





10/2008

OPAS KUNTAVAIKUTTAMISEEN

Toimittanut: Sonja Vartiala

Tekstit: Sonja Vartiala, Alekski Halme, Mari Koponen, Saara Manelius, Ville-Veikko Mastomäki, Elina Rantanen, Tytti Seppänen

Kuvat: Raisa Kyllikki Karjalainen, Sakari Manninen, Ville-Veikko Mastomäki, Elina Rantanen, Sonja Vartiala

Painettu Kirjapaino Hermeksessä ympäristöystävälliselle paperille

ISBN 978-952-67147-0-7 (nid.)

ISBN 978-952-67147-1-4 (PDF)



Tämä julkaisu on tuotettu Euroopan unionin tuella. Sen sisällöstä vastaa yksin Repu ry, eikä sen voida katsoa edustavan Euroopan unionin mielipiteitä.

**Lobbaus** on salakähmäisyyttä ja omien asioiden häikäilemätöntä ajamista kabineteissa. Se lisää politiikan mädännäisyyttä ja sitä, että mihinkään ei enää voi luottaa. Lobbari edustaa tavallisesti ilkeitä suuryrityksiä ja on varustettu tukulla rahaa, joka lopulta päättyy ahneen politiikon taskuun.

**Aktivisti** on ihminen, joka horjuttaa olemassa olevia yhteiskuntarakenteita, pyrkii anarkistiseen vallankumoukseen eikä kaihda laittomiakaan keinoja omien päämääriensä ajamisessa. Aktivisti ei argumentoi, osallistu poliittiseen keskusteluun tai anna vaaleissa ääntään kenellekään. Hän ei tarvitse tutkittua tietoa, vaan toimii omien pähänpinttymiensä ja nurinkuristen arvojensa mukaan.



# Sisällysluettelo

1. Alkusanat	7	Päätöksenteko	21
2. Mikä on kunta?	9	CASE: Fakta tuo jouhevuuatta	
Kunnan suhde valtioon	9	päätöksentekoon	
Kuntien talous	10	- tapaus Reilu Pori	22
3. Kunta vaikuttajana	10	Päätöksen toimeenpano	22
Kunta päättää tärkeistä asioista	10	6. Poliittiseen päätöksentekoon	
Kunta rajojensa ulkopuolella	11	vaikuttaminen	23
4. Kuka kunnassa päättää?	14	Miten kunnan	
Kunnanvaltuusto	14	päätöksenteosta saa tietoa?	23
CASE: Kokemuksia kaupungin-		Kuntalaisaloitteen valmistelu	
valtuustossa toimimisesta	15	ja jättäminen	23
Kunnanhallitus	16	Valtuutetun kautta jätetty	
Valtuustoryhmät	17	valtuustoaloite	24
Kunnanjohtaja ja pormestari	17	CASE: Näin syntyi Reilu Helsinki	
Virkamiehet	18	- valtuustoaloite	25
Lautakunnat	18	Kuntalaisten kuuleminen	26
Johtokunnat	19	Äänestäminen	26
5. Päätöksentekoprosessi kunnissa	20	Ehdokkaaksi asettuminen	
Päätettävien asioiden		kunnallisvaaleissa	27
vireilletulo kunnissa	20	Kuka on vaalikelpoinen?	28
Päätösten valmistelu	21	Mitä kautta ehdokkaaksi voi päästä?	28





# 1. Alkusanat

*”Korkein vaalineuvosto on päättänyt siirtää kunnallisvaaleja osassa Nicaraguan pohjoista autonomista aluetta – maan oikeisto kritisoi päätöstä epädemokraattiseksi peliksi. Zimbabwes-  
sa vaalitarkkailijat raportoivat tuhansista haamuäänestäjistä, täysistä urnista, jotka ilmestyivät äänestyspaikoille kauan äänestysten päättymisen jälkeen sekä äänestäjistä, jotka oli rekisteröity asumaan tyhjille maa-alueille. Mosambikissa presidentti Armando Guebuza on ilmoittanut, että provinssivaalit järjestetäänkin 16. tammikuuta, eikä 20. joulukuuta, kuten edellisenä päivänä vaalikomission puhemies Juvenal Bucuane oli va-  
kuutellut...”<sup>1</sup>*

Suomea voidaan hyvällä syyllä pitää demokratian ihanne-  
maana. Maassamme aktiiviset kansalaiset voivat saada äänen-  
sä kuuluviin osallistumalla erilaisen järjestöjen toimintaan,  
meillä on vapaus kokoontua ja järjestää julkisia mielenilma-  
uksia. Suomessa äänestyspaikalle mennessä ei tarvitse va-  
rustautua aseineen tai varautua ovella tyrkytettäviin lahjuksiin.  
Vaalituloksen laskentaa voidaan seurata suorana lähetyksenä  
tv-kanavilta, eikä vilppiä laskennoissa ainakaan vielä ole tul-  
lut ilmi. Kaikesta tästä huolimatta innostus politiikkaa koh-  
taan on maassamme laskenut viimeiset 20 vuotta, ja esimer-  
kiksi vuonna 2004 pidetyissä kunnallisvaaleissa yli puolitoista

miljoonaa äänioikeutettua suomalaista jätti äänensä käyttä-  
mättä.

Oikeudenmukaisemman maailmankaupan edistämiseen  
keskittynyt Reilun kaupan puolesta Repu ry aloitti vuonna  
2007 kuntien hankintapolitiikkaan pureutuvan Reilu KAU-  
PUNKI -kampanjan. Kampanjan ideana oli parantaa kehi-  
tysmaiden pientuottajien ja työntekijöiden asemaa tiedotta-  
malla kunnille ja kuntalaisille julkisten hankintojen eettisistä  
periaatteista. Konkreettisenä tavoitteena oli saada viisi kuntaa  
pyrkimään kohti Reilun kaupan kaupungin arvonimeä. Vas-  
toin kunnallispolitiikan kiinnostavuutta mittavien tilasto-  
jen pessimistisiä odotuksia Reilu KAUPUNKI -kampanja saa-  
vutti suuren suosion. Aktiivisia vapaaehtoisia liittyi mukaan  
sadoittain, ja he haastoivat oman kuntansa päättäjiä, seura-  
kuntia, yrityksiä ja muita yhteisöjä mukaan edistämään Rei-  
lua kauppaa ja julkisten varojen kestävää käyttöä. Reilu KAU-  
PUNKI -kampanjassa saatujen kokemusten kautta näyttääkin  
selvältä, että ihmisten kiinnostus oman elinpiirinsä asioihin ei  
ole hiipunut – tarvitaan vain lisää tietoa sekä monipuolisem-  
pia keinoja vaikuttaa.

Tämä opas pyrkii selkokielisesti valottamaan kuntien pää-  
töksentekojärjestelmää sekä antamaan vinkkejä siihen, mi-  
ten kunnallispolitiikan kiemuroista voi löytää oman tapansa  
saada äänensä kuuluviin ja tuoda näin asiansa esille. Oppaan  
ensimmäisessä osassa käydään läpi kunnan toimijat ja pää-  
töksentekoon vaikuttavat elimet. Toisessa osassa puolestaan  
perehdytään käytännön vaikuttamistyöhön ja käydään läpi  
runsaasti kunnalliskampanjoinnissa saatuja kokemuksia. Osio

<sup>1</sup> Otteita Kehitysyhteistyön palvelukeskuksen Kepan julkaisemista uutisista vuosilta 2007 ja 2008.

sisältää myös käytännön vinkkejä mielipidetekstien ja tiedotteiden kirjoittamiseen sekä nettisivujen ja -yhteisöjen perustamiseen. Samalla valotetaan kuntakampanjoinnin suunnittelua ja pohditaan myös vaikuttamisen etiikkaa. Opas on tarkoitettu kaikille, jotka pyrkivät ajamaan tärkeäksi katsomiin asioita kunnallispolitiikkaan osallistumisen tai siihen vaikuttamisen avulla.



## 2. Mikä on kunta?

Kunnat edustavat Suomen julkisen hallinnon alinta tasoa ja ovat lähimpänä kansalaisia toimivia julkishallinnon yksiköitä. Kunnat ovat pohjoismainen ilmiö, ja niitä voidaankin pitää demokratiaan pohjautuvan aatemaailman ilmentyminä, joiden kautta lisätään kansalaisten mahdollisuutta vaikuttaa itseään ja ympäristöään koskeviin asioihin. Kunnilla on Suomessa perustuslailla turvattu itsehallinto.

Kuntien yleisenä tehtävänä on pyrkiä edistämään asukkaidensa hyvinvointia ja kestävästä kehitystä alueellaan. Kunnan tehtävänä on myös hoitaa itsehallintonsa nojalla itselleen ottamansa ja sille laissa säädetyt tehtävät. Kunnan toiminta perustuu kuntalakiin.

Kuntalain mukaan kunta voi käyttää nimitystä kaupunki, kun se katsoo täyttävänsä kaupunkimaiselle yhdyskunnalle asetettavat vaatimukset. Raja kuntien ja kaupunkien välillä onkin nykyään häilyvä, sillä laki ei määrittele täsmällisemmin kaupungin kriteereitä. Vuoteen 1995 asti kaupungiksi pääsi vain sisäministeriön luvalla, mutta nyt kunnat ovat voineet ottaa itse käyttöön kaupunki-nimityksiä.

Vuonna 2008 Suomessa oli 415 kuntaa. Suomen lisäksi kunnaksi kutsuttuja, toimivaltuuksiltaan ja tehtäviltään samankaltaisia paikallishallinnon yksiköitä on myös Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa. Muualla maailmassa kunnalle kuuluvia tehtäviä hoitavat yleensä kaupungit tai muut paikallishallinnon yksiköt.



Suomen julkishallintoon kuuluvilla kunnilla on perustuslaissa taattu oikeus itsehallintoon. Kaavion lähde: [www.suomi.fi](http://www.suomi.fi)

### Kunnan suhde valtioon

Vaikka kunnilla onkin Suomen perustuslaissa taattu oikeus itsehallintoon ovat ne silti monessa suhteessa riippuvaisia valtiosta. Kunnat eivät huolehdi valtakunnallisesta yhteiskuntapolitiikasta, vaan tämä tehtävä on kokonaan säilytetty valtiolla. Kunnat vastaavat alueellisesta politiikasta ja takaavat kaikille asukkailleen välittömät, laissa säädetyt palvelut.

Valtio voi puuttua kuntien toimintaan määrämällä niille



## Kunta rajojensa ulkopuolella

Sen lisäksi, että kunnissa tehtävä politiikka vaikuttaa suoraan niiden alueella asuviin ihmisiin, kuntien vaikutusmahdollisuudet ulottuvat myös kauas kuntarajojen ulkopuolelle. Tässä kappaleessa käsitellään tarkemmin kuntien välistä yhteistyötä, niiden hankinta- ja ympäristöpolitiikan vaikutuksia sekä mahdollisuuksia kehitysyhteistyöhön.

### Kuntayhtymät

Kunnat voivat osoittaa eräitä tehtäviä laajemman kuntayhtymän hoidettavaksi tai perustaa tehtäviä varten kokonaan uuden kuntayhtymän. Kun esimerkiksi perusterveydenhuollon ja siihen läheisesti liittyvän sosiaalitoimen palveluiden järjestämisvastuu annetaan kuntayhtymälle, toimii kuntayhtymä palveluiden järjestäjänä kaikkien jäsenkuntien puolesta.

Kuntayhtymät perustetaan kuntien keskinäisellä perussopimuksella, jossa muun muassa sovitaan, miten jäsenkunnat järjestävät kuntayhtymän päätöksenteon. Kuntalain mukaan kuntayhtymä on jäsenkunnista erillinen, itsenäinen oikeushenkilö. Oikeushenkilönä kuntayhtymä on oikeustoimikelpoinen, eli se voi hankkia oikeuksia ja tehdä sitoumuksia sekä käyttää puhevaltaa muun muassa tuomioistuimissa.

Kuntayhtymä katsotaan perustetuksi sen jälkeen, kun kaikkien jäsenkuntien valtuustot ovat hyväksyneet sopimuksen. Tehtävän siirtyessä kuntayhtymälle yksittäinen kunta luopuu kuntayhtymän toimialaan kuuluvissa asioissa päätösvallassaan ja voi vaikuttaa asiaan kuntayhtymään valittujen yhty-

mäkokousedustajien tai muiden luottamushenkilöiden kautta. Yhtymäkokousedustajien valintatavasta päättää kunta itse, tavallisesti valinnan tekee kunnanhallitus tai jokin muu kunnan toimielin.

### Kuntien hankintojen vaikutukset

Kunnat ja kaupungit ostavat vuosittain erilaisia tavaroita ja palveluja yli 12 miljardilla eurolla. Tämä summa on noin 7% koko Suomen bruttokansantuotteesta. Kuntien hankintapolitiikalla onkin suuri merkitystä ohjaava ja muokkaava vaikutus.

Kuntien merkittävästä kuluttaja-asemasta johtuen Euroopan parlamentti on kehottanut eurooppalaisia kuntia ja muita julkisen hallinnon yksiköitä käyttämään valtaansa kuluttajina, ja parantamaan näin sosiaalisesti ja ekologisesti vastuullisten tuotteiden ja palvelujen markkinoille pääsyä. EU-direktiivit voimaan saattaneen uuden hankintalain myötä kunnat voivat myös lain puitteissa suosia entistä paremmin kestävästä kehityksen mukaisia tuotteita, ja näin parantaa niiden kilpailukykyä markkinoilla.

Kuntien suurilla ostoilla voidaan muokata markkinoita myös radikaalimmin tarjoamalla yrityksille mahdollisuuksia innovaatioihin. Kunnat voivat esimerkiksi kertoa tarjousasiakirjoissa siirtyvänsä kolmen vuoden päästä päästöttömiin busseihin tai sosiaalisesti ja ekologisesti vastuulliseen kouluruokailuun. Tämä tarkoittaa, että voittajaksi tarjouskilpailussa valittaisiin kunnan määrittelemät toiveet annetussa ajassa täyttävä yritys.

Suomessa on viime vuosina alettu kiinnittää enenevässä määrin huomiota kuntien hankintojen kestävyYTEEN, ja helmikuussa 2008 työ- ja elinkeinoministeriö sekä ympäristöministeriö julkaisivat lausuntokierrokselle Kestävät hankinnat-toimintaohjelman.

### **Hankintalaki**

- Suomessa vuonna 2007 voimaan tullut uusi hankintalaki antaa kunnille tiettyjen reunaehtojen puitteissa paljon liikumatilaa kestäväen kehityksen mukaisten hankintojen tekemiseen.
- Tarjouspyynnöissä ei saa suoraan vaatia tietyn valmistajan tuotetta tai edes tietyllä ympäristö- tai sertifiointimerkillä varustettua tuotetta.
- Tarjouspyynnöissä voidaan kuitenkin vaatia tiettyjen kriteerien täyttymistä. Näin ollen jonkin tietyn sertifiointijärjestelmän kriteerit voidaan soveltuvin osin liittää tarjousasiakirjaan, ja vaatia näiden kriteerien täyttymistä.
- Tarjousasiakirjoissa voidaan mainita, että esimerkiksi Reilun kaupan merkki tai Luomu-merkki hyväksytään todisteeksi tarjousasiakirjoissa mainittujen kriteerien täyttämistä. Kunnan on kuitenkin hyväksyttävä tarjouskilpailuun myös tuotteet, jotka voivat muulla vastaavalla tavalla todistaa täyttävänsä annetut kriteerit.

### **Kunnat ja ympäristö**

Kuntien tärkeät tehtävät alueensa hyvinvoinnin ylläpitäjinä tekevät niistä keskeisen toimijan myös perustan luomisessa ekologisesti kestäväälle kehitykselle. Merkittävän roolinsa taikia kuntien ympäristönsuojelun hallintoa ja tähän liittyvien viranomaistehtävien hoitoa säätelemään on säädetty erillinen Laki kuntien ympäristönsuojelun hallinnosta (64/1986).

Kunnan ympäristönsuojeluviranomaisena toimii kunnan määräämä erillinen toimielin, joksi yleisimmin on määrätty ympäristölautakunta. Ympäristönsuojeluviranomaisen tehtävää voidaan hoitaa myös kuntayhtymän kautta. Kunnassa toimivan ympäristönsuojeluviranomaisen tehtävänä on muun muassa huolehtia kunnan ympäristönsuojelun suunnittelusta ja kehittämisestä, seurata ympäristön tilaa ja tarvittaessa teettää tähän liittyviä tutkimuksia tai selvityksiä, antaa kuntalaisille ympäristön suojelua koskevaa neuvontaa ja koulutusta sekä tehdä esityksiä ja lausuntoja kunnan viranomaisille.

Niin sanotun läpäisyperiaatteen mukaisesti kestävä kehitys on myös kunnissa pyritty näkemään kaiken toiminnan läpäisevänä peruslähtökohtana. Tästä johtuen kunnan viranomaisten on ympäristönsuojelua koskevissa asioissa oltava keskenään yhteistyössä ja kunnan ympäristönsuojeluviranomaisella on oikeus saada tehtäviensä hoidon kannalta tarpeellisia tietoja muilta kunnan ja valtion viranomaisilta. Kunnan ympäristönsuojeluviranomainen voi myös antaa lausuntoja sekä tehdä esityksiä ja aloitteita ympäristönsuojeluun liittyvistä asioista muille viranomaisille.

Kunnan ympäristönsuojeluviranomaisen tehtävistä on lisäksi



yksinä, edistää tietoisuutta globaalista kehityksestä ja eri maiden olosuhteista sekä parantaa kuntien kykyä kohdata erilaisuutta.

Suomessa kuntien kehitysyhteistyöstä on saatu hyviä kokemuksia muun muassa Vantaan ja Namibian Windhoekin välillä. Ystävyyskunnat ovat vaihtaneet kokemuksia ja hyviä käytäntöjä, joiden avulla Windhoekiin on saatu muun muassa yhteisöllinen kirjasto sekä lisää varhaiskasvatuksen ja päivähoidon osaamista. Myös Vantaa on hyötynyt yhteistyöstä erityisesti kaupunginvaltuutettujen vaihto-ohjelman kautta.

Pohjoisen ja etelän välinen kuntayhteistyö on mainio tapa toteuttaa kuntien kestävä kehitys ohjelmiin kirjattuja kansainväliseen vastuuseen tähtäviä toimenpiteitä. Kehitysmaissa yhteistyö pohjoisen kuntien kanssa on edesauttanut paikallishallinnon kykyä selvittää omasta kaupunki- ja kuntakehityksestään, vahvistanut paikallishallinnon asemaa peruspalveluiden tuottajana sekä edistänyt kuntademokratiaa.

## 4. Kuka kunnassa päättää?

Kuntien toiminta perustuu edustukselliseen demokratiaan. Tämä tarkoittaa, että kunnan asukkaat valitsevat joka neljäs vuosi järjestettävissä kunnallisvaaleissa oman edustajistonsa päättämään kunnan asioista. Tässä kappaleessa käydään läpi kuntien päätöksentekojärjestelmässä esiintyviä toimijoita sekä pohditaan näiden erilaisia mahdollisuuksia vaikuttaa kunnan päätöksentekoon.

### Kunnanvaltuusto

Kunnan asukkaat valitsevat joka neljäs vuosi kunnan korkeimman päättävän elimen, kunnanvaltuuston. Valtuusto päättää kunnan asioista sekä vastaa kunnan taloudesta ja toiminnasta. Kunnanvaltuusto muodostuu eri poliittisia kantoja edustavista valtuustoryhmistä. Kunnanvaltuuston koko riippuu kunnan asukasmäärästä.

Valtuusto päättää kunnan muun hallinnon rakenteesta: lautakunnista, virastoista ja laitoksista. Valtuusto valitsee lautakuntien luottamushenkilöt sekä tärkeimmät viranhaltijat. Kunnan asioiden hoitoa ja toiminnallisten tavoitteiden toteutumista valtuusto seuraa tilinpäätöksen, toimintakertomuksen ja tarkastuslautakunnan arviointikertomuksen avulla. Kunnanvaltuuston pöytäkirjat ovat nähtävillä kunnan internet-sivuilla ja kunnantalolla. Kunnanvaltuuston kokoukset ovat julkisia.

Valtuuston tärkeimpiä tehtäviä ovat muun muassa:

- päättää toiminnan ja talouden keskeisistä tavoitteista
- päättää hallinnon järjestämisen perusteista
- päättää talouden rahoituksen ja sijoitustoiminnan perusteista sekä hyväksyä talousarvio
- päättää kunnan palveluista ja muista suoritteista perittävien maksujen yleisistä perusteista
- päättää kunnan liikelaitoksille asetettavista toiminnallisista ja taloudellisista tavoitteista
- valita jäsenet kunnan korkeisiin toimielimiin
- hyväksyä tilinpäätös ja päättää vastuuvapaudesta kunnan toimielimien jäsenille sekä johtaville viranhaltijoille

- päättää muista valtuuston päätettäviksi säädetyistä ja määrättyistä asioista



### Valtapuntari:

- + Kunnan korkein päättävä elin.
- + Kunnanvaltuustossa toimivilla yksittäisillä edustajilla on suuri mahdollisuus saattaa haluamiaan asioita vireille.
- + Kunnanvaltuutettu voi omien suhteidensa kautta houkutella asiansa taakse myös muita valtuutettuja, ja edistää tällä tavoin ajamansa asian etenemistä.
- Valtuusto ei yksin päättää asioista, vaan yleensä hyväksyy tai hylkää kaupunginhallituksen esitykset.
- Kaupunginvaltuustossa on usein kymmeniä valtuutettuja erilaisine intresseineen ja kiinnostuksenkohteineen. Tiettyyn asiaan perehtymättömät valtuutetut menevät usein puolueryhmän puheenjohtajan tai ryhmän yleisen mielipiteen taakse.

### Johtosääntö

Kunnan päätöksen- ja tehtävänjaon kannalta tärkein asiakirja on johtosääntö. Johtosäännössä kunnanvaltuusto määrää kunnan hallinnon järjestämisestä, kunnan eri viranomaisista sekä niiden toiminnasta, toimivallan jaosta ja tehtävistä. Valtuusto voi johtosäännössä siirtää toimivaltaansa kunnan muille toimielimille sekä luottamushenkilöille ja viranhaltijoille. Toimivaltaa ei kuitenkaan saa siirtää asioissa, joista valtuuston on esimerkiksi kuntalaissa olevan säännöksen mukaan päätettävä.

### CASE: Kokemuksia kaupunginvaltuustossa toimimisesta

*Tytti Seppänen*

**M**inut valittiin Turun kaupunginvaltuustoon vuonna 2004. Olin ennen sitä toiminut joukkoliikennelautakunnassa varajäsenenä ja toki monissa muissa luottamustehtävissä kunnan ulkopuolella. Valtuusto on kunnan ylintä päätösvaltaa käyttävä luottamustoimielin; toimivalta saadaan suoraan kuntalaisilta. Tuntui hienolta edustaa niitä ihmisiä, jotka olivat minut valtuustoon äänestäneet.

Valtuutetut päättävät kunnan yleisistä toiminnan linjoista ja taloudesta. Kuntalaki painottaa valtuuston roolia kunnan strategisena johtajana ja tulevaisuuden linjan määrittäjänä. Käytännössä valtuusto ja valtuustoryhmät tekevät kunnalle strategian valtuustokaudelle eli määrittelevät sen mihin kunnan tulee panostaa. Strategian pohjalta laaditaan myös sektorikohtaisia toimenpideohjelmiä.

Valtuusto päättää myös kunnan budjetista ja tilinpäätöksestä. Taloudelliset raamit ovat useissa kunnissa tiukat eikä valtuutettuna useinkaan saa sitä tunnetta, että tässä nyt parannetaan ja laajennetaan kuntalaisten palveluita. Monet usean kauden valtuutetut muistelevat kaiholla aikaa, jolloin rahaa oli ja kunnissa investoitiin uutta ja tuotettiin laajasti palveluita. Niukkuuden jakaminen on paljon epäkiitollisempi tehtävä.

Valtuuston jäsenyyden lisäksi sain olla opetuslautakunnan ja opetuslautakunnan suomenkielisen jaoston jäsen. Tä-

män ohella valtuutetun arkeani rytmittivät oman valtuustoryhmän kokoukset, blogin kirjoittaminen, sähköposteihin vastaaminen, erilaiset seminaarit sekä tilaisuudet, joissa pääsi kosketuksiin kuntalaisten kanssa.

Oman kokemuksen mukaan tärkeimpiä paikkoja vaikuttaa valtuustossa ovat strategian suunnittelu ja budjetista päättäminen. Budjetissa kerrotaan muun muassa se, kuinka paljon mihinkin toimintaan rahaa laitetaan sekä mitä uutta investoidaan tai korjataan. Esimerkiksi se, kuinka paljon valtuusto päättää antaa rahaa joukkoliikenteen tai opetuksen järjestämiseen vaikuttaa siihen kuinka paljon maksavat bussiliput tai kuinka suuria ovat koulujen opetusryhmät.

Se, että olin nuorin valtuutettu, ei määrittänyt kovinkaan paljon asemaani valtuustossa. Suurempi merkitys on oman valtuustoryhmän koolla ja sillä, istuuko muissa päättävissä elimissä. Lautakunnassa sain vaikuttaa moniin asioihin todella paljon, eikä iällä tällöin ollut merkitystä. Toki koin itse edustavani nuoria ja opiskelijoita ja pyrin tekemään sellaisia aloitteita, jotka edistävät tämän väestöryhmän huomioimista kunnassa. Ehkä kokonaisuudessaan voin todeta, että kunnallispolitiikka on rankkaa puurtamista ja vie yllättävän paljon aikaa, jos tahtoo paneutua asioihin kunnolla. Asioihin paneutuminen puolestaan on minusta vähintään, mitä päättäjältä voidaan vaatia.

*Kirjoittaja on 28-vuotias entinen Turun kaupunginvaltuutettu, ja toimii nykyään erityisasiantuntijana Suomen Kuntaliitossa.*

## Kunnanhallitus

Kunnanhallituksen jäsenet valitsee kunnanvaltuusto. Yleensä kunnanhallituksessa toimii valtuutettuja, mutta kunnanvaltuusto voi valita kunnanhallitukseen myös muulla tavalla luotettuja tai pätevyiteineitä kuntalaisia.

Kunnanhallitus vastaa kunnan hallinnosta ja taloudenhoidosta sekä valtuuston päätösten valmistelusta, täytäntöönpanosta ja laillisuuden valvonnasta. Kunnanhallitus myös valvoo kunnan etua, ja ellei johtosäännössä toisin määrätä, edustaa kuntaa ja käyttää sen puhevaltaa. Kaupungeissa kunnanhallituksesta käytetään nimitystä kaupunginhallitus.

### Valtapuntari:

- + Vähemmän edustajia kuin kaupunginvaltuustossa, helpompi käyttää suhteita.
- + Tekee valmiin esityksen päätösasioista valtuustolle.
- + Voi vaikuttaa virkamiesvalmisteluun ja tarvittaessa palauttaa lausunnot takaisin valmisteltavaksi.
- Ei tavallisesti tee itse päätöksiä, vaan antaa päätösehdotuksia valtuustolle.
- Yleensä tarkempi ryhmäkuri kuin valtuustossa. Kaupunginhallituksen edustajat äänestävät yleensä oman valtuustoryhmän virallisen tai epävirallisen kannan mukaan.





## Valtuustoryhmät

Valtuutetut ja varavaltuutetut voivat valtuustotyöskentelyään varten muodostaa valtuustoryhmiä. Valtuustoryhmien muodostamisesta säädetään kunnan omissa johtosäännöissä. Usein valtuustoryhmän muodostamisesta, nimestä, puheenjohtajasta ja muista tarvittavista toimihenkilöistä on annettava valtuuston puheenjohtajalle kirjallinen ilmoitus, joka on kaikkien ryhmän jäsenten allekirjoitettava. Valtuustoryhmän voi muodostaa yksikin valtuutettu.

Tavallisesti valtuustoryhmät muodostuvat poliittisista puolueista. Pienimpien puolueiden edustajat voivat yhdistää voimansa yhteisessä valtuustoryhmässä.

### Valtapuntari:

- + Valtuustoryhmän sisällä toimivilla edustajilla usein hyvät suhteet toisiinsa ja paljon epämuodollista valtaa vaikuttaa oman ryhmänsä mielipiteeseen.
- +/- Valtuustoryhmät noudattavat tavallisesti puoluepoliittista linjaa.
- +/- Valtuustoryhmän vaikutusmahdollisuudet riippuvat luonnollisesti sen koosta.



## Kunnanjohtaja ja pormestari

Kunnan hallintoa, taloudenhoitoa sekä muuta toimintaa johtaa kunnanhallituksen alaisena valtuuston valitsema kunnanjohtaja. Kunnanjohtaja on virkasuhteessa kuntaan ja toimii näin kunnan korkeimpana viranhaltijana. Kunnanjohtaja on kuntansa kokopäivätoiminen johtaja, ja hänen nimittämisekseen valtuustossa järjestetään vaalit ennen kunnanhallituksen valintaa. Kunnanjohtaja voidaan valita joko toistaiseksi tai määräajaksi.

Kunnanhallituksen kokouksissa kunnanjohtaja toimii esittelijänä. Kokouksen ulkopuolella kunnanjohtajalla on oikeus käyttää puhevaltaa kunnanhallituksen puolesta. Kaupungeissa kunnanjohtajasta käytetään nimitystä kaupunginjohtaja.

Kunnanjohtajan lisäksi kunnassa voi olla valtuuston valitsemia apulaiskaupunginjohtajia. Apulaiskaupunginjohtaja on luottamushenkilö, jonka tehtävistä määrätään kunnan johtosäännössä.

Kuntalakiin vuonna 2006 tulleen muutoksen myötä Suomessa on kunnanjohtajan tilalle ollut mahdollista valita myös pormestereita. Pormestarimallin tarkoitus on vahvistaa valtuuston asemaa kunnan ylimpänä päättäjänä. Valtuusto valitsee pormestarin ja voi myös erottaa hänet kesken toimikauden, jos pormestari ei enää nauti valtuuston luottamusta.

Toisin kuin kunnanjohtaja, pormestari on poliittisin perustein valittu luottamushenkilö, joka ei ole virkasuhteessa kuntaan. Pormestari voidaan myös valita korkeintaan vaalikauden mittaiseksi toimikaudeksi. Pormestari toimii kunnanhallituksen puheenjohtajana, ja hän myös johtaa kunnan hallintoa, taloudenhoitoa ja muuta toimintaa.

## Valtappuntari:

- + Valvovat vireillä olevien asioiden valmistelua. Voivat kokouksissa käsiteltävien asioiden esittelijänä määrittää pohjan kaupunginhallituksessa käytäville keskusteluille.
- + Kunnanjohtajalle on yleensä delegoitu päätäntävaltaa kunnanhallituksen johtosäännössä.
- + Voivat käyttää puhevaltaa kunnanhallituksen puolesta.
- + Pormestarilla voidaan katsoa olevan enemmän poliittista valtaa sillä hän on luottamushenkilö, joka ei ole virkasuhteessa kuntaan.
- Kunnanjohtaja ei ole kuntalaisten valitsema luottamushenkilö, vaan on virkasuhteessa kuntaan.



## Valtappuntari:

- + Valmistelun kautta mahdollisuus määrittää poliittisille keskusteluille lähtökohta.
- + Kunnanjohtajan ”oikeana kätenä” toimiva kunnansihteeri voi tavallisesti itse valmistella päätösjäsen tai päätösjäsentä, keneltä pyytää lausuntoja.
- Ei voi yleensä päättää, millaisiin asioihin tulee antamaan lausuntoja.
- Ei voi päätöksentekoprosessissa tuoda suoraan esiin omia arvojaan ja henkilökohtaisia näkemyksiään. Annettujen lausuntojen tulee ainakin näennäisesti perustua kylmiin faktoihin.
- Ei virallista päätösvaltaa.



## Virkamiehet

Kuntien korkeat virkamiehet valitaan kunnan johtosäännössä määritellyllä tavalla. Tavallisesti valitsijana toimii kunnan lautakunta. Alemmat virkamiehet valitaan normaalilla rekrytointimenettelyllä.

Virkamiehet edustavat julkisessa hallinnossa poliittisesta agendasta riippumattomia tahoja, joiden tehtävänä on tuottaa asiantuntijapalveluita. Vaikka virkamiehillä ei ole virallista päätöksentekovaltaa kunnassa, on heillä silti runsaasti mahdollisuuksia vaikuttaa päätöksentekoprosessissa. Virkamiehet valmistelevat kaikki kunnassa vireillä olevat asiat ja heillä on näin tosiasiaa erittäin suuri vaikutus päätöksentekoprosessin lopputulokseen.

## Lautakunnat

Lautakunnat ovat luottamustoimielimiä, jotka johtavat julkisten palveluiden tuottamista tai tilaamista kunnassa. Vaikka lautakuntia on kuntalain mukaan kunnassa oltava ainoastaan yksi (hallinnon ja talouden tarkastamisesta vastaava tarkastuslautakunta) on käytännössä jokaisessa kunnassa asetettu erilaisia lautakuntia hoitamaan muun muassa koulutusasioita, sosiaali- ja terveyspalveluja sekä ympäristö- ja yhdyskunta-asioita. Toimivat lautakunnat helpottavat kunnanvaltuuston työtä ja lisäävät kunnan palveluiden kestävästä suunnittelusta. Lautakunnilla on myös tärkeä tehtävä vastata omaan toimialueeseensa kuuluvien virkamiehien valinnasta.

Lautakuntien jäsenistön valinnasta vastaa kunnanvaltuus-

to toimikautensa alussa, ja lautakuntien yksityiskohtaiset tehtävät ja toimivalta määritellään kaupungin johtosäännöissä. Kunnanhallitus valitsee jokaiseen lautakuntaan oman edustajansa, joka on oikeutettu ottamaan osaa kokouksiin ja keskusteluun, mutta ei päätöksentekoon. Lautakuntien jäsenten ei tarvitse olla valtuutettuja, vaan he voivat olla tavallisia, kyseisen lautakunnan toimialaa tuntevia kuntalaisia. Lautakuntien jäsenmäärät vaihtelevat kunnittain. Lautakuntien kokoukset ovat yleensä suljettuja, mutta lautakuntien kokousten esityslistat ja pöytäkirjat ovat tavallisesti julkisia. Poikkeustapauksena lautakunnan päätösvallan alaisuuteen kuuluva asia voidaan myös ottaa kaupunginhallituksen käsiteltäväksi, jos kaupunginhallitus tai sen puheenjohtaja, kaupunginjohtaja tai apulaiskaupunginjohtaja niin päättää.

### Valtapuntari:

- + Lautakuntien jäsenillä on paljon mahdollisuuksia vaikuttaa kuntapalveluiden tuottamisen strategiaan linjoihin.
- + Lautakunnat valitsevat oman toimialueensa virkamiehet.
- Lautakunnan on toimittava kunnanvaltuuston hyväksymän budjetin puitteissa.
- Kunnan palveluyksiköiden operatiivinen johtaminen ei kuulu lautakuntien toimialaan.
- Lautakuntien jäsenet valitaan usein poliittisin perustein, mikä saattaa vähentää niiden asiantuntemusta ja kykyä strategiseen johtamiseen.



## Johtokunnat

Lautakuntien lisäksi kunnissa on usein asetettu johtokuntia hoitamaan tiettyjä rajattuja tehtäviä, kuten esimerkiksi kunnan liikelaitosta, koulua tai museota – onpa esimerkiksi Helsingin Korkeasaaren eläintarhallakin oma johtokuntansa. Toisin kuin lautakunnan jäsenen, johtokunnan jäsenen ei tarvitse olla kunnan asukas.

Johtokunnan vastuualue on tavallisesti lautakuntaa suppeampi. Myös johtokunnan kokoukset ovat yleisöltä suljettuja, mutta kaupunginhallituksen edustajalla on kuitenkin aina mahdollisuus osallistua kokoukseen.

### Valtapuntari:

- + Voivat suuresti vaikuttaa hallinnoimansa yksikön toiminnan linjoihin.
- Operatiivinen johtaminen ja käytännön päätökset on siirretty yksikön johtajalle.
- Johtokuntien asiantuntijuuden taso voi kärsiä siitä, että paikat jaetaan usein poliittisin perustein.



## 5. Päätöksentekoprosessi kunnissa

Kunnan päätöksentekoprosessi voidaan karkeasti ottaen jakaa neljään vaiheeseen: asian vireilletulo, valmistelu, varsinainen päätösprosessi sekä tehtyjen päätösten täytäntöönpano. Aktiivisella kuntalaisella on mahdollisuus vaikuttaa päätöksentekoprosessin kaikissa vaiheissa.

Tässä kappaleessa käydään läpi kuntien päätöksentekoon liittyvän järjestelmän perusteet, ja myöhemmin kappaleissa 6 ja 7 syvennytään tarkemmin siihen, millaisia mahdollisuuksia kuntalaisilla on vaikuttaa päätösprosessin eri vaiheissa niin virallisesti kuin epävirallisestikin.

### Päätettävien asioiden vireilletulo kunnissa

Suurin osa kunnissa käsiteltävistä asioista tulee vireille suoraan kunnan omien hallintoelinten toimesta. Tällaiset asiat ovat yleensä suoraan seurausta siitä, että kunnalla on lainmukainen velvollisuus ryhtyä tiettyihin toimenpiteisiin tai että hallintoelimet muuten katsovat asioiden vireillepanon kunnan edun mukaiseksi.

Kuntalaisten kannalta keskeisimpiä tapoja asioiden vireillepanoon ovat kuntalais- ja valtuustoaloitteet. Kuntalaisaloit-

teita kuntalaiset voivat tehdä itse, ja valtuustoaloitteita voivat vapaasti jättää suoraan kuntalaisten vaaleilla valtuustoon valitsevat luottamushenkilöt.

### Valtuustoaloite

Kunnanvaltuustoon vaaleilla valitut valtuutetut voivat jättää kunnanvaltuuston kokouksessa valtuustoaloitteen. Valtuustoaloite jätetään kirjallisesti ja allekirjoitettuna, ja sen jättäminen on mahdollista jo yhden valtuutetun voimin. Yleensä valtuustoaloitteen taakse pyritään kuitenkin saamaan suurempi allekirjoittajajoukko, sillä tämä lisää aloitteen poliittista uskottavuutta.

Valtuustoaloitteesta ei ole säädetty kuntalaissa, vaan siitä säädetään yleensä kuntien hallintosäännössä. Tämä tarkoittaa sitä, että valtuustoaloitteilla ei ole samanlaista lain suojaamaa vastausvelvollisuutta kuin kuntalaisaloitteilla.

Lisää tietoa valtuustoaloitteesta ja sen jättämisestä saa kappaleessa 6.

### Kuntalaisaloite

Kunnan asukkaalla on oikeus tehdä kunnalle aloitteita sen toimintaa koskevissa asioissa. Aloitteen tekijälle on ilmoitettava aloitteen johdosta suoritettavat toimenpiteet. Valtuuston tietoon on saatettava vähintään kerran vuodessa sen toimivaltaan kuuluvissa asioissa tehdyt aloitteet ja niiden johdosta suoritettavat toimenpiteet.

Jos valtuuston toimivaltaan kuuluvassa asiassa aloitteen tekijöinä on vähintään kaksi prosenttia kunnan äänioikeute-



eteenpäin asianosaisille, kuten esimerkiksi kuntalaisaloitteen tekijälle. Asianosaisesta ja päätöksen luonteesta riippuen tiedoksianto voi tapahtua kuuluttamalla, päätöspöytäkirjan julkaisun muodossa tai henkilökohtaisena tiedonantona.

### **CASE: Fakta tuo jouhevuu** **päätöksentekoon – tapaus Reilu Pori**

**R**eilun kaupan puolesta Repu ry:n Reilu KAUPUNKI -kampanjassa oli vuoden 2008 alkuun mennessä opittu, että kuntien eettiset hankinnat, niihin liittyvä lainsäädäntö ja Reilu kauppa järjestelmänä olivat herättäneet eri kaupunkien päättäjien keskuudessa runsaasti keskustelua. Turussa Reilun kaupan tuotteisiin siirtymistä käsitellyt aloite oli palautettu muun muassa hankintalakiin viitaten jo kolme kertaa valmisteluun, ja Porissa käynnistyneessä kampanjassa haluttiin välttää samanlaiset ongelmat. Tästä syystä Reilu Pori -kampanjatiimi päätti laittaa vauhtia Porin kaupungin päätöksentekoprosessiin tarjoamalla valtuustoryhmille ja niihin kuuluville valtuutetuille jo etukäteen runsaasti tietoa Reilun kaupan kaupungin arvonnimestä, Reilusta kaupasta sekä uudesta hankintalaista.

Reilu Pori -kampanjatiimi laati huolella valtuustoaloitteen ja lähetti sen etukäteen kaikkien valtuustoryhmien puheenjohtajille tutustuttavaksi. Ideana oli, että kaikki Porin kaupungin valtuustoryhmät saataisiin aloitteen taakse. Reilu Pori -kampanjatiimiin kuuluneet valtuutetut tekivät vaiku-

tustyötä omissa verkostoissaan ja saivat kaupunginhallituksen puheenjohtajalta luvan myös kutsua asiantuntijan kaupunginvaltuuston kokoukseen vastaamaan valtuutettujen mahdollisiin kysymyksiin asiaan liittyen. Reilun kaupan puolesta Repu ry:stä kutsuttu asiaan perehtynyt vieras kiersi ennen valtuuston kokousta kaikissa ryhmissä, joissa vielä oli avoimia kysymyksiä, ja lopputuloksena lähes koko valtuusto asetui aloitteen taakse. Kun asia palasi kaupunginhallituksen valmistelusta uudelleen käsittelyyn 31.3.2008 se hyväksyttiin valtuustossa yksimielisesti.

### **Päätöksen toimeenpano**

Iso osa kunnissa tehtävistä aloitteista ei johda toimenpiteisiin, eli ne hylätään erilaisista syistä. Tällaisten päätösten osalta toimeenpano tarkoittaa asianosaisille tiedottamista. Päätökset, jotka johtavat toimintatapojen muutokseen, uusiin sopimuksiin tai toimenpiteisiin, välitetään tavallisesti eteenpäin kyseessä olevasta asiasta vastaavalle hallintoelimelle tai viranomaiselle. Kunnassa täytäntöönpanosta vastaa kunnanhallitus. Kunnanvaltuuston tekemiin päätöksiin tarvitaan kaupunginhallitukselta täytäntöönpanopäätös.

## 6. Poliittiseen päätöksentekoon vaikuttaminen

### Miten kunnan päätöksenteosta saa tietoa?

Kunnan on lakisääteisesti tiedotettava asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. Kunnan on myös laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristönsuojelua ja maankäyttöä koskevista asioista. Käytännössä tiedon saaminen kunnan päätöksenteosta on kuitenkin oma taitolajinsa, jossa keskeisimmässä roolissa on kuntalaisen oma aktiivisuus.

Kunnanhallituksen ja valtuuston tuoreimmat pöytäkirjat sekä esityslistat löytyvät lähes kaikkien suomalaisten kuntien internet-sivuilta. Käytäntö vaihtelee siinä, miten vanhoja asiakirjoja on saatavilla; joissakin kunnissa sähköisesti pääsee tutustumaan jopa kymmenen vuoden takaisin asiakirjoihin, toisilla kunnilla netissä on vain uusimpien esityslistojen ja pöytäkirjojen sisältö.

Kun jotain asiaa ei löydy helposti kotikoneen avulla, on syytä ottaa yhteys kunnan kirjaamoon, kaupungintaloon tai muuhun kunnassa arkistonhoitoa suorittavaan tahoon. Ellei

asiaa hoitavaa viranomaista löydy helposti esimerkiksi kunnan kotisivuilta, voi soittaa suoraan kunnan puhelinvaihteeseen tai lähettää kyselyn asiasta kunnan sähköpostiosoitteeseen.

Kuntien tiedotusvelvollisuudesta johtuen lähes kaikki kunnan päätöksentekoon liittyvät asiakirjat ovat julkisia. Kirjaamon kautta on mahdollisuus saada tietoonsa myös käsitelyihin asioihin liittyvät asiakirjat, kuten erilaiset lausunnot ja valmistelut. Kunnan viranomaisilta voi pyytää tietoa myös keskeneräisen asian käsittelyvaiheesta ja saada näin tietoonsa vaikkapa päätösasiaa valmistelevan toimielimen. Oma asiaa koskeva diaarinumero helpottaa asiointia, mutta kirjaamo pystyy tavallisesti etsimään erilaisia asiakirjoja kunnan tietokannasta myös hakusanoilla.

### Kuntalaisaloitteen valmistelu ja jättäminen

Kunnan asukkaalla on kuntalain mukainen oikeus tehdä kunnalle aloitteita sen toimintaa koskevissa asioissa. Paitsi että kunnan päättäjien on otettava kuntalaisten tekemät aloitteet vastaan, kunnan on myös ilmoitettava aloitteen tekijälle aloitteen johdosta suoritettut toimenpiteet. Kunnanhallituksen on tuotava myös valtuuston tietoon vähintään kerran vuodessa sen toimivaltaan kuuluvissa asioissa tehdyt aloitteet ja niiden johdosta suoritettut toimenpiteet. Kuntalaisaloitetta voidaankin näin pitää yhtenä konkreettisimmista ja helpoimmista tavoista vaikuttaa suoraan omassa kotikunnassa tehtävään politiikkaan.

## Millainen on kuntalaisaloite?

Kuntalaisten aloitteille ei ole olemassa säädeltyä muotoa. Käytännössä tämä tarkoittaa, että aloitteen voi jättää kaupungin kirjaamoon vaikkapa ruutupaperille kirjoitettuna. Useissa kaupungeissa on otettu käyttöön myös mahdollisuus sähköisen aloitteen tekemiseen, ja tällöin kunnallisen vaikuttamisen ytimeen voi osallistua suoraan kotikoneelta parilla helpolla klikkauksella.

Vaikka aloitteen jättäminen onkin helppoa, on syytä käyttää hetki aikaa oman asian muotoiluun. Hyvin koostettu aloite voi johtaa nopeastikin tuloksiin, siinä missä epäselvä ja huonosti jäsennelty aloite saattaa helpommin joutua sivuutetuksi.

**Aloitteessa tulee olla vain yksi selkeä asia, jota esitetään.** Aloitetta jätettäessä kannattaa miettiä tarkasti, mikä on aloitteen keskeisin asia ja muistaa, että niitä on hyvässä aloitteessa vain yksi.

**Aloitteen muoto** voi olla vaikkapa seuraavanlainen: otsikko kertoo ytimekkäästi sen mistä on kysymys, tekstin runko etenee yleisestä kohti yksityiskohtaista tasoa ja aloite päättyy ytimekkääseen kappaleeseen, joka kertoo sen, mitä aloitteessa esitetään. Kirjallisesti jätettävä aloite allekirjoitetaan ja siihen tulee liittää myös omat yhteystiedot.

**Aloitteen tulisi aina mahtua yhdelle A4-kokoiselle arkille.** Jo aloitetta suunniteltaessa kannattaa tiivistää mielessään asiaan liittyvät keskeisimmät argumentit. Lyhyet, hyvin muotoillut ja ytimekkäät aloitteet tulevat todennäköisimmin luetuksi myös valtuutettujen toimesta ja niiden läpimienomahdollisuudet lisääntyvät näin huomattavasti.

**Joukossa on voimaa.** Jos valtuuston toimivaltaan kuuluvassa asiassa aloitteen tekijöinä on vähintään kaksi prosenttia

äänioikeutetuista kunnan asukkaista, asia on otettava valtuustossa käsiteltäväksi viimeistään kuuden kuukauden kuluesa asian vireilletulosta. Tämä kuntalaisa taattu käsittelyä nopeuttava menettelytapa on hyvä muistaa erityisesti silloin, kun asia on erityisen kiireellinen.

Vaikka aloitteen taakse ei onnistuisikaan saamaan kuntalain vaatimaa joukkoa, on hyvä muistaa että useampi allekirjoittanut taho lisää aloitteen uskottavuutta ja painoarvoa. Joskus aloitteen taakse voi olla perusteltua houkutella myös kotikunnassa toimivia järjestöjä tai muita yhteisöjä.

## Valtuutetun kautta jätetty valtuustoaloite

Kuntalaisilla on oikeus itse jättää kuntalaisaloitteita. Mikään ei kuitenkaan estä aktiivista henkilöä ottamasta yhteyttä omaan valtuustossa toimivaan edustajaansa ja pyytää tätä jättämään jotain tiettyä asiaa koskevaa aloitetta. Lähestyttäessä valtuutettuja on hyvä pohtia seuraavia asioita:

- **Kirjoitanko itse aloitteen valmiiksi?** Joskus omaa asiantuntemusta ja perehtyneisyyttä kannattaa käyttää hyväksi jo siten, että tarjoaa omalle edustajalleen käyttövalmista aloitepohjaa. Valmiiksi kirjoitettu, hyvin muotoiltu aloite on usein kiireiselle valtuutetulle helpoin tapa lähteä viemään asiaa eteenpäin.
- **Keneen otan yhteyttä?** Omasta asiasta kiinnostuneita valtuutettuja on helppo löytää oman kaupungin internet-sivuja apu-



na käyttäen. Joskus voi kuitenkin olla tehokasta pyytää myös vähemmän asian kannattajaksi profiloitunutta valtuutettua edistämään asiaa: tavallisen kuntalaisen kiinnostus jotain kysymystä kohtaan saattaa herättää myös valtuutetun ja saada asialle tätä kautta valtuustossa myös muita uusia tukijoita.

- **Yksi vai useampi valtuustoryhmä?** Paras tapa saada asialle positiivinen vastaanotto kunnanhallituksessa ja -valtuustossa on saada sen taakse mahdollisimman monta valtuustoryhmää. Itse valmiiksi kirjoitetun aloitteen voi lähettää usealle ryhmälle samaan aikaan ja pyytää heitä jättämään aloite yhteisvoimin. Tällöin yhteydessä kannattaa olla suoraan valtuustoryhmien puheenjohtajiin.

### **CASE: Näin syntyi Reilu Helsinki -valtuustoaloite**

*Aleksi Halme*

**R**epun Helsinki-ryhmä päätti käynnistää Reilu Helsinki -kampanjan marraskuussa 2007. Koska yhtenä tavoitteena oli saada kampanjan alkuvaiheessa jätettyä valtuustoaloite Reilun kaupan kaupungin arvonimen hakemisesta, kutsuimme jo kampanjan käynnistyskokoukseen mukaan poliittisia nuorisojärjestöjä.

Lähdimme tavoittelemaan Tampereen Reilun kaupan kaupunki -kampanjan tavoin mahdollisimman monen valtuustoryhmän yhteistä aloitetta, jotta läpimenon todennäköisyys olisi mahdollisimman suuri. Siksi päätimme, että otamme yh-

teyttä eri valtuustoryhmiin ja tiedustelemme kantaa mahdolliseen yhteisaloitteeseen. Kävi ilmi, että monilla kampanjatiimimme jäsenillä oli suhteita eri puolueihin. Päätimmekin jakaa kaikki valtuuston puolueet eri henkilöille, jotka ottivat suoraan yhteyttä kaupunginvaltuutettuihin.

Suurin osa valtuutetuista, joita lähestyimme, suhtautuivat asiaan myönteisesti. Useampi tarjoutui itse tekemään aloitteen, eräs jopa heti seuraavassa valtuuston kokouksessa. Halusimme kuitenkin lykätä aloitteen jättämistä, jotta siihen saataisiin mahdollisimman moni ryhmä mukaan. Tarkoituksenamme oli välttää tilannetta, jossa aloitetta vastustettaisiin ihan periaatteesta tietyn puolueen tai tiettyjen puolueiden aloiteena.

Keskustelimme myös siitä, olisiko valtuustoaloitteen ohella tarkoituksenmukaista jättää talousarvioaloite Reilun kaupan kahviin ja teehen siirtymisestä kaupungin omissa tilaisuuksissa. Arvioimme Reiluun kahviin ja teehen siirtymisen kustannukset sen verran pieniksi, ettei talousarvioaloite olisi välttämättä tarpeen. Ajattelimme kuitenkin, ettei siitä varmasti haittaakaan ole. Niinpä Vihreän valtuustoryhmän 2. varapuheenjohtaja Sirkku Ingervo jätti 23.1.2008 talousarvioaloitteen Reiluun kahviin ja teehen siirtymisestä.

Kaupunginvaltuustossa Vasemmistoliiton ryhmäpuheenjohtaja Tiia Aarnipuu otti valtuustoaloiteasian hoitaakseen. Hän muokkasi Tampereen aloitteesta lyhyemmän version ja pyysi muita valtuustoryhmiä aloitteen taakse.

13.2.2008 Helsingin kaupunginvaltuustossa jätettiin Vasemmistoliiton, Sosialidemokraattien, Vihreiden, Keskustan sekä SKP:n ja asukaslistan valtuustoryhmien nimissä aloi-

te Reilun kaupan kaupungin arvonomien hakemisesta Helsingille. Teimme asiasta lehdistötiedotteen samoin kuin aloitteen allekirjoittaneet valtuustoryhmät, ja uutinen aloitteen jättämisestä julkaistiin mm. Helsingin Sanomissa, Vihreässä laggassa ja Länsiväylässä.

## Kuntalaisten kuuleminen

Isoissa kunnan asukkaita koskevilla asioilla järjestetään yleensä kuulemistilaisuuksia. Kuulemisista voidaan tiedottaa kotiin tulevalla kirjeellä, kuntien ilmoitustauluilla ja internetisivuilla sekä paikallisissa lehdissä, ja ne voivat liittyä vaikkapa tuleviin kaavoitus suunnitelmiin, maankäyttöön tai ympäristön suojeluun. Kuntalaisten kuuleminen heitä koskevissa asioissa on osa hyvää hallintoa. Se parantaa kunnan virkamiesten tekemän valmistelutyön laatua ja helpottaa päätösten toimeenpanoa. Vaikka kuuleminen tukee edustuksellista demokratiaa, se ei kuitenkaan vähennä poliittisten päätöksentekijöiden päätösvaltaa tai velvollisuuksia.

Kuulemistilaisuuksien järjestäminen on kunnille suuri ponnistus, ja tilaisuuksissa saatujen mielipiteiden kokoamisessa yhteen ja soveltamisessa päätöksentekoon on usein suuri työ. Kun sinulle tärkeässä asiassa järjestetään kuntalaisia koskevia kuulemisia, kannattaa siis olla paikalla. Jos tämä ei kuitenkaan ole mahdollista, voi mielipiteensä yleensä jättää myös kirjallisesti tai sähköisesti.

Kuulemistilaisuudessa kunnan viranomaisen tai muu asiantuntija alustaa tilaisuudessa käsiteltävän asian ja voi esi-

merkiksi esitellä erilaisia vaihtoehtoja tai asiaan liittyviä ongelmia. Usein tilaisuuksissa yleisöllä on mahdollista esittää omia tarkentavia kysymyksiä ja keskustella ja vaihtaa näkemyksiä asiasta vapaasti. Tilaisuudessa voi olla paikalla sihteeri, joka kirjaa esiin tulleet huolet ja kysymykset ylös, tai tilaisuus voidaan myös nauhoittaa myöhempää läpikäyntiä varten.

Kuulemistilaisuudet keräävät yhteen monenlaisia kunnan asukkaita, joista jokaisella on omia motiiveja käsiteltävää asiaa ja itse kuulemistilaisuuden kulkua koskien. Joskus liian suurissa tai huonosti organisoiduissa kuulemistilaisuuksissa voikin joutua ”taistelemaan” saadakseen oman äänensä kuuluviin. Kuulemistilaisuuteen kannattaa valmistautua huolella, ja tutustua esimerkiksi kunnan verkkosivuilla esillä oleviin tai kuulemistilaisuuden kutsun mukana toimitettuihin materiaaleihin. Omat kysymykset ja kannanotot on hyvä muotoilla ytimekkääseen muotoon jo kotona.

## Äänestäminen

”Paras argumentti demokratiaa vastaan on viiden minuutin keskustelu keskivertoäänestäjän kanssa.”

”Demokratia on huonoin hallintotapa, ellei mukaan lasketa kaikkia muita hallintotapoja, joita aika ajoin on kokeiltu.”

*Winston Churchill*

Äänestäminen on demokraattisen päätöksenteon konkreettisin ilmentymismuoto. Siinä kaikki ihmiset asetetaan samal-

le viivalle varallisuuteen tai yhteiskuntaluokkaan katsomatta. Jokaisella on yksi yhtä arvokas ja painava ääni, jonka voi vapaasti antaa haluamalleen ehdokkaalle.

Suomessa on jo pitkään ollut havaittavissa, että ihmisten kiinnostus poliittisia puolueita ja kokonaisvaltaista yhteiskunnallista keskustelua kohtaan on vähentynyt. Yhä useampi nuori, joka haluaa vaikuttaa omaan elinympäristöönsä, valitsee toimintakentäkseen kansalaisjärjestön puolueen sijaan. Vaikka kansalaistoiminta on tärkeä osa toimivaa demokrati-aa, sillä ei kuitenkaan voi korvata perinteistä poliittista osallistumista tai kansanvaltaista poliittista järjestelmää. Edustuksellinen demokratia takaa parhaiten sen, että monenlaiset näkökulmat tulevat päätöksenteossa esille. Äänestyksessä hiljaisimmallakin on mahdollisuus sanoa mielipiteensä, ja monille kansalaisille vaaliurna onkin ainoa poliittiseen päätöksentekoon osallistumisen muoto.

Suomessa vuonna 2004 järjestetyissä kunnallisvaaleissa äänestysprosentti oli vain 58,6. Koska äänioikeutettuja vaaleissa oli reilut neljä miljoonaa, yli puolitoista miljoonaa ihmistä jätti kokonaan äänensä käyttämättä. Vaalien suurimpia voittajia sekä kannatuksella että valtuustopaikoilla mitaten olivat Kokoomus sekä SDP, jotka saivat yhteensä yli miljoona ääntä. Nopealla päässälaskulla selviää, että kuvitteellinen ”Nukkuvien puolue” olisi voinut ratkaista vaalit haluamaansa suuntaan.

### **Suhteellinen äänitapa**

Suhteellinen vaalitapa tarkoittaa sitä, että jokainen puolue tai muu ryhmittymä saa sen määrän edustajia kuin mitä sen vaa-

leissa saama äänimäärä suhteessa muihin ryhmittymiin edellyttää. Jos esimerkiksi jokin puolue saa annetuista äänistä 20 prosenttia, sen tulisi saada myös 20 prosenttia jaettavina olevista edustajanpaikoista.

Kunnallisvaaliehdokkaiden suuret vaalimainokset ja henkilökeskeisiksi karismamittelöiksi äityvät vaalikeskustelut ja -paneelit voivat joskus olla omiaan hämärtämään kunnallisvaaleissa käytettävää vaalitapaa. Kun siis olet löytänyt oman karismaattisen ja sanavalmiin ehdokkaasi muista tarkistaa myös tämän puolue, sillä autat omalla äänelläsi eteenpäin ehdokkaasi lisäksi myös tämän edustamaa taustaryhmää.

### **Ehdokkaaksi asettuminen kunnallisvaaleissa**

Selkein tapa vaikuttaa kunnallispolitiikkaan on ryhtyä itse ehdokkaaksi kunnallisvaaleissa, jotka toimitetaan joka neljäs vuosi lokakuun neljäntenä sunnuntaina. Ehdokkaaksi asettumalla on mahdollista saada paljon uusia ja hyödyllisiä kokemuksia ja taitoja. Ehdokkaana tapaa uusia ihmisiä ja verkostoituu sekä saa paljon uutta tietoa oman kunnan politiikasta. Nuorelle ja ensimmäistä kertaa ehdokkaaksi asettuvalla kunnallisvaaleissa on myös valtakunnallisia vaaleja helpompaa päästä läpi.

## Kuka on vaalikelpoinen?

Vaalikelpoisuudesta eli kelpoisuudesta toimia kunnallisvaaliehdokkaana säädetään Suomen kuntalaissa pykälässä 34. Kunnallisvaaleissa ehdokkaaksi soveltuva on henkilö, jonka kotikunta kyseinen kunta on, jolla on jossakin kunnassa äänioikeus kunnallisvaaleissa ja joka ei ole holhouksen alainen eli vajaavaltainen. Vaalikelpoisuus määräytyy lähtökohtaisesti samassa aikataulussa kuin äänioikeuskin eli väestötietojärjestelmässä 51. päivänä ennen vaalipäivää olevien tietojen mukaan.

Kaikki kuntalaiset eivät ole työtehtäviensä takia vaalikelpoisia. Tällaisia ovat muun muassa valtion virkamiehet, jotka hoitavat välittömästi kunnallishallintoa koskevia valvontatehtäviä. Edellä tarkoitettussa palvelussuhteissa olevat ovat kuitenkin vaalikelpoisia valtuutetuiksi, jos palvelussuhde päättyy ennen kuin valtuutettujen toimikausi alkaa.

## Mitä kautta ehdokkaaksi voi päästä?

Ehdokkaita kunnallisvaaleissa voivat asettaa puoluerakisterissä olevat puolueet sekä äänioikeutettujen perustamat valitsijajhdistykset.

Kukin puolue voi asettaa kunnassa enintään valittavien valtuutettujen määrään nähden puolitoistakertaisen määrän ehdokkaita. Jos kunnassa valitaan esimerkiksi 30 valtuutettua, puolueella voi olla enintään 45 ehdokasta. Puolueet voivat muodostaa keskenään myös vaaliliittoja, mutta vaaliliiton muodostaneiden puolueiden ehdokkaiden yhteismäärä saa

kuitenkin olla enintään sama kuin yksittäisen puolueen ehdokkaiden enimmäismäärä.

Kunnallisvaaliehdokkaaksi pääseminen on yleensä varsin helppoa. Useilla paikkakunnilla puolueilla on mahdollisuus asettaa enemmän ehdokkaita, kuin mitä halukkaita löytyy. Jos kunnallispolitiikkaan lähteminen kiinnostaa, voi rohkeasti olla yhteydessä itselle sopivaan puolueeseen. Suomessa noudatetaan myös kunnallisvaaleissa suhteellista vaalitapaa, eli jokainen puolue (tai muu ryhmittymä) saa sen määrän edustajia kuin mitä sen vaaleissa saama äänimäärä suhteessa muihin ryhmittymiin edellyttää. Näin ollen puoluelistoilla olevan ehdokkaan äänisaldo kerryttää puolueen saldoa, vaikkei ehdokas itse tulisi-kaan valituksi. Puolueen valintaan kannattaa siis käyttää aikaa!

Jos sopivaa puoluetta ei löydy, mutta ehdokkuus kiinnostaa silti, voi omista kannattajistaan koota valitsijajhdistyksen. Valitsijajhdistyksen yhden ehdokkaan asettamiseksi voi perustaa vähintään 10 asianomaisessa kunnassa äänioikeutettua henkilöä. Oikeusministeriön asetuksella määräytyissä pienimmissä kunnissa valitsijajhdistyksen voi kuitenkin perustaa vähintään kolme äänioikeutettua. Puolueiden tapaan myös valitsijajhdistykset voivat muodostaa yhteislistoja, joissa kussakin voi olla enintään valittavien valtuutettujen määrään nähden puolitoistakertainen määrä ehdokkaita. Lisätietoa valitsijajhdistyksen perustamisesta ja ehdokaslistan toimittamisesta kunnan keskusvaalilautakunnalle saa Oikeusministeriöstä.

**CASE: Miten kampanjoida vähällä rahalla ja kokemuksella – eräs ehdokaskertomus kunnallisvaaleista 2004**

**E**n ollut ollut juuri missään tekemisissä politiikan kanssa, kun lähdin Vihreiden ehdokkaaksi kunnallisvaaleissa 2004. Minua pyydettiin ja lähdin mukaan syyskuussa, viimeisellä viikolla ennen ehdokaslistojen sulkeutumista, joten kampanja-aika jäi kohdallani lyhyeksi. Olin vielä opiskelija, joten minulla ei ollut juurikaan rahaa eikä siis kovin paljon aikaakaan. Vaalikuume nousi kuitenkin koko ajan vaalien lähestyessä, ja loppujen lopuksi sain puristettua kasaan sellaisen kampanjan, että tulin valituksi Turun kaupunginvaltuustoon.

Koska minulla ei ollut suuria rahallisia resursseja, tein paljon jalkatyötä. Päivystin puolueemme vaalikojuilla ja jaoin vaalilehteämme ihmisten parissa kaduilla, torilla ja erilaisissa tapahtumissa, kuten kirjamesuilla. Lehden väliin sujautin kopiokoneella tekemiäni omia mainoksia, jotka näin jälkikäteen ajatellen olivat melko surkean näköisiä – niiden tekemiseen olisi voinut panostaa muutaman euron enemmän. Puolueelle maksetulla ehdokasmaksulla sai kuvansa ehdokasjulisteeseen ja muutamaaan yhteiseen lehtimainokseen; tämän lisäksi sijoitin rahaa kampanjointiin noin 120 euroa, joka meni opiskelijaehdokkaiden yhteiseen lehtimainokseen ja kahden muun ehdokkaan kanssa tehtyyn esitteeseen, joka kasattiin aivan viime tingassa ja luukutettiin opiskelija-asuntoihin. Kampanjani



Kunnallisvaaliehdokkaalta ei odoteta vuosien kokemusta, paksua vaalikassaa tai eläkeikää. Elina Rantanen kunnallisvaalikuvassaan vuonna 2004.

kohdistui siis melko voimakkaasti opiskelijoihin, mikä resurs-sien vähäisyydestä johtuen oli aika luontevaakin.

Etukäteen jännitin eniten sitä, miten osaisin vastata ihmisen kysymyksiin kunnallispolitiikasta, sillä en tiennyt kotikaupunkini kuumista kysymyksistä paljon enemmän kuin sen, mitä olin ehtinyt äkkiseltään opiskella. Paneeleihin en osallistunutkaan, mutta katukampanjassa sain käydä kaupunkilaisten kanssa mielenkiintoisia keskusteluja, joista opin itsekin. Joidenkin kysymysten kohdalla jouduin tunnustamaan tietämättömyyteni, mutta pääteemoistani joukkoliikenteestä ja pyöräilystä minulla oli vankat mielipiteet. Opin, että kivointa ehdokkaana olemisessa on käydä keskusteluja fiksujen ja asi-oista kiinnostuneiden kaupunkilaisten kanssa. Kulutin myös jonkin verran aikaa sellaisten teemojen opiskeluun, joista en tiennyt paljon mitään, mutta joista äänestäjät olivat erityisen kiinnostuneita.

Mielipiteitäni kyseltiin paitsi kaduilla, myös sähköpostitse. Sähköiseen kampanjointiin menikin yllättävän paljon aikaa, sillä sähköposteihin vastaamisen lisäksi mielipiteitäni piti kertoa useassa vaalikoneessa. En ehtinyt tekemään kunnollisia nettisivuja, mutta minulla oli yksisivuinen esittelyteksti ja kuva puolueen valmiilla formaatilla. Kunnolliset nettisivut tein vasta eduskuntavaaleihin 2008 kotisivutaitoisien ystäväni avustuksella. Samoihin aikoihin aloin myös pitää blogia. Eduskuntavaalikampanja osoittikin, että sähköiseen kampanjointiin tulee jatkossa menemään yhä enemmän aikaa.

Innokkaat ja samanmieliset ystävät ja tutut ovat kampanjoiden aikana olleet erittäin tärkeitä. Kunnallisvaaleissa mi-

nulla ei ollut varsinaista tukiryhmää, mutta ystävien kanssa käydyt keskustelut ja puskaradioapu olivat tarpeellisia. Eduskuntavaalikampanjaan mennessä sain kerättyä jo tukiryhmänkin, joka koostui pääasiassa muista paikallisista vihreistä nuorista. Heidän apunsa kampanjan suunnittelussa, nettisivujen teossa, mainosten jaossa ja ylipäättään mukana olemisessä oli korvaamatonta. Kunnallisvaalit ovat kuitenkin sen verran pienempi ponnistus, että varsinaista tukitiimiä en varmaan jatkossakaan niihin kokoa. Sen sijaan nettisivujen, mainosten ja esitteiden tekemisessä säästää pitkän pennin, jos taitavat ystävät ovat valmiita auttamaan.

Tulevissa vaaleissa aion hyödyntää kunnallisvaalikampanjoinnin oppeja: kun ei ole paljon rahaa tuhlattavaksi näytäväiin mainoksiin, täytyy näkyä mahdollisimman paljon ilmaiseksi siellä, missä ihmiset ovat – kaduilla, tapahtumissa, mediassa, netissä... Ihmisiä kohdatessa osaa jättää törkeimmät loanheittäjät omaan arvoonsa ja ilahtua niistä aidos-ti kiinnostuneista äänestäjistä, jotka haluavat tietää kantani vaikkapa torikivetykseen. Jatkossa en aio tuhata aikaani epäolennaisuuksiin, kuten huonojen mainosten tekemiseen tai kampanjarekvisiitan kutomiseen (vaikka se vihreä kaulahuivi olikin aika hieno!), vaan keskityn tärkeimpään, eli mielipiteitäni kertomiseen siellä, missä niitä halutaan kuulla.

*Elina Rantanen*

*Turku*



## 7. Epäsuora poliittinen vaikuttaminen

Epäsuoralla poliittisella vaikuttamisella tarkoitetaan tapaa tuoda asioita poliittiseen keskusteluun ilman, että itse toimii poliittisen aloitteen tekijänä tai suoraan ehdokkaana tai äänestäjänä. Epäsuoriksi poliittisiksi vaikuttamiskeinoiksi voidaan laskea esimerkiksi kuntalaismielipiteeseen vaikuttaminen; mielipidekirjoittelu, erilaisten tapahtumien ja tempausten järjestäminen sekä edustajiin kohdistuva lobbaus. Usein epäsuoralla poliittisella vaikuttamisella voidaan saavuttaa suuriakin tuloksia ja se voi joskus olla huomattavasti virallisten poliittisten kanavien käyttöä tehokkaampaa.

### Kuntalaismielipiteeseen vaikuttaminen

Kuntalaismielipiteeseen suhtaudutaan usein hyvin vakavasti kunnan päättävissä elimissä. Koska kunnan päättäjät valitaan kunnanvaltuustoon demokraattisilla vaaleilla, voidaan jokaisen valtuutetun ajatella olevan vastuussa päätöksistään tavallisille kuntalaisille. Kunnanvaltuutetut edustavat kunnan ylimmässä päättävässä elimessä omia äänestäjiään, ja heidän oletetaan toimivan näiden etujen ja toivomusten mukaisesti. Demokratian kunnioituksen ja uudelleen valitsematta jää-

misen pelossa yleisen kuntalaismielipiteen vastaisia päätöksiä tehdään harvoin.

Tärkeästä asemastaan huolimatta kuntalaismielipide on kuitenkin varsin vaikeasti todennettava ja mitattava suure. Hyvin harva asia kunnassa nousee niin tärkeäksi, että kuntalaisten kesken järjestettäisiin esimerkiksi äänestys tai muu laajamittaisempi mielipidetiedustelu virallisen kansalaismielipiteen selvittämiseksi. Tästä syystä suuren yleisön ja sitä kautta myös poliitikkojen käsitys kuntalaismielipiteestä muodostuu paikallisessa mediassa esitettyjen näkemysten mukaan. Se, joka valloittaa lehtien palstat sekä muun median omilla näkemyksillään, on poliittisissa kiistoissa tavallisesti voittaja. Seuraavissa kappaleissa käsitelläänkin perusteellisemmin sitä, miten omasta asiastaan saa pidettyä meteliä niin mediassa kuin turuilla ja toreilla yleensä.

### Mielipidekirjoitus

Jos haluaisit ostaa paikallisesta lehdestä mainostilaa kertoaksesi omasta asiastasi, joutuisit todennäköisesti kaivamaan kukkarostasi useita satoja euroja rahaa. Onneksi lähes kaikissa sanomalehdissä on omat sivunsa tavallisille kuntalaisille, joilla on asiaa. Mielipidekirjoituksen voi kirjoittaa kuka tahansa terävän kynän ja mielipiteen omaava henkilö, ja sen voi joskus saada paikalliseen lehteen pienelläkin varoitussajalla. Mielipidekirjoitukset kuuluvat lehtien luetuimpiin sivuihin, eikä tekstien lähettäminen lehden mielipidesivuista vastaavalle toimitukselle maksa mitään.



Mielipidekirjoitus kannattaa suunnitella hyvin ja aloittaa kirjoitusprosessi vierailamalla paikkakunnalla ilmestyvän sanomalehden verkkosivuilla tai selailemalla lehden viimeisintä numeroa. Lue tarkkaan läpi mielipidekirjoituksen jättämistä annettuja ohjeita ja paina mieleesi muun muassa kirjoituksen suositeltu merkkimääräinen pituus.

Mielipidekirjoituksella on oma tyylilajinsa, jonka noudattaminen yleensä parantaa jutun läpimenomahdollisuuksia lehden toimituksessa sekä vakuuttaa lukijan paremmin. Kirjoitus aloitetaan tavallisesti ongelman esittelyllä käyttäen apuna jotakin ajankohtaista esimerkkiä. Teksti etenee kohti kirjoittajan omaa näkemystä esittäen sille perusteluja. Hyvässä mielipidekirjoituksessa on nähtävissä vuoropuhelu kirjoittajan näkemyksen ja muiden aikaisemmin esittämien mielipiteiden välillä, ja se huipentuu hyvän argumentoinnin päätteeksi esitettyyn vetoamukseen tai toimintaehdotukseen.

Mielipidekirjoitusten lähettämisessä määrä ei välttämättä korvaa laatua. Samaa kirjoitusta ei kannata lähettää kuin yhteen paikalliseen lehteen, sillä harvat lehdet julkaisevat kirjoituksia, jotka on jo julkaistu muualla. Jos kuitenkin haluat ottaa riskin, älä käytä sähköpostisi massapostitusta, vaan lähetä kirjoitus jokaiseen lehteen erikseen.

## Tiedotus

Kun omalla vaikuttamistoiminnalla yritetään muuttaa kuntalaisten ja kunnan päättäjien asenteita ja mielipiteitä, on onnistuneella tiedotuksella hyvin suuri rooli. Erilaisia tie-

dotuskeinoja ja -kanavia on monia, joista tässä esitellään helpommat ja halvimmat, sekä usein myös tehokkaimmat vaihtoehdot.

Vaikuttamistoiminnan onnistumisen kannalta tärkeää sisäistä viestintää sekä kampanjasuunnitelmaan liittyvää tiedotussuunnitelmaa käsitellään kappaleessa 8.

## Tiedote paikalliselle medialle

Kun omassa kuntakampanjassa on edessä tapahtuma, jonne toivotaan ulkopuolista yleisöä, on ehdottoman välttämätöntä tehdä järjestettävästä tapahtumasta, tilaisuudesta tai tempauksesta tiedote. Tiedotteen tekeminen ei ole rakettitiedettä, mutta joitain perussääntöjä on silti hyvä pitää mielessä.

**Otsikko** summaa ytimekäästi ja lyhyesti sen mistä on kyse. Otsikossa iskeytyminen ja suureellisuus ei ole pahitteeksi, mutta mediaa ei silti saa johtaa harhaan liioittelulla tai vääristelyllä. Liika taiteellisuus tai runollisuus kannattaa yleensä unohtaa, mutta kuten kaikessa, poikkeus vahvistaa säännön. Joskus aivan hullu idea voi saada toimittajan jossain päin Suomea hymyilemään ja kiinnostumaan tiedotettavasta asiasta.

**Ingressi** seuraa otsikkoa. Se sisältää kahdessa tai kolmessa lauseessa sen mitä tapahtuu, miksi ja milloin. Jos tapahtumassa nähdään vieraina tai esiintyjinä paikallisia kuuluisuuksia, poliitikkoja tai kulttuurihenkilöitä, heidät mainitaan ingressissä. Ingressi kirjoitetaan kursiivilla, ja erotetaan näin tiedotteen muusta rungosta.

**Runko** syventää otsikossa ja ingressissä annettuja tietoja ja taustoittaa tiedotettavaa asiaa. Rungon kirjoittamisessa

asioilla on käänteinen järjestys esimerkiksi esseen kirjoittamiseen verrattuna. Tiedote aloitetaan aina tärkeimmästä asiasta ja vasta lopussa päästään yksittäisestä yleiseen. Tiedotteen logiikka perustuu oletukseen siitä, että tekstiä lukevalla toimittajalla on kiire eikä hänellä välttämättä ole aikaa perehtyä aiheeseen tarkemmin. Toimittaja on saatava kiinnostumaan tiedotettavasta asiasta heti, sillä muuten tiedote saattaa joutua sähköiseen tai oikeaan paperikoriin. Paikallisiin sanomalehtiin tiedotteita lähetettäessä on aina muistettava tapahtuman tai kampanjan paikallisuuden korostaminen!

**Loppusummaus** kerää vielä kerran yhteen lauseeseen sen mitä tapahtuu ja missä. Loppusummaus sijoitetaan rungon jälkeen ja kirjoitetaan boldatuilla kirjaimilla.

**Embargo** tiedotteen yläreunassa kertoo milloin tiedote tai siinä esitettävä asia on tarkoitettu julkaistavan mediassa. Tavallisesti embargoa ei tarvita, vaan tiedotteen yläreunaan kirjoitetaan sanat ”Vapaa julkaistavaksi”. Tämä tarkoittaa, että tiedotteen vastaanottava media voi käyttää sitä vaikka heti. Jos embargoa päädytään käyttämään kannattaa kuitenkin muistaa, että medialla ei ole sitovaa velvollisuutta noudattaa embargossa esitettyä toivetta, vaikkakin se on hyvän lehti-miestavan mukaista.

**Yhteystiedot** on aina muistettava kirjoittaa tiedotteen loppuun. Yhteystietoihin kirjataan sen henkilön nimi, sähköpostiosoite ja puhelinnumero, joka tietää lisää tiedotteessa kerrotusta asiasta ja pystyy tiedotteen lähettämisen jälkeen vastaamaan toimittajien yhteydenottoihin.

**Tiedotteen pituus** on ihanteellisimmillaan yksi A4-arkki.

Jos tiedotteen teksti alkaa venyä, on hyvä palata takaisin alkuun ja miettiä missä kohtaa asian voisi ilmaista ytimekkäämmin. Tiedotteeseen ei tule jättää ilmaa, sillä pitkät ja polveilevat sepustukset jäävät tavallisesti toimituksissa lukematta.

### **Nettisivut**

Jos joku asia ei tänäpäivänä ole verkossa, sitä ei käytännössä ole olemassa. Suurin osa ihmisistä haluaa tutustua erilaisiin kansalaisjärjestökampanjoihin rauhassa kotonaan, ja yhä useammat etsivät verkon kautta myös mahdollisuuksia käyttää vapaa-aikaansa. Netissä oleva kampanjasivusto lisää vaikuttamistyön uskottavuutta ja antaa kuvan dynaamisesta ja aktiivisesta kampanjasta. Varmista siis, että myös suunnittelemasi kuntakampanjointi näkyy internetin ihmeellisessä maailmassa!

Yksinkertaisten kampanjasivustojen perustaminen on varsin helppoa, eikä se välttämättä vaadi edes tietoteknistä erityisosaamista. Omasta asiasta kertomaan voi muutamassa minuutissa perustaa sivuston vaikkapa Geocitiesiin (<http://geocities.yahoo.com/>) tai Wordpressiin (<http://wordpress.org/>). Yksittäisestä kampanjatapahtumasta voi sähköisesti jakaa kuvia ja tunnelmia Jalbumin (<http://jalbum.net/>) tai Flickr'n (<http://www.flickr.com/>) kautta. Mahdollisesti vieläkin helpommalla pääsee perustamalla ajettavan asian ympärille Facebook-ryhmän (Vinkki: Kutsu ryhmään kaikki naamakirjasta löytämäsi kotikunnan valtuutetut!).

Nettisivujen tai muun sähköisen tiedonjakopaikan perus-

taminen ei siis ole kynnyskysymys, vaikeampaa on saada ihmiset löytämään sivustolle ja kiinnostumaan syvemmin siellä olevasta sisällöstä. Tässä muutamia vinkkejä nettisivujen ilmaiseen markkinointiin ja asiakastytyväisyyden lisäämiseen:

- Lisää kampanjan slogan ja kampanjasivuston osoite sähköpostisi allekirjoitukseen.
- Mainosta avattua sivustoa sähköpostilistoilla niin, että kirjoitat tekstin sisään koko sivuston osoitteen <http://-alkua> unohtamatta. Näin ihmiset voivat siirtyä sivustolle suoraan viestiin automaattisesti tulevasta hyperlinkistä.
- Tee sivustostasi nettibanneri ja pyydä muita samanmielisiä järjestöjä tai ihmisiä laittamaan banneri verkkosivuilleen.
- Lisää sivustosi kiinnostavuutta runsaalla kuvituksella, ajankohtaisilla uutisilla tai vaikkapa henkilövieraila.
- Päivitä sivuja muutaman päivän välein. Viikko- ja kuukausitolkulla samaa sisältöä näyttävät sivut antavat kampanjasta epäaktiivisen kuvan eivätkä houkuttele ihmisiä vieraillemaan sivustolla uudelleen.

Markkinointitoimenpiteiden tehokkuutta mittaamaan kannattaa omalle sivustolle ottaa käyttöön jokin kävijätilasto-ohjelma. Jos palveluntarjoajalla ei ole tilasto-ohjelmia valmiina voit asentaa sellaisen esimerkiksi Google Analytics -palvelusta.

**Paikalliset mediat**

Oman kotikunnan paikallisiin medioihin kannattaa olla yhdessä aina, kun kampanjassa tapahtuu. Erilaiset tapahtumat

ja tempaukset saa ilmoitusperiaatteella kunnassa ilmestyvien lehtien ja verkkojulkaisujen menovinkkipalstoille.

Tavallisesti pienten paikkakuntien lehdet kärsivät oman kunnan asioita käsittelevästä juttupulasta, ja julkaisevat mielellään laadukkaiden tiedotteiden pohjalta juttuja ja reportaaseja. Paikalliset mediat ovat myös oivallinen tapa tavoittaa juuri oman kunnan asukkaita. Tähän nimenomaiseen tarkoitukseen pieni paikallinen media onkin usein parempi kuin satoja tuhansia ihmisiä tavoittava valtakunnallinen kanava.

Paikallisille lehdille kannattaa tarjota tempauksista käyttöön myös valmiiksi otettuja kuvia. Kaikilla pienemmillä lehdillä ei aina ole käytössä omaa kuvaajaa, ja varsinkin viikonloppuisin järjestettävissä tapahtumissa valmiit kuvat parantavat juttujen läpimenomahdollisuuksia huomattavasti.

**Valtakunnalliset mediat**

Valtakunnallisina medioina pidetään lehtiä sekä radio- ja tv-ohjelmia, joiden yleisönä on laaja joukko suomalaisia ja joiden levikki on tavanomaista paikallismediaa huomattavasti suurempi. Tällaisia valtakunnallisia medioita Suomessa ovat muun muassa Helsingin sanomat, YLE:n Tv-uutiset ja valtakunnalliset radiolähetykset. Valtakunnallisiin medioihin pääsystä taistelevat samanaikaisesti tuhannet uutiset ja asiat, sillä niiden kautta tavoitetaan miljoonia suomalaisia. Valtakunnalliset mediat ovat kullan arvoisia niiden arvostetun aseman takia, ja niillä on myös merkittävä rooli näennäisen ”totuuden” luomisessa sekä yhteiskunnassa ajankohtaisten asioiden esille nostamisessa.

Valtakunnallisiin medioihin pääseminen paikalliselle tasolle rajoittuneessa kampanjoinnissa on erittäin vaikeaa ja vaatii runsaasti kekseliäisyyttä. Tavallisella asiapitoisella ja kampanjan hyvistä tarkoituksista infoavalla tiedotteella läpi pääseminen on erittäin epätodennäköistä. Valtakunnallisiin medioihin juttua tarjotessa kannattaa siis vaikkapa toteuttaa jokin hauska ja kekseliäs tempaus, korostaa tapahtuman tärkeää valtakunnallista merkitystä tai käynnissä olevan kampanjan pioneerasemaa.

Kuntavaikuttamisessa valtakunnallisilla medioilla on useita käyttötarkoituksia. Kun kunnallinen asia nousee kansallisiin otsikoihin, se tavallisesti pistää paikallisiin päättäjiin vauhtia. Valtakunnallisen median kiinnostus herättämällä voidaan omat päättäjät vakuuttaa siitä, että kampanjoitsijoiden vaatimuksilla on kunnalle imagollista merkitystä. Tähän faktoriin perustui muun muassa MTV3:n ohjelmistossa olleen ”Karpolla on asiaa” -ohjelman viehäytys ja sen yhä jatkuva legendaarinen maine. Kun asiat eivät paikallisten viranomaisien tai yritysten kanssa mene kuten toivotaan, vitsaillaan vieläkin Karpon paikalle kutsumisella.

Kun kunnassa tapahtuva vaikuttamistyö tulee valtakunnallisen median kautta tutuksi muissakin kunnissa, voidaan luoda kilpailuasetelmaa ja vakuuttaa kampanjoitavan asian tärkeydestä myös muilla paikkakunnilla.

### **Suomen tietotoimisto**

Suomen Tietotoimisto STT on Suomen kansallinen uutistoitto, jonka uutisia julkaisevien lehtien yhteenlaskettu levikki

on yli 2,5 miljoonaa. Pyrittäessä saamaan omalle asialle mahdollisimman paljon julkisuutta eri alueiden medioissa, on STT tärkeä väylä. Suurin osa paikallisista pienistä medioista käyttää suoraan hyväkseen Suomen tietotoimiston tarjoamia uutisjuttuja, ja oman uutisen STT:lle saaminen merkitsee yleensä kymmeniä mediaosumia eri puolilla Suomea ilmestyvissä julkaisuissa. STT:lle tehtävät tiedotteet kannattaa muotoilla erikseen pitäen silmällä sitä, että ne paikallisesta kampanjasta huolimatta voitaisiin julkaista myös muualla Suomessa.

### **Tempaukset**

Tempaukset ovat loistava tapa kiinnittää tavallisen kuntalaisen huomio kampanjoitavaan asiaan. Paitsi yleisön kannalta, järjestettävää tempausta kannattaa suunnitella myös mediaa silmällä pitäen:

- Printti- ja verkkomedian kannalta hyvästä tempauksesta saa hauskan ja kiinnostavan näköisen kuvan.
- Radio-ohjelmia paikalle houkuttelevat ääntä sisältävät tempaukset.
- Hyvä tempaus yhdistää erilaisia elementtejä: huumoria, näyttävyyttä, toimintaa ja tietoa.
- Tempauksessa paikalla tulee olla myös joku, joka osaa kertoa tempauksen takana olevasta ideasta ja antaa kiinnostuneille ohikulkijoille ja toimittajille lisätietoa itse kampanjoitavasta asiasta.

Seuraavassa on esitely erilaisia ideoita kuntakampanjointiin sopivista tempauksista. Vaihtoehtoja on tarkoituksella pyritty esittelemään laidasta laitaan; osa tempausvinkeistä vaatii paljon suunnittelua ja järjestelytyötä, kun taas osa ideoista on mahdollista toteuttaa hyvin pienillä etukäteisvalmisteluilla.

### **Äänetön mielenosoitus**

Iso joukko ihmisiä kerääntyy banderollien kera kaupungin keskeiselle paikalle (tori, kunnantalo, kauppakeskus) ja jähmettyy erilaisiin tai yhteen ennalta sovittuun asentoon. Äänettömästäkin mielenosoituksesta on aina hyvä tehdä etukäteen ilmoitus poliisille.

### **Oudosti käyttäytyvä joukko**

Julkisella paikalla keskellä ruuhka-aikaa joukko ihmisiä istuu alas, alkaa lukea sanomalehteä, nostaa kädet ylös tms. Viestin perille menoa auttavat erilaiset banderollit ja yhtenäiset demonstraatioasut.

### **Ennätykset**

Tee jostain yhdessä tekemisestä virallinen maailmanennätys. Ennätyksyritystä varten rekisteröityminen tapahtuu Guinessin Ennätykskirjan sivuilla [www.guinnessworldrecords.com](http://www.guinnessworldrecords.com). Ennen ennätyksyritystä mediaa kehoitetaan tekemään tempauksesta puffijuttu, jossa ihmisiä kutsutaan paikalle. Luonnollisesti yritettävä ennätys kannattaa jollain tavalla sitoa ajettavan kampanjan tavoitteisiin ja teemoihin.



Kuva: [www.thevacuumcleaner.co.uk/](http://www.thevacuumcleaner.co.uk/)

Oudosti käyttäytyvät ihmiset herättävät huomiota. Kuvassa aktivistiryhmään kuuluva mies "palvoo" kulutuksen jumalaa lontoolaisessa kauppakeskuksessa.

## Teatteriesitys julkisella paikalla

Valmistelkaa muutaman kaverin kanssa etukäteen lyhyt näytelmä vuorosanoineen ja liikkeineen. Aloittakaa esitys spontaanisti julkisella paikalla kuten ostoskeskuksessa tai bussissa. Näytelmä ei saa olla liian monimutkainen tai pitkä, jotta sattunainen ohikulkijakin pääsee kärryille ”juonesta”. Kova ääni, kärjistys, parodian keinot sekä huumori tehoavat taatusti!

## Elävä kirjasto

Elävä kirjasto on pohjoismaisten nuorten kehittämä menetelmä, jonka avulla edistetään ihmisten kohtaamista ja erilaisten ryhmien välistä vuoropuhelua. Elävästä kirjastosta ei lainata perinteisiä kirjoja, vaan ihmisiä. Lainattavat ovat henkilöitä, joista muilla on yleensä paljon ennakkoluuloja, esimerkiksi homoseksuaaleja, feministejä, poliiseja tai muslimeja. Menetelmän tavoitteena on vahentää ”kirjan” ja lainaajien välistä käytyjen keskustelujen avulla erilaisia ennakkoluuloja.

Elävän kirjaston järjestämiseen vaaditaan melkoisesti työtä, mutta se voi olla hyvä tapa tuoda kunnassa esiin keskustelua vaikkapa maahanmuuttajien asemasta. Hyvä vinkki on toteuttaa kirjasto yhteistyössä erilaisten intressiryhmien kanssa ja kutsua muun yleisön ohella kirjastoon lainaajiksi myös koko kunnanvaltuusto.

Lisätietoa Elävästä kirjastosta sekä ohjeet kirjastotapahtuman järjestämiseen saa sivulta: [www.elavakirjasto.fi](http://www.elavakirjasto.fi).



Kuva:Henna Tahvanainen

Ilmakuvan avulla Helsingin Kampissa osoitettiin 1.6.2008 mieltä ydinvoiman lisärakentamista vastaan ([www.ekakuudetta.info](http://www.ekakuudetta.info)).

## Ilmakuviot

Kun iso joukko ihmisiä kokoontuu yhteen pitelemään ennalta suunniteltuja värillisiä kylttejä saadaan aikaan hieno ylhäältä näkyvä ilmakuvio. Huolellisen ennakkosuunnittelun ja suuren aktivistijoukon lisäksi tarvitaan yläilmoihin (nostolava, korkea rakennus tai muu vastaava paikka) valokuvaaja. Kuvat tempauksesta välitetään jälkikäteen paikallisiin medioihin ja päättäjille.

## Ihmisbanderolli kunnantalolle

Kunnantalon eteen ennen valtuuston tai kunnanhallituksen kokousta kokoontuu joukko samanlaisiin asuihin pukeu-

tuneita aktivisteja. Yhtenäisiin asuihin voidaan esimerkiksi kirjoittaa kirjoitusta, joka oikeaan järjestykseen asetuttaessa muodostaa terveisiä päättäjille.

### **Ulosmarssi**

Kunnanvaltuuston kokoukset ovat avoimia yleisölle. Näyttävä tapa protestoida käsittelyyn tulevaa asiaa tai siitä tehtävää päätöstä on saapua kokoukseen isolla joukolla ja lähteä sopivassa kohdassa yhtäaikaan ulos. Viestiä tehostavat yhtenäiset asut tai banderollit.

### **Peli**

Ihmiset pitävät peleistä, ja aina kun tarjolla on myös palkinto, on osanotto taattu. Peli kannattaa ideoida markkinoille tai muuhun tapahtumaan oman järjestön tai kampanjan esittelypöydän oheen. Muulle julkiselle paikalle pelin voi yleensä pystyttää kysymällä lupaa kiinteistön omistajalta. Hyvä idea on esimerkiksi askarrella epätoivottua asiaa kuvaava tölkkitori, jonka kumoon heittämisestä saa palkinnon. Palkinnon ei tarvitse olla suuren suuri: elämänohjeella varustettu mielilappu, tarra, kortti tai pikkunaposteltava ajaa palkinnon asemaa mainiosti.

### **Kulkue**

Jos kampanjan viesti houkuttelee paljon innokkaita ihmisiä mukaan, voi olla syytä järjestää kampanjan viestistä kertova kulkue. Kulkueen ajankohdasta ja reitistä tulee tehdä etukäteen ilmoitus poliisille. Kokoontumislain mukaisesti kulkue ei

saa vaarantaa ihmisten turvallisuutta, aiheuttaa huomattavaa haittaa ympäristölle tai vahinkoa omaisuudelle, häiritä kohtuuttomasti sivullisia tai liikennettä taikka valtiotieverailuun tai julkisyhteisön järjestämään kansainväliseen kokoukseen kuuluvaa tai suojelun tarpeeltaan niihin rinnastettavaa tilaisuutta

### **Virtuaalinen mielenosoitus**

Virtuaalisessa mielenosoituksessa kutsutaan ohikulkevia kuntalaisia kirjoittamaan kampanjaan liittyvät terveisensä kunta-päättäjille. Kuvat terveisensä jättävistä kuntalaisista julkaistaan netissä ja lähetetään sivustoon osoittava linkki kunnanvaltuutetuille. Valmiita maksuttomia kuvapankkeja tarjoavat muun muassa Flickr ja Jalbum -palvelut.

Turussa järjestettiin virtuaalimielenosoitus 19.5.2008. Mielenosoituksella Turun kaupungin haluttiin kiinnittävän huomiota verorahoilla tehtävien hankintojen eettisyyteen. [www.reiluturku.fi](http://www.reiluturku.fi)





## Päättäjiin kohdistuva lobbaaminen

Lobbaus sanana on peräisin englannin kielisestä termistä ”lobby”, joka on alunperin tarkoittanut Britannian parlamentin istuntosalin edustalla olevaa suurta aulaa. Jo sanan etymologiasta johtuen lobbauksella on suomen kielessä ollut monesti negatiivinen konnotaatio, ja sillä on viitattu kabineteissa tapahtuvaan ei-avoimeen kähmintään ja lehmänkauppoihin.

Lobbaaminen on kuitenkin demokraattiseen päätöksentekoon kiinteästi kuuluva tapa vaikuttaa päättäjiin välittämällä heille relevanttia informaatiota. Se on keino, jolla oman asian ajaminen mahdollistuu myös silloin, kun ei itse ole edustajana kunnanhallituksessa tai valtuustossa. Lobbaamisen avulla edustuksellinen demokratia toimii paremmin, ja sitä kautta järjestöt ja muut kansalaisryhmittymät saavat äänensä paremmin kuuluviin poliittisessa päätöksenteossa. Tässä kappaleessa lobbaaminen ymmärretään terminä laajasti sisällyttään siihen kattavasti erilaisia keinoja vaikuttaa suoraan valtuutettujen päätöksentekoon. Lyhyt kappale pohtii myös lobbaamisen etiikkaa sekä hyvän lobbaamisen tunnusmerkkejä.

### Lobbaamisen etiikka

Kreikkalainen filosofi Aristoteles määritteli demokratian järjestelmäksi, jossa jokaisella on mahdollisuus ajaa omaa etuaan. Kaikkien oman edun tavoittelusta syntyy lopulta politiikkaa, joka on mahdollisimman tarkoituksenmukaista useimmille ihmisille. Suomalaisen lobbausta tutkineen toh-

tori Miia Jaatisen mukaan<sup>2</sup> tämä Aristoteleen ideaali demokratiasta ei kuitenkaan enää toimi silloin, kun jostakin demokraattiseen päätöksentekoon osallistuvasta intressiryhmästä tulee liian voimakas tai jokin ryhmä käyttää saamaansa valtaa demokratiaa vastaan. Liian voimakkaisiin intressiryhmiin viitattaessa tarkoitetaan usein kaupallisia toimijoita tai suuria kaupallisesti tai poliittisesti orientoituneita järjestöjä, joiden käytössä olevat taloudelliset resurssit mahdollistavat muita ryhmiä kohtuuttomasti suuremmat lobbausresurssit.

Lobbaamiseen liittyvät ongelmat on tiedostettu jo pitkään Yhdysvalloissa, jossa kaikkien kongressiin vaikuttavien ulkopuolisten tahojen on ollut pakko rekisteröityä. Myös Euroopan parlamentissa tätä kasvavaa ongelmaa on pyritty suitsimaan vapaaehtoisuuteen perustuvalla lobbareiden rekisteröitymisjärjestelmällä, jolla yritetään lisätä päätöksenteon läpinäkyvyyttä ja avoimuutta. Suomessa lobbaamista ei ainakaan toistaiseksi säädellä millään tavalla, mikä tarkoittaa, että jotkut suuret yritykset tai yhdistykset saattavat vaikuttaa huomattavasti poliitikkojen toimintaan. Toisaalta säätelemättömyys antaa vapaat kädet myös pienemmille järjestöille ja muille toimijoille pitää kovaa meteliä tärkeiksi katsomistaan asioista.

Lobbauksen etiikan miettiminen ei tee haittaa kenellekään, vaikka ei huomaisikaan kuuluvansa suuryrityksen palokattuihin lobbausjoukkoihin. Lobbausta harjoitettaessa omia vaikuttimia ja motiiveita on hyvä tarkastella aika ajoin pitäen mielessä nyrkkisääntöä siitä, että hyvän lobbauksen tarkoi-

2 Jaatinen Miia, Lobbying political issues, s. 15–16



tuksena on lisätä aidosti demokratiaa. Jaatisen mukaan hyvän, demokratiaa lisäävän lobbauksen tunnusmerkkejä ovat tiedon välittämisen helpottuminen, demokratian kautta saavutetun vallan oikea käyttö, päätöksenteossa näkyvien arvojen moninaisuus, tasavertainen lobbaamisen mahdollisuus kaikille sekä poliittisen päätöksenteon läpinäkyvyys.

Eettisesti toimiva lobbari pyrkii edistämään yhteistä hyvää pelkän oman etunsa sijaan eikä käytä painostusta, kiristystä tai vaientamista keinoina oman asiansa ajamiseen. Lobbari pyrkii löytämään kaikkia osapuolia hyödyttävän lopputuloksen suosimalla yhteistyötä kilpailun sijaan sekä muodostamalla koalitioita toisiin kohdistuvien hyökkäysten sijaan. Hyvän lobbarin argumentit kestävät päivänvalon, ja ne pyritään avoimesti julkaisemaan ja saattamaan kaikkien nähtäville.<sup>3</sup>

## Suora yhteydenotto ehdokkaisiin

Perinteisin lobbaamisen muoto on ottaa suoraan yhteyttä poliittisiin päättäjiin. Yhteyttä omaan edustajaan voi ottaa sähköpostilla. Mikäli ehdokas on omalla kotisivullaan tai nettisivulla ilmoittanut oman puhelinnumeronsa tai kotiosoitteen, voi yhteyttä ottaa myös tekstiviestillä, kirjeellä tai kortilla. On hyvä muistaa, että liiallinen tungetteleväisyys voi kääntyä itseään vastaan, ja myös edustajien oikeutta kotirauhaan ja yksityisyyteen tulee kunnioittaa.

Tavallisen kuntalaisen, järjestön tai oman alansa asiantunti-

jan rooli yhteydenotossa on usein hyvin erilainen ja onkin hyvä tietoisesti miettiä, millaisen roolin yhteydenotossa valitsee.

## Huolestunut kuntalainen

Saattaa pienessä asiassa olla hyvinkin tehokas lähestymistapa. Ei vaadi paljoa aikaa tai suunnittelua. Yhteydenotto kannattaa suunnata suoraan yksittäisille valtuutetuille.

- Kirjoittaa tunnepitoisesti subjektiivisesta näkökulmasta.
- Kertoo, miltä hänestä itsestään tuntuu.
- Kertoo omasta arvomaailmastaan.
- Kertoo, miten jokin kunnallisessa päätöksenteossa vireillä oleva asia tulee vaikuttamaan hänen elämäänsä.
- Voi esittää kohtuuttomiakin toiveita.
- Ei tarvitse tieteellistä argumentointia taakseen.

## Asiantuntija

Asiantuntijaroolin ottaminen on haastavampi tapa ottaa yhteyttä edustajiin. Uskottavan asiantuntijaroolin lunastamisessa auttaa, jos voi tukeutua titteleihin tai vuosien harrastuneisuuteen. Vaatii yleensä perehtymistä ja tekstin huolellista muotoilua.

- On huolestunut jostakin asiasta asiantuntemuksensa pohjalta.
- Yleensä kaksoisroolissa kuntalainen/asiantuntija.
- Kertoo vain vähän omista arvoistaan.
- Tieteellinen argumentointi.
- Osaa esittää selkeitä ja perusteltuja toimenpide-ehdotuksia.

3 Jaatinen Miia, Lobbying political issues, s. 15–16

## Järjestö

Tavallisesti vaatii järjestön hallituksen tai muun päättävän elimen hyväksyntää. Lausunnon tekeminen kannattaa delegoida yhdelle ihmiselle, jota muut kommentoivat. Järjestön voimin tehty yhteydenotto kannattaa osoittaa kokonaisille valtuustoryhmille tai koko valtuustolle. Arvostetun järjestön hyvin koostetulla yhteydenotolla voi olla suurikin painoarvo päätöksenteossa.

- Edustaa useita kuntalaisia ja jonkin tietyn alan asiantuntijoita.
- Kertoo vain vähän omista arvoistaan.
- Laaja ja vakuuttava tieteellinen argumentointi.
- Osaa esittää selkeitä ja perusteltuja toimenpide-ehdotuksia.

## Vetoomukset ja adressit

Adressi on useiden henkilöiden allekirjoittama, poliitikoille tai muille päättäjille suunnattu julkilausuma. Adressia kunnalliseen päätöksentekoon vaikuttaessa on hyvä käyttää silloin kun jokin asia on jo vireillä. Silloin, kun jokin tietty asia taas halutaan saada kunnassa päätöksentekoon, on adressin sijaan hyvä tehdä suoraan kuntalaisaloite (lisää aiheesta sivulla: 23–24).

Lukumäärältään vakuuttavan nimilistan kerääminen voi joskus olla vaikeaa ja työlästä, mutta huolellisesti toteutetulla adressilla voi hyvinkin onnistua vaikuttamaan kunnallispolitiikkaan. Tässä muutamia käytännön vinkkejä nimien keräämisen helpottamiseen sekä adressilla saatavan medianäkyvyyden parantamiseen:

- Tulosta adressin pääviesti jokaisen allekirjoituslistan alkuun. Tulosta adressin koko teksti erilliselle arkille ja niittaa se allekirjoitusliuskojen taakse. Näin kiinnostuneet voivat lukea koko tekstin vaivattomasti, ja kiireiset kuntalaiset saavat adressin pääsisällön selville heti allekirjoitusliuskan alusta.
- Tee kymmeniä erillisiä adressiliuskoja, jotta nimiä voidaan kerätä samanaikaisesti usealla paikalla.
- Kerää adressiin nimiä myös sähköisesti. Yksi helppo tapa saada verkkoon teknisesti toimiva adressi on käyttää maksutonta palvelua sivulla <http://www.adressit.com/>. Adressin kirjoitettuun voi suoraa linkkiä siihen käyttäen hyväksi sähköpostilistaviestinnässä. Hyvä idea on myös liittää linkki oman sähköpostin automaattiseen allekirjoitukseen
- Sovi yhteistyöstä koulun, kirjaston, teatterin tai kauppakeskuk-  
sen kanssa. Tee suuri juliste tai näyttely ajettavaan asiaan liittyen ja jätä adressi allekirjoitettavaksi esittelypisteelle.
- Keksi innovatiivinen tapa kerätä nimiä: pyydä ihmisiä signee-  
raamaan ilmapalloja tai t-paitoja, kerää nimiä isoon lakanaan tai banderolleihin tms. Järjestä adressin luovutuksesta näyttävä ja hauska mediatempaus.



Adressin epäsuorana tarkoituksena voi joskus olla myös tavallisten kuntalaisten tiedottaminen jostakin tärkeästä asiasta.

#### CASE: Suuri adressi

**S**uomen historian ehkä merkittävin adressi kerättiin vuonna 1899 vastustamaan Suomen suuriruhtinas keisari Nikolai II:n allekirjoittamaa helmikuun manifestia, joka

loukkasi Suomelle myönnettyä autonomiaa ja aloitti niin sanotun ensimmäisen sortokauden. Adressiin saatiin muutamassa viikossa yli puoli miljoonaa nimeä vapaaehtoisten yliopilaiden hiihtäessä kylistä kyliin nimiä keräämään.

Adressia Venäjän keisarille viemään valittiin eri säätyjä ja alueita edustava 500 miehen lähetystö, joka matkasi Pietariin. Lähetystö ei kuitenkaan päässyt Talvipalatsiin asti ja keisari ilmoitti lähettinsä kautta vain, ettei ole vihainen adressin keräämisestä.

Vaikka keisari ei koskaan vastaanottanut adressia, se sai kuitenkin hajallaan asuneet kansalaiset tietoiseksi Suomen valtiosta ja perustuslaeista ja vähensi lojaaliutta Venäjän keisaria kohtaan.

#### CASE: Turhuuksien toriparkki -nettivetoomuskampanja

*Ville-Veikko Mastomäki*

**S**aimme idean Turhuuksien toriparkki -kampanjaan Isossa-Britanniassa pyörineestä The Big Ask -kampanjasta, jonka tavoitteena oli saada aikaan ilmastolaki. Kampanja oli Britteissä suuri menestys, joten päätimme adoptoida kamppisidean Turkuun avittamaan meitä Toriparkin vastaisessa taistossa.

Turhuuksien Toriparkki -kampanjan ideana oli kerätä ihmisten vastustavia mielipiteitä postikorttien ja nettikorttien avulla ja toimittaa ne suoraan asiasta päättävälle ihmisille, joita tässä tapauksessa olivat Turun kaupungin kunnanval-

tuuston jäsenet. Näin pyrittiin saamaan aikaan tarpeeksi kova poliittinen paine kunnan asukkailta valtuustoa kohti. Toivoimme, että kansalaispalutteen myötä valtuusto kääntäisi kelkkansa ja hylkäisi toriparkin sisältävän kaavan.

Otimme jo aluksi selvää siitä, ketkä valtuutetut kannattivat ja ketkä vastustivat toriparkkikaavaa. Näin pystyimme kohdentamaan kortit juuri niille valtuutetuille, jotka yhä kannattivat kaavaa. Saimme myös käsityksen tehtävämme laajuudesta eli siitä, kuinka monen valtuutetun pää tulisi kääntää kampanjan aikana.

Teimme myös poliittisen analyysin siitä mitä tarvitsemme, että toriparkkikaava kaatuisi. Analyysin selkeä tulos oli että SDP on vaa'ankieliasemassa. Päätimme siis keskittää painostusta tämän puolueen valtuutettuihin. SDPn rivit rakoilivatkin kampanjan aikana vakavasti ja puolue oli sisäisesti hyvin ristiriitainen toriparkkikaava-asiassa.

Ero perinteiseen adressikampanjointiin Turhuuksien toriparkissa oli selkeä. Käyttämässämme kampanjointitavassa kohteet eli valtuutetut saavat viikottain viestejä, jolloin paine pysyi yllä jatkuvasti. Perinteisessä adressissa kaikki osallistujien nimet tulevat samassa paketissa ja samalla hetkellä, jolloin painetta ei ehdi kasaantua. Adressi on myös ajalliselta kestoltaan niin nopeasti ohi että se on helpompi unohtaa kuin kuukausia jatkuva ja mielellään kasvava paine.

Jatkuva kampaaja antaa myös mahdollisuuden kampanjan kehittymiseen. Toriparkkikampanjassa on paineen jo alettua kasaantumaan järjestetty panelikeskusteluita, kirjoitettu paikallisiin lehtiin yleisöosastoille ja otettu valtuutettuihin suo-

raan yhteyttä. Näin kampanjalle on muodostunut selkeä rakenne, joka on tärkeä tavoitteen saavuttamiseksi.

Kansalaiset ja media ovat ottaneet kampanjan vastaan positiivisesti. Useimista tempauksistamme on kirjoitettu ainakin jossain paikallismediassa. Kansalaiset vastustivat toriparkkisuunnitelmaa useista syistä, ja näin katukampanjointi oli varsin miellyttävää.

Valtuutettuihin olemme kampanjan myötä saaneet keskusteluyhteyden ja myös tuloksia. Kampanja on varmasti kaikkien lähes sadan valtuutetun tiedossa.

Toriparkin vastustamiseen valittu kampanjointimuoto antaa myös kansalaisille mahdollisuuden vaikuttaa asuinkuntansa asioihin aktiivisemmin kuin vain äänestämällä neljän vuoden välein. Näin voidaan katsoa, että kampanja on parantanut Turun kuntalaisten demokraattisia vaikutusmahdollisuuksia.

Kampanja on ollut alusta asti hyvin päämäärätietoinen ja tavoitteellinen. Tavoitteet on pyritty asettamaan siten, että ne ovat tarkkoja, saavutettavia, ajoitettuja ja arvioitavia. Näin olemme pystyneet seuraamaan kampanjan etenemistä ja suunnittelemaan paremmin tulevaa.



Ville-Veikko Mastomäki on ollut mukana Turun Kauppatorin alle rakennettavaa parkkihallia vastustavassa kampanjassa.

## Vaikuttaminen kunnallisvaaleissa – Bird-dogging

Tavallisesti kunnallisvaalit ovat huonoa aikaa tehdä vaikutustyötä: edustajat ovat kiireisiä, eivätkä välttämättä jaksa vaalitoihinoiden ohella keskittyä täysipainoisesti valtuustotyöhön. Myös uudelleen valitsemattajäämisen mahdollisuus vähentää edustajien halukkuutta lähteä ajamaan eteenpäin uusia hankkeita. Edellä luetellut seikat eivät kuitenkaan missään nimessä tarkoita, että kunnallisvaalien alla järjestöjen tai aktiivisten kansalaisten kannattaisi levätä laakereillaan! Kunnallisvaalien aikaan media ja kansalaiset ovat erittäin kiinnostuneita kunnallispolitiikkaan liittyvistä kysymyksistä, ja se on mitä parhainta aikaa tuoda omaa asiaa esiin julkisuuteen samalla vaikuttaen tuoreeltaan tulevien valtuutettujen asenteisiin ja mielipiteisiin.

Bird-dogging edustaa tässä oppaassa erityisesti vaalitalanteisiin tarkoitettua lobbausmenetelmää. Metodi on varsin käytetty ammattimaisesti järjestäytyneissä kansalaisliikkeissä, ja toiminnan kohderyhmänä voidaan yhtä hyvin pitää niin edustajia kuin tavallisia kuntalaisia.

Bird-dogging on Yhdysvalloista alkunsa saanut kansalaisjärjestöjen vaikuttamistapa, joka pyrkii kaivamaan oikeita vastauksia poliitikkojen usein niin ympäröivästä kampanjointikielestä. Lobbaustekniikan nimi ”bird-dogging” kuvaa metsästystilannetta, jossa koirat on lähetetty pusikoihin ajamaan siellä piileksivät linnut esiin. Koirat kuvaavat tavallisia

aktiivisia kansalaisia, jotka ovat päättäneet vaikuttaa omaan ympäristöönsä ja linnut vastaavat ehdokkaissa piileviä mielipiteitä, jotka eivät useinkaan tule esiin tavanomaisessa vaalikeskustelussa. Media ja järjestöt ovat metsästäjiä, jotka väijyvät ehdokkaiden ilmaan joutuvia lausuntoja ja lupauksia ja ovat valmiina ottamaan ne kiinni.

Bird-dogging on kehitetty erityisesti amerikkalasiin suuriin vaalitalanteisiin, joissa on äärimmäisen vaikeaa päästä esittämään yleisökysymyksiä. Suomen kunnallisvaalitalanteissa tällä lobbausmenetelmällä on mahdollista saada todella paljon aikaan ja onnistuneella bird-doggingilla myös paikallinen media kiinnostuu kampanjan kohteena olevasta kysymyksestä.

### Missä ehdokkaita tapaa?

Kunnallisvaalien alla voi melkeinpä todeta, että ehdokkaita ei voi välttää tapaamasta. Käytän oman asiasi ajamiseen kaikki tilaisuudet ja etsiydy ehdokkaiden juttusille vaalikojuilla, keskustelutilaisuuksissa ja paneeleissa. Valtuustoryhmien yhteiset suuret vaalitalaisuudet, joissa myös paikallismedia on edustettuna, ovat ihanteellista maastoa bird-doggingille.

### Selvitä ehdokkaan taustat

Tutustu bird-doggingin kohteiksi suunniteltujen ehdokkaiden kampanjasivustoihin ja tee etsintäretkiä googleen. Kaiva esiin ehdokkaan erilaisia lausuntoja sinua kiinnostavasta asiasta ja suunnittele kysymyksesi saamiesi taustatietojen pohjalta.

### **Tiimityö ja harjoitus tekevät mestarin**

Muodostakaa muutaman ystävän kesken iskuryhmä jotakin suurta vaalitulaisuutta varten. Sopikaa yhdessä etukäteen, mitä kysymyksiä tulette esittämään. Hyvä kysymys on ytimekäs ja helposti ymmärrettävä, siinä on vain yksi kysyttävä asia ja siihen voi vastata vain sanoilla kyllä tai ei. Kysymys koostuu yhdestä tai kahdesta taustoittavasta lauseesta sekä itse kysymyksestä. Taustoittavien lauseiden ideana on paitsi selvittää ehdokkaalle kysymyksen taustaa, myös herättää yleisön ja paikalla olevan median huomio kysyttävää asiaa kohtaan.

### **Hyvä kysymys :**

Reilun kaupan kaupunki on arvonimi kaupungille, joka ottaa eettiset periaatteet huomioon hankinnoissaan. Tämä tarkoittaa, että yhteisillä verovaroilla tehtävissä ostoksissa ei kunnassa valita esimerkiksi lapsityövoimalla tuotettuja tuotteita. Jos teidät valitaan, tuletteko tekemään aloitteen Reilun kaupan kaupungin arvonimen hakemisesta Haapajärvelle?

### **Mahdollinen tulos :**

Yllätetty ehdokas vastaa tekevänsä aloitteen Reilun kaupan kaupungin arvonimen hakemisesta. Ehdokkaan lupaus päättyy paikalliseen lehteen ja hänet valitaan valtuustoon. Valinnan jälkeen kampanjatiimi lähettää hänelle viestin, jossa pyytää häntä lunastamaan lupauksensa.

### **Huono kysymys :**

Mitä mieltä olette Reilusta kaupasta? Olisiko Haapajärvelle mahdollista saada Reilun kaupan kaupungin arvonimi?

### **Mahdollinen tulos :**

Ehdokas kertoo ostaneensa Reilun kaupan banaaneja ja problematisoi epämääräisesti Reilua kaupppaa. Hän unohtaa toisen kysymyksen ja vaalitulaisuuden vetäjä vaihtaa puheenaihetta. Kampanjatiimille ei saa ehdokkaalta lupaus, jolla lähestyä häntä vaalien jälkeen.

### **Vaadi puheenvuoro !**

Saapukaa alkavaan vaalitulaisuuteen ajoissa ja asettukaa eri puolille yleisölehtereitä lähelle paikkoja, joissa tilaisuuden vetäjät tai avustajat seisovat. Vetäjillä ja avustajilla on usein tilaisuuden suuruudesta riippuen mikrofonit, ja he jakavat puheenvuoroja useimmin sopivalla etäisyydellä oleville kysyjille.

Olkaa aktiivisia, kun yleisökysymysten vuoro tulee. Puheenvuoroa kannattaa pyytää heti, ja pitää kättä ylhäällä kunnes on sen saanut. Valitkaa joukostaanne joku, joka kirjaa tai äänittää ylös ehdokkaan vastauksen. Vaikuttavuutta lisää kun ehdokkaan vastaus videoidaan vaikkapa kamerakännykällä ja laitetaan kampanjan omille nettisivuille tai YouTubeen.

### **Media haltuun**

Vaalitulaisuuksien alla media on erittäin kiinnostunut ehdokaiden sanomisista. Lehdistö, radio ja televisio yrittävät löytää

eroja ehdolla olevien poliitikkojen aatemaailmoista ja pyrkivät selvittämään myös kansalaisten mielipiteitä vaalikeskusteluissa käsiteltävistä asioista. Perinteisen bird-doggingin tärkeänä osana onkin aktiivinen pyrkimys tilanteisiin, joissa ehdokkaat joutuvat vastaamaan aktivistien ennalta harjoitteluihin kysymyksiin julkisesti suuren yleisön edessä.

Saat oman kysymyksiä julkisuuteen, kun:

- Jäät ison vaalitulisuuden jälkeen odottamaan ehdokkaiden poistumista paikalta
- Soitat yleisökysymysten aikana vaaliohjelmaa tekevään radioon/tv-ohjelmaan.
- Lähetät netitse katsojakysymyksiä tv-kanavien vaali-iltoihin.
- Etsit ehdokkaan käsiisi vaaliteltoilta median ollessa paikalla.

Ehdokkaille suunnattujen kysymysten lisäksi kannattaa miettiä jo etukäteen miten tulee kertomaan omasta asiastaan medialle tai mahdollisesti lisäkysymyksiä esittävälle ehdokkaalle. Tällaisia ytimekkäitä ja helpotajuisia fraaseja kutsutaan bird-doggingin epävirallisessa teoriassa nimellä ”sound-bite”. Sound-biten ideana on tiivistää oma asia noin 5 sekunnin mittaiseen pätkään, joka on helppo saada läpi mediassa sellaisenaan. Tämän lyhyen fraasin harjoittelu ennakkoon voi tuntua tyhmältä, mutta kuvittele tv-kameroiden käynnistyvän NYT ja toimittajan esittävän sinulle kysymyksen: ”Mitkä ovat ympäristöjärjestöjen parannusehdotukset Tampereen kaavoitussuunnitelmiin?” tai ”Miten hankintalaki suhtautuu Reilun kaupan tuotteiden käyttöön kunnan kahvituksissa?” tai ”Mis-

tä kunnan budjettivaroista otetaan rahat historiallisten rakennusten suojeleluun?”...

## Kansalaistottelemattomuus

Joskus, kun kaikki edellä esitetyt vaikuttamiskeinot on käytetty loppuun silti saavuttamatta tuloksia, on pakko turvautua laittomaan suoraan toimintaan. Niin sanottua kansalaistottelemattomuutta käytetään muun muassa silloin, kun keskusteluyhteyden saamiseksi päättäjiin ei ole ollut tarpeeksi aikaa tai resursseja ja jokin peruuttamaton prosessi on saatava pysäytetyksi. Tämä tilanne on yleinen erityisesti ympäristöön liittyvissä kiistoissa, joissa aktivistit ovat pysäyttäneet hakkuutöitä, häirinneet kuljetuksia tai muulla tavalla estäneet peruuttamattomia ympäristölle tehtäviä muutoksia. Kuuluisin esimerkki suorasta toiminnasta Suomessa lienee Kojjärvi-liikkeen toiminta vuonna 1979. Tuolloin kansalaistottelemattomuus johti Kojjärven tärkeän lintualueen suojeleluun.

Kansalaistottelemattomuudella on myös muita muotoja. Joskus laitonta suoraa toimintaa harjoitetaan akuutin tai kärjistyneen tilanteen aiheuttaman pakon sijasta myös mediahuomion saamiseksi tai julkisen keskustelun avaamiseksi. Kunnallispolitiikassa tyypillisimpiä kansalaistottelemattomuuden muotoja ovat erilaiset talonvaltauokset, joilla on protestoitu muun muassa kaupungin kiinteistöpolitiikkaa sekä nuorille ja kulttuuritoimijoille suunnattujen resurssien riittämättömyyttä.

### **Kansalaistottelemattomuuden etiikkaa**

- laki ei ole aina välttämättä oikeassa
- laissa tärkeämpää on sen henki, ei kirjain
- lakia rikkonut aktivisti vastaa teosta omalla nimellään ja haluaa käydä tekoaan läpi normaalissa oikeusprosessissa
- kansalaistottelemattomuus ja vallankumous ovat eri asioita, laitonta suoraa toimintaa harjoittanut aktivisti kunnioittaa yhteiskuntajärjestystä ja lakeja yleensä

## **8. Kuntakampanjoinnin suunnittelu**

Vanha sananlasku ”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” toimii mainiosti myös kuntavaikuttamisesta puhuttaessa. Tässä osiossa käydään läpi vaikuttamistoiminnan suunnittelun perusteet, aina kampanjan tavoitteiden asettamisesta käytössä olevien resurssien kartoittamiseen asti. Lopussa esitetään myös konkreettiset esimerkit kampanjan toiminta- ja tiedotussuunnitelmiksi.

### **Kampanjan tavoitteiden asettaminen**

Kunnallisen kampanjan tekeminen on usein palkitsevaa siitä syystä, että sillä on helppo saada aikaan konkreettisia tuloksia,

joskus nopeastikin. Kunnan päätöksentekojärjestelmä on valtakunnan tasoa yksinkertaisempi ja lobbauksen kohteena olevia edustajia on valtuustossa vähemmän kuin vaikkapa eduskunnassa. Kampanjan tavoitteiden asettamiseen kannattaa silti kiinnittää huomiota, sillä kunnallisellakaan tasolla ei kannata tavoitella kuuta taivaalta. Liian kunnianhimoiset ja epärealistiset odotukset saattavat johtaa toimimattomiin kampanjasuunnitelmiin ja lopulta itse kampanjatiimin väsymiseen.

Kampanjaa suunniteltaessa on hyvä aloittaa pohtimalla kampanjan eri tasoilla olevia tavoitteita. Nyrkkisääntönä voisi sanoa, että hyvässä vaikuttamistoiminnassa erilaisia tavoitteita on mahdollista tarkastella kolmella eri tasolla.

1) Tavallisesti kaikessa vaikuttamistoiminnassa on takana jokin suurempi, kampanjoitsijoiden omaan arvopohjaan nojautuva tavoite. Tällainen tavoite voisi olla vaikkapa ”Oikeudenmukaisempaa kauppaa kehitysmaille” tai ”Kestävän kehityksen takaaminen tuleville sukupolville”.

2) Edellä esitetystä, kaiken takana olevasta tavoitteesta siirrytään seuraavalle konkreettiasolle, jolla määritellään taustatavoitteesta johdetut yleiset periaatteet. Näitä voitaisiin kuvata vaikkapa säännöiksi, joita kampanjoitsijat toivovat päättäjien, kuntalaisten tai kunnassa toimivien yhteisöjen noudattavan. Tällaisia ovat esimerkiksi ”Julkisissa hankinnoissa tulisi kiinnittää huomiota ostettujen tuotteiden alkuperään” tai ”Kunnan alueella sijaitsevat arvokkaat luontokohteet tulee säilyttää”.

3) Kampanjan ytimen muodostaa edellisistä tavoitteista seuraava, konkreettinen ja realistisesti saavutettavissa oleva vaatimus. Edellisissä tavoitteissa käytettyjen esimerkkien poh-



jalta tällainen voisi olla vaikkapa ”Torniosta Reilun kaupan kaupunki!” tai ”Ei Virttaankankaan pohjavesihankkeelle!”.

Eri tasoilla olevien tavoitteiden etukäteen miettiminen voi olla tärkeä apu kampanjasuunnitelman tekemisessä: ne auttavat suunnittelemaan tarkoituksenmukaisesti kampanjan toimintoja ja pitämään päätavoitteen kirkkaana mielessä. Vaikuttamistavoitteiden miettiminen voi joskus myös olla erittäin motivoivaa, sillä ne auttavat näkemään yhden rajatun tavoitteen osana isompaa kokonaisuutta.

### **Osatavoitteet**

Kampanjan varsinaisen konkreettisen tavoitteen saavuttaminen kannattaa tavallisesti jakaa pienempiin osatavoitteisiin. Tätä kautta kampanjalla on useammin juhlistavaa ja tiedotettavaa, ja se helpottaa myös käytännön toimintojen suunnittelua.

Tavoitteita mietittäessä on hyvä vastata seuraaviin kysymyksiin:

- Millä aikavälillä kampanjan päätavoite on mahdollista saavuttaa?
- Milloin kampanjan ensimmäinen välitavoite on mahdollista saavuttaa?
- Miten erilaisten välitavoitteiden saavuttaminen vaikuttaa koko kampanjan onnistumiseen?

Riittävätkö kampanjan resurssit (vapaaehtoiset, vapaaehtoisilla käytettävissä oleva aika, mahdolliset taloudelliset resurssit) kampanjan välitavoitteiden ja päätavoitteiden saavuttamiseen?

Nyrkkisääntönä voisi sanoa, että yhtäjatkoisesti jatkuvan aktiivisesti mediassa esiintyvän kampanjan kokonaiskeston ei tulisi ylittää 12 kuukautta. Jos kampanjan tavoitteiden saavuttaminen ei tässä ajassa ole realistista, on kasvava vaara sille, että media menettää mielenkiintonsa kampanjaa kohtaan ja kampanjan aktiivit väsyvät, eikä kampanja pääse tavoitteeseensa. Vaikuttamistyötä on toki mahdollista ja jopa suotavaa tehdä pidemmälläkin aikavälillä, mutta tällöin hanke on syytä jakaa erillisiin kampanjoihin tai muihin vastaaviin toimiin, joilla kampanjaan osallistuvien vapaaehtoisten ja sitä seuraavien muiden ihmisten mielenkiinto pysyy yllä.

### **Kohderyhmä**

Kuten aikaisemmissa kunnan päätöksentekoa valottavissa kappaleissa on tullut ilmi, päätökset tehdään kunnissa monella tasolla. Kunnan päätöksenteon keskiössä ovat tavallisimmin valtuutetut, joihin kohdistuva kampanjointi on usein luontevinta. Spesifeissä kysymyksissä vaikuttamistoimintaa kannattaa suunnata myös virkamiehistöön tai muihin kunnanvaltuuston ulkopuolella toimiviin tahoihin.

Lähes kaikessa päättäjiin keskittyvässä kampanjoinnissa tavallinen yleisö on yhtä tärkeä vaikuttamistyön kohde. Vaikka kuntalainen ei voikaan yleensä suoraan vaikuttaa asiaan, on kuntalaismielipiteellä merkittävä vaikutus poliitikkojen toimintaan. Kaikessa kampanjoinnissa yleisölle tiedotuksen ja viestinnän tulee olla keskeisessä roolissa.

## Perusviesti

Kampanjan perusviesti kiteyttää sen mihin asioihin kampanja pyrkii vaikuttamaan ja valottaa yleensä myös sitä, ketkä kuuluvat kampanjan kohderyhmään. Hyvän kampanjan perusviesti mahtuu yhteen lauseeseen. Perusviestin miettiminen auttaa selkeyttämään kampanjan tavoitteita ja prioriteetteja sekä auttaa kampanjasta viestimisessä. Jos perusviesti ei ole selkeä ja ytimekäs, kampanjaa on vaikea markkinoida ja näin herättää kuntalaisten tai valtuutettujen kiinnostusta sitä kohtaan.

## Resurssit

### Vapaaehtoiset

Kampanjointityöstä puhuttaessa resurssit eivät läheskään aina tarkoita taloudellisia resursseja so. rahaa. Vapaaehtoistyöhön perustuvaa kansalaistoimintaa voi tehdä yleensä hyvinkin pienellä euromäärällä silloin, kun mukana on tarpeeksi asiasta innostuneita ja kiinnostuneita ihmisiä. Ihmisten innostamiseen ja vastuuttamiseen on olemassa omat keinonsa, ja seuraava kappale onkin tarkoitettu erityisesti meneillään olevan kuntakampanjan koordinaattorille tai tällaiseen pestiin ryhtymistä suunnittelevalle. Seuraaviin asioihin tutustuminen ei kuitenkaan tee pahaa tavalliselle ”riviaktiivillekaan” – tekemisen ilo ryhmässä on lopulta kaikkien yhdessä aikaansaamaa.

### Kampanjatiimin ryhmäyttäminen

Tapio Leskisen vuonna 2003 tekemän kehitysyhteistyöjärjestöjä tarkastelevan tutkimuksen mukaan noin 60 prosenttia tutkituista vastaajista koki ilon ja oman oppimisen olevan yksi tärkeimmistä syistä osallistua vapaaehtoiseen järjestötoimintaan. Samassa tutkimuksessa joka viides vastaaja korosti myös uusien ystävien ja tuttujen merkitystä syynä osallistua toimintaan. Tutkimuksesta saadut tulokset vahvistavat ennestään sitä yleistä käsitystä, jonka mukaan suurin osa järjestötyöhön osallistuvista kokee itse saavansa toiminnasta elämänsisältöä ja sosiaalisia kontakteja.

Vaikuttamistyössä on hyvä muistaa, että oikein määritelty tavoitteet tai hyvä kampanjasuunnitelma eivät koskaan voi korvata yhdessäolon hauskuutta. Hauska ja rento tunnelma syntyy helpoimmin silloin, kun ihmiset ovat tuttuja toisilleen ja kokevat kuuluvansa aidosti samaan ryhmään. Aktiivinen ryhmäyttäminen ei ole vain muisto esikouluaikojen yhteisleikeistä vaan se tulisi muistaa myös aikuisten parissa toimittaessa. Pelkkä kiinnostus samanlaisia asioita kohtaan ei vielä riitä tekemään yhteen kokoontuneista ihmisistä ryhmää, vaan ryhmäytyminen on aina aktiivinen prosessi.

### Innostus kampanjointiin syntyy viestinnän keinoin

Kampanjatiimin innostus tehdä työtä yhteisen projektin eteen nousee tavallisesti siitä, että kampanjan ympärille syntyy innostunut ilmapiiri. Tämä maaginen kampanjan ”imu”, joka tempaisee osallistujat mukaansa ja saa kaikki kantamaan

kortensa kehoon sekä osallistumaan ideointiin on aarre, jonka syntymiseen kannattaa panostaa todenteolla. Vaikka yhteinen innostus riippuu henkilöiden välisestä kemiasta ja vuorovai-  
kutustaidoista, on myös ”tavanomaisella” viestinnällä innos-  
tuksen synnyttämisessä tärkeä rooli.

Kaikkien kampanjassa mukana olevien on tunnettava kuu-  
luvansa ryhmään ja saavansa yhtäläistä informaatiota meneil-  
lään olevista asioista. Ryhmän väliseen yhteydenpitoon onkin  
aina järkevää perustaa oma sähköpostilista, keskustelufooru-  
mi tai muu sähköinen työkalu tiedonkulun helpottamiseksi.  
Yksittäisistä sähköpostiosoitteista koostuvilla keinotekoisilla  
listoilla on tapana jossain vaiheessa pettää kun ”Vastaa kai-  
kille” -toiminto unohtuu, sähköpostiosoitteiden kopioinnis-  
sa tapahtuu virhe tai listaan unohtetaan liittää uudet toimin-  
nasta kiinnostuneet. Erilaisten ongelmien välttämiseksi onkin  
hyvä heti kampanjan alussa perustaa jokin sähköinen yhtey-  
denpitoväline, johon myös uudet kiinnostuneet voivat hel-  
posti liittyä. Maksutta tähän tarkoitukseen sopivia nettipalve-  
luita tarjoavat muun muassa Google groups (<http://groups.google.com/>) tai Yahoo groups (<http://groups.yahoo.com/>).  
Osa järjestöistä luovuttaa myös omia sähköpostilistajärjestel-  
miään paikallisten kampanjojen käyttöön.

Ydintiimin kesken on viestinnän kampanjan aikana oltava  
varsin tiivistä, niin tiedonkulun varmistamiseksi kuin innos-  
tuksen lisäämiseksi. Kaikista kampanjaan liittyvistä tapahtu-  
mista ja pienistäkin edistysaskelista tiedotetaan muille. Kam-  
panjan eteen töitä tehneitä kiitetään ja heidän tärkeää rooliaan  
korostetaan myös koko tiimille suunnatussa viestinnässä.

## **Kokoukset tukevat myös ryhmäytymistä**

Kampanjatiimin on järkevää kokoontua säännöllisin väliajoin  
paitsi kampanjaan liittyvien suunnitelmien ja tiedon jakami-  
sen edistämiseksi, myös ryhmähengen ylläpitämiseksi. Koko-  
ukset kohottavat toisiinsa tutustumisen kautta yhteishenkeä ja  
auttavat sitoutumaan toimintaan. Kuivien ja asiapitoisten ta-  
paamisten lisäksi on välillä hyvä muistaa myös pitää hauskaa,  
oli kampanjassa käsiteltävä asia miten vakava tai tärkeä hy-  
vänsä.

## **CASE: Levyraateja ja piknikkejä**

*Mari Koponen*

**R**epun Tampereen paikallisryhmä on vuosien varrella jär-  
jestänyt aktiivilleen monenlaista virkistystoimintaa. Jot-  
kin virkistystapahtumat ovat muodostuneet jo perinteik-  
si. Monena vuonna olemme käyneet yhdessä kesäpiknikillä ja  
viettäneet pikkujouluja. Piknikillä on pelailtu jalkapalloa ja  
seurapelejä, heitelty frisbeeta, soudettu saareen, nautittu mai-  
semista ja hyvästä seurasta sekä tietenkin Reiluista kesäeväistä.  
Pikkujouluja olemme juhlineet ihan vain mukavan yhdessä-  
olon ja herkuttelun merkeissä tai sitten konsertin ja impro-  
visaatioteatterin ihmeiden äärellä. Musiikillisia elämyksiä on  
voinut kokea myös musailloissa, joihin kukin on saanut tuo-  
da levyhyllynsä aarteita levyraadin makusteltaviksi. Elokuussa  
2008 järjestämämme Reilu Tampere -juhlaklubi huippuesiin-  
tyjiineen ja baarivisoineen oli hieno tilaisuus nauttia viimeai-

kaisen kuntavaikuttamistyön tuloksista. Reilun kaupan kaupungin arvonimen saavuttamista sietääkin jo juhlia!

Virkistystoiminta on tuonut aktiivisen ryhmän vuoteen kaivattuja lepohetkiä peruspakerruksesta. Tampereen repulaisia pyydetään jatkuvasti ja yhä useammin mukaan erilaisiin tapahtumiin. Vuoden mittaan ahkerointia Reilun kaupan edistämisen tiimoilta kertyy melkoisesti, ja välillä on mainnut unohtua, että kalenteriin täytyisi mahdollistaa hengähdystaukojakin. Virkistystapahtumat ovat luonnollisesti olleet avoimia kelle tahansa Repun toiminnasta kiinnostuneelle, vaikei vielä olisi muualla mukana ollutkaan. Rennomman jutustelun ja yhdessäolon merkitystä me-hengen luoja ei sovi vähätellä.

## **Rahoitus**

Kun kampanjalle halutaan luoda omaa painettua tiedotusmateriaalia, tehdä omalla domainilla varustetut kampanjisivut tai vuokrata vaikkapa paikallisista festareista esittelypiste kampanjan tarpeisiin, saatetaan vapaaehtoisvoimien lisäksi kaivata myös rahallisia resursseja.

Helpoin ja yksinkertaisin tapa kattaa pieniä kuluja on järjestää myyjäisiä ja kahvituksia erilaisissa tilaisuuksissa tai pitää vaikkapa kirpputoripöytää kampanjan hyväksi. Kun kampanjatiimin resurssit rahoituksen hankkimiseen ovat rajalliset tai rahaa tarvitaan enemmän, on myös hyvä pitää mielessä erilaiset ulkopuoliset rahoituskanavat.

## **Kuntien myöntämät avustukset**

Lähes kaikki kunnat myöntävät vuosittain järjestöille ja jopa rekisteröimättömille yhdistyksille erilaisia vuosi- ja toiminta-avustuksia. Omassa kunnassa tarjolla olevaan rahoitukseen kannattaa perehtyä kunnan nettisivuilla tai soittamalla kunnan vaihteeseen. Tavallisesti vuosivastuksen saamista varten yhdistyksen on täytynyt jo olla toiminnassa joitakin vuosia, sillä myönteiseen rahoituspäätökseen tarvitaan tilinpäätös sekä toimintakertomus edelliseltä vuodelta. Toiminta-avustusta myönnetään yleensä myös lyhytkestoisiin hankkeisiin tai yksittäisiin tapahtumiin.

## **Youth in Action**

Euroopan Unioni on luonut vuosille 2007-2013 nuorille suunnatun oman rahoitusohjelman, josta on mahdollista hakea osarahoitusta nuorten toteuttamiin ja suunnittelemiin projekteihin. Ohjelmasta rahaa voivat saada myös ei-rekisteröityneet yhdistykset.

EU:n Youth in Action -nuorisotoimintaohjelmalla on neljä pysyvää prioriteettia, joita ovat tavoite kannustaa nuoria pohtimaan Euroopan laajuisia kysymyksiä, kannustaa nuoria osallistumaan demokraattiseen toimintaan ja tukea heidän kasvuaan aktiivisiksi kansalaisiksi, kulttuurien monimuotoisuuden kunnioittaminen, rasismien ja muukalaisvihan torjunta sekä muita heikommassa asemassa olevien nuorten osallistaminen mukaan toimintaan. Näiden lisäksi ohjelmassa on vuosittain vaihtuvat erityisprioriteetit sekä kansalliset painopisteet.

Lisätietoa Youth in Action -ohjelmasta ja siihen liittyvän rahoituksen hakuohjeista saa osoitteesta: <http://www.cimo.fi/Resource.phx/cimo/youth-in-action/youth-in-action.htx>

### **Hommarahaa nuorille**

Nuorten akatemia myöntää 100–200 €:n suuruisia projektivastuksia 13–19-vuotiaiden nuorten ryhmien omille projekteille. Projektin teema on vapaa, pääasia että toiminta on nuorten suunnittelemaa ja toteuttamaa. Hommaprojekteina on vuosien varrella muun muassa toteutettu kierrätyksestä tiedottavia näytelmiä, taisteltu nuorten tupakointia vastaan, parannettu harrastusmahdollisuuksia kunnissa sekä järjestetty erilaisia paikallisia musiikki- ja tanssitapahtumia.

Lisätietoa Hommasta osoitteessa [www.homma.fi](http://www.homma.fi).

### **Tukea opintokerhoihin ja yksittäisiin tapahtumiin**

Vihreän sivistyksen ja opintotoiminnan keskus ViSiO myöntää järjestöille tukea, jolla nämä voivat toteuttaa seminaareja, kursseja, teemapäiviä, erilaisia luentosarjoja ja opintoretkeä. Rahallista avustusta voi saada myös erilaiseen opintokerhotoimintaan, jossa kuntalaiset voivat opiskella heitä kiinnostavia asioita vapaasti omista lähtökohdistaan. Tukea opintokerhotoimintaan myöntää myös opetusministeriön ja opetushallinnon alainen OK-opintokeskus.

Lisätietoa ViSiO-tuesta osoitteessa [www.visio.fi](http://www.visio.fi).

Lisätietoa OK-opintokeskuksen tuesta osoitteessa [www.okry.fi](http://www.okry.fi)

## **Kampanjan toimintasuunnitelma**

Kaveriporukalla pystytettävään pieneen kampanjaan voi tuntea hölmöltä lähteä tekemään toimintasuunnitelmaa. Juhlallisesta nimestään huolimatta suunnitelma on kuitenkin varsin käytännöllinen tapa hahmottaa edessä olevia haasteita.

Kampanjasuunnitelma listaa aikajärjestyksessä ne toiminnot, jotka kampanjassa on tarkoitus minäkin aikana toteuttaa. Lyhytkestoisen kuntakampanjan tapauksessa suunnitelmaan kannattaa mahdollisuuksien mukaan kirjata ylös kaikki tapahtumat, tärkeät tapaamiset ja tempaukset, jotka kampanjaa aloitettaessa ovat tiedossa.

Kirjallisen kampanjasuunnitelman avulla on helppo ennen vaikuttamistoiminnan aloittamista arvioida kampanjan realiteettisuutta ja erilaisten kampanjatapahtumien tarkoituksenmukaista jakaantumista. Suunnitelman avulla on helpompaa hahmottaa myös kampanjatoiminnassa tarvittavia vapaaehtoisresursseja ja jakaa vastuuta useammalle ihmiselle. Suunnitelma toimii myös loistavana pikaperehdytyksenä kesken kampanjaa mukaan tulevalle uudelle ja innokkaalle aktiiville.

### **Esimerkki kampanjasuunnitelmasta: Hämeenlinna Reilun kaupan kaupungiksi**

Tämä kampanjasuunnitelma on kirjoitettu Repu ry:n Reilu KAUPUNKI -kampanjoinnista saatujen kokemusten pohjalta, ja siihen on sisällytetty parhaat kokemukset muun muassa Reilu Kotka, Reilu Tampere, Reilu Pori ja Reilu Turku -kam-

panjoista. Kampanjasuunnitelma lähtee siitä oletuksesta, että paikkakunnalla ei ennestään ole toimivaa aktiiviryhmää ja se mahdollistaa näin suunnitelman alulle panemisen vain yhden tai muutaman innostuneen vapaaehtoisen kautta.

Kampanjalla on selkeästi määriteltävät tavoitteet ja kesto ja se pyrkii kohti konkreettisesti saavutettavaa, realistista tavoitetta. Kampanjasuunnitelmaa on sellaisenaan mahdollista suoraan soveltaa Reilun kaupan kaupungin arvonimeen tähtääviin kampanjoihin. Kampanjasuunnitelmaa tukee kappaleessa 8 esitettävä tiedotussuunnitelma. Muusta kuin Reiluun kauppaan liittyvästä kampanjoinnista kiinnostuneille esimerkiksi suunnitelma tarjoaa vinkkejä ja muistilistan siitä, mitä hyvään kampanjaan tulee sisällyttää.

**Kampanjan taustalla oleva arvopohjainen tavoite:** Maailmankaupan tulisi olla oikeudenmukaisempaa kehitysmaiden pientuottajille ja tätä kautta taata heille mahdollisuus ansaita elantonsa omalla työllään.

**Kampanjan taustalla olevat yleiset tavoitteet:** Tiedottaa hämeenlinnalaisille maailmankaupan ongelmista ja Reilun kaupan järjestelmästä. Lisätä Reilun kaupan tuotteiden käyttöä, näkyvyyttä ja saatavuutta Hämeenlinnassa. Ohjata julkisilla varoilla tehtäviä ostoksia sosiaalisesti kestävämpään suuntaan. Parantaa kehitysmaiden työntekijöiden ja pientuottajien asemaa Reilun kaupan järjestelmän avulla.

**Kampanjan konkreettiset tavoitteet:** Saada Hämeenlinnan kaupungille Reilun kaupan kaupungin arvonimi.

**Aktiivisen kampanjan kesto:** 12 kk

## **Toiminnot kuukausittain:**

**Tammikuu:** Kampanjan käynnistyskokous järjestetään ja muodostetaan kampanjatiimi vapaaehtoisista. Käynnistyskokouksessa esitellään Reilun kaupan järjestelmä ja Reilun kaupan kaupungin arvonimi sekä keskustellaan julkisten hankintojen eettisyydestä. Paikalle kutsutaan joku Reilu Tampere -kampanjassa mukana ollut kertomaan Tampereen kokemuksista. Perustetaan sähköpostilista kokoukseen osallistuneista.

**Helmikuu:** Ensimmäinen varsinainen kampanjakokous. Suunnitellaan kampanjalle nettisivusto sekä laaditaan toimintasuunnitelma ja tiedotussuunnitelma. Jaetaan erilaisia vastualueita vapaaehtoisten kesken kunkin oman kiinnostuksen mukaan. Mahdollisia vastualueita ovat esimerkiksi tiedotus-/nettivastaava, sihteeri, kampanjan koordinaattori, kahvila-, ravintola-, yritys-, seurakunta- tai lobbausvastaava.

**Maaliskuu:** Otetaan yhteyttä eri puolueryhmiin ja niissä toimiviin valtuutettuihin ja kysellään näiden kiinnostusta tulla mukaan Reilun kaupan kaupunkia koskevan aloitteen taakse. Työstetään yhdessä puolueryhmien kanssa yhteinen valtuustoaloite. Aletaan koostaa listaa Reilun kaupan tuotteita Hämeenlinnassa käyttävistä yrityksistä ja yhteisöistä.

**Huhtikuu:** Valtuustoaloite jätetään. Tempaus Hämeenlinnan torilla: jaetaan ihmisille Reilun kaupan tuotenäytteitä ja maistiaisja ja kerrotaan käynnistyneestä kampanjasta.

**Toukokuu:** Valmisteleval virkamiehen lobbaaminen: lähetetään tietoa Reilun kaupan järjestelmästä ja hankintalain suomista mahdollisuuksista asettaa sosiaalisia ja ympäristö-

kriteereitä tarjousasiakirjoihin. Seurakuntiin ja kahviloihin suuntautunut haastekampanja aloitetaan.

**Kesä – heinäkuu:** Kampanja esillä kaupungin kesätapahtumissa. Kampanjatiimin virkistyspäivä.

**Elokuu – Syyskuu:** Valtuustoaloitteen valmistelun seuraaminen: selvitetään kunnan kirjaamolta, onko valmistelu jo tullut ja mikä sen sisältö on. Informoidaan tarvittaessa valtuustokontakteja virheellisestä lausunnosta tai mahdollisista lausunnossa esiintyvistä puutteista. Jos lausunto on aloitteen kannalta epäsuotuisa, otetaan yhteyttä kunnanhallituksen edustajiin ja yritetään saada lausunto tätä kautta palautettua takaisin valmisteluun.

**Lokakuu:** Kampanjan tempaus kauppakeskuksessa: jaetaan flyereitä ja kerätään ihmisiltä nimiä vetoomuskortteihin. Oetaan valokuvia virtuaalimielenosoitukseen (vinkejä Virtuaalimielenosoituksen järjestämiseen sivulla 39). Toimitetaan kampanjassa kerätyt vetoomuskortit edustajille ja lähetetään koko valtuustolle linkki virtuaalimielenosoituksen kuviin.

**Marraskuu:** Valtuustoaloite tulee käsittelyyn kaupunginhallituksessa. Yritetään päästä kahvittamaan kunnanhallitusta ennen sen kokousta, ja lobbaamaan näin vielä mahdollisesti asiasta eri mieltä olevia valtuutettuja.

**Joulukuu:** Valtuustoaloite tulee valtuuston käsittelyyn. Osallistutaan valtuuston kokoukseen kampanjatiimin voimin. Järjestetään juhlat kaikille kampanjaan osallistuneille!

## Tiedotussuunnitelma

Hyvään kampanjatedottamiseen kuuluvat tilanteiden ennakointi ja suunnitelmallisuus. Tiedotustoimintaa varten kannattaakin aina laatia kampanjakohtainen tiedotussuunnitelma, joka kuuluu olennaisena osana itse toimintasuunnitelmaan. Tiedotussuunnitelmassa kampanjoiva taho miettii, mistä asioista tiedotetaan, kenelle, milloin ja miten tiedotetaan ja kuka hoitaa minkäkin osan tiedottamisesta. Tiedotussuunnitelmaa yksin tai yhteistyössä jonkun kampanjatiimiläisen kanssa toteuttamaan valitaan tiedotusvastaava.

Tiedotussuunnitelman laatiminen aloitetaan kertaamalla kampanjasuunnitelmaa apuna käyttäen kampanjan päätavoitteet. Seuraavaksi pohditaan, mitkä kampanjasuunnitelmaan kirjatuiista vaiheista ja tavoitteista tarvitsevat tuekseen tiedottamista. Tämän jälkeen pyritään määrittelemään, mitkä ovat tiedotuksen tavoitteet, erilaiset kohderyhmät sekä käytettävissä olevat tiedotuskanavat. On tärkeää, että tiedotussuunnitelmasa huomioidaan sekä sisäinen että ulkoinen tiedotus (vinkejä toimivaan sisäiseen tiedottamiseen saa sivulta 50–51).

Tiedotussuunnitelman toteuttamista helpottavat valmiit listat yhteystietoineen niistä tiedotusvälineistä, henkilöistä ja yhteisöistä, joille tiedotetaan. Samoin täytyy huomioida lehtien aineistojen viimeiset jättöpäivämäärät, jotta esimerkiksi kampanjatiimin juttuehdotukset tai menovinkit ehtivät ajoissa tiettyyn lehteen. Kovin työ listojen keräämisen jälkeen on niiden ajantasalla pitäminen, vanhentuneet yhteystiedot eivät palvele tiedottamista.

## **Esimerkki tiedotussuunnitelmasta: Hämeenlinna Reilun kaupan kaupungiksi – ulkoinen tiedotus**

**Tammikuu:** Käynnistyskokouksesta ilmoitukset paikallisille menopalstoille sekä markettien ja koulujen ilmoitustauluille. Kokouskutsu levitykseen yhdistysten ja oppilaskuntien sähköpostilistoille. Lehdistötiedote viikkoa ennen kokousta paikallismedioille.

**Helmikuu:** Kampanjasivuston suunnittelu ja julkaiseminen, sivuston markkinointi (katso sivut 34–35).

**Maaliskuu:** Laaditaan valtuutetuille suunnattu yhteydenottokirje. Tiedotetaan paikallismedialle siitä, että kaupungin Reilujen kahviloiden, ravintoloiden ja hotellien etsintä on alkanut.

**Huhtikuu:** Tempauksesta tiedotteet sekä paikallisille että valtakunnallisille medioille (katso erilaiset painotukset sivuilta 33–36). Aktivistien oma mielipidekirjoitus paikallislehteen Reilun kaupan kaupungin arvonimeä koskevan valtuustoaloitteen jättämisestä.

**Toukokuu:** Keskitetään tiedotustoiminta seurakuntien omiin lehtiin ja radiokanaviin sekä lähestytään kahviloita massapostituksella.

**Kesä–heinäkuu:** Esitteiden jako kesätapahtumissa. Tarjotaan henkilökuvajuttua paikallisiin lehtiin jostakusta kampanjassa toimivasta aktiivista.

**Elo–syyskuu:** Mahdollinen kirje valtuutetuille valmistelun sisältöä koskien.

**Lokakuu:** Tempauksesta tiedotteet paikallisiin ja valtakunnallisiin medioihin. Kirjoitetaan saatekirje valtuutetuille ja liitetään kirjeeseen linkki virtuaalimielenosoituksen kuviin.

**Marraskuu:** Tiedote valtuustoaloitteen käsittelystä paikallismedioille.

**Joulukuu:** Kutsukirje kaupungin järjestöille, opiskelijoille ja muille kampanjan sidosryhmille tulla mukaan kuuntelemaan valtuuston kokousta. Tiedote valtuustokäsittelyn tuloksesta valtakunnallisiin ja paikallisiin medioihin. Kutsukirjeet kampanjavuoden päättävään juhlaan kaikille kampanjaan jollain tavalla osallistuneille aktiiveille.



## 9. Loppusanat ja kiitokset

Tämän vaikuttamisoppaan kirjoittaminen tuli ensimmäistä kertaa ajankohtaiseksi jo vuonna 2006, kun Repu ry:n paikallisryhmät kiinnostuivat Turussa käynnistetyn Reilu Turku -kampanjan kokemuksista. Turussa kuntavaikuttamisessa kokematon aktivistiryhmä oli huomannut jo kampanjan alkumetreillä, että valtuuston, kaupunginhallituksen ja valmistelijoiden lobbaamisessa tarvittiin paljon tietoa, jota kenellekään ei koulun yhteiskuntaopin tunneilta ollut jäänyt selkäyttimeen. Reilu Turku -kampanjassa opitut asiat haluttiinkin siirtää muille kuntavaikuttamista suunnitteleville ryhmille, jotta näiden ei tarvitsisi keksiä pyörää uudelleen ja oppia vaikuttamisen kiemuroita kantapään kautta.

Nyt käsissäsi kuluneen oppaan ensisijaisena tarkoituksena on ollut auttaa muodostamaan kokonaiskuva kunnallisesta päätöksenteosta sekä hahmottaa vaikuttavaan kansalaistoimintaan kuuluvia perusasioita. Opas ei edes yritä esittää sisältävänsä kaikkea tietoa kuntavaikuttamiseen liittyen, ja siksi lopussa olevaan Linkejä ja lukemistoa -kappaleeseen on koottu joukko lisätiedon lähteitä. Vaikka kirjalliset ja sähköiset viitteet ovat loistava tapa saada ideoita ja tehoa kampanjointiin, parhaiten vaikutustyöhön oppii kuitenkin itse toimimalla ja kokeilemalla.

Oppaan toimittaja haluaa kiittää Nappia ja Ulia, Saaraa ja Repun hallitusta, FEST hanketta, Kehitysyhteistyön palvelukeskusta Kepaa sekä Kehys ry:tä. Suurin kiitos osoitetaan Repun vapaaehtoisille sekä kaikille muille maailmaa paremmaksi paikaksi tekeville aktivisteille.

## 10. Lähteet

**Jaatinen Miia**, Lobbying political issues, s. 15–16,

<https://oa.doria.fi/handle/10024/3510>

**Abergel, Ronnie; Rothemund, Antje; Titley, Gavan; Wootsch,**

**Péter**, Elävä kirjasto – järjestäjän käsikirja,

<http://www.norden.org/pub/kultur/barn/fi/ANP2005762.pdf>

**Weaver, Fran**; ”Kunnat mukaan kehitys yhteistyöhön”, Kumppani

9/2006 [http://www.kepa.fi/kumppani/arkisto/2006\\_9/5223](http://www.kepa.fi/kumppani/arkisto/2006_9/5223)

**Leskinen, Tapio**; Globaalin auttajan arvot ja moraalit,

Yhteisvastuukeräys/Kirkkopalvelut, Helsinki 2003

## 11. Linkkejä ja lukemistoa

<http://www.reilukaupunki.fi>

Reilun kaupan puolesta Repu ry:n ylläpitämä tietopankki kuntien eettisiin hankintoihin liittyen. Sivustolta löydät jatkuvasti päivittyvän tiedon kuntien eettisten hankintojen edistysaskeleista, erilaisia hankintaohjeita sekä kunnialistan vastuullista hankintaa edistäneistä valtuutetuista.

<http://www.vaalit.fi/>

Oikeusministeriön tarjoama tietopaketti vaaleista. Sisältää muun muassa vaalien aikataulun, ehdokasasettelulomakkeen ja kootun vaalilainsäädännön.

<http://www.kunnat.net/>

Kuntaliiton ylläpitämä kuntatiedon sähköinen keskus. Sivustolta löytyy muun muassa laaja valikoima kunta-alan julkaisuja ja kuntien toimintaan liittyvä tietopankki.

<http://www.aloitekanava.fi/>

Aloitekanava on nuorille suunnattu verkkopalvelu, jonka kautta voi jättää ideansa oman kunnan kehittämiseksi. Palvelussa eniten allekirjoituksia keränneet ideat ja aloitteet toimitetaan palvelun kautta suoraan kunnan hallintoelimille ja medioille.

**Turunen, Elina (toim.): Hässäkkä – pasifistinen toimintaopas, Sadankomitea 2008**

Sadankomitean julkaisemana oppaaseen on koottu aktivistien kirjoittamia erilaisia toimintakeinoja ja kertomuksia maailman muuttamisesta. Teoksen sivuilla esitellään värikästä poliittista toimintaa katuteatterista sambaan ja sissipuutarhurointiin.

**Ville Ylikahri (toim.): Kuinka maailma muutetaan? – Kansalaisvaikuttajan opas**

Kansalaisvaikuttajan opas kokoaa yhteen erilaisia vaikuttamisen keinoja ja tyylejä. Kirjan artikkeleissa kokeneet vaikuttajat ja eri alojen asiantuntijat pohtivat puoluetoimintaa, järjestöjen vaikutusvaltaa, suoraa demokratiaa, internetin mahdollisuuksia ja kuluttajana vaikuttamista. Kirjan artikkelien joukosta löytää myös käytännön tietoa ja ohjeita oman vaikuttamistyön avuksi.

**Lobbaus** on demokratiaan olennaisena osana kuuluvaa tiedonjakoa päättäjien, kansalaisten ja erilaisten intressiryhmien välillä. Avoin lobbaaminen lisää kansalaisten mahdollisuutta saada äänensä kuuluviin ja vaikuttaa itseään koskeviin asioihin.

**Aktivisti** on kansalaistoimintaa harjoittava henkilö, joka haluaa saada aikaan muutoksen jossakin itselleen tärkeässä asiassa. Aktivisti lisää demokratiaa asettumalla vuorovaikutukseen päättäjien kanssa sekä tuomalla kansalaiskeskusteluun tärkeitä poliittisia, sosiaalisia tai moraalisia kysymyksiä. Aktivistien saavutuksia ovat olleet muun muassa Intian itsenäistyminen, eduskunnan ja yhtäläisen äänioikeuden saaminen Suomeen, kosmetiikan eläinkokeiden kieltäminen EU:n alueella, Kojjärven säästyminen kuivatukselta, Reilun kaupan järjestelmän luominen sekä Suomen ympäristöhallinnon synty.

Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!

Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!

!qnuq!va !qnuq!va !qnuq!va !qnuq!va !qnuq!va !qnuq!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!

Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!

Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!  
Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!

Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta! Vaikuta!