rento jne.).

Vaikuttamisviestintä kannattaa kohdistaa päättäjien lisäksi myös mielipidevaikuttajiin. Suora vaikuttaminen tapaamalla päättäjiä, virkamiehiä ja mielipidevaikuttajia on tehokasta, mutta myös perinteisempää vaikuttamisviestintää tarvitaan.

Twitteristä on tullut suosittu järjestöjen ja yhdistysten vaikuttamiskanaava. Twiittaaminen mielipidevaikuttajien kanssa on helppoa ja nopeaa. Varmista, että yhdistyksenne nettisivuilta löytyy asiasta riittävästi taustamateriaalia linkitettäväksi.

Suosituimmat somekanavat Suomessa 2017:

Facebook
Youtube
WhatsApp
Instagram
Google+
Twitter

(Harto Pönkä, 2017)

Voit tarjota myös itse laatimaanne valmista artikkelia ja valokuvia medialle.



Vaikuttaminen on osa yhdistyksen perustoimintaa. Tarpeet muuttaa tai kehittää jotain asiaa nousevat usein jäsenistöstä ja arjen tilanteista. Yhdistyksen pitää tehdä itsensä näkyväksi, jotta sen esittämät ajatukset huomioidaan.

- Parhaita vaikuttamisen keinoja ovat ne, jotka sopivat juuri teidän yhdistyksellenne
- Hyvä vaikuttamissuunnitelma sisältää selkeän tavoitteen, toimenpiteet ja aikataulutuksen
- Kohdenna toimenpiteet asiasta päättävälle taholle
- Tehokkainta on vaikuttaa asiaan ennen kuin se on edennyt päätöksentekoon
- Aktiivinen viestintä ja laaja yhteistyö ovat onnistumisen avaimia
- Kannattaa samalla tarjota myös ratkaisuja ongelmaan
- Vaikuttamisen ei tarvitse olla tylsää tai ryppyotsaista puurtamista