
KAMPANJA VAPAAEHTOISEN SILMIN

Plan Suomen Oikeus oppia -kampanja



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Kestävän kehityksen koulutusohjelma

Forssa, kevät 2013

Jenni Kemppainen



FORSSA

Kestävän kehityksen koulutusohjelma

Tekijä	Jenni Kempainen	Vuosi 2013
Työn nimi	Kampanja vapaaehtoisen silmin Plan Suomen Oikeus oppia -kampanja	

TIIVISTELMÄ

Kampanjoilla pyritään usein vaikuttamaan ihmisten, julkisen vallan tai muiden tahojen arvoihin, asenteisiin ja toimintaan. Muutoksen saaminen ei ole helppoa, minkä vuoksi kampanjoiden arvioiminen jälkikäteen on erittäin tärkeää. Tässä opinnäytetyössä arvioitiin toimeksiantajan, Plan Suomi Säätiön, Oikeus oppia -kampanjaa erityisesti vapaaehtoisten näkökulmasta. Plan on lapsien oikeuksien edistämiseen keskittyvä kehitysyhteistyöjärjestö. Kampanjassa vedottiin, että Suomen kehitysyhteistyömäärärahoista koulutukseen suunnattava osuus nostettaisiin kymmeneen prosenttiin. Toukokuun 2012 ja seuraavan vuoden maaliskuun välillä kampanjaan kerättiin yli 20 tuhatta nimeä vetoomukseen, joka luovutettiin toukokuussa 2013 Suomen kehitysministerille.

Työn tulokset ovat avuksi toimeksiantajan tulevissa kampanjoissa ja vapaaehtoistoiminnassa. Onnistumista arvioitiin vertaamalla saavutettuja tuloksia ennakkoon asetettuihin tavoitteisiin. Vapaaehtoisia tarkasteltiin heidän motivaatioidensa kautta; mitkä tekijät saivat heidät osallistumaan kampanjaan ja jatkamaan työskentelyä kampanjan puolesta. Tieto kerättiin Plan Suomen sisäisistä aineistoista, pienellä sähköpostikyselyllä sekä teemahaastatteluilla. Yhteensä 17 haastattelusta valtaosa tehtiin Planin vapaaehtoisille aluevastaaville, jotka koordinoivat vapaaehtoistoimintaa omilla paikkakunnillaan, sekä yhdelle koulunsa kanssa kampanjaan osallistuneelle opettajalle. Kaikkea tätä peilattiin ajankohtaisiin tutkimuksiin vapaaehtoistoiminnasta sekä asenteista.

Kampanjaa voidaan työn perusteella pitää hyvin onnistuneena. Enemmistö tavoitteista saavutettiin ja osallistuneet kokivat kampanjan hyväksi. Osallistumismuodot ja toteutus saivat myös haastateltavilta kiitosta. Eniten osallistumiseen motivoi hyvä ja tärkeäksi koettu aihe, halu vaikuttaa ja tehdä jotain konkreettista sekä joko itsestä, omista kokemuksista tai järjestöltä kumpuava velvollisuuden tunne. Parannettavaa jäi kouluyhteistyössä ja vapaaehtoisten aktivoinnissa osalla paikkakunnista.

Avainsanat Vapaaehtoistoiminta, motivaatio, vaikuttaminen, kampanja

Sivut 63 s. + liitteet 5 s.

FORSSA

Degree programme in Sustainable Development

Author	Jenni Kemppainen	Year 2013
Subject of Bachelor's thesis	A Campaign through the Eyes of a Volunteer	

ABSTRACT

The thesis is an evaluation of the commissioner's, Plan Finland, campaign Right to Learn from a volunteer's viewpoint. Plan is a part of an international development organization that aims to enhance children's rights. Right to Learn campaign gathered over 20 thousand signatures to the petition from May 2012 to March 2013. The petition aimed at increasing Finland's appropriations for development co-operation to education. Plan may benefit from the results with its upcoming campaigns and voluntary work in general.

The results were compared with the numeric aims set up beforehand. Volunteers were examined through their motivations and what encouraged them to participate in the campaign. Plan's internal materials, a short questionnaire sent by email and theme interviews were the main sources of information. Altogether 16 volunteers and one teacher were interviewed. All the information was compared to the previous international and national researches.

Based on the results, the campaign was a success. Most of the numeric goals were achieved and those who participated thought the campaign was well organized. Also the participation methods, planning and implementation were successful. The main motivations were the theme of the campaign, desire to influence and to do something tangible and a sense of duty that was caused by the person himself, previous experiences or the volunteer organization.

Keywords Voluntary work, motivation, campaign

Pages 63 p. + appendices 5 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	RAAMIT VAPAAEHTOISTOIMINNALLE.....	2
2.1	Historiakatsaus	2
2.2	Nykytilanne	3
2.1	Vapaaehtoistoiminta suhteessa muuhun yhteiskuntaan	4
2.2	Osallistuminen kanavoituu järjestöjen kautta	6
3	VAPAAEHTOISEN ASENTEET JA MOTIVAATIOT	9
3.1	Motivaatiotutkimukset	9
3.2	Asenne- ja arvokartoitukset.....	11
3.3	Vapaaehtoisen motiivit.....	13
3.3.1	Arvot ja identiteetti	13
3.3.2	Halu ja velvollisuus vaikuttaa	14
3.3.3	Altruismi.....	15
3.3.4	Yhteisöllisyys	16
3.3.5	Oppiminen ja uudet kokemukset.....	16
3.3.6	Terveysvaikutukset.....	17
3.3.7	Vapaaehtoisorganisaatio.....	18
3.4	Osallistumisaktiivisuus vaihtelee iän mukaan.....	18
3.5	Motivoinnin haasteet.....	20
4	PLAN SUOMI SÄÄTIÖ	23
4.1	Vapaaehtoistoiminta Planissa.....	23
4.2	Oikeus oppia -kampanja.....	24
5	ARVIOINNIN TOTEUTUS	26
5.1	Tutkimusmenetelmät ja rajaus	26
5.2	Aineiston keruu ja analysointi.....	27
5.2.1	Aluevastaavat ja muut vapaaehtoiset.....	27
5.2.2	Koulut	28
5.3	Eettisyys ja luotettavuus.....	29
6	TULOKSET	31
6.1	Kampanjan luvut	31
6.2	Planin vapaaehtoiset.....	33
6.2.1	Motivaation lähteet.....	34
6.2.2	Plan järjestönä	44
6.2.3	Osallistumismuodot.....	47
6.2.4	Yleisö ja tapahtumat	51
6.2.5	Tulevaisuus.....	55
6.3	Koulut.....	57

7	JOHTOPÄÄTÖKSET	59
7.1	Tavoitteiden saavuttaminen.....	59
7.2	Kampanja vapaaehtoisen silmin.....	60
7.3	Kehitysehdotukset	61
8	POHDINTA.....	63
	LÄHTEET	64

Liite 1	Kysymykset lähettiläille ja päätulokset
Liite 2	Sidosryhmäpäivien arviointi ja päätulokset
Liite 3	Haastattelurunko aluevastaaville
Liite 4	Haastattelurunko opettajalle

1 JOHDANTO

Maailmassa on karkeasti arvioiden 61 miljoonaa lasta, jotka eivät pääse lainkaan kouluun. Koulutusta pidetään yhtenä tehokkaimmista tavoista vähentää globaalia köyhyyttä. (Youth and skills 2012, 34.) Silti muun muassa Suomi on suunnannut kehitysyhteistyömäärärahoistaan vain noin kuusi prosenttia koulutuksen tukemiseen. Lasten oikeuksia edistävä kehitysyhteistyöjärjestö Plan Suomi Säätiö halusi saada muutosta tähän tilanteeseen Oikeus oppia -kampanjallaan vuosina 2012–2013. Kampanjassa vedottiin siihen, että koulutuksen osuus kehitysyhteistyömäärärahoista tulisi nostaa ainakin kymmeneen prosenttiin.

Opinnäytetyössä tarkasteltiin työn tilaajan, Plan Suomen, Oikeus oppia -kampanjaa, arvioitiin sen onnistumista tavoitteissaan ja mitkä tekijät vaikuttivat tulokseen. Näkökulmaksi työlle valittiin Planin vapaaehtoisten motivaatiot ja heidän näkemyksensä kampanjan käytännön toteutuksesta. Kampanja-arvion ohella Plan Suomi toivoi saavansa lisätietoa vapaaehtoisten osallistamisesta ja motivaatioista, mitä toimeksiantaja pystyy hyödyntämään tulevaisuudessa kampanjoissaan sekä vapaaehtoistoimintansa kehittämisessä yleensäkin.

Kampanja alkoi toukokuussa 2012 ja päättyi seuraavan vuoden maaliskuussa. Tässä ajassa kerättiin yli 20 tuhatta nimeä vetoamukseen, joka luovutettiin kehitysministerille toukokuussa 2012. Opinnäytetyön tekijä oli itse mukana kampanjassa syyskuusta 2012 alkaen ensin työharjoittelun kautta ja loppuajan töissä kampanja-assistenttina.

Kirjalliseen materiaaliin tutustumisen ohella työtä varten haastateltiin 17 henkilöä, joista 16 oli Planin vapaaehtoisia ja yksi koulunsa kanssa kampanjaan osallistunut opettaja. Samalla heille haluttiin antaa mahdollisuus antaa kunnolla palautetta kampanjasta sekä Planin toiminnasta sen aikana. Koulutusaiheisessa kampanjassa yhtenä otollisena kohderyhmänä olivat koulut, minkä takia nekin on otettu pieniltä osin mukaan tarkasteluun. Koulujen osalta tulokset ovat kuitenkin lähinnä suuntaa antavia pienen otannan vuoksi.

2 RAAMIT VAPAAEHTOISTOIMINNALLE

Suomessa on pitkät perinteet maan rajojen sisä- ja ulkopuolelle suuntautuvalla vapaaehtoistoiminnalla. Vapaaehtoisuuteen luetaan omasta tahdosta, ilman pakkoa, korvauksetta tehtävä yleishyödyllinen työ (MOT Kielitöimiston sanakirja n.d.). Tässä luvussa tarkastellaan vapaaehtoistoiminnan taustoja, kuinka nykytilanteeseen on päästy sekä millaiset puitteet julkinen valta ja järjestöt toiminnalle tarjoavat. Pessikin muistuttaa, että vapaaehtoistoiminnan onnistumisen avaimina ovat yksilöiden saaman hyvän lisäksi järjestöjen ja yhteiskunnan toimivuus (Pessi 2011, 200). Toimeksiantajan ja työn sisällön vuoksi työssä kiinnitetään erityistä huomiota kehitysyhteistyöhön.

2.1 Historiakatsaus

Katsauksen pohjana on käytetty Harjun (2007) Lyhyttä oppimäärää kansalais- ja järjestötoiminnan historiasta täydentäen sitä muutamalla muulla lähteellä. Perinteisin vapaaehtoisuuden muoto Suomessa ovat talkoot, joissa tehtiin rakennus- ja maataloustöitä naapurien tai kyläyhteisön hyväksi ja korvaukseksi saatiin vaikkapa ateria tai illanvietto tanssien muodossa (Raninen ym. 2008, 22–23). Samaa henkeä on vielä jäljellä nykyään festivaalien ja suurten tapahtumien järjestelyissä (Tahvanainen 2005, 38).

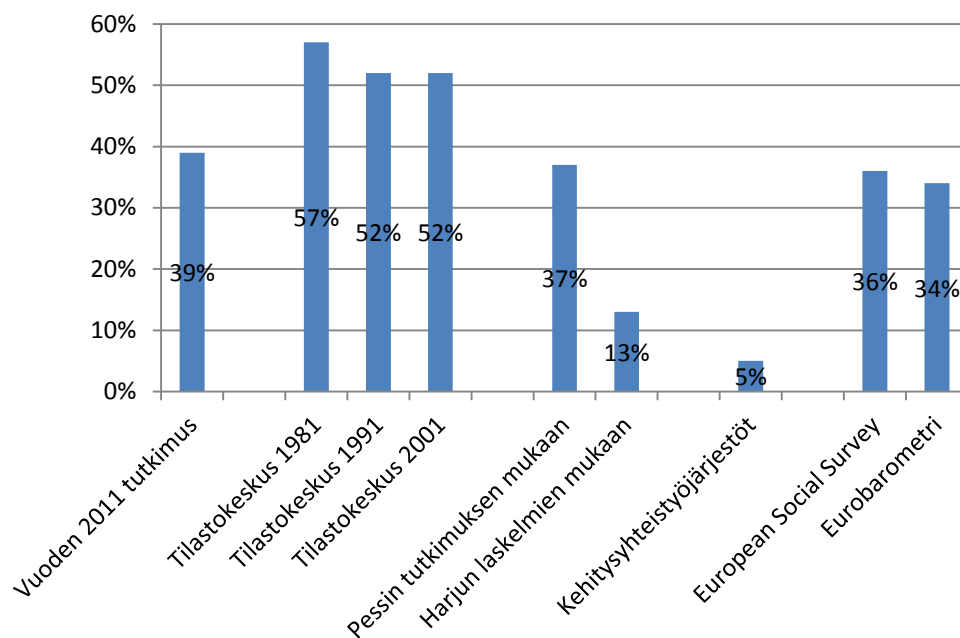
Organisoitu toiminta on saanut alkunsa jo 1700-luvulla vapaamuurareista ja muista salaseuroista. Aina 1800-luvun puoliväliin asti Suomessa toimi enimmäkseen pieniä seuroja ja raittiusyhdistyksiä, minkä jälkeen perustettiin ensimmäiset yhteiskunnallista tai harrastuspohjaista toimintaa harjoittavat kansalaisjärjestöt ja niiden kautta syntyi myös organisoitua vapaaehtoistoimintaa. Useimmiten tekijöillä oli vahva kristinuskoon pohjautuva velvoite auttaa heikompiosaisia ja kutsumus levittää evankeliumia (Manola 2005, 44, 52–54). Muuallakin Euroopassa vapaaehtoistoiminta on lähtenyt yleensä kirkon kautta liikkeelle (Volunteering in the European union 2010, 45). 1800-luvun loppupuolella Suomeen perustettiin ensimmäiset puolue- ja ammattiyhdistykset, nuoriso- ja urheiluseurat, naisasiainliike, uskonnolliset yhdistykset sekä sosiaali- ja terveysalan järjestöt.

Liikkeet radikalisoituivat 1900-luvun myllerryksissä muun kansakunnan tapaan punaiseen työväenluokkaan ja valkoisiin porvareihin. Toisen maailmansodan jälkeen tätä juopaa alettiin kuroa umpeen ja oikeistolaisia yhdistyksiä lakkautettiin samalla kun tilalle perustettiin sosialistisia järjestöjä. Vuosisadan lopulla siirryttiin puhumaan kansalaisjärjestöistä liikkeiden sijaan. Puolue- ja ammattiyhdistysliike menettivät kannatustaan urheilu-, harrastus-, kulttuuri- ja ympäristöjärjestöille. Järjestökenttä pirstaloitui, laajeni ja uusia toimintamuotoja kehittivät muun muassa talonvaltaukset 70-luvulla, 90-luvulla eläinaktivismi ja vuosituhanteen vaihteessa globalisaation vastainen liike. (Harju 2007, 184–191.)

2.2 Nykytilanne

Vapaaehtoistoiminnan tutkimuksessa havaittiin, että 39 prosenttia suomalaisista oli toiminut vapaaehtoistyössä viimeisen viiden vuoden aikana ja 43 prosenttia ei ollut koskaan toiminut vapaaehtoisena (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011). Osallistuneiden määrä näyttää pysyneen suhteellisen vakiona viimeisen kymmenen vuoden ajan, sillä Yeungin mukaan vapaaehtoistoimintaan osallistui 37 prosenttia vastaajista (Yeung 2002, 24). Väitettä tukevat Tilastokeskuksen vapaa-ajan käyttötutkimukset, joissa vuodesta 1981 eteenpäin suomalaisista vähän yli puolet oli osallistunut viimeisen vuoden sisällä yhdistystoimintaan tai muuhun vastaavaan (Tilastokeskus 2002). Harju puolestaan arvioi 700 000 suomalaisen tekevän todellisuudessa säännöllisesti vapaaehtoistyötä (Harju 2010, 154), mikä tekee käytännössä 13 prosenttia koko Suomen väestöstä (Tilastokeskus 2013). Kehitysyhteistyöjärjestöissä vapaaehtoisina toimii muutama prosentti (Leskinen 2008, 12).

Vapaaehtoisten määrät ovat linjassa Euroopan keskiarvon kanssa, sillä European Social Surveyn mukaan 36 prosenttia eurooppalaisista olivat olleet mukana vapaaehtoistoiminnassa ja Eurobarometri-kyselytutkimuksessa 34 prosenttia. Tosin eri maiden osallistumisasteet vaihtelevat muutamasta prosentista yli 40 prosenttiin. Molemmissa tutkimuksissa Suomi oli keskimääräistä hieman aktiivisempi vapaaehtoisten maa. (Volunteering in the European union 2010, 57–65.) Vertailun vuoksi kuvioon yksi on koottu eri lähteiden arvioita vapaaehtoisten määristä.



Kuvio 1. Arvioita vapaaehtoisten määrästä eri tietolähteissä.

Eri ikäryhmät tai sukupuolet eivät juuri eroa toisistaan vapaaehtoistoiminnan suhteen. Hieman keskimääräistä useammin osallistuiivat 35–44-vuotiaat, opiskelijat, koulutetuimmat, suurituloiset, lapsiperheet ja vähintään kolmen hengen taloudet. (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011, 23–25.) Korkeasti koulutetut naiset ovat tyypillisesti myös kehitysyhteistyössä mukana, tosin muista vapaaehtoisuudoista eroten he ovat keskimäärin nuorempia, 26–35-vuotiaita, pääkaupunkiseudulla asuvia, lapsettomia ja parisuhteessa eläviä. (Lager ym. 2009, 23–24).

Suurimmat eroavaisuudet löytyvät toimintamuodoissa ja niiden muutoksissa viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana. 15–19-vuotiaiden osallistuminen yhdistystoimintaan on kasvanut yli kymmenellä prosentilla, kun työikäisillä, varsinkin 35–64-vuotiailla, se on laskenut samassa suhteessa. Ammattiyhdistystoiminta ja poliittisiin järjestöihin osallistuminen on vähentynyt kaikissa ikäryhmissä ja molemmilla sukupuolilla noin yhteen kolmasosaan 80-luvun alusta. Urheilujärjestöt sen sijaan ovat kasvattaneet suosiotaan kaikissa ikäryhmissä ja erityisesti nuorissa. (Tilastokeskus 2002.) Yleisimpiä osallistumismuotoja ovat urheilutoiminnan ohella tapahtumat, varainhankinta, koulutus, kunnostus- ja puutarhatyöt sekä ryhmän tai leirin ohjaus (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011, 12–13).

Vapaaehtoistoimintaan käytettävät tuntimäärät vaihtelevat lähteestä riippuen mutta tuoreimpien tietojen mukaan suomalaiset tekivät keskimäärin 9,5 tuntia vapaaehtoistyötä kuukaudessa (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011, 26). Lähes kymmenen vuoden takaisen Pessin tutkimuksen keskiarvoksi tuli sen sijaan noin 18 tuntia kuukaudessa. 15–24-vuotiaat ja iäkkäimmät pääsivät jopa 20 tuntiin kuukaudessa. Lähes puolet suomalaisista ilmoitti käyttävänsä alle viisi tuntia kuukaudessa vapaaehtoistyöhön, mikä tarkoittaa, että kansa on selkeästi jakaantunut reippaasti yli 18 tunnin puurtajiin ja muutaman tunnin puuhastelijoihin. Kansainvälisissä vertailuissa Suomi sijoittuu jälleen hieman yli keskiarvon. (Yeung 2002, 25.) Järjestöt arvioivat vapaaehtoistensa käyttämien työtuntien määrän olevan samaa suuruusluokkaa, 1–20 tuntia kuukaudessa, vaikka tästä oli isoja poikkeuksia järjestötyypin mukaan (Pessi & Oravasaari 2010, 30–31).

2.1 Vapaaehtoistoiminta suhteessa muuhun yhteiskuntaan

Kansalaistoiminta sekoitetaan usein vapaaehtoistoiminnan kanssa ja useimmiten käsitteillä voidaan viitata samaan asiaan, vaikka ne eivät ole toistensa synonyymeja. Tässä työssä kansalaistoimintaan sisällytetään perinteisen näkemyksen mukaisesti kaikki henkilön julkinen toiminta yhteiskunnassa, muun muassa erilaisissa yhdistyksissä, ja vapaaehtoistoimintaan yleishyödyllinen palkaton työ (MOT Kielitoimiston sanakirja 2013). Esimerkiksi äänestämistä voidaan pitää kansalaistoimintana mutta ei vapaaehtoistyönä (Porkka 2009, 62–63).

Kaikki kansalaistoiminta ja vapaaehtoistyö on perinteisessä yhteiskuntasektorimallissa sijoitettu kolmanteen sektoriin yhdistysten, säätiöiden, rahastojen, ammattiyhdistysten, etujärjestöjen, puolueiden ja vapaan sivistystyön ohella (Raninen ym. 2008, 43–44; Kohti aktiivista kansalaisuutta

2005, 13). Muita sektoreja ovat yksityinen, eli liike-elämä, sekä julkinen sektori, johon liitetään valtiovalta ja kunnallishallinto (Harju 2005, 65–67). Täysin organisoitumaton toiminta, eli perheet ja kotitaloudet jäävät neljänteen sektoriin (Raninen ym. 2008, 49; Harju 2010, 11–12).

Valtionhallinnolla säädellään enimmäkseen virallista taloutta ja kotitalouksien kulutusta, jolloin vapaaehtoistoiminta on unohtunut ja jäänyt eräänlaiseen katvealueeseen (Saari 2011, 47). Ainakin yhdeksässä eri laissa kuitenkin sivutaan jollain tasolla vapaaehtoistoimintaa, muun muassa yhdistyslaki ja nuorisolaki, ja kahdeksan eri ministeriön vastuualueeseen kuuluu vapaaehtoistoiminta jollain tapaa (National report - Finland 2010, 12, 17). Poliittiseen keskusteluun kansalaistoiminta nousi 1990-luvun talouskriisin aikana (Mannola 2005, 44, 52–54) ja konkreettisemmin vasta Matti Vanhasen ensimmäisellä hallituskaudella vuosina 2003–2007 (Nylund & Yeung, 2005, 18). Tällöin tehtiin Kansalaisvaikuttamisen politiikkaohjelma, jossa määriteltiin valtion ja kansalaisyhteiskunnan suhdetta ja linjattiin keinoja, joilla valtio voi tukea ihmisten aktiivista osallistumista yhteiskunnalliseen toimintaan (Kohti aktiivista kansalaisuutta 2005, 9). Myöhemmin Suomeen perustettiin myös Kansalaisyhteiskuntapolitiikan neuvottelukunta KANE (Nylund & Yeung, 2005, 18) ja sarjassaan toinen neuvottelukunta on toiminnassa vuoteen 2016 asti (Kansalaisyhteiskuntapolitiikan neuvottelukunta 2013).

Alkuinnostuksen jälkeen kansalaisten osallistaminen on sisällytetty muihin, muun muassa työelämään, terveyteen ja nuoriin liittyviin politiikkaohjelmiin Matti Vanhasen toisella hallituskaudella (Raninen ym. 2008, 40). Painopiste on selkeästi siirtynyt enemmän ja enemmän nuoriin, maahanmuuttajiin, monipuolisiin vaikuttamiskeinoihin ja näistä erityisesti verkko-vaikuttamiseen. Järjestöt ovat myös yhdessä vaatineet vapaaehtoistoimintaa käsiteltäväksi eduskunnassa (Puolueet lupaavat, että vapaaehtoistoiminta tulee seuraavaan hallitusohjelmaan 2011). Vapaaehtoisuus on huomioitu kansainvälisessä politiikassakin, muun muassa YK:n vapaaehtoistoiminnan teemavuodella 2001 ja sitä seuranneella Euroopan vapaaehtoistoiminnan vuodella 2011 (Euroopan vapaaehtoistoiminnan vuosi 2011, 2012). Tätä on säestetty lukuisilla eri tiedonannoilla ja lausunnoilla Euroopan unionissa (Vapaaehtoistoiminta n.d.).

Hyvinvoivan valtion katsotaan luovan tukevan perustan kansalaistoiminnalle ja vapaaehtoistyölle (Grönlund 2012, 11) tarjoamalla sopivat rakenteet, tukemalla järjestöjä ja liikkeitä sekä muutenkin kannustamalla osallistumaan yhteiskuntaan (Pessi 2009, 53). Kansalaistoiminta puolestaan edistää yhteiskunnan yleistä toimivuutta lisäämällä niin sosiaalista kuin taloudellistakin hyvinvointia (Kohti aktiivista kansalaisuutta 2005, 13). Useimmiten aktiivista kansalaisyhteiskuntaa pidetäänkin merkinä hyvinvoinnista. Päinvastoin ajateltuna se voi myös merkitä yhteiskuntaa, jossa kansalaisten täytyy korvata ilmaisella työllä yhteiskunnan puutteita. (Hakkarainen & Kontinen 2008, 4.) Joka tapauksessa kansalaistoimintaan panostaminen lisää selkeästi yhteisöllisyyttä, yksilöiden vaikutusmahdollisuuksia, sosiaalista ja aineellista pääomaa sekä tarjoaa julkiselle vallalle ideoita kehittämiseen ja täydentää muiden sektoreiden toimintaa (Valtioneuvoston periaatepäätös 2007, 7). Sosiaalisella pääomalla tarkoitetaan

ihmisellä olevia sosiaalisia verkostoja, luottamusta muihin ihmisiin ja instituutioihin sekä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa syntyvää yhteisöllisyyden tunnetta (Porkka 2009, 64; Kouvo 2011, 211).

Vapaaehtoistyön rahallista merkitystä yhteiskunnalle ei ole pystytty kattavasti mittaamaan. Ruralia-instituutin tutkimuksessa kuitenkin arvioitiin neljän suuren Suomessa toimivan kansalaisjärjestön, muun muassa Suomen Punaisen Ristin, vapaaehtoistoiminnan vaikutuksia kansantalouteen ja lopputuloksena oli hurjat 101–162 miljoonaa euroa. Summa tarkoittaa sitä hintaa, jonka saman työn tekeminen julkisen sektorin voimin kustantaisi ja toisaalta summaa joka vapaaehtoistoiminnalla säästetään. (Laasanen 2011, 7, 19.)

Ei siis ihme, että julkisen sektorin puolella on selkeää innostusta kehittää vapaaehtoistoimintaa. Kovien odotuksien on väitetty myös kuvastavan huolta äänestysaktiivisuuden laskusta ja kansalaisten passivoitumisesta (Nylund & Yeung, 2005, 18). Väitetään myös, että osallistamisella korvataan järjestelmän hyväksyttävyyttä. Eli mitä tiiviimmäksi osaksi yhteiskuntaa kansalaiset saadaan, sitä helpommin he mahdollisesti hyväksyvät sen puutteekin. (Kettunen 2006, 46–47.) Osallistumisaktiivisuutta ei kuitenkaan voi rajattomasti lisätä yksinkertaisesti ajanpuutteen takia ja jo nyt yliaktiivisen osallistamisen nähdään aiheuttavan uupumusta vapaaehtoisissa. Sen sijaan enemmän voitaisiin keskittyä ihmisten vaikutusmahdollisuuksien parantamiseen. (Berg, A. 2011.)

2.2 Osallistuminen kanavoituu järjestöjen kautta

Vapaaehtoistoiminnasta suomalaisilla tuli ainakin kymmenisen vuotta sitten mieleen ensimmäisenä joku järjestö, sen jälkeen vanhusten, lasten ja nuorten hyväksi tehtävä hyväntekeväisyys tai ylipäätään auttaminen. Tämä ei ole ihme, sillä noin kaksi kolmasosaa suomalaisista kuuluu ainakin yhteen järjestöön (Siltaniemi ym. 2011, 150) ja 86 prosenttia vapaaehtoistyöstä tehdään juuri järjestöjen kautta (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011, 12–13). Samalla yhdistysten määrä on kasvanut tasaisesti (Raninen ym. 2008, 41) parin tuhannen yhdistyksen vuositahdilla ja vuonna 2013 Suomessa oli jo noin 130 000 yhdistystä (Yhdistysnetti n.d.). Kasvun voidaan olettaa jatkuvan entisellään, sillä suomalaisista 65 prosenttia on edes jossain määrin halukkaita osallistumaan järjestötoimintaan, erityisesti naiset (Siltaniemi ym. 2011, 144).

Järjestökentän monipuolisuutta kuvaa muun muassa se, että Kansanvalta-verkkosivuilla erilaisia järjestötyyppejä lueteltiin 17 kappaletta (Järjestötyypit 2006). Suosituimpia järjestömuotoja ovat ammatti- ja elinkeinöjärjestöt, liikunta- ja urheilujärjestöt sekä muut vapaa-ajan harrasteyhdistykset. Järjestöjen suuruutta on tosin hankalaa mitata, kun indikaattorina voi pitää jäsenmäärää, palkkatyövoiman tai vapaaehtoistyöntuntien määrää. (Siltaniemi ym. 2011, 152–155.) Työn luonteen vuoksi tässä luvussa tarkastellaan ensisijaisesti järjestöjen vaikuttamistyötä sekä Kehitysyhteistyön palvelukeskus Kepa ry:n alaisuuteen kuuluvia kehitysyhteistyöjärjestöjä, joita Suomessa oli vuonna 2013 noin 300 kappaletta (Jäsenjärjestöt n.d.; Lager ym. 2009, 6). Kepan jäsenkyselyssä järjestöt luokittelivat it-

sensä 17 eri kategoriaan, useimmiten joko avustusjärjestöksi, kehitysmaaseuraksi tai lapsi-, nuoriso- ja opiskelijajärjestöksi. Lähes puolet oli pieniä, alle sadan jäsenen järjestöjä. Jopa 71 prosenttia toiminnasta perustuu vapaaehtoistyölle ja lähes puolet ilmoittikin, ettei heillä ole ollenkaan palkattuja työntekijöitä. Neljäsosa ilmoitti palkkatyövoiman suuruudeksi 1–5 henkilöä. (Kontinen 2008a, 17–18.)

Koko Suomen järjestökentästä jopa 90 prosentilla on jossain määrin vapaaehtoistoimintaa ja usein toiminta olisi täysin mahdotonta ilman heitä. Yleisimmät vapaaehtoistoiminnan muodot olivat vertaistuki, virkistystoiminta ja tapahtumat. Tapahtumiin tai toiminnalliseen ja lyhytkestoiseen toimintaan on helppoa saada osallistujia, mutta muutoin ihmisten mukaan saaminen ja sitouttaminen ja erityisesti nuorten aktivoiminen koettiin suurimmiksi haasteiksi. (Pessi & Oravasaari 2010, 28, 103–104, 161.) Vuoden 2012 järjestöbarometrissäkin yli puolet järjestöistä oli huolissaan vapaaehtoisten määrän vähenemisestä ja se on yksi suurimmista kehittämishaasteista (Peltosalmi ym. 2012, 53–54).

Perustoiminnan mahdollistamisen ohella vapaaehtoiset tuovat kentältä järjestöihin tärkeää hiljaista tietoa, mikä on kokemuspohjaista ja sanalliseen muotoon hankalasti puettavaa tietoutta (Porkka 2009, 90). Järjestöjen omien sanojen mukaan vapaaehtoiset tuovat heille elämää, intoa ja motivaatiota, tietoa ja taitoa, tiiviin kytköksen arkeen ja kansaan sekä ylipäätään erilaista näkökulmaa. Vapaaehtoistoiminnan hyötyjen ei katsota rajoittuvan pelkästään järjestöihin ja vapaaehtoisiin itseensä, vaan leviävän renkaismaisesti jäsenten lähipiiriin ja lopulta koko yhteiskuntaan. Vapaaehtoistoiminnan merkitys yhteiskunnallisiin tekijöihin arvioitiin suureksi ja merkitystä katsottiin olevan myös vapaaehtoisten sekä muiden ihmisten terveyteen ja hyvinvointiin, ihmisten väliseen luottamukseen, sosiaalinen vuorovaikutukseen ja vastavuoroisuuteen, kansalaistoimintaan ja sen edistämiseen. (Pessi & Oravasaari 2010, 70–76, 88–91, 114–119.)

Usein järjestöjen päätehtävänä nähdään kuitenkin yhteiskuntaan vaikuttaminen, julkisen sektorin vastapainona toimiminen sekä vallan vahtikoirana oleminen (Harju 2010, 112). Lähes kolmasosa suomalaisista onkin vaikuttanut järjestöjen kautta (Siltaniemi ym. 2011, 120) ja yli 80 prosentille valtakunnallisista järjestöistä vaikuttamistyö on tärkeä osa toimintaa (Peltosalmi ym. 2012, 92). Myös päättäjien joukossa kansalaisjärjestöjen roolia päätöksenteossa arvostettiin ja pidettiin tärkeänä. Kansanedustajilla suhtautuminen on tosin virkamiehiä myönteisempää. (Eskola 2007, 6–9.) OK-opintokeskuksen kansalaistoimijan vaikuttajaoppaassa (2011) eri vaikuttamismuodoiksi lueteltiin neljä tapaa, joista ensimmäistä ja viimeistä voi tehdä myös järjestöjen kautta:

- välillinen: rahallinen tuki, vapaaehtoistyö, adressit
- virallinen: mm. äänestäminen, kyselyt, kokoukset
- poliittinen: toiminta puolueessa tai painostusryhmässä
- henkilökohtainen: yhteydenotto päättäjiin, mediavaikuttaminen, tapahtumat, mielenosoitukset (Ilvonen 2011, 23–33, 49.)

Tulevaisuudessa kampanjoiden tai kannanottojen oletetaan yleistyvän, sillä ne sopivat epämuodollisille virtuaalisille yhteisöille ja nuorille (Harju 2010, 120). Virtuaaliselle vaikuttamiselle onkin hyvät mahdollisuudet, kun vuonna 2012 jopa 78 prosenttia 16–74-vuotiaista suomalaisista käyttivät nettiä päivittäin ja 63 prosenttia useamman kerran päivässä (Tilastokeskus 2012). Nettivaikuttaminen ja kampanjointi ylipäättään verkon avulla saattaa olla hyvinkin voimakasta ja aiheuttaa suuria väestöliikkeitä lyhyessä ajassa. Tätä on hyödynnetty Tuomen (2005) mukaan muun muassa Yhdysvalloissa Howard Deanin presidentinkampanjassa vuonna 2003. Aina liikkeet eivät kuitenkaan kestä kauaa ja ilmiötä kutsutaankin osuvasti flash-demokratiaksi. (Tuomi 2005, 157–158.) Myös brittiläisessä kartoituksessa huomattiin, että kampanjoinnissa pitäisi keskittyä pitkän tähtäimen toimintaan, jolla ihmiset saadaan asteittain toimimaan yhä aktiivisemmin ja tiiviimmin globaalien asioiden puolesta. Pelkät lyhytaikaiset, kertaluontoiset pienet aktiviteetit tai rahalliset lahjoitukset eivät tähän riitä, vaan tulee miettiä pitempiaikaista polkua, jolla sitouttaa ihmisiä. (Darnton & Kirk 2011, 7, 10.)

Vapaaehtoiselle on usein tärkeää, että hän voi vaikuttaa myös sen järjestön sisällä, jonka toiminnassa hän on mukana. Ottamalla jäseniä tai vapaaehtoisia mukaan päätöksentekoon, voidaan edistää heidän tietoisuuttaan järjestöstä ja sen toiminnasta, ryhmäidentiteetin syntymistä, lisätä tyytyväisyyttä ja uskoa toiminnan tärkeyteen. Usein jos sisäiset vaikuttamiskanavat ovat kunnossa, toimii myös ulkoinen vaikuttaminen tehokkaammin. Hyviä keinoja jäsenistön kuunteluun ovat suunnitteluun osallistaminen, lausuntojen pyytäminen, kyselyt, palautteenkeruu, jäsenkeskustelut ja sähköisten osallistumismahdollisuuksien tarjoaminen. (Ilvonen 2011, 41–42.) Kehitysyhteistyössä järjestöjen vahvuus on lisäksi niiden suora ja tiivis yhteys kentälle ja autettaviin kohteisiin (Leskinen 2011, 96).

3 VAPAAEHTOISEN ASEENTEET JA MOTIVAATIOT

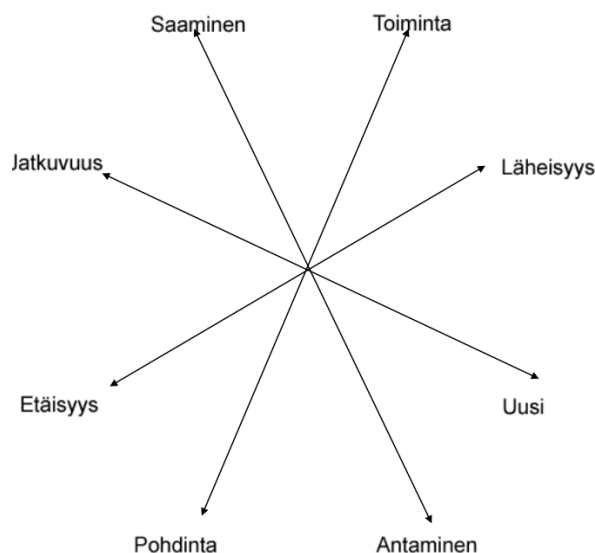
Ennen 1990-lukua tutkimukset vapaaehtoistoiminnasta keskittyivät tarkastelemaan yhdistyksiä, liikkeitä ja kokonaisia ihmisryhmiä. Tämän jälkeen painopiste on siirtynyt tutkimaan vapaaehtoisuutta yksilön näkökulmasta. (Nylund 2008, 26.) Syyt toiminnalle ovat hyvin yksilöllisiä ja useimmiten taustalla on yhden sijasta monta eri tilanteissa eri tavalla vaikuttavaa tekijää. Motivaatioita ymmärtämällä järjestöt ja muut vapaaehtoistoimintaa tarjoavat tahot voivat tarjota osallistumismuotoja eli osallistaa ihmisiä tehokkaammin, molemmille osapuolille antoisammin ja sitä kautta toteuttaa järjestön perimmäistä tarkoitusta (Porkka 2009, 63).

Motivaatioksi voidaan kutsua joukkoa psyykkisiä prosesseja, joista seuraa kiinnostuksen herääminen, suuntautuminen ja toiminnan jatkuminen. Motivoitunut käyttäytyminen on tahdonalaista ja sillä on päämäärä. (Porkka 2009, 97.) Määritelmään voidaan lisätä vielä menneisyys- ja tulevaisuusnäkökulman, ympäristön ja yksilön suhteen ympäristöön. (Yeung 2005a, 84.) Haasteelliseksi motivoinnin tekee se, että aina ei voi tietää, mikä on lopulta se ratkaiseva tekijä. Joskus ainoa este mukaan lähtemiselle on se, ettei kukaan ole pyytänyt mukaan, vaikka yksilön arvot, asenteet ja elämäntilanne olisivatkin suosiollisia vapaaehtoistoiminnalle. (Leskinen 2006, 307–308; Nylund 2008, 28–32.)

3.1 Motivaatiotutkimukset

Pohjoismaissa on tehty enimmäkseen sosiaali- ja terveystieteiden vapaaehtoistoiminnasta tutkimuksia, sillä se on yksi suurimmista järjestömuodoista ja vaatii pitkäaikaista motivaatiota ja sitoutuneisuutta. (Yeung 2005a, 88.) Kehitysyhteistyön osalta aihepiirin tarkastelu on Suomessa vielä hajanaisista ja käsittelee usein ulkomailla tehtävää vapaaehtoistoimintaa eikä muun muassa kotimaan vapaaehtoisuutta tai kampanjointia. Alan ehdoton pioneeri on Anne Birgitta Pessi (Yeung 2002, 10), joka on tarkastellut niin suomalaisten asenteita ja osallistumista vapaaehtoistoimintaan (Yeung 2002), motivaatioita, (Yeung 2005b), suomalaisia auttajina (Pessi & Oravasaari 2011) kuin Suomen järjestökenttääkin (Pessi & Oravasaari 2010).

Kuuluisin Pessi on vapaaehtoistoiminnan timanttimallistaan. Motivaatiot voidaan asettaa neljän vastinparin välisille janoille kahdeksankulmioon kuvan 1 mukaisesti. Muun muassa käytännön vaikuttamistyö asettuisi kuvassa Pohdinta–Toiminta-janalla nuolen toimintapäähän. Kuvassa 1 vasemmanpuoleiset toiminnot suuntautuvat enemmän henkilöön itseensä, kun oikealla puolella olevat vastinparit ennemminkin itsestä poispäin. (Yeung 2005b, 109–117, 124–125.) Perinteiset motivaatiotutkimukset luokittelevat motivaatiot tiukasti eri kategorioihin, mutta Pessin malli antaa mahdollisuuden tarkastella motivaatioita paljon monipuolisemmin suhteessa toisiinsa ja osittain lomittain olevina tekijöinä.



Kuva 1. Motivaatioiden timanttimalli (Yeung 2005b, 109–117).

Toinen merkittävä tekijä motivaatiotutkimuksen alalla on teologian tohtori Tapio Leskinen, joka tarkasteli suomalaisten vapaaehtoistoimintaa, arvoja ja asenteita kehitysyhteistyöhön väitöstutkimuksessaan. Tuloksissaan Leskinen hahmotteli erilaisia auttajatyyppejä, arvomaailmoja ja suhtautumistapoja maailman tilanteeseen. (Leskinen 2008, 13.) Erityisesti Pessi mutta myös Leskinen korostavat auttamisen halua yhtenä tärkeimmistä motivaatioista. Pessin tuloksia selittävät osaltaan se, että hän on keskittynyt enimmäkseen sosiaali- ja terveysalan järjestöihin, joissa vapaaehtoistoiminnasta iso osa on juuri lähimmäisenapua. Leskinen painottaa kehitysyhteistyössä myös velvollisuuden tunnetta ja kristillisiä arvoja.

Kansainvälisissä tutkimuksissa on paljon samoja piirteitä, joiden lisäksi niissä toistuu useammin toiminnasta saatavat edut yksilölle itselleen. Muun muassa australialaiset tutkijat Esmond ja Dunlop (2004) olivat löytäneet tutkimuksissaan kymmenen erilaista motivaatiotekijää:

1. Uran edistäminen ja uudet työmahdollisuudet (*Career development*)
2. Henkilökohtainen kasvu ja sen kautta paremmin elämän merkityksen ymmärtäminen (*Personal growth*)
3. Tunnustuksen saaminen ja vapaaehtoispanoksen huomioiminen (*Recognition*)
4. Sosiaalisen vuorovaikutuksen lisääminen ja uusien ystävien saaminen (*Social Interaction*)
5. Vastavuoroisuus, kun itse on vapaaehtoisena saa joskus apua ja hyötyä muilta (*Reciprocity*)
6. Reaktiivisuus, varmistaminen että toisten ihmisten ei tarvitse käydä läpi sitä kaikkea mitä itse on käynyt (*Reactivity*)
7. Itsetunnon kohottaminen, tuntee olevansa hyvä ihminen (*Self-esteem*)

8. Vapaaehtoistyö sopii uskonnolliseen vakaumukseen (*Religion*)
9. Riittämättömäksi koetun julkiseen sektorin täydentäminen omalla työpanoksellaan (*Government*)
10. Yhteisön ei koeta tekevän tarpeeksi ja halutaan korvata sitä omalla työpanoksellaan (*Community*) (Esmond & Dunlop 2004, 41–42.)

Vastaavanlaisia tuloksia saatiin muun muassa saksalaisen Gisela Jakobin tutkimuksissa (Porkka 2009, 100–101). Voidaankin kysyä, ovatko suomalaiset poikkeuksellisen auttamishaluista kansaa ja pyyteetön apu on osa kulttuuria. Vai painottavatko ihmiset kyselyissä auttamishaluaan, koska ajattelevat sen olevan sosiaalisesti hyväksyttävämpi vastaus? (Haarni 2010, 34.) Toki vertailuun on tässä otettu vain pari esimerkkiä monista kymmenistä eri tutkimuksista, joten mitään päteviä johtopäätöksiä suomalaisten poikkeuksellisesta auttamishalusta ei voida vetää. Näkökulman laajentamiseksi tarkasteluun otettiin kuitenkin suomalaisten asenteista ja arvoista tehtyjä kartoituksia.

3.2 Asenne- ja arvokartoitukset

Suhtautuminen vapaaehtoistoimintaan on suomalaisilla erittäin myönteistä. Jopa kaksi kolmesta suhtautui siihen positiivisesti ja 15 prosenttia neutraalisti. Erot olivat pieniä, mutta kiinnostusta toimintaa kohtaan oli eniten naisten, koulutettujen ja suurituloisten joukossa.. (Vapaaehtoistoinnin vuoden tutkimus 2011, 23–25.) Kansalaisbarometrin tulokset ovat samansuuntaiset, sillä valtaosalle suomalaisista järjestötoimintaan osallistuminen on tärkeää ja vähintään jonkin verran tärkeänä vapaaehtoistyötä piti 64 prosenttia. (Siltaniemi ym. 2011, 142–143).

Pelkkä myönteisyys vapaaehtoisuutta kohtaan ei kuitenkaan riitä syyksi lähteä mukaan Planin kaltaisen kehitysyhteistyöjärjestön toimintaan tai kampanjointiin, vaan yksilön arvot ja asenteet niin omiin vaikuttamiskäytäntöihinsä kuin kehitysyhteistyöhön vaikuttavat päätökseen myös. Puohiniemi tutki suomalaisten arvoja sekä asenteita kymmenen vuoden ajan ja huomasi, että suomalaisten arvomaailma pysyi hyvin vakaana kaikissa ikäryhmissä ja molemmissa sukupuolissa. Tutkimusjaksolle ajoittuivat muun muassa 1990-luvun talouslaman ja EU-jäsenyyden kaltaisia isoja yhteiskunnallisia myllerryksiä. Suomalaiset paljastuivat yllättävän yhtenäiseksi kansaksi, jonka tärkein arvo oli hyvántahtoisuus. Tosin arvo ulottuu useimmilla omaan lähipiiriin ja nimenomaan ulkomailla, ei omassa lähiympäristössä asuviin tuntemattomiin. (Puohiniemi 2002, 72–73.) Samansuuntaisia tuloksia saatiin European social reality -kyselystä vuonna 2007. Suomalaiset heräsivät vapaaehtoistyöhön sitten kun perhe, ystävät ja terveys sekä ylipäättään sosiaalinen tilanne yhteiskunnassa olivat hyvällä tolalla (Saari 2011, 50–53, 57–59).

Asenteet politiikkaan ja omiin vaikuttamismahdollisuuksiin heijastuvat kansalaistoiminnan aktiivisuuteen siten, että mitä myönteisempää suhtautuminen on, sitä todennäköisemmin henkilö on aktiivinen yhteiskunnassakin. Varovaisena trendinä on viime vuosina ollut sekä kriittisyyden että kiinnostuksen kasvu politiikkaa kohtaan. Kriittisyyden kasvua selittää

mahdollisesti suomalaisten pettyminen puoluepolitiikkaan, ei niinkään epäluottamus koko järjestelmää kohtaan. (Haavisto & Kiljunen 2011, 11.) Itse asiassa kansa luottaa poliittiseen järjestelmään ja demokratiaan hyvin vankasti (Suomalaisten politiikkatietämys 2008, 115–116) muttei omiin vaikutusmahdollisuuksiinsa, sillä jopa 58 prosenttia katsoo, ettei kansalaisten ääni välity poliittiseen päätöksentekoon. Eniten omiin vaikutusmahdollisuuksiinsa luottavat työlliset, lapsiperheet ja opiskelijat, samat ryhmät osallistuvat myös mielellään järjestötoimintaan. (Siltaniemi ym. 2011, 114, 147.)

Valtaosalle poliittinen osallistuminen tarkoittaa äänestämistä ja muita perinteisiä vaikuttamismuotoja, kuten mielipidekirjoituksia ja järjestötoimintaa. Vaikuttaisi siltä, että aktiivisesti järjestötyössä olevat tuntevat poliittista kenttääkin paremmin. (Suomalaisten politiikkatietämys 2008, 87, 108–109.)

Asenteet kehitysyhteistyöhön ovat vielä politiikkaan suhtautumista jakautuneempia. Ulkoministeriön tuoreen asennekartoituksen (2012) mukaan suomalaisista 79 prosenttia pitää kehitysyhteistyötä erittäin tai melko tärkeänä. Naiset ovat yleisesti myönteisempiä kuin miehet, sillä heistä 36 prosenttia ja miehistä 19 prosenttia katsoo kehitysyhteistyön olevan erittäin tärkeää. Tilanne on pysynyt edellisvuosiin verrattuna suhteellisen vakiona, taloustaantumasta huolimatta. Ikä on koulutusta vaikuttavampi tekijä asenteissa, alle 25-vuotiaat ovat selkeästi muista ikäryhmiä myönteisempiä. Suurissa ja keskisuurissa kaupungeissa oltiin myös keskiarvoa positiivisempia. Kriittisyys kehitysyhteistyötä kohtaan on kuitenkin pienessä kasvussa. Suomalaiset jakaantuvat tässä voimakkaasti kahteen leiriin. Hyvätuloiset ja koulutetut henkilöt suosivat omillaan pärjäämistä, kun taasen taloudellisesti heikommalla olevat ja tuen varassa elävät pitävät myös muiden tukemista tärkeänä. Joka tapauksessa lahjoittaminen ja muu rahallinen tukeminen katsotaan tärkeimmäksi tavaksi auttaa kehitysmaita. Vapaaehtoisuuden mainitsee vain 14 prosenttia vastaajista. (Rahkonen 2012, 4–6, 38, 41, 43.)

Kehitysyhteistyö selkeästi jakaa mielipiteitä muissakin lähteissä. Kepan selvityksessä 80 prosenttia vastaajista katsoi kiinnostuksen globaaleja kysymyksiä kohtaan kasvavan lähitulevaisuudessa ja sitä kautta myös vapaaehtoisuuden lisääntyvän. Eriävien mielipiteiden mukaan vapaaehtoisuus vähenee ihmisten itsekkyyden kasvaessa, järjestömuotoisen toiminnan vähetessä ja siirtyessä internetiin. (Lager ym. 2009, 24.) Yli puolet suomalaisista oletti ihmisten halun tukea lähipiirin ulkopuolisia, eli muun muassa kehitysmaissa asuvia, laskevan, kun vain yksi kymmenestä ajatteli sen kasvavan (Pessi 2009, 49–50). Silti lähes neljä viidesosaa katsoo, että ihmisten olisi autettava toisiaan nykyistä enemmän (Siltaniemi ym. 2011, 206).

Kansalaiset eivät myöskään halua painottaa kehitysyhteistyötä Suomen politiikassa aiempaa enempää (Haavisto & Kiljunen 2011, 40, 45). Kaksi kolmasosaa pitäisi kehitysyhteistyömäärärahat ennallaan ja alle viidennes lisääisi niitä. Kehitysyhteistyövaroja tulisi suunnata selkeästi eniten koulutukseen, vaikkakin suomalaisia ei niinkään kiinnosta mihin rahoja käy-

tään vaan se, mitä niillä saadaan aikaan. (Rahkonen 2012, 13–14, 24, 31–34.) Suhtautumista selittää osittain huoli oman maan tilanteesta, sillä jopa 70 prosenttia suomalaisista kokee köyhyyden vakavana ongelmana kotimaassa (Siltaniemi ym. 2011, 179).

3.3 Vapaaehtoisen motiivit

Erityisesti kehitysyhteistyön pariin vapaaehtoisia tuo aikaisempi kiinnostus, matka kehitysmaahan, seminaari tai tapahtuma, ystävän tai sukulaisten kannustus, uusi tuttava kehitysmaasta ja televisio-ohjelmat (Lager ym. 2009, 17, 28). Leskinen on tiivistänyt viisi yleisintä perussyitä osallistua kehitysyhteistyöhön: kultaisen säännön toteuttaminen, ilo ja oppiminen, uusien ystävien saaminen, vieraisiin kulttuureihin tutustuminen sekä säälin ja syyllisyyden tunteminen (Leskinen 2008, 16, 21–22). Samansuuntaisia tuloksia sai Kontinen tutkimuksissaan Morongoron vapaaehtoisista (Kontinen 2008b, 40).

Yksi yleisimmistä mielipiteenjakaajista tutkijoiden parissa tuntuu olevan vapaaehtoistoiminnan näkeminen joko muita kuin itseään hyödyttävänä tai puhtaasti itsekkäänä toimintana. Toisaalta Pessin timanttimalissa on muitakin vastaavia vastinpareja kuin antaminen ja saaminen (ks. luku 3.1). Motivaatiot painottuvat hänen mukaansa haluun auttaa sekä sisällön saamiseen vapaa-ajalle toiminnan ja jatkuvuuden kautta. (Yeung 2002, 32–33). Kehitysyhteistyössä tärkeimmiksi motivaatioiksi nousevat lisäksi halu muuttaa maailmaa sekä samanhenkisten seura. Konkreettinen tekeminen ja vaikutusmahdollisuudet järjestön tai paikallisryhmän toimintaan innostavat myös osallistumaan. (Lager ym. 2009, 17, 28.)

3.3.1 Arvot ja identiteetti

Aina motivaatioiden nimeäminen ei ole helppoa. Esimerkiksi Globbari-verkoston jäsenille kansalaisvaikuttaminen oli hankalasti määriteltävä sekoitus velvollisuutta ja eettisesti oikeaa toimintaa, johon oli kasvettu jo lapsesta lähtien (Kaikumio 2007, 5). Perheellä ja kasvatuksella luodaankin hyvät pohjat vapaaehtoistoiminnalle. Vanhemmat näyttävät usein mallia ja lapsuudessa muotoutuu iso osa arvoista, kuten toisten kunnioittaminen tai uskonnollisuus. Vanhempien ohella muut roolimallit voivat vaikuttaa motivaatioihin. (Fields 2005, 22.)

Kehitysyhteistyössä korostuvat erityisesti moraalit ja solidaariset arvot, kuten tasa-arvo, heikommassa asemassa olevien auttaminen, globaali oikeudenmukaisuus ja joissain tapauksissa myös kristillinen maailmankatsomus (Leskinen 2008, 16, 21–22). Myös Kepan kyselyssä lähes kaikilla vastaajilla nousivat edellä mainitut arvot kannustimiksi vapaaehtoistoiminnalle (Lager ym. 2009, 26–27). Auttamisessa, josta vapaaehtoistyössäkin on hyvin hyvin pitkälle kyse, korostuu erityisesti altruistisuus. Termillä tarkoitetaan epäitsekkästä, pyyteetöntä ja uhrautuvaa toimintaa, jolla hyödytetään ensisijaisesti jotakin muuta tahoja kuin itseään (MOT Kielikone n.d.).

Elämänkatsomus vaikuttaa merkittävästi perusarvoihin, sen takia hengelliset arvot heijastuvat vapaaehtoistoimintaan. Leskinen nostaa jopa yleisimmäksi syyksi osallistua kehitys yhteistyöjärjestön toimintaan kultaisen säännön. Muita kristinuskoon pohjautuvia arvoja ovat lähimmäisenrakkaus ja moraalinen valinta oikean ja väärän välillä. (Leskinen 2008, 15–16, 23.) Vapaaehtoistoimintaa voidaan käyttää keinona yhdistää aineellinen ja hengellinen apu toimien niin sanotusti Jumalan työkaluna. (Yeung 2005b, 109–117, 124–125). Kirkon vapaaehtoisilla poikkeuksellisesti tärkeitä motivoivia tekijöitä ovat myös hiljentyminen ja oman elämän tarkoituksen pohtiminen (Yeung & Grönlund 2005, 186). Kepan selvityksessä neljäsosa katsoi uskonnollisuuden olleen syy vapaaehtoisuudelleen ja osaa uskoon liittymätön maailmankatsomus saattoi yhtä lailla motivoida toimintaan mukaan (Lager ym. 2009, 26–27). Monet järjestöt, kuten Plan Suomi, ovatkin uskonnollisesti sitoutumattomia mutta se ei tarkoita sitä, ettei järjestöjen vapaaehtoisilla olisi silti uskonnollisuuteen perustuvia motiiveja.

Identiteettiin liittyä itsensä toteuttaminen vapaaehtoistyön kautta (Kontinen 2008b, 41). Vapaaehtoistyö voi tuntua yksinkertaisesti kuuluvan elämään ja omaan identiteettiin, ollen luonnollinen osa arkipäivää (Nylund & Yeung 2005, 15). Tällöin toteutetaan ja kanavoidaan tiettyjä luonteenpiirteitä, kuten empaattisuutta ja altruistisia piirteitä, tai vapaaehtoistoiminta on elämäntapavalinta. Joskus vapaaehtoisuudella tavoitellaan omaa henkistä kasvua, muun muassa itsevarmuutta, omien elämäkokemustensa läpikäymistä ja traumaattisten tai muuten mullistavien kokemusten prosessointia. Omia kokemuksia halutaan myös jakaa muille, näyttää malliesimerkkiä, olla tukena vastaavassa tilanteessa oleville tai kannustaa muita mukaan vapaaehtoistoimintaan. Aihepiirin tuttuus tai aiemmat positiiviset kokemukset saattavat houkuttaa tai ainakin madaltaa kynnystä tulla toimintaan mukaan. (Yeung 2005b, 109–117, 124–125.)

3.3.2 Halu ja velvollisuus vaikuttaa

Pelkät arvot eivät synnytä tekoja (Puohiniemi 2002, 165–166), vaikka usein motivaatioista puhuttaessa ne nousevat esiin. Varsinkin kehitys yhteistyössä ihmisperustaiset arvot, sosiaaliset siteet muihin ihmisiin Suomessa ja ulkomailla, maailman kokeminen epäoikeudenmukaiseksi ja matkustellessa tehdyt havainnot laukaisevat halun vaikuttaa vallitsevaan tilanteeseen. Kaksi kolmesta Kepan kyselyyn vastanneista kertoivat vaikutusmahdollisuuksien olevan tärkeä syy vapaaehtoistoiminnalleen. Valtaosa vastaajista ei esimerkiksi uskonut maailman eriarvoistumisen loppuvan vuoteen 2014 mennessä. Tapahtumiin osallistuminen ovat selkeästi suosituin tapa vaikuttaa, kampanjoihin osallistui yli puolet ja neljäsosa osallistui suoraan päättäjiin kohdistuvaan vaikuttamistyöhön. (Lager ym. 2009, 24–27, 31.) Näistä varsinkin kampanjoinnin uskotaan kasvattavan suosioitaan tulevaisuudessa (Harju 2010, 120).

Oman panoksensa antaminen voi tuntua velvollisuudelta joko globaalien oikeudenmukaisuuden (Lager ym. 2009, 26–27), säälin tai syyllisyyden tunteiden kautta (Leskinen 2008, 16). Tietoisuus siitä, että monilla ei ole yhtä paljon hyvinvointia ja mahdollisuuksia kuin itsellä on, aiheuttaa syyllisyyden ja säälin tunteita, joita lievitetään ja puhdistetaan omatuntoa

vapaaehtoistoiminnan avulla (Kontinen 2008b, 41). Kepan kyselyssä neljäsosa vastanneista mainitsi syyllisyydentunnon yhdeksi motivaationlähteistään (Lager ym. 2009, 26–27). Yeungin tutkimustuloksissa yhtenä motivaatioista mainitaan kansalaisvelvollisuus (Yeung 2002, 33), mutta ei velvollisuutta heikompiosaisia kohtaan. Syynä tähän voi olla se, että vastaajat eivät ole mieltäneet velvollisuutta motivaation lähteeksi tai että tunte on ominainen nimenomaan kehitysyhteistyössä parissa toimiville.

3.3.3 Altruismi

Huolimatta siitä, että halu auttaa ja tehdä hyvää ovat vahvimpia motivaatioita lähes kaikissa vapaaehtoistyön tutkimuksissa, harva kuitenkaan pitää toimintaa puhtaasti altruistisena. Antamiseen kun liittyy ajatus vahvasti vastavuoroisuudesta, toisin sanoen antaessa myös saa (Yeung 2005b, 109–117, 124–125). Enemmistö suomalaisista (91 %) kokeekin, että auttaminen tuottaa hänelle iloa. Tämän ohella auttamiseen heitä motivoi muun muassa myötätunto ja velvollisuus. (Pessi 2011, 196–197.)

Saaren mukaan auttamista voidaan tarkastella arvojen, resurssien ja institutionaalisten rakenteiden kautta. Arvot vaikuttavat siihen, näkeekö auttamisen tarpeeksi arvokkaana muihin asioihin verrattuna. Aika on yleisin resurssi, joka rajaa ihmisen kykyä auttaa ja institutionaaliset rakenteet tarjoavat mahdollisuudet kanavoida auttamista. Muun muassa hyvinvointi, sosiaalinen yhteenkuuluvuus, tasa-arvo, luottamus julkiseen valtaan ja järjestöjäsenyys korreloivat auttamishalun kanssa. (Saari 2011, 46, 60, 62–65.) Pessin mukaan taasen altruismiin vaikuttavat arvot, moraali, yksilön taustayhteisö, autettavan samankaltaisuus yksilön kanssa, asennoituminen muihin ihmisiin, mielentila (onnellisuus) sekä yksilön ominaispiirteet (itsetunto, vuorovaikutustaidot) (Pessi & Oravasaari 2011, 73).

Puhuttaessa auttamisesta kehitysyhteistyössä, mietitään monesti auttamisorientaatiota, eli tuleeko apu alhaalta ylöspäin vai ylhäältä alaspäin. Alhaalta ylöspäin suuntautuvassa auttamisessa toiminta, tarpeet ja toiveet avun laadusta tulevat kohteesta. Osallistujia ei jaeta auttaja-autettava-kategorioihin, vaan kaikki tehdään yhteistyössä vuorovaikutteisesti. Kehitysyhteistyössä on alettu pyrkiä tähän, sillä perinteinen ylhäältä alaspäin suuntautuvat apu on johtanut helposti auttaja-autettava-asennoitumiseen. (Mönkkönen 2005, 278, 299; Kontinen 2008b, 42, 46.) Samalla auttaja ja autettava jäävät toisistaan hyvin kaukaisiksi ja erillisiksi, toiseen ei samaistuta ja avun tarpeesta ja laadusta ei välttämättä kysytä avunsaajalta. Ylhäältä alaspäin tulevaan apuun liitetään myös aiemmin mainittu oman tunnon lievittäminen. (Nylund 2008, 32–33.)

Auttamiskohteen etäisyydellä on merkitystä, sillä yleensä lähipiiriä autetaan mielellään, mutta ulkomaalaisiin suhtaudutaan myönteisesti niin kauan, kun he pysyvät omassa kotimaassaan (Puohiniemi 2002, 128). Leskinen kuvaakin kehitysyhteistyötä haasteelliseksi avun muodoksi, koska siinä ihmistä vaaditaan ymmärtämään etäällä olevat avun tarpeet ja tuntemaan sympatiaa kaukana olevia kohtaan (Leskinen 2011, 94). Lisähaastetta tuo se, että auttamiseen myönteisesti suhtautuvien joukossa näkemys

parhaista toimintakeinoista vaihtelee ja järjestöjen pitäisi yrittää keksiä kaikille sopiva vaikuttamismuoto (Lager ym. 2009, 17).

3.3.4 Yhteisöllisyys

Olellainen osa vapaaehtoisen motivaatioissa on uusien ihmisten tapaaminen (Lager ym. 2009, 26–27) ja verkostojen laajentaminen (Kontinen 2008b, 40). Pääsääntöisesti kehitysyhteistyössä näyttäisi painottuvan uusien asioiden ja ihmisten hakeminen, muussa vapaaehtoistyössä ennemminkin yhteisöllisyyden ja sosiaalisten suhteiden kaipuu. Kehitysyhteistyössä tosin toinen osapuoli on usein tuhansien kilometrien päässä ja vapaaehtoisverkostot voivat olla löyhempiä verrattuna muihin vapaaehtoismuotoihin. Sosiaali- ja terveystyöjärjestöissä vapaaehtoisuus sen sijaan voi tarkoittaa naapurin mummon avustamista tai ryhmätyöskentelyä saman kaupungin asukkaiden kanssa. Pitkäjänteisessä sitoutumisessa yhteisöllisyyden merkitys myös kasvaa, sillä toiminnassa mukana olevien välille ehtii muodostumaan vahva ryhmähenki ja toiminnasta tulee siten entistä palkitsevampaa. Hyväksi kokemaansa yhteisöllisyyttä halutaan myös levittää ja edistää siten sosiaalista vuorovaikutusta (Nylund & Yeung 2005, 15).

Auttamisen sanotaan lähtevän välittämisestä ja että itsestään huolehtiva voi välittää myös muista ihmisistä. Tällä perustellaan sitä, kuinka talouselämyksen tai kriisin aikana kiinnostus esimerkiksi kehitysapuun yleensä vähenee. Poikkeuksia säännöstä ovat ”riittävän” järjestyttävät kansakuntia yhdistävät kriisit, kuten vuoden 2004 tsunami ja sodat. (Harju 2005, 68–70, 74.) Talouselämyksen jälkeisellä nousukaudella oletetaan vastaavasti auttamishalun yleistyvän jälleen oman elämäntilanteen parantuessa mutta tämä ei pitänyt paikkaansa ainakaan 90-luvun laman jälkimainingeissa (Puohiniemi 2002, 106).

3.3.5 Oppiminen ja uudet kokemukset

Uusien ihmisten ja kokemusten kautta opitaan uutta, erityisesti kehitysyhteistyössä, mutta myös vapaaehtoistoiminnassa yleensäkin. Suomalaisista vapaaehtoisista vajaa kolmasosa haluaisi oppia jotain uutta (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011, 28). Tarkempia kiinnostuksen kohteita kehitysyhteistyössä ovat itse aihepiirin ohella ajankohtaiset asiat, vaikuttamistyö ja eri vaikuttamiskeinot (Kaikuma 2007, 5). Kontisen (2008b) mukaan oppimisella haetaan oman maailmankuvan laajenemista, seikkailuja, kansainvälistymistä ja mahdollisuutta kehittää omia taitojaan eteenpäin. Motiivina voi myös olla vapaaehtoistyön tekeminen osana opiskelua. Useammassa eri tutkimuksessa noin kolmasosa, erityisesti nuorista jotka suunnittelevat kansainvälistä työuraa, hakevat kehitysyhteistyöstä arvokasta työkokemusta ja ponnahduslautaa omalle uralleen. (Kontinen 2008b, 40–41; Lager ym. 2009, 26–27.)

Marion Fields jakaa oppimisen kansalaisjärjestöissä neljään eri tyyppiin:

- Formaali: Yhteistyö oppilaitosten kanssa, vaikuttaminen viranomaisiin ja oppimateriaaleihin
- Non-formaali: Järjestön koulutus, yhteistyö oppilaitosten kanssa järjestön eduksi
- Informaali: Tekemällä oppiminen, osallistuminen tapahtumiin ja kokouksiin, voi olla tiedostamatonta ja tiedostettua
- Satunnaisoppiminen: Suunnittelematonta ja valtaosin tiedostamatonta, muun muassa järjestön arvomaailman oppiminen (Fields 2005, 18.)

Formaalilla oppimisella luodaan yleensä perusta oppimiselle ja mitä vahvempi se on, sitä tehokkaampaa muut oppimisen muodot, erityisesti in- ja nonformaali, jota valtaosa oppimisesta kansalaisjärjestöissä on. (Niemelä 2007, 67.) Informaalin oppimisen merkityksen odotetaan kasvavan tulevaisuudessa. Aikuisiällä oppiminen vaikuttaa positiivisesti henkiseen hyvinvointiin, itsetunnon kehittymiseen, jaksamiseen, luovuuteen, itseluottamukseen ja yleissivistykseen. Lisäksi kulttuuriosaaminen ja kansainvälisyys, yhteisöllisyys ja elämänpiiri voivat laajentua. (Harju 2010, 71–72.)

Mitä vapaaehtoistyössä sitten oppii? Eniten tiedot ja vuorovaikutustaidot karttuivat kohtaamisissa ihmisten kanssa. Näiden ohella organisointitaidot, tapahtumien järjestämiseen tai ongelmien ratkaisuun liittyvät taidot parantuivat. Edellä mainittuja taitoja koettiin saavan nimenomaan kolmannelta sektorilta, ei työelämästä tai opiskelujen kautta. (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011, 27.) Oppimisen myötä voidaan samalla parhaimmillaan sitouttaa vapaaehtoinen järjestön toimintaan tiukemmin (Fields 2005, 23). Koko yhteiskunnan näkökulmasta katsottuna oppiminen lisää sosiaalista pääomaa, opettaa paremmin tulemaan muiden ihmisten kanssa toimeen ja ottamaan muiden tarpeet huomioon. Kulttuurin puolesta oppiminen lisää yhteisöllistä tiedon tuottamista ja tiedon välittymistä seuraaville sukupolville. (Rantala 2007, 84–85.)

3.3.6 Terveysvaikutukset

Lyhyesti sanottuna vapaaehtoistoiminnalla voidaan tavoitella omaa hyvinvointia, niin fyysistä, psyykkistä kuin sosiaalistakin. Toiminnan merkitystä elämänlaatuun on ollut hankala mitata pitkäaikaisten tutkimustulosten puuttuessa. Aktiivisuus vapaa-ajalla ja osallistuminen kulttuurieroihin lisää kuitenkin selkeästi elinvuosia ja on lähes verrattavissa tupakoimattomuuteen (Hyypä 2011). Hiljattain valmistuneessa kanadalaisessa tutkimuksessa on pystytty todistamaan vapaaehtoisuuden suorat vaikutukset terveyteen. Lukioikäisten sydänterveys parani, kun he osallistuivat tunnin verran viikossa vapaaehtoistyöhön. (Effect of Volunteering on Risk Factors for Cardiovascular Disease in Adolescents 2013.) Huomattavaa tässä on se, että tutkittavat ovat nuoria ja tutkimus on suhteellisen lyhyellä aikajänteellä toteutettu, mutta tulokset ovat silti merkittävät.

Vapaaehtoistoiminnassa mukana olevat yleensä kokevat henkilökohtaisen hyvinvointinsa paranevan, muun muassa lisääntyneen energisyyden, positiivisten kokemusten, tuen, lohdutuksen ja fyysisen liikkeen kautta. Vapaaehtoistoiminta tuo myös ryhtiä ajankäyttöön tai hyvinvointia voidaan ylläpitää sen avulla. Toiminta pitää vireänä, tarjoaa joko jatkeen tai vastapainoa palkkatyölle, arjelle ja hektiselle elämälle. Toimintamuodot voivat lisäksi olla palkitsevia tai henkilö voi saada emotionaalisia palkintoja onnistumisista, kiitollisuudesta tai tarpeellisuuden tunteesta. Mahdollisuus omien taitojen hyödyntämisestä tuo palkitsevuutta myös. (Yeung 2005b, 109–117, 124–125; Kontinen 2008b, 41.) Kaiken kaikkiaan aktiiviset järjestötoiminnassa mukana olevat arvioivat hyvinvointinsa useimmiten kaikin puolin hyväksi (Siltaniemi ym. 2011, 135–140).

Tosin eläkeiässä saattaa suuri työmäärä uuvuttaa liikaa ja siten jopa haitata terveyttä. Tätä on hankala todentaa, sillä vapaaehtoistyöhön todennäköisesti hakeutuvat jo ennestään perusvoimiltaan hyväkuntoiset, jolloin tilastojen valossa vapaaehtoiset voivat keskimääräistä paremmin. Joka tapauksessa vapaaehtoisena toimivat eläkeläiset pysyvät selkeästi virkeänä pitkempään, he kärsivät harvemmin masennuksesta ja kuolleisuus on pienempi. Tyytyväisyys, onnellisuus ja itsetunto ovat sen sijaan korkeammalla. (Haarni 2010, 34–35, 122, 127.)

3.3.7 Vapaaehtoisorganisaatio

Järjestöjen vetovoimaisuus on tärkeässä roolissa vapaaehtoisten motiivoinnissa ja toimintaan mukaan innostamisessa (Leskinen 2008, 16, 21–22). Itselleen sopiva organisaatio innostaa myös vapaaehtoisuuteen ja kannustaa jatkamaan. Mitä merkittävämmäksi ihminen kokee järjestön itselleen, sitä merkittävämmäksi hän kokee myös samassa järjestössä toimivat ja samanhenkiset ihmiset hakeutuen heidän seuraansa ja sitä kautta järjestön toimintaan. (Porkka 2009, 76.)

Järjestöissä eniten motivaatiota kasvattavat järjestön joustavuus, epäbyrokrattisuus ja sopivan etäinen yhteistoiminta. Sopivalla etäisyydellä tarkoitettiin esimerkiksi kommunikointia internetin välityksellä, mikä helpottaa ja nopeuttaa kanssakäymistä verrattuna kasvotusten tapaamiseen. Muita järjestöjen positiivisia puolia ovat toiminnallisuus ja hyvä organisointitapa. Järjestöjen ”oikeanlainen” järjestäytymistapa tosin vaihtelee ihmistyyppien mukaan, toiset arvostavat enemmän säännöllisyyttä, toiset vaihtelua. (Yeung 2005b, 109–117, 124–125.) Kehitysyhteistyöjärjestöiltä suomalaiset toivoivat yhteyksiä kehitysmaihin, luotettavuutta, ihmisoikeuksien kunnioittamista, yhteistyötä eri tahojen kanssa ja kotimaan toimintaa (Leskinen 2008, 20).

3.4 Osallistumisaktiivisuus vaihtelee iän mukaan

Suomalaiset ovat melko yhtenäistä kansaa arvojen ja asenteiden perusteella (Puohiniemi 2002, 70–71). Pieniä eroavaisuuksia ja erityispiirteitä kuitenkin löytyy iän, sukupuolen ja maantieteellisen sijainnin perusteella.

Esimerkiksi Toisen maailmansodan aikaan vapaaehtoistoiminta käytännössä lakkasi täysin, mutta sen jälkeen alkoi hurja jälleenrakentamisen ja talkoiden aalto, minkä takia eri ikäluokilla voi olla täysin eri käsitys vapaaehtoisuudesta (Raninen ym. 2008, 14–15).

Yli 50-vuotiaiden osuus suomalaisten keskuudessa kasvaa jatkuvasti ja tämä muutos on huomattu myös järjestökentällä (Peltosalmi ym. 2012, 46). Vapaaehtoistoiminnassa kansan ikääntyminen tarkoittaa toki jäsenkunnan keskimääräistä vanhenemista mutta samalla myös potentiaalisia uusia aktiiveja (Porkka 2009, 105–106). Tätä työvuosien jälkeistä aktiivista elämänvaihetta kutsutaan termillä kolmas ikä ja se voi olla jopa pidempi ajanjakso kuin nuoruus tai varsinainen vanhuus. Käsite on samalla vastalause suurten ikäluokkien luokittelemisesta pelkiksi passiivisiksi huollettaviksi. (Haarni 2010, 8-9.) Yhteiskunnallisen osallistumisasteen on havaittu myös vähenevän 65 ikävuoden jälkeen (Siltaniemi ym. 2011, 119), minkä vuoksi kovin suuria odotuksia eläkeikäisten vapaaehtoisinnolle ei kannata asettaa.

Kuten muillakin ikäluokilla, myös eläkeikäisillä motiivit vapaaehtoisuuteen vaihtelevat runsaasti. Haarni (2010) mainitsee hyvän tekemisen ja ilon saamisen yleisimpinä kannustimina. Pessin mukaan he hakevat vapaaehtoistoiminnasta jatkuvuutta, uusia kokemuksia ja toisaalta eläkepäivien alkaessa heillä onkin yhtäkkiä paljon aikaa ja töissä käyvään verrattuna paljon joustavammat aikataulut. Nuorista poiketen, vanhemmat ikäpolvet lähtevät vapaaehtoistoimintaan tavatakseen uusia ihmisiä eikä niinkään vanhoja tuttuja. Heitä myös motivoi muita ikäryhmiä useammin uskonnollinen tai poliittinen vakaumus. (Yeung 2002, 34.) Työuran jälkeen hakeudutaan vapaaehtoiseksi aikaisempien myönteisten kokemusten kannustamana, etsitään korviketta palkkatyölle tai muutosta elämään. Muutoksella joko toteutetaan omia haaveita, rytmitetään arkea tai elämäntilanne pakottaa uuden suunnan etsimiseen, esimerkiksi puolison menehdyttyä. (Haarni 2010, 53–62, 151.)

Ikäihmiset menevät mieluiten mukaan jo olemassa oleviin hankkeisiin ja järjestöihin tai oman kunnan vapaaehtoistoimintaan. Jo valmiiksi järjestäytyneessä toiminnassa suuret ikäluokat ovat usein mentoreina antaen omaa elämäkokemustaan järjestön käyttöön. Toisaalta uudenlaiseenkin toimintaan on kiinnostusta, mikäli aloitteen tekijänä ovat muut ikätoverit. (Nylund & Yeung 2005, 20.) Nuorempien ikäpolvien osalta koetaan välillä jopa suoranaista ikäsyrrintää (Haarni 2010, 162).

15–24-vuotiaita nuoria motivoi vapaaehtoistyöhön mahdollisuus oppia uusia asioita ja vanhojen ystävien tapaaminen. He eivät yhdistä vanhempien ikäpolvien tapaan vapaaehtoistoimintaa johonkin tiettyyn organisaatioon. (Yeung 2002, 20, 34.) Sen sijaan he suorastaan kaihtavat jäsenyyttä tai koulutusta edellyttävää osallistumista (Lager ym. 2009, 17). Silti kansalaisjärjestöt ovat tärkeä osallisuuden ja vaikuttamisen kanava, mitä julkinen sektori ei pysty tarpeeksi luotettavasti tarjoamaan. Suosituimpia muotoja ovat muun muassa nuoris- ja lapsityö sekä urheilu. Vähiten kiinnostavat asukastoiminta ja uskonnollinen vapaaehtoistoiminta. (Yeung & Grönlund 2005, 171.)

Nuoret arvostavat toiminnan tehokkuutta, tuloksellisuutta ja nuorten itse suunnittelemaa ja toteuttamaa toimintaa (Yeung & Grönlund 2005, 170). Luovuus, suuri kunnianhimo, avoimuus nopeille muutoksille ja nopea päätöksenteko ovat myös tyypillistä nuorille (Vaaranen 2005, 114). Vapaaehtoistoimintaan osallistuminen jakaantuu hyvin voimakkaasti todella aktiivisiin ja niihin, jotka eivät tee lainkaan vapaaehtoistyötä (Yeung 2002, 25–26). Periaatteessa nuorilla olisi hyvät mahdollisuudet osallistumiseen, eli kyse on ennemminkin toiminnan kiinnostavuudesta. Nuoria on jopa syytetty itsekkyydestä. Pessi kuitenkin korostaa, että halu yksilöllisyyteen vapaaehtoistoiminnassakin ei tarkoita itsekkyyttä, vaan se on vain yksi keino nuorille rakentaa identiteettiä. (Pessi & Oravasaari 2010, 103–105, 172.)

Eri sukupuolien väliset erot vapaaehtoistoiminnassa ovat hyvin pienet ja tasoittuvat iän myötä. Sekä motivaatio- että arvotutkimukset osoittavat, että naisilla painottuu miehiä enemmän hyväntahtoisuus ja toisten auttaminen. (Puohiniemi 2002, 70–73.) Pessin tutkimuksissa naisia motivoi lisäksi uusien asioiden oppiminen sekä uusien ihmisten tapaaminen. He myös tekevät vapaaehtoistyötunteja enemmän verrattuna miehiin erityisesti sosiaali- ja terveystalalla sekä kasvatuksen parissa. Miesten joukossa toiminnallisuus on sen sijaan tärkeää ja se kanavoituu usein urheiluun, asuinalue-toimintaan, maanpuolustukseen ja pelastuspalveluun. Toimintaan mukaan miehiä kannustaa tutun suositus, mielekäs vapaa-ajan tekeminen sekä kansalaisvelvollisuuden tunne. (Yeung 2002, 20, 26, 34, 50.) Yhden teorian mukaan naisten vapaaehtoisuuskokemus selittyy heidän heikommalla asemalla yhteiskunnassa. Etnisten vähemmistöjen tapaan hekin tekevät keskimääräistä enemmän vapaaehtoistyötä, koska toiminnalla on mahdollista lisätä omia vaikutusmahdollisuuksiaan. (Nylund & Yeung 2005, 19–20.)

Maantieteelliset erot ovat yhtä vähäisiä kuin sukupuolienkin väliset eroavaisuudet. Karkeasti sanottuna Etelä-Suomessa ja suurimmissa kaupungeissa vapaaehtoistyö kanavoitui tietyn organisaation kautta hyvän tekemiseen. Maaseudulla ja itäosissa maata puolestaan korostui palkaton lähipiirin auttaminen ja pohjoisessa talkoohenki. Mielenkiintoinen ero urbaanissa ja maaseutuympäristössä on myös se, että haja-asutusalueilla vapaaehtoistoiminta tuntuu olevan enemmän osa kaikkien arkipäivää, kun kaupungeissa se on pienen aktiivisen osan toimintaa. (Yeung 2002, 20–21, 26.) Tuloksiin vaikuttavat todennäköisesti alueen toimintamahdollisuudet, sillä kaupungeissa on erilaiset valmiudet osallistua järjestötoimintaan kuin haja-asutusalueilla.

3.5 Motivoinnin haasteet

Yleisimpiä syitä, miksi ei lähdetä vapaaehtoistoimintaan, ovat kiire, ”ei kuulu minulle tai minun elämäni” -asenne sekä huonot mielikuvat vapaaehtoistyöstä. Uskotaan, että järjestelmä huijaa ihmistä, jolloin rahat tai apu eivät mene perille, tai että vapaaehtoisia käytetään hyväksi. (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011, 10.) Tämä vaatii järjestöiltä lisäpanostusta markkinointiin, joustavuutta, nopeaa kehityskykyä ja monipuolista tarjontaa. (Harju 2010, 34–35; Iivonen 2005, 88–89.) Aaro Harju kiteytti-

kin asian hyvin sanomalla, että: ”*ihmisten vapaaehtoisanos tulee ansaita joka päivä uudelleen*” (Harju 2010, 164).

Mönkkönen tiivistä haasteet kahteen kohtaan; motivointiin sekä sopiviin menetelmiin ja toimintaan. Motivointi vaatii aina paljon työtä, olipa sitten tekijänä ammattilainen tai ei. Oikeanlaiset menetelmät ja toiminta voidaan vielä jakaa haasteelliseen toimintaan ja sosiaaliseen haasteellisuuteen. Toiminnan haasteellisuudessa on kyse siitä, mikä on ihmisen haaste toiminnassa ja mikä on se asia, joka saa henkilön siirtämään muita asioita syrjään vapaaehtoistoiminnan vuoksi. Sosiaalisesti haastavaa on toiminnan suhde ihmisen sosiaaliseen ympäristöön. Jokaisella ihmisellä on omat tavoitteensa, mutta kuinka nämä yksilölliset päämäärät saadaan osaksi suurempaa yhteistä päämäärää, on vapaaehtoistoiminnan haaste. (Mönkkönen 2005, 279.) Seuraavaksi esitellään lyhyesti muita tulevaisuuden kynnyskysymyksiä vapaaehtoistoiminnassa.

Yhteisöllisyys muuttuu. Yleisesti ottaen yhteisöllisyys vähenee ja individualisoituminen ja juurettomuus lisääntyvät (Pessi & Oravasaari 2010, 123–128). Vilkkaan muuttoliikkeen ansiosta perheeseen ja asuinpaikkaan perustuva yhteisöllisyys heikkenee, kun taas työhön, harrastuksiin, ajatusmaailmaan tai mieltymyksiin perustuva yhteisöllisyys pysyy ennallaan tai vahvistuu. Jatkossa on tyyppillistä yksilöllinen, löyhä ja moniulotteinen yhteisöllisyys. Oletetaan, että ilmaisen työn tekeminen vähenee ja työpanos korvataan yhä useammin rahallisesti, muun muassa kuukausilahjoittamisella, tuotteiden ostamisella ja kummitoiminnalla. Samalla häviävät myös yhteiset kokemukset. Aikapanos jakaantuu pienemmiksi paloiksi useamman eri järjestön kesken, mistä syntyy järjestöjen kilpailu vapaaehtoisten ajasta. (Harju 2005, 72–75.) Ojaseen mukaan yksilöllistyminen saattaa jopa lisätä intoa kehitysyhteistyötä kohtaan Pohjoismaissa, kun toisena vaihtoehtona on traditionaalinen, vierasta kummeksuva yhteisöllisyys (Leskinen 2011, 98).

Virtuaalivapaaehtoisuus ja sen kautta myös kansainvälisyys lisääntyy. Lähes kaikki asiantuntijat uskovat virtuaalivapaaehtoisuuden (Nylund & Yeung, 2005, 27–30) ja -yhteisöllisyyden yleistyvän (Harju 2010, 78). Järjestöistä 43,2 prosenttia pitivät netti- ja virtuaalivapaaehtoisuutta yhtenä tulevaisuuden trendeistä, erityisesti nuorten kohdalla (Pessi & Oravasaari 2010, 123–128). Harju (2010) on eri mieltä siitä, lisääkö virtuaalisuus yleisesti aktiivisuutta vai osallistaako se vain jo ennestään aktiivisia, jolloin ihmiset jakautuvat eräänlaisen digitaalisen kuilun eri puolille. Aktiivisuuden kasaantumisen pelätään tapahtuvan erityisesti hyvin koulutettuihin ihmisiin (Suomalaisten politiikkatietämys 2008, 116–117). Todennäköisesti virtuaalisuus tarjoaa yhden uuden osallistumismuodon jo ennestään aktiivisille, eikä lisää merkittävästi muiden aktiivisuutta. (Harju 2010, 148–150.) Virtuaalisuus mahdollistaa myös ylikansallisen vapaaehtoisuuden kasvamisen (Nylund & Yeung, 2005, 27–30), samalla kun maahanmuutto lisääntyy tehden vapaaehtoistoiminnasta entistä kansainvälisempää (Pessi & Oravasaari 2010, 121–123).

Lyhytaikainen ja projektimainen vapaaehtoistyö lisää suosiotaan. Osallistumismuodoista kiinnostavimpia olivat kertaluonteiset ja niiden jäl-

keen lyhytkestoiset projektimaiset toimintatavat. Vain joka kolmas vapaaehtoistoiminnasta kiinnostuneista olisi valmis pitkäaikaiseen, sitoutuneeseen toimintaan. (Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus 2011, 28.) Järjestöt joutuvat kilpailemaan vapaaehtoisten vapaa-ajasta (Pessi & Orava-saari 2010, 123–128.) Todellisuudessa aikaa löytyy mutta vain toiminnoille, joita pitää ajankäytön arvoisena. Osallistuminen jakautuu useammalle eri järjestölle ja siksi vapaaehtoisuus tuntuu järjestöjen näkökulmasta vähenevän. Ellei järjestö pysty tarjoamaan tarpeeksi mielekästä tekemistä, ihmiset tekevät jotain omasta mielestään hyödyllisempää. (Harju 2010, 35–36, 157–158.)

Talouselämä tehostuu. Intensiivisyys on uusi ilmiö niin työssä, vapaaajalla kuin julkisessa rahoituksessakin (Iivonen 2005, 9-13). Fieldsin (2005) mukaan entistä useammin jaettu raha kohdennetaan tiettyihin hankkeisiin ja projekteihin. Samalla tämä tarkoittaa, että rahoittaja seuraa entistä tarkemmin, mitä rahoilla saadaan aikaan. Samalla vaatimustaso rahan saamiselle ylipäätään kasvaa (Leskinen 2011, 103). Rahoittaja saattaa jopa muokata järjestön asenteita, kun enää ei ole mahdollista kritisoida vaikkapa julkista valtaa tukien menettämisen pelossa. Kansalaisyhteiskunnan rooli julkisen vallan rinnalla saattaakin muuttua. (Fields 2005, 23–24.) Täysin uutena vapaaehtoistyön muotona ovat erilaiset yritysten vapaaehtoisprojektit (Nylund & Yeung, 2005, 27–30).

Asenteet muuttuvat. Ympäristö ja ilmastonmuutos, kulttuurin moniarvoisuus ja monikulttuurisuus, kansalaistoiminnan korostuminen vaikutuskanavana ja kritiikin ilmaisijana (Harju 2010, 16–17, 22–43, 122) sekä monet muut yhteiskunnan muutokset muokkaavat ihmisten asenteita ja elämäntyyliä. Muutosvauhti tuntuu vain kiihtyvän. Tietoa on yhä enemmän saatavissa, Suomi kaupungistuu, kulutustottumukset vaihtuvat, tehokkuus- ja kilpailuajattelu voimistuu. (Iivonen 2005, 9–13, 88–89.) Kaiken kaikkiaan elämän kuormittavuus kasvaa (Pessi & Orava-saari 2010, 123–128) mutta järjestöt voivat lievittää osaltaan tätä (Harju 2010, 38).

4 PLAN SUOMI SÄÄTIÖ

Lapsien oikeuksien edistämiseen keskittyvä Plan Suomi Säätiö on osa kansainvälistä kehitysyhteistyöjärjestöä. Plan International perustettiin vuonna 1937 Espanjassa kummilapsijärjestöksi ja siitä organisaatio on levinnyt ympäri maailmaa toimintamuotojen monipuolistuessa samaa tahtia. Alkuvuodesta 2013 Plan toimi 69:ssä eri maassa ja 50:ssä näistä teki kehitysyhteistyötä. (Kansainvälinen Plan n.d.)

Suomeen järjestö rantautui vuonna 1998. Vuoden 2013 alkuun mennessä se työllisti kokopäiväisesti jo noin 50 henkeä ollen samalla Suomen suurin kummijärjestö ja yksi suurimmista kehitysyhteistyöjärjestöistä. Kummitoiminta on edelleen järjestön ytimessä myös Suomessa, mutta rinnalle ovat nousseet kotimaan toiminta, yritysyritys, viestintä ja vaikuttamistyö. Kotimaan työ sisältää vapaaehtoistoiminnan ja globaalikasvatuksen. (Plan Suomi Säätiö n.d.; Planin historia n.d.)

Plan Suomi saa rahoituksensa kummimaksujen ohella Ulkoasiainministeriöltä, Euroopan unionilta, yhteistyöyrityksiltä sekä yksityisinä lahjoituksina. Plan on myös Ulkoasiainministeriön kumppanuusjärjestö. (Plankansalaisen käsikirja n.d., 13.) Suomessa kummeja on noin 23 000 henkeä. (Plan Suomi Säätiö n.d.)

4.1 Vapaaehtoistoiminta Planissa

Plan Suomen kotimaan toiminta jakaantuu Plankansalaisiin ja Planglobaalikouluun. Plankansalaisuuteen sisältyvät perinteinen vapaaehtoistoiminta, Lastenhallitus ja Mitä?-verkosto. (Plankansalaisen käsikirja n.d., 14.) Kaikkia näitä osioita pyritetään toimistolle palkatun koordinaattorin ja vapaaehtoisten voimin. Seuraavat esittelyt pohjautuvat vapaaehtoisille annettavaan Plankansalaisen käsikirjaan sekä tekijän omiin kokemuksiin.

Plankansalaisella tarkoitetaan kaikkia järjestössä toimivia vapaaehtoisia (Plankansalaisen käsikirja n.d., 16). Termi koskettaa erittäin laajaa joukkoa ja hyvin eritasoisesti mukana olevia, kaikenikäisiä Suomessa ja ulkomailla asuvia henkilöitä. Perinteisessä mielessä Planin vapaaehtoinen voi osallistua kampanjoihin, tapahtumiin, toimia kääntäjänä, toimistoapulaisena tai verkkovaikuttajana, järjestää näyttelyitä tai esimerkiksi keräysepäilyksen Planin hyväksi (Plankansalaisen käsikirja n.d., 14). Lisäksi Planilla on erikseen vapaaehtoisten aluevastaavia, jotka koordinoivat vapaaehtoistoimintaa omalla paikkakunnallaan. Heitä oli keväällä 2013 yhteensä 20 henkilöä 15 eri paikkakunnalla. (Aluevastaavat n.d.)

Lastenhallitus on 20-jäseninen 12–18-vuotiaista nuorista koostuva elin, joka toimii suhteellisen itsenäisesti Planin sisällä. Mitä?-verkosto on osittain suunniteltu luonnolliseksi jatkumoksi Lastenhallituksesta ”eläkkeelle” jääville nuorille, joita ei välttämättä perinteinen vapaaehtoisuus innosta. Verkostoon voi liittyä 18–30-vuotiaat nuoret aikuiset ja Lastenhallituksen tapaan verkosto on hyvin itsenäinen osa varsinaisesta järjestöstä. (Plankansalaisen käsikirja n.d., 16–17.) Lastenhallitus ja verkosto eivät osallistuneet Oikeus oppia -kampanjaan, joten ne on rajattu työn ulkopuolelle.

Planglobaalikoulu tarjoaa opettajille oppimateriaaleja ja koulutuksia globaalikasvatukseen liittyen. Globaalikoulu myös kouluttaa Lasten oikeuksien lähettiläitä, jotka kiertelevät kouluilla pitämässä erilaisia tuntikokonaisuuksia lasten oikeuksien teemalla. (Plankansalaisen käsikirja n.d., 14–15.) Syyslukukauden 2012 lähettiläistuntien pääaiheeksi valittiin koulutus. Teeman tueksi oli laadittu myös opetusmateriaalit Oikeus oppia -kampanjan aiheella. Opetusmateriaalit sisälsivät taustatietoa koulutuksesta kehitysmaissa, ideoita kampanjaan osallistumiseen ja tuntisuunnitelmat eri luokka-asteille varhaiskasvatuksesta toiselle asteelle.

4.2 Oikeus oppia -kampanja

Vuonna 2012 kansainvälinen Plan täytti 75 vuotta ja juhluvuoden kärkiteemoiksi valittiin tyttöjen koulutus ja siirtyminen toiselle asteelle. Tätä varten Suomessa käynnistettiin toukokuussa 2012 Oikeus oppia -kampanja. Pitkän aikavälin tähtäimessä haluttiin vaikuttaa vuonna 2015 laadittavaan kehityspoliittiseen ohjelman sisältöön ja toteutukseen, jotta siinä huomioitaisiin koulutuksen merkitys aiempaa paremmin. Kampanjassa vedottiin, että Suomen kehitysyhteistyömäärärahoista koulutukseen suunnattava osuus tulisi nostaa 10 prosenttiin ja rahoja kohdentaa erityisesti tyttöjen koulutukseen. (Oikeus oppia -projektisuunnitelma 2012.) Toukokuussa 2013 vetoamus luovutettiin Helsingissä Suomen kehitysministerille. Kampanjassa oli neljä eri osallistumistapaa, jotka ovat esitelty seuraavaksi.

Vetoamuksen pystyi allekirjoittamaan niin paperilla kuin kampanjan verkkosivuillakin. Nimien keruu oli ensisijainen osallistumismuoto, jota markkinoitiin eniten. Muut osallistumismuodot olivat tarkoitettu tukemaan vetoamusta ja herättämään keskustelua koulutuksen merkityksestä.

Kympin ope -tarinoita kerättiin nostamaan esille suomalaisia opettajia. Ruohonjuuritasolla opettajat ovat suuressa roolissa tasa-arvoisen ja laadukkaan koulutuksen toteutumisessa, ja siksi ammattikunta haluttiin nostaa esille kampanjassa. Tarinat olivat muutaman lauseen mittaisia positiivisia muistoja hyvistä opettajista, jotka olivat jääneet mieleen ja vaikuttaneet kirjoittajan elämän kulkuun. Tarinoita kerättiin paperisille pohjille ja nettilomakkeella kampanjan nettisivuilla. Osa tarinoista julkaistiin myös internetissä.

Pilota pulpetti -valokuvissa pulpetti vietiin johonkin erikoiseen paikkaan, kuten ulos luontoon, julkisiin liikennevälineisiin tai vaikkapa talon katolle, ja kuvattiin ihmisiä istumassa siinä. Kuvat julkaistiin kampanjan verkkosivuilla ja kuvan oheen sai liittää lauseen mittaisen kannanoton siitä, miksi kehitysmaiden koulutukseen tuli panostaa enemmän. Kuvia sai ottaa yksitellen tai ryhmäkuvina.

Mikä minusta tulee isona -piirustukset olivat suunnattu osallistumismuodoksi noin alle 12-vuotiaille. Osallistujaa pyydettiin piirtämään unelma-ammattinsa ja pohtimaan, olisiko unelman toteutuminen mahdollista ilman koulunkäyntiä.

Näiden lisäksi kampanjaa varten laadittiin omat opetusmateriaalit sekä Oikeus oppia -valokuvanäyttely. Opetusmateriaalit sisälsivät taustatietoa kampanjasta ja koulutusteemasta, osallistumisideoita sekä valmiit tuntisuunnitelmat harjoituksineen eri luokka-asteille aina esiopetuksesta toiselle asteelle asti. Opetusmateriaaleja markkinoitiin kouluille suoraan sekä lähettiläsvierailun jälkeen jatkotyöstömahdollisuutena. Koulut pystyivät pääosallistumismuotojen ja opetusmateriaalien ohella osallistumaan kampanjaan järjestämällä pulpettitempauksen tai pitämällä kampanjaständiä. Suurin osa kampanjan käytännön työstä olikin erilaisiin tapahtumiin ja tempauksiin osallistumista vapaaehtoisvoimin. (Näin osallistut n.d.)

Oikeus oppia -kampanja päättyi maaliskuuhun 2013 ja jo kampanjan aikana aloitettiin suora vaikuttamistyö päättäjä- ja virkamieskeskustelujen muodossa. Muita kohderyhmiä kampanjalla oli kaikkien Planin sidosryhmien lisäksi koulut, Planista kiinnostuneet sekä muut yhteistyökumppanit. Tärkeimpiin sidosryhmiin kuuluivat vapaaehtoiset, kummit, koululähettäjä, yhteistyöyritykset ja -koulut sekä näyttelyiden kautta kirjastot.

Kampanjan haluttiin herättävän keskustelua koulutuksen merkityksestä kehitysyhteistyössä ja samalla lisätä kansalaisten tietoisuutta koulutuksen vaikutuksista kansainvälisellä tasolla. Tämän lisäksi haluttiin aktivoida Planin sidosryhmiä tarjoten heille mielekästä tekemistä ja mahdollisuuden olla mukana Planin vaikuttamistyössä. Samalla haluttiin houkutella uusia tahoja mukaan toimintaan. Kampanjan tavoitteina oli myös tukea koulujen globaalikasvatusta ja toisaalta vahvistaa Planin näkyvyyttä ja profiilia koulutus- ja tasa-arvokysymysten asiantuntijana. (Oikeus oppia -projektisuunnitelma 2012.) Tavoitteita mittaamaan asetettiin erilaisia indikaattoreita, jotka on tarkemmin eritelty luvussa 6.1.

5 ARVIOINNIN TOTEUTUS

Työ aloitettiin tammikuussa 2013 tutustumalla teoriaan ja suunnittelemalla sen pohjalta toteutusta. Helmikuussa otettiin ensimmäinen kontakti osaan haastateltavista Planin järjestämällä sidosryhmäpäivillä ja haettiin ensivaikeutelmia kampanjan onnistumisesta. Tämän pohjalta hiottiin haastattelukysymykset ja maaliskuun aikana suoritettiin haastattelut. Nauhoitettua aineistoa käsiteltiin sitä mukaa kun sitä kertyi, samalla täydentäen jatkuvasti teoriaosuutta. Huhtikuussa analysointi saatiin päätökseen ja viimeiset muokkaukset saatiin tehtyä toukokuun aikana.

5.1 Tutkimusmenetelmät ja rajaus

Arvioinnin päämenetelmäksi valittiin laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus, jota täydennettiin pieniltä osin määrällisillä eli kvantitatiivisilla menetelmillä. Koska kyseessä oli motivaatioihin ja sitä kautta hyvin subjektiivisiin asioihin keskittyvä työ, oli valinta menetelmien välillä helppo. Kvalitatiivisia ja kvantitatiivisia tutkimusmenetelmien käyttöä vuorotellen tai rinnakkain kutsutaan triangulaatioksi ja sillä voidaan muun muassa täydentää ja varmentaa tuloksia (Hirsjärvi & Hurme 2001, 19–32). Suurin osa tutkimusaineistosta kerättiin puolistrukturoiduilla teemahaastatteluilla (liite 3 ja 4). Haastatteluja pohjustettiin ja täydennettiin pienellä sähköpostikyselyllä (liite 1), ryhmätyöllä ja palautelomakkeilla (liite 2) sekä toimeksiantajan sisäisillä aineistoilla, kuten tapahtumaraportteihin ja mediaseurantaan. Näkökulmaksi valittiin kampanjaan osallistuneet Planin aluevastaavat ja heidän näkemyksiään verrattiin kampanjalle asetettuihin tavoitteisiin.

Pääosassa kampanjan toteutumisessa olivat Planin vapaaehtoiset ja yhteistyökoulut. Vapaaehtoisissa keskityttiin vapaaehtoisten aluevastaaviin jo käytännön syistä. Planilla oli työn tekohetkellä rekisterissä yli 1 300 vapaaehtoista ja heistä olisi ollut erittäin vaikeaa poimia se pieni osuus, joka todellisuudessa osallistui kampanjaan. Aluevastaavat koordinoivat Planin vapaaehtoistoimintaa omalla paikkakunnallaan, minkä vuoksi oli perusteltua tutkia vapaaehtoisia heidän haastattelujen kautta. Muut vapaaehtoiset rajattiin työn ulkopuolelle. Lastenhallitus ja Mitä?-verkosto eivät osallistuneet kampanjaan kuin korkeintaan yksityisinä henkilöinä, joten heidät on myös rajattu työn ulkopuolelle Planin yhteistyöyritysten ja kummien ohella. Lisäksi tarkasteluun haluttiin ottaa mukaan yhteistyökoulut, tosin niiden näkökulma rajoittui Planin koululähteläiden lyhyeen kyselyyn sekä yhden opettajan haastatteluun. Oppilaiden mielipiteet jäivät siis täysin opettajan arvion varaan.

Kyselylomakkeeseen verrattuna haastattelut olivat monestakin syystä antoisampi tutkimusmenetelmä. Haastattelussa korostetaan ihmistä yksilönä ollen siten joustavampi ja motivoivampi keino tutkittavien näkökulmasta. Kieltäytymisprosentti on pienempi, mahdollisuudet enempiin tulkintaan suuremmat ja haastattelut kattavat sellaisia alueita, joilla ei ole vielä objektiivisia testejä. Samalla myös riski virhetulkintoihin kasvaa. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 35–36.)

5.2 Aineiston keruu ja analysointi

Vapaaehtoiset aluevastaavat olivat Planin henkilöstön ohella tehneet eniten käytännön työtä kampanjan eteen ja siten ansaitusti suurimmassa roolissa tutkimuksessa. Heidän osaltaan arviointi oli kolmiosainen; aluevastaavien täyttämiin tapahtumaraportteihin tutustuminen, ryhmätilaisuus helmikuussa Planin sidosryhmäpäivillä sekä tämän jälkeen teemahaastattelut puhelimitse. Kouluja tarkasteltiin lähettiläskyselyn, pieneltä osin aluevastaavien haastatteluiden sekä yhden opettajan haastattelun myötä.

5.2.1 Aluevastaavat ja muut vapaaehtoiset

Kampanjan aikana aluevastaavia oli yhteensä 20 henkeä 15 eri paikkakunnalla kaikkien läänien alueella Ahvenanmaata lukuun ottamatta. Neljä aluevastaavaa jäi haastattelujen ulkopuolelle, sillä he eivät olleet aktiivisesti mukana kampanjassa tai haastattelut eivät käytännön syistä onnistuneet.

Tapahtumaraportteihin aluevastaavat kirjaavat tapahtumien jälkeen lyhyen koonnin tapahtuman kulusta, muun muassa yleisömäärät, kustannukset, käytetyt työtunnit, onnistumiset ja kehitettävät asiat. Kampanja-aikana toukokuusta 2012 maaliskuuhun 2013 Planin vapaaehtoiset osallistuivat noin 80 tilaisuuteen 21 eri paikkakunnalla. Tapahtumista noin kolme neljäsosaa oli kampanjan teemalla osittain tai kokonaan. Aluevastaavat olivat yleensä vetovastuussa tapahtumien käytännön järjestelyistä sekä viestinnästä muihin vapaaehtoisiin ja Planin toimistoon. Raportteja palautui tapahtumista 22 kappaletta, joten täyttöasteeksi jää siis vain 27,5 prosenttia. Osa tapahtumista on tosin ollut toimistovetoisia, eikä niistä ole raportoitu mitenkään kirjallisesti. Raportit kuitenkin ovat osa Planin sisäistä palautejärjestelmää ja siksi haluttiin ottaa mukaan työhön vaikkakin vain suuntaa antavina tiedonlähteinä ja pohjustukseksi haastatteluille.

Helmikuun 2013 sidosryhmäpäivät toimivat ensikontaktina haastateltaviin aluevastaaviin ja samalla kerättiin pohjatietoa haastatteluja varten. Planin sidosryhmäpäiviä järjestetään kahtena viikonloppuna vuodessa ja paikalle kutsutaan muun muassa kaikki vapaaehtoisten aluevastaavat täydennyskoulutusta ja verkostoitumista varten. Samalla tilaisuus toimii eräänlaisena kiitoksena Planissa mukana olemisesta. Viikonloppu sisälsi niin työpajoja, esityksiä ajankohtaisista asioista kuin yhteistä keilaustakin.

Työn kannalta olennaisinta oli toisena koulutuspäivänä Oikeus oppia -kampanjalle omistettu 1,5 tuntia aluevastaavien kanssa. Paikalla oli seitsemän 20 aluevastaavasta ja yksi muu vapaaehtoinen. Osallistujat jaettiin kolmeen 2–3 hengen ryhmään ja he kiersivät neljällä eri pisteellä arvioimassa kampanjaa eri rooleista kirjoittaen huomionsa paperille. Lopuksi tulokset käytiin yhdessä lävitse. Ryhmätöiden jälkeen jokainen osallistuja sai täyttää nimettömästi lyhyen palautelomakkeen, jossa annettiin kouluarvosanoja muun muassa kampanjan eri osallistumismuodoille, kiinnostavuudelle, materiaaleille ja Planin tuelle. Tulokset kirjoitettiin sähköiseen muotoon jälkeenpäin, lisättiin purkamisessa nousseilla huomioilla ja lopuksi vielä tekijän omilla ajatuksilla. Palautelomakkeiden numeroarvosa-

noista laskettiin keskiarvot ja -hajonnat sekä erikseen joka kohdalle kokonaiskeskiarvot ja -hajonnat. Arviointitilaisuuden ohjelma ja päätulokset ovat liitteessä kaksi.

Aluevastaavien haastatteluista toteutui 16 kappaletta, joista 12 puhelimitse ja neljä kasvotusten. Teemahaastatteluille on tyypillistä, että aineistoa kertyy runsaasti (Hirsjärvi & Hurme 2001, 135), ja niin kävi tässäkin tapauksessa. Äänitettyä materiaalia kertyi yhteensä yli 16 tuntia. Keskimäärin haastattelu kesti reilut 50 minuuttia. Lyhimmillään haastattelu saatiin tehtyä puoleen tuntiin, pisimmillään keskustelua riitti kahdeksi tunniksi. Mahdollisimman pian haastattelun jälkeen nauhat litteroitiin tekstiksi, jota kertyikin yli 120 sivua kysymyksineen päivineen. Sanatarkkaa litterointia ei katsottu tässä työssä tarpeelliseksi, vaan pääperiaatteena oli, ettei lauseen merkitys muuttunut. Muuten litteroiduista aineistoista hävytettiin murteet, turhat toistot, paikannimet sekä henkilöiden ja tapahtumien nimet. Lisäksi aiheeseen liittymättömät osat keskusteluista ja haastattelijan välikommentit jätettiin kirjoittamatta.

Kvalitatiivisen aineiston analysointiin voidaan käyttää toistuvien asioiden laskemista, teemoittelua, keskinäisten yhteyksien tarkastelua ja kehityskaaren tarkastelua (Hirsjärvi & Hurme 2001, 172–178). Kaikkia näitä, ensisijaisesti teemoittelua ja laskemista, käytettiin ainakin jossain määrin litteroitujen aineistojen analysoinnissa. Kehityskaaren tarkastelu ei esimerkiksi kaikkien haastateltavien kohdalla ollut mahdollista, koska he olivat olleet mukana vain osan kampanja-ajasta. Litteroidut aineistot jaettiin 36 eri teemaan siten, että lähes kaikki kirjoitettu materiaali sijoittui jonkun teeman alle. Teemat päätettiin sen mukaan, mitkä asiat toistuivat useammin kuin kerran aineistossa. Osa teemoista jaettiin vielä useampaan alateemaan. Työssä nostettiin tarkempaan tarkasteluun teemoja sen perusteella, kuinka usein ne toistuivat, kuinka yllätyksellisiä asioita teemojen alta paljastui tai muuten kuinka olennaisia niitä pidettiin tutkimuksen kannalta. Lopuksi vielä palattiin litteroituihin aineistoihin ja haastatteluihin kokonaisuudessaan ja tarkasteltiin tuloksia yksilö- ja paikkakuntakohtaisesti.

5.2.2 Koulut

Vapaaehtoisten ohella toinen tärkeä osallistujaryhmä olivat koulut, opistot ja oppilaitokset. Yhteensä osallistuneita laitoksia oli 28 kappaletta. Yhteistyökouluilta kerättiin hyvin pienissä määrin tietoa Planin lähettiläiden ja yhden opettajahaastattelun pohjalta. Planilla oli kampanjan aikana noin 40 lähettilästä, joista aivan kaikki eivät kuitenkaan pitäneet aktiivisesti tunteja. Kysely lähetettiin sähköpostitse tammikuussa 2013 (liite 1). Vastauksia saatiin yhteensä 26 kappaletta, mikä voidaan pitää riittävänä vastausaktiivisuutena. Vastaukset käsiteltiin kysymyskohtaisesti ja enimmäkseen laskettiin teemojen toistuvuutta. Kyselyn tuloksia käytettiin myös pohjana opettajan haastattelukysymysten laatimisessa.

Opettajien kautta kampanjaan osallistuneet koulut olivat mukana pääasiasa jo loppukeväällä ja syksyllä 2012 yksittäisellä tunnilla tai parin tunnin tempauksella. Siksi syvällisempien haastattelujen tekeminen vasta keväällä 2013 ei tuntunut enää järkevältä kuin yksittäisille opettajille. Haastatte-

luihin valikoitui kaksi jo pitkään Planin kanssa yhteistyötä tehnyttä ja kampanjaan usealla eri tavalla osallistunutta koulua. Samalla haluttiin selvittää miten pitkäaikainen yhteistyö Planin kanssa toimi ja millaisia mahdollisia vaikutuksia yhteistyöllä oli kouluissa. Toinen opettajan haastattelusta jouduttiin kokonaan perumaan aikatauluongelmien takia. Toteutunut 40 minuutin haastattelu myös litteroitiin, mutta aineisto pidettiin erillään eikä sitä teemoiteltu muiden haastatteluaineistojen tapaan.

5.3 Eettisyys ja luotettavuus

Motivaatiot ovat hyvin henkilökohtaisia asioita ja sen takia tässä työssä eettisyys on erittäin tärkeässä roolissa tutkimuksen kaikissa vaiheissa. Lisäksi toimeksiantaja toimii vahvojen eettisten periaatteiden mukaan, mikä vuoksi niiden kuului näkyä myös arvioinnissa. Hirsjärvi ja Hurme (2001) ovat listauksen mukaisesti seuraavaksi käydään läpi työn eettisyys tutkimuksen eri vaiheissa.

Tutkimuksen päätarkoitus oli kaksijakoinen, toisaalta arvioida kampanjan onnistumista, toisaalta antaa eväitä tulevia kampanjoita ja yleistä vapaaehtoistoimintaa varten. Aihe valittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa, siten että siitä on mahdollisimman paljon hyötyä molemmille osapuolille ja sitä kautta toivottavasti haastateltavillekin. Suunnitteluvaiheessa mietittiin kuinka luottamuksellisuus taataan ja tutkimukseen osallistumisesta voisi tehdä mahdollisimman helpon ja miellyttävän haastateltaville.

Haastattelutilanteesta pyrittiin luomaan mahdollisimman rento tilaisuus haastateltavan ehdoilla. Ennen nauhoituksen aloittamista käytiin vielä pääasiat lävitse kertauksena ja annettiin vastaajalle mahdollisuus kysyä lisätietoja. He saivat myös suhteellisen vapaasti päättää haastatteluajan ja keston, hyppiä keskustelussa ja jutella välillä tutkimukseen liittymättömistä asioista. Haastattelun alkuun oli tarkoituksella laitettu muun muassa omiin taustoihin liittyviä kysymyksiä, joihin oletettiin olevan helppo vastata ja päästä sitä kautta vauhtiin. Varsinkin kasvotusten tehdyissä haastatteluissa nauhurin näkeminen saattoi lisätä jännitettä haastattelutilanteeseen, mutta alkujännitys liukeni yleensä nopeasti. Puhelinhaastatteluissa huomioitiin se, että kommunikointi on hieman erilaista verrattuna kasvotusten juttelemiseen ilmeiden ja eleiden puuttuessa. Haastattelutahti oli rauhallisempi, haastateltavan annettiin rauhasa miettiä vastauksia ja erilaisilla väliään-nähdyksillä ja -kommenteilla ilmaistiin haastateltavalle, että vastaukset ymmärrettiin ja kuultiin hyvin.

Litteroinnissa haastatteluille annettiin numeroindeksit ja kaikki tunnistettavat tiedot, kuten nimet, paikannimet ja tapahtumien nimet poistettiin aineistosta. Todella tarkkaa litterointia ei pidetty työn kannalta olennaisena ja esimerkiksi murteen häivyttämällä lisättiin vastaajien anonymiyyttä. Litteroinnilla lisättiin myös luotettavuutta, sillä vastaukset saatiin säilytettyä alkuperäisessä muodossaan ja väriä tulkintojen riskiä pienennettyä. Haastattelutilanteiden erilaisuus saattoi aiheuttaa pieniä, mutta tuskin hirveän merkittäviä, epävarmuuksia tuloksiin. Osa tehtiin kesken vastaajan työpäivää, osa aamulla ennen töihin menoa tai illalla kotiin päästyä. Muutama haastattelutilanne piti katkaista muutamaksi minuutiksi ja joissakin

tapauksissa oli enemmän häiriötekijöitä, kuten perhe-elämä tai kahvion taustahäly.

Tutkimusaineiston käsittely aloitettiin heti haastattelujen jälkeen. Analysoinnissa sekä teemat että työssä tarkemmin käsittelemään nostetut asiat olisi voitu valita aivan toisin. Riski tulosten väärään tulkintaan on kvalitatiivisessa tutkimuksessa melko suuri, koska sanallisia vastauksia ei saa välttämättä koottua taulukkoon ja kuvaajaksi. Jokaiselle väitteelle on kuitenkin löydettävissä tutkimusaineistoista perustelut ja puhtaasti tekijän omia tulkintoja on työssä vain hyvin perustelluista syistä. Suunnitteluvaiheesta lähtien työn etenemistä oli pyritty arvioimaan kriittisesti, erityisesti haastatteluvaihetta. Ensimmäinen luonnos toimitettiin haastateltaville ja annettiin mahdollisuus kommentointiin, jotta virheellisiä tulkintoja ei tulisi. Tulosten todentamisesta huolehdittiin nostamalla esiin asioita, jotka olivat nousseet useassa eri haastattelussa pinnalle. Mikäli viitattiin johonkin tiettyyn kohtaan haastattelussa tai ilmaisuun, varmistettiin tältä osin että litterointi oli sanasta sanaan alkuperäisessä muodossaan.

Raportoinnin vaikutuksia on hankala arvioida etukäteen, sillä työn tuloksiin saatetaan palata pitkänkin ajan jälkeen. Työssä haluttiin kuitenkin painottaa kahta asiaa ja huolehtia erityisesti niiden toteutumisesta. Ensinnäkin haastateltavien anonymisuus ja henkilökohtaisten tietojen luottamuksellisuus oli erittäin tärkeää. Asiaa voi myös katsoa arvostamisen näkökulmasta. Haastateltavat olivat parhaimmat lähteet, mitä työhön olisi voinut saada. Useimmat näkivät tosissaan vaivaa raivatessaan aikaa täyteen ahdetuista kalentereistaan ja jakoivat välillä yllättävänkin avoimesti palasia omasta elämästään. Näin ajatellen on ainoastaan oikeus ja kohtuus, että heidät huomioidaan hyvin työn kaikissa vaiheissa. Toisekseen tarkoituksena oli saada vinkkejä järjestön toimintaan jatkossa, eli lopputuloksen tuli olla rakentavaa palautetta jossa nostetaan sekä hyviä puolia että tuodaan esiin kehittämisideoita.

Työn luotettavuus on myös otettu huomioon jo aineistoa kerätessä, käsitteilyssä että itse lopputulosten arvioinnissa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 20, 64–65, 184–187). Yksi opinnäytetyön suurista haasteista oli se, että tekijä on ollut pitkään kampanjassa itse mukana ja sitä kautta joistain asioista oli jo ennakkoon hyvin vahvat mielikuvat ja asenteet. Jotta omat käsitykset eivät olisi värittäneet työtä liikaa, asetettiin lähtökohdaksi kirjallinen lähdemateriaali ja sidosryhmäpäivillä esille nousseet asiat. Aineistoa kerätessä kirjallisissa materiaaleissa keskityttiin mahdollisimman tuoreisiin ja ajantasaisiin tutkimuksiin. Lähteiden luotettavuutta arvioitiin myös julkaisijan ja kattavuuden perusteella. Mikäli tuloksissa on ollut jotain epävarmuuksia, ne on tuotu tekstissä esille. Mielipide- ja asennetutkimuksissa on myös pohdittu, kuinka paljon ihmiset vastaavat tietyllä tavalla koska pitävät vastauksia sosiaalisesti hyväksyttävänä (mm. Haarni 2010, 34). Ilmiöstä käytetään englanninkielistä termiä social desirability bias. Vapaaehtoisuustoiminnan tutkimuksissa saatetaan siis korostaa vilpittömää auttamishalua, koska vastaajat olettavat, että niin heidän kuuluukin vastata. (Rahkonen 2012, 6.)

6 TULOKSET

Kampanjaa arvioitiin vertaamalla tuloksia ennakkoon asetettuihin tavoitteisiin ja haastatteleamalla kampanjaan osallistuneita. Haastatteluja täydennettiin sähköpostikyselyllä, tapahtumaraporteilla ja sidosryhmäpäivien tuloksilla, joita ei käsitellä tässä työssä erikseen vaan olennaisimpia asioita nostetaan haastatteluaineistojen tueksi.

6.1 Kampanjan luvut

Oikeus oppia -kampanjalle oli asetettu päätavoitteen ohella monta alatavoitetta. Kampanjalla oli kymmenen numeerista indikaattoria, joiden toteutumista on vertailtu taulukossa 1.

Taulukko 1. Kampanjan tavoitteet ja niiden toteutuminen (Oikeus oppia -kampanjan projektisuunnitelma 2012).

	Tavoite	Toteutunut määrä
Osallistumismuodot	350 opettaja-tarinaa	190 tarinaa
	200 Piilota pulpetti -valokuvaa	153 kuvaa
	400 piirustusta	937 piirustusta
	20 000 vetoomukseen osallistunutta, joista netin kautta 5000	Yhteensä 21 763 osallistunutta Vetoomukseen 20 483, joista netin kautta 4 417
Koulut	90 kampanjateemaan liittyvää lähettilästäntuntia	257 tuntia 375 mahdollisesta, 69 prosenttia tunneista
	30 kampanjamateriaalit tilannutta koulua	19 koulua Yhteensä osallistuneita kouluja 28
Muut indikaattorit	15 mediaosumaa, joissa kampanja mainittu	33 osumaa kampanja-ajalta
	200 kampanjassa toiminutta vapaaehtoista	Arviolta 270–350 vapaaehtoista
	15 paikkakuntaa, joilla kampanja näkynyt	22 paikkakuntaa, mukana kaikki paikkakunnat joilla aluevastaava
	Vähintään 2 ministeri-/virkamieskeskustelua UM:n kanssa kampanjan teemoista	3 keskustelua ulkoministeriön kanssa, 2 muuta virkamieskeskustelua

Indikaattorit olivat siinä mielessä onnistuneesti valittu, että kaikkia tuli kampanjan aikana kohtuullisesti. Paperivetoomukseen osallistuneita, piirustuksia, lähettilästäntunteja, mediaosumia, eri paikkakuntia ja vaikuttamiskeskusteluja oli selkeästi yli asetettujen tavoitemäärien. Tosin koulujen kohdalla kampanjamateriaaleja levitettiin monikertainen määrä muun muassa vapaaehtoisten ja lähettiläiden kautta, mikä ei näy taulukon luvuissa. Kampanjan vapaaehtoisten määräkin on hyvin karkeasti arvioitu, sillä sitä

on voinut edistää niin tapahtumissa, sosiaalisessa mediassa kuin keräämällä nimiä lähipiirissään. Kokonaismäärää on siten hankala arvioida mutta lukuun on otettu varmaksi tiedetyt vapaaehtoisten määrät, enimmäkseen tapahtumiin osallistuneiden määrät. Marraskuussa Plan myös lähetti kaikille vapaaehtoisilleen kirjepostina vetoamuslistan, jonka palauttaneet ovat laskettu mukaan kokonaismäärään. Virheitä arvioon aiheuttavat muun muassa se, että tulokseen on laskettu absoluuttiset henkilömäärät tapahtumista, vaikka moni osallistui useaan eri tapahtumaan kampanjan aikana. Vapaaehtoisista karkeasti 60 prosenttia osallistuivat tapahtumiin Pääkaupunkiseudulla ja tapahtumista 43 prosenttia olivat Helsingin, Espoon ja Vantaan alueilla.

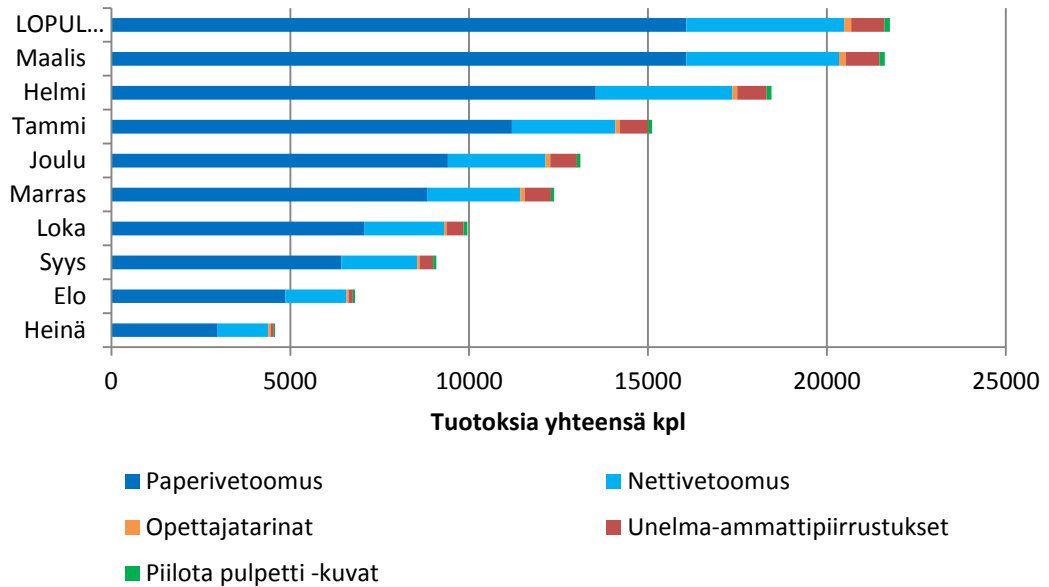
Numeeristen tavoitteiden ohella kampanjalla oli viisi sanallista tavoitetta, joista osaa tutkittiin haastattelujen avulla:

1. Vaikuttaa kehitysyhteistyömäärärahojen suuntaamiseen kampanjan kärjen mukaisesti.
2. Herättää keskustelua kehitysyhteistyömäärärahojen käytöstä ja koulutuksen merkityksestä kehityksessä ja tasa-arvon edistämisessä.
3. Vahvistaa Planin näkyvyyttä ja profiilia koulutus- ja tasa-arvokysymysten asiantuntijana.
4. Aktivoida Plan Suomen toiminnassa mukana olevat vapaaehtoiset, lähettiläät ja kummit mukaan vaikuttamistyöhön ja tarjota heille mielekkäitä toimintamahdollisuuksia.
5. Houkutella mukaan toimintaan lisää vapaaehtoisia, kummeja sekä kouluja. Tarjota toimintamahdollisuuksia myös yrityksille.
6. Tukea koulujen globaalikasvatusta tarjoamalla tietoa ja osallistumismahdollisuuksia. (Oikeus oppia -kampanjan projektisuunnitelma 2012.)

Kaikkia kohtia sivuttiin jollakin tapaa haastatteluissa. Ensimmäistä tavoitetta ei pystytty arvioimaan ennen vuotta 2015, jolloin Suomen seuraava kehityspoliittinen ohjelma hyväksytään, vaikka sitäkin spekulointiin haastatteluissa. Muidenkin tavoitteiden kohdalla oli hankalaa eritellä sitä, mikä on ollut kampanjan vaikutuksesta ja mikä jostain muusta johtuvaa. Kampanjalla saatiin kuitenkin oletettavasti edistettyä kaikkia sanallisia tavoitteita edes jossain määrin.

Kuviossa 2 erottuu kampanjassa olleen kolme aaltoa, jolloin osallistumisia on tullut keskimääräistä nopeammin. Ensimmäinen ajoittui elo-syyskuulle, kun koulut järjestivät pulpettitempauksiaan ja tapahtumia oli paljon. Marraskuussa Lapsen oikeuksien päivä 20.11. sekä useat muut tapahtumat aiheuttivat toisen piikin ja alkuvuodesta 2013 alkoi tiukka loppukiri.

Kampanjatuotosten kertyminen kuukausittain



Kuvio 2. Kampanjan tuotosten kertyminen kuukausittain heinäkuusta 2012 lähtien 29.4.2013 asti. Touko-kesäkuulta ei ole tarkkailtu määrien kehitystä. Loka-kuusta eteenpäin luvut ovat kuukauden viimeiseltä viikolta.

6.2 Planin vapaaehtoiset

Tutkimusta varten haastateltiin 16 vapaaehtoista aluevastaavaa. Haastattelujen suunnittelussa käytettiin apuna vapaaehtoisten täyttämää tapahtumaportteja ja sidosryhmäpäivien tuloksia (liite 2).

Taulukko 2. Koonti aluevastaavista.

Muuttuja	Määrä
Sukupuolijakauma	Naisia 14, miehiä 2
Keski-ikä	38 vuotta, vaihteluväli 20-vuotiaista yli 60-vuotiaisiin
Ammattiala	Opetus, kaupallinen, julkishallinto, toimistotyö, terveydenhuolto, yritystoiminta, media, turvallisuus
Vastanneista oli kummeja	13 (vaihteluväli 4–15 vuotta)
Planin vapaaehtoisena	Keskiarvo 6,5 vuotta, vaihteluväli vajaasta vuodesta 11 vuoteen
Aluevastaavana	Alle vuoden: 5 henkeä 2–5 vuotta: 6 henkeä Yli 7 vuotta: 5 henkeä
Lähettiläitä	3
Mukana muussa vapaaehtoistyössä	8

Aluevastaavat olivat kirjavaa joukkoa niin iän kuin ammattitaitonsakin puolesta (taulukko 2). Selkeä enemmistö, 14 henkeä, oli naisia. Vastaajat asuivat hyvin hajallaan 12 eri paikkakunnalla niin, että kaikki läänit Ahvenanmaata lukuun ottamatta olivat edustettuina. Nuorimmat olivat iältään päälle kahdenkymmenen, vanhimmat yli 60-vuotiaita ja keski-ikäsi muodostui 38 vuotta. 13 oli samalla ollut Planin kummeja 4–15 vuotta ja kolme oli ollut mukana lähettilästoiminnassa. 15 oli ollut Planin vapaaehtoistoiminnassa jollain tasolla mukana jo 2–11 vuotta. Haastatteluhetkellä viisi ”nuorinta” aluevastaavaa olivat olleet pestissään vasta muutaman kuukauden, kuusi ”keski-ikäistä” 2–5 vuotta ja loput viisi ”konkaria” yli seitsemän vuotta, kaksi jopa aivan aluevastaavajärjestelmän perustamisesta lähtien. Enemmistö vastaajista oli työelämässä ja puolet teki muissa järjestöissä vapaaehtoistyötä.

Vastausten perusteella yleisin reitti Planin aluevastaavaksi näyttäisi olevan kummilapsen ottaminen, parin vuoden sisällä vapaaehtoistoimintaan liittyminen ja tätä kautta aluevastaavaksi päätyminen. Muutama oli aloittanut heti vapaaehtoistyön ja aluetoiminnan vetämisen, ilman että olisivat ottaneet kummilasta missään vaiheessa. Yllättävää kyllä, aluevastaavat ovat keskimäärin nuorempia, kuin seitsemän vuotta sitten, mikäli tarkastellaan pelkästään vielä nykyisin toiminnassa mukana olevia. Toki vuosien varrella vastaavia on jäänyt pois ja se vääristää arviota, mutta ainakin haastateltavien kohdalla Plan on onnistunut houkuttelemaan hyvin uusia aktiiveja toimintaansa.

Työssä on keskitytty tutkimaan, mikä sai tutkittavat osallistumaan juuri Oikeus oppia -kampanjaan, mitä he siitä saivat, mitkä tekijät vaikuttivat heidän osallistumisaktiivisuuteen ja kuinka he kokivat kampanjan. Ero siinä, mikä vaikutti nimenomaan kampanjan aikana, ja mikä yleisesti Planin vapaaehtoistoiminnassa on hiuksenhieno ja menikin vastauksissa monesti ristiin. Haastatteluissa useimmiten nousseet motivaationlähteet on jaettu kymmenen teeman alle. Tutkimuksessa käsiteltiin paljon myös Plan Suomea, kampanjan osallistumismuotoja ja yleisötapahtumia, joita ei voi kutsua suoraan motivaatioiksi, mutta niiden vaikutus vapaaehtoisen osallistumisaktiivisuuteen on kuitenkin merkittävä. Lopuksi tarkasteluun otettiin aluevastaavien näkemys Planin ja oman roolin kehittymisestä järjestössä tulevaisuudessa. Anonyymiyden vuoksi nimet ja tapahtumat on korvattu suorissa sitaateissa sulkeilla ja avainsanalla. Esimerkiksi Maailma kylässä -festivaalit on ilmaistu (*massatapahtumana*). Indeksit lainausten perässä osoittavat, mistä haastattelusta sitaatti on peräisin (H1 = Haastattelu 1, jne.)

6.2.1 Motivaation lähteet

Kampanjan teema oli lähes kaikilla vastanneilla ensimmäinen hyvä puoli, joka tuli mieleen. Kuinka henkilökohtaisesti koskettavana asian koki itselleen, vaihteli sen sijaan paljon. Osalle aihe oli henkilökohtaisesti erittäin tärkeä, jolloin jo teema itsessään oli motivoiva: ”*Sanotaanko niin, että ehkä sillä tavalla olin hanakampi yrittämään rekrytoida lisää vapaaehtoisia, kun kampanjan aihe oli mielekäs. Eli tarkoitan sitä, että kun itse koki*

sen mielekkäänä ja tärkeänä, niin silloin oli helppo haastaa toisia mukaan toimimaan tämän kampanjan puolesta.” (H2)

Henkilökohtaiseen tärkeyteen vaikuttivat omat elämäkokemukset. Esimerkiksi neljä vastaajista vetosi siihen, mitä matkustellessaan olivat nähneet. Kolme vertasi nykykoulujärjestelmää omiin kouluaikoihinsa: *”Ihan ajattelen tätäkin kampanjaa sillä lailla, että minä olen esimerkiksi aloittanut oppikoulun siinä vaiheessa kun kaikki lapset eivät päässeet oppikouluun, koska koulu oli kallis. Ja kulkeminen maksoi ja lukukausimaksut olivat kalliita. Meidänkin kylältä jäi paljon lapsia vaille koulutusta, että oli pakko jatkaa kansakoulua koska oppikouluun ei ollut varaa. Itse olen ollut etuoikeutetussa asemassa, että olen päässyt oppikouluun. Mutta ihan jos ajattelee, miten hieno asia Suomessa oli peruskoulun tuleminen ja sitten jos mä ajattelen jossain Päiväntasaajan eteläpuolella, niin edes peruskoulutukseen eivät kaikki lapset tai tytöt pääse. Musta tämä on tosi tärkeä tämä kampanjan sisältö ja tavoite.” (H3)*

Yhteistä teeman maininneille vastaajille oli se, että he olivat omin silmin havainneet epätasa-arvoa ja halusivat toiminnallaan lisätä oikeudenmukaisuutta maailmassa. Eräs haastatelluista totesikin sympaattisesti, että: *”Jonkinlainen pieni maailmanparantaja minussa asuu.” (H2)* Muutamalla oli takana kehitysyhteistyöopintoja ja sitä kautta mahdollisesti enemmän tietopohjaa kampanjan teemasta. Epäoikeudenmukaisuuden havainnoiminen omin silmin oli kuitenkin eri asia kuin sen tiedostaminen. Siksi Planissa toimimisella haluttiin pitää kehitysmaiden asiat lähellä itseään myös kotimaassa: *”Mutta kun oli monta vuotta silleen, että ei ollut aktiivisesti ehkä nähnyt todellisuutta niin se ehkä jotenkin havahdutti se matka silleen, että tätä ei nyt saa tapahtua uudestaan. Vaan tavallaan unohtaa ne realiteetit. Että sillä tapaa ajattelin, että tämä on semmoinen motivoiva ja mitä itse pystyy tekemään.” (H15)*

Tasa-arvoisen ja laadukkaan koulutuksen tärkeyttä ei kieltänyt kukaan haastatelluista, eikä heidän kertomansa mukaan muutkaan ihmiset. Ristiriidat syntyivät lähinnä kehitysyhteistyöstä ja varojen jakamisesta Suomen rajojen ulkopuolelle: *”Mutta siis silleen kun menee ihan vieraille ihmisille puhumaan niin kuitenkin kehitysyhteistyössä on paljon semmoisia ristiriitaisia asioita, että se ei välttämättä se yhteinen näkemys löydy niin helposti. Mutta tämä kampanjateema oli semmoinen että hyvin harvoja oli semmoisia, jotka oli ihan eri mieltä tai kyseenalaisti koko asian”. (H15)*

Osalle asian puolesta työskentely on kyllä tärkeää mutta se ei henkilökohtaisesti varsinaisesti kolahtanut. Muut syyt, kuten kuuluminen Planiin, olivat suurempia kannustimia. Heidän mukaansa Planin ajamat asiat koettiin aina hyväksi ja niitä lähdetään aina vetämään, olipa teema mikä hyvänsä.

Halu auttaa oli kahdeksalle haastatelluista yksi tärkeimmistä motiiveista. Tämä ei välttämättä tarkoita sitä, että alle puolella vastanneista auttamishalu olisi tärkeä kannustin toimintaan, vaan se voi olla ennemminkin taustamotiivina vapaaehtoistoiminnalle ja Planissa mukana olemiselle. Tulosta voi selittää se, että kampanjalla pyrittiin pitkään aikavälin vaikuttamiseen ja niin sanotut avunsaajat olivat vielä etäällä niin

kilometreissä kuin vuosissakin mitattuna. Auttamishalukkuus oli silti havaittu aluevastaavien joukossa muuten:

”Että mä uskon että vapaaehtoistyö lähtee semmoiset ihmiset mukaan, joilla on tosissaan halu auttaa. – Ja mun mielestä noissa koulutuksessa tapaa erilaisia ihmisiä, meitä vapaaehtoisia, niin kyllä jotenkin niistä ihmisistä paistaa siellä semmoinen auttamisen halu. Ja en mä usko että tähän lähtee mukaan semmoiset ihmiset, joilla ei tosissaan ole halua auttaa – ” (H16)

Tekemisen kaipuu ja konkreettisuus kannustivat myös valtaosaa aluevastaavista. Reilu neljä viidesosaa haastatelluista oli ollut pitkään Planin kummeja ja lähteneet vapaaehtoistoimintaan, koska kummimaksun maksaminen ei tuntunut riittävältä työpanokselta, vaan haluttiin tehdä jotain konkreettista.

Kampanjassa koettiin hyväksi, että eri toimintamuotoja oli runsaasti, jolloin jokaiselle löytyi jokin sopiva tapa toimia. Oman työn tuloksen myös näki heti konkreettisesti kerättyjen nimien määrissä, kuvissa, tarinoissa tai piirustuksissa. Kampanjan voimin oli helppo mennä tapahtumiin ja pitämään ständejä, kun järjestöltä sai valmiit toimintamuodot ja materiaalit. Itse ei tarvinnut kuin huolehtia toteutuksesta. Tärkeänä pidettiin myös sitä, että osallistuminen ei varsinaisesti vaatinut mitään erityistaitoja. Jokainen iästä, asuinpaikasta, taustatiedoista, osaamisesta ja omista mieltymyksistään riippumatta pystyi jollakin tavalla edistämään kampanjaa. Esimerkiksi jos vapaaehtoisia ei ollut riittävästi tapahtumiin, pystyi aina järjestämään näyttelyitä. Yksilöstä riippuen mielekkäimmäksi tekemisessä koettiin helppouden lisäksi tiedon lisääminen kehityksistä, vapaus soveltaa itse ja sopiva haastavuus ja tapahtumien suunnittelu.

Vaikuttamisessa ja tiedon levittämisessä tavallaan yhdistyvät halu auttaa ja tehdä jotakin konkreettista. Erityisesti henkilöillä, joilla oli jotain kosketuspintaa kehitysmaihin matkustelun tai kummilapsen kautta, kokivat vaikuttamisen tärkeäksi. Osa kuvasi tarvetta toimia eräänlaiseksi sisäiseksi pakoksi, epäoikeudenmukaisuudelle ei pystytty kääntämään selkäänsä ja pelkkä valittaminen tympii. Kehityksessä olivat luonnollisesti tärkein vaikutuskohde, mutta yhtä lailla Suomen politiikkaan että yleiseen mielipiteeseen kaivattiin muutosta pääasiassa tiedotuksen ja asennevaikuttamisen kautta. *”Se ei riittänyt, että tiedon jakamista ihmisille muillekin oli palava halu tehdä täällä ja sen takia koitti järjestää erilaisia, milloin mitään. Oli näyttelyä ja oli tapahtumaa ja konserttia ja kaiken maailman tämmöisiä juttuja. Se tiedon levittäminen.” (H14)*

Osalle vastaajista oli tärkeää vetoamuksen luovuttaminen korkeatasoiselle ministerille: *”Että tämä konkreettisuus ja tavoite siinä, että pystyy vaikuttamaan ihan päättävällä tasolla.” (H8)* Ihmiselle oli yksinkertaisesti osoitettu helppo tapa osallistua vaikuttamistyöhön ja selkeä tavoite, johon pyrkiä. Vetoamus konkretisoi myös hyvin annetun panoksen: *”Suora palaute tulee sitä kautta, että miten paljon me ollaan kerätty ständillä liuskoja al-lekirjoituksen kanssa.” (H17)* Kampanjan tavoitetta pidettiin suhteellisen realistisena, mikä ehkä loi uskoa siihen, että se voidaan hyvinkin saavut-

taa. ”Ei se nyt mikään hirveen mahdoton tavoite ainakaan ole, että se on aika maltillinen tavoite.” (H4)

Vastaajilta kysyttiin, uskoivatko he kampanjan tavoitteen toteutuvan ja itsellään olleen vaikutusta sen saavuttamisessa. Kaikki kertoivat uskovansa, tai jos eivät uskaltaneet uskoa, niin vähintään toivovansa tavoitteen toteutumista. ”Ei vapaaehtoistyötä jaksa ja viitsi tehdä, jos ei usko siihen mitään tekee.” (H16) Oma osuus kampanjassa arvioitiin marginaaliseksi ja käytännössä asiaa mitattiin kerättyjen osallistumisten määrässä. Silti koettiin, että oli saatu jotain aikaan ja vaikutettua asioihin edes jossain määrin. ”Jonkunlainen pienen pieni osa on varmasti ollut minunkin osa. Mutta mä en oikeastaan sellaista kaipaa, – Eli mä näen sen todella pitkäaikaiseksi projektiksi eikä sitä, että nyt tämän kampanjan aikana saadaan maailmaa parantamaan.” (H17) ”Kyllä mä ainakin hirveän pettynyt olen jos sillä ei ole ollut vaikutusta, koska kun ajatellaan kuinka moni ihminen ihan varmasti vilpittömästi uskoo, että tämä vaikuttaa, elää uskossa, että näin tulee toimia kun sen allekirjoittaa. Että jos se ei sitten vaikuta prosenttiyksikön vertaa niin äärimmäisen pettynyt olen silloin meidän kehitysministerin toimintaan tässä asiassa siinä tapauksessa. Mä luotan, että tämä rahanjako, kun sitä tarkastellaan, laitetaan vähän uusiksi.” (H2)

Kampanjan päätehtävä ja vaikuttavuus nähtiin kahdella eri tapaa, toisten mielestä tärkeintä oli kansan tahdon ilmaisu, ”että kyllä sen informaation on mentävä päättävälle elimille.” (H9) Toiset näkivät kampanjan enemmän mielipidevaikuttajana ja keskustelun herättäjänä koulutukseen suunnattavista määrärahoista. Tiedon lisäämisellä koettiin olevan laajojakin vaikutuksia muun muassa kiinnostukseen kehitysyhteistyötä kohtaan. ”Kyllä varmaan ne asenteet on tosi paljon saanut tästä. Että kyllä minä uskon että niitten kautta pystytään vaikuttamaan sitten kaikkeen muuhunkin.” (H12) ”Ja sekin on iso tavoite, että kaikki kadun ihmiset pysähtyy hetkeksi ajattelemaan asiaa. Jos, toivotaan että niin ei käy, mutta jos kävisi niin, että se ei kehityspoliittisessa ohjelmassa toteudu, niin se voi kuitenkin konkretisoida sitä kautta että ihmiset ottaa kummilapsia ja se mahdollistaa sitten yksittäisten lasten kouluun pääsyä.” (H15)

Vastaajia suorastaan suretti, että ihmiset eivät tuntuneet tietävän paljoa ja sitä kautta ehkä myöskään välittävän kehitysmaiden tilanteesta. Vaikka tähän vaikuttaminen tuntui välillä haasteelliselle, oli se monesti antoisaaakin. Yksittäiset keskustelut kehitysyhteistyöhön kriittisesti suhtautuvien kanssa muistui mieleen vielä kuukausien päästä. Joillekin täysin erilaisen arvomaailman kohtaaminen oli jopa järkyttävää, mutta toisaalta kohtaamisista syntyi monesti mielenkiintoisia keskusteluita. Erityisen hienona koettiin hetket, jolloin mielipiteisiin saatiin vaikutettua tai väärää käsityksiä saatiin korjattua.

Yksittäiset vastaajat veivät myös omia lapsiaan tapahtumiin ja tapaamiin, tosin aina ei tullut ihan selväksi, olivatko kyseiset henkilöt todella vapaaehtoisia vai enemmänkin puolivelvoitettuja tähän. ”Se toisten auttaminen ja mun on hirveän tärkeä opettaa lapsille, – niin ihan pienestä pitäen opettanut heille, että toisia on autettava, oli se keino mikä hyvänsä. Mutta itselläni kiinnostaa tämä Planin mukana toimiminen, että minä

yleensä otan lapsia mukaan noihin tapahtumiin. Että aina yhden heistä, että näkevät että se on velvollisuus auttaa muita ihmisiä. Ei niin kuin valita, että autanko vai en, vaan se täytyy auttaa.” (H13) Tällaiselle nuorten asenteiden muuttamiselle voisi olla tarvettakin: ”Musta on yllättävää kyllä, että Suomi on kuitenkin suhteellisen demokraattinen maa, että miten pessimistisiä nuoret olivat siitä että miten he pystyvät vaikuttamaan.” (H17)

Haastatteluissa myös pyydettiin asettamaan numerojärjestykseen itsensä, Plan Suomen ja kehitysmaiden lapset sen mukaan, kenen ajatteli hyötynneen eniten kampanjasta. Sai nimetä myös jonkun muun tahon. Tällä haluttiin katsoa toisaalta sitä, keneen vastaajat kokivat kampanjan eniten vaikuttaneen myönteisessä mielessä ja toisaalta kenen vuoksi he tekivät vapaaehtoistyötä. Kymmenen vastaajista sijoitti lapset ykkössijalle, useimmat Planin hopealle ja itsensä kolmanneksi. Pari vastaajista katsoi joko itsenä tai Planin saaneen kampanjasta eniten. Tosin osa mietti tässä pelkääntään kampanja-aikaa ja toiset pitemmällä aikavälillä. Mielenkiintoisinta oli muutamien ajatus siitä, että kolmen kärkeen, joko ykköseksi tai kolmanneksi, nousivat kampanjaan osallistuneet tai suomalaiset ylipäättään. Jälkeenpäin ajateltuna tämän vaihtoehdon olisi pitänyt olla jo valmiiksi listassa, olihan kampanjan kohteina myös muut ihmiset.

”Silloin se olisi hyvä että myöskin kaikki, jotka ovat tuossa mukana niin ne silti pystyvät ottamaan sieltä positiivisen muiston, eli me ollaan tietyllä tavalla onnistunut, vaikka se viimeinen tavoite tuossa politiikassa ei saavutettu. Se ei ollut niin tärkeä loppujen lopuksi, kuin sitä että taas on enemmän ihmisiä saatu ymmärtämään että siellä on jotain tehtävä.” (H17)

Palkitsevuus ei ollut kenelläkään ykkösmotivaationa, mutta silti tärkeässä osassa vapaaehtoistyössä. *”Että jos ihminen näin paljon saa vapaaehtoistyön kautta elämänsä, niin kyllä tämä minusta on aika huikea juttu. Sehän kannustaa jatkamaankin, vaikka aina tuntuu että voi hitsiläinen. Mutta tuntuu, että ei sillä tavalla voi vielä lopettaa. On saanut itsekin tästä niin paljon niin antaa sitten mitä on annettavaa.” (H16)*

Yleisesti ottaen vapaaehtoistoiminta ja Planissa mukanaolo oli palkitsevaa, vaikka monet korostivat, että se ei ole syy toiminnalle vaan mukava lisä. Haastateltavilta kysyttiin, saivatko he jostain onnistumisen tai ilon kokemuksia. Tähän ei välttämättä vastaajat kyennyt nimeämään mitään asiaa, mutta niitä paljastui haastattelun kuluessa muuten. Kampanjassa palkitsi eniten käytännön tekeminen ja työnsä tuloksen näkeminen. Tapahtumien suunnittelu, toteutus ja siellä ihmisten kohtaaminen sekä mielenkiintoiset keskustelut koettiin mielekkäiksi. Tapahtumien jälkeen oli useimmiten hyvä, voimaantunut olo ja kerättyjen osallistumisten määrä toimi käytännön mittarina onnistumiselle. Ne tapahtumat, joissa yleisön vastaanotto oli poikkeuksellisen tai yllättävän positiivista, koettiin ehdottomasti kaikkein antoisimpina. Myös muitten onnistumisesta toisilla paikkakunnilla iloittiin, vaikka itsellä ei ehkä ollut osaa eikä arpaa tuloksen saavuttamiseen.

Muut ihmiset olivat yleisin ilon aihe. Aikuisten kanssa käydyt keskustelut, heidän positiivinen suhtautuminen kampanjaan ja heidän epäluuloisuuden voittaminen mainittiin muutamissa haastattelussa. Epäluulot saattoivat kohdistua kehitysyhteistyöhön yleensä, kehitysyhteistyömäärärahojen kasvattamiseen ja siihen että alkuun yleisö ei välttämättä tajunnut, mitä kampanjalla haetaan. Vapaaehtoisten lähestymistä oli alkuun luultu rahankeruuksi ja kun kampanjan tarkoitus on selvitetty, on ihmisten suhtautuminen ollut myönteinen ja vapaaehtoinen on kokenut onnistuneensa hyvin. Erityisen hyvin jäivät mieleen ihmiset, jotka oma-aloitteisesti tulivat juttelemaan, jäivät kyselemään ja olivat selkeästi kiinnostuneita aiheesta.

Lapsien kohtaaminen oli erittäin tärkeää osalle vapaaehtoisista. Koettiin tärkeäksi, että lapsetkin pystyivät osallistumaan kampanjaan ja tapahtumissa oli toimintamuoto, jolla aihepiiriä pystyttiin käsittelemään lasten kanssa. ”*Sieltä sai monta hymyä... Tosiaan oli kiva että lapsilla oli joku mahdollisuus osallistua jollain tavalla.*” (H9) ”*Just (tapahtuman) jälkeen kun levittelin olkkarin lattialle lasten piirustuksia, että mitäs kaikkea ne lapset oikeastaan piirsivätäkään – Kyllä tuntui mukavalta, siellä oli hyvin erikoisia ammatteja, kaikennäköistä lentäjistä johonkin eläintenkesyttäjään ja vaikka mihin. Että kyllä ne on parhaat hetket aina lasten kanssa tulee kyllä vastaan.*” (H12)

Ilostuminen toisten onnistumisista sekä kokonaisnimisaldon karttumisesta kertoo tavallaan yhteishengestä tai niin sanotusta Plan-hengestä. Kampanja ei ollut vain sellainen, johon itse voi osallistua halutessaan, vaan se oli yhteinen projekti. Lisäksi vapaaehtoistoiminta oli yksinkertaisesti oman arvomaailman kanssa yhteneväinen ja tekeminen tuntui oikealta, tärkeältä ja itselleen järkevältä. Planissa mukana oleminen oli myös ylpeyden aihe ja asia, jota mielellään tuo julkisesti esille.

Velvollisuuden ja syyllisyyden tunteet kannustivat tai pakottivat toimimaan. ”*Tunsin vähän velvollisuuttakin, että kyllä se kuuluu kun minä olen Planin vapaaehtoinen.*” (H13) Noin neljäsosassa vastauksista tämä teema tuli jollain tapaa ilmi. Yksittäiset haastateltavat kertoivat suoraan syyksi aktiiviselle osallistumiselleen aluevastaavan pestin ja siitä nousevan velvollisuuden tunteen. ”*Se voisi olla että jos mä en olisi ollut aluevastaava niin mä olisin hakenut muutaman listan ja palauttanut toiselle aluevastaavalle ja sanonut että kiitti, nyt on mun homma tehty.*” (H6)

Toisilla tunne sai lähtemään tapahtumiin ja järjestämään näyttelyitä, toisilla se ei välttämättä saanut aikaiseksi toimintaa, mutta jälkikäteen tunsikin pienen omantunnon piston sydämessään. ” – *aluevastaavan jutusta mulla on semmoinen tunne että mä en ole tehnyt tarpeeksi sen eteen. Totta kai vapaaehtoistyö on, mitä sä teet vaikka sä teet pieniäkin paloja niin se on tietyllä tavalla positiivista. Mutta en mä sillä tavalla tunne että mä olisin tehnyt mitä aluevastaavan pitäisi tehdä. En ole tarpeeksi tehnyt semmoista omaa suunnittelua ja omaa koordinoitua. – sitten tosiaan tulee vähän semmoinen vastareaktio, semmoinen huono omatunto, niin kuin sanoin, että okei tässä oli nämä mutta mites sitten jotain enemmän. Se aina välillä*

sitten iskee. – Se on aina vähän, että noh, pitäiskö mun nyt jotenkin vähän yrittää, – tehdä jotain.” (H4)

Aluevastaavan asema tuo ilmeisesti mukanaan sanattoman velvollisuuden tunteen, joka pakottaa ja kannustaa toimimaan tavallista vapaaehtoista aktiivisemmin. Se, onko velvollisuudentunne sisäistä vai tuleeko suorituspaineita järjestön puolelta, ei tutkimuksessa selvinnyt. Rivien välistä tulkittuna haastateltavat kokivat sisäisen pakon tai itse itselleen asettamat tavoitteet suuremmaksi vaikuttimeksi kuin Planilta tulevan suoran tai epäsuoran painostuksen. *”Tämähän on semmoinen homma, että eihän tämä ketään rasita mitenkään, eikä kauhean iso homma olla aluevastaava, mutta kun nyt on niin sitten pitäisi saada jotain aikaiseksikin.” (H14)* Toisaalta yksittäisissä vastauksissa kävi ilmi, että toimistolla ei aina ymmärretty paikallisia olosuhteita riittävän hyvin ja odotuksia kasataan enemmän kuin oli mahdollisuuksia käytännössä toteuttaa. *”Vähän tuli semmoinen olo, että pitäisi olla joka kissanristiäisiin aikaa ja mennä.” (H10)*

Vastauksissa oli suuri ero siinä, kuinka suuri työpanos oli riittävä. Toisille yksittäinen tapahtuma tai näyttelyn järjestäminen oli sopivasti aluevastaavalle, toiset organisoivat useita eri tapahtumia ja kokivat, ettei silti suoriutuneet tarpeeksi hyvin. Suorituspainneiden kasaaminen itselleen on siis hyvin yksilöllistä. Toisaalta paikkakunnilla, joissa Planin vapaaehtoistoiminta on hiljaista, järjestön aktivointiyritykset ovat saattaneet tuntua painostavilta. Näillä paikkakunnilla Planin paikallinen näkyvyys on käytännössä yhden ainoan aluevastaavan varassa ja vaikka sitä ei suoraan järjestöstä sanottaisikaan, niin saattoi toimistolta heijastua välillä turhan kovia odotuksia toiminnan määrän suhteen ja ne koettiin toisessa päässä suorituspaineinä.

Riittämättömyyden teema nousi esille yllättävän paljon haastatteluissa ja suurin osa haastatelluista tuntuu potevan ainakin jossain määrin huonoa omatuntoa siitä, ettei ole tehnyt tarpeeksi. *”Pikkasen itsellä jäi semmoinen olo, että työmäärään nähden meidän olisi pitänyt onnistua pikkuisen paremmin. Meidän olisi pitänyt saada isompi hyöty näistä tapahtumista irti.” (H7)* Pääpiirteissään saavutettua tulosta ja omaa toimintaa pidettiin kuitenkin onnistuneena ja oltiin iloisia tavoitteen saavuttamisesta. Siksi tätä voidaan pitää myös osittain tyypillisenä jälkiviisautena. Kehittämistarpeita tunnistamalla pystytään myös korjaamaan toimintaa seuraaviin tapahtumiin ja kampanjoihin.

Yhteisöllisyys ja muut vapaaehtoiset ovat aiemmissä tutkimuksissa olleet motivaationlähteenä vapaaehtoistoiminnassa ja se ilmeni haastatteluissakin. *”Että kyllähän se yhteen hiileen puhaltaminen, mikä mua on vetänyt eteenpäin ja se että on ollut kiva olla tässä mukana vetämässä tuommoista porukkaa, joka on noin aktiivista ja innostunut.” (H16)* *”Kyllähän tämä tarjoaa vaihtelua arkeen ja mäkin olen niin pitkään ollut mukana että siellä monia ystäviä, joita näkee vaan tapahtumissa, ei olla muuten tekemisissä. Sekin on sellainen sosiaalinen tapahtuma.” (H9)* Kaikilla paikkakunnilla vapaaehtoisista ei kuitenkaan ole muodostunut varsinaista yhteisöä ja sellaista kovasti kaivataan, vaikkakin se ei tunnu

olevan ehdoton edellytys toiminnalle. Vapaaehtoisena voi hyvin toimia myös yksin.

Pääkaupunkiseutua lukuun ottamatta tekijöistä on pulaa ympäri Suomen. Muutamalla paikkakunnalla vapaaehtoisia on riittävästi tapahtumiin, mutta lisävoimat olisivat tervetulleita. *”Sanotaan, että kyllähän noista selviää sillä määrällä, mikä meillä oli, ei se mikään ongelma ole. Mutta kyllähän sitä nyt aina toivoo että olisi mahdollisimman paljon.” (H5)* Joillakin alueilla on aluevastaavien lisäksi pari satunnaisesti aktiivista henkilöä niin, että joihinkin tapahtumiin voidaan osallistua, ja yksittäisillä paikkakunnilla aluevastaavat ovat ainoita Planin aktiiveja.

”Että toivon mukaan lisää aktiivisia mukaan niin päästään näkymään entistä enemmän ja useammin tuolla kaupungilla ja kaupungin eri tapahtumissa. Ollaan todettu että ollaan mukana näissä eri järjestöjen yhteisissä jutuissa, niin se on ehkä se kaikista mukavin ja helpoin organisoitava. – Silloin kaikki pääsee pikkasen pienemmällä työmäärällä kun on yksin.” (H2) Vapaaehtoisten puuttuminen rasittaa aluevastaavia rajoittamalla tapahtumiin osallistumista ja kasaamalla paljon työtunteja. Isoissa tapahtumissa useampi käsipari helpottaisi tehtävien ja vastuun jakoa, esimerkiksi toiset voisivat keskittyä lasten piirustuksiin ja toiset vetoomukseen. Sähköpostien lähettely ilman vastakaikua ja tapaamisten peruminen vähäisten osanottajamäärien takia syövät myös motivaatiota.

Muutamilla paikkakunnilla vapaaehtoistoiminta on ollut eläväisempää aiemmin ja nykytilanteen vertaaminen menneeseen kultakauteen tuntuu ankealle. Tosin aktiivisimmillaan paikallisryhmät tuntuivat olevan juuri perustamisensa jälkeen. Into hiipuu tasaisesti ja tasoittuu ajan myötä tai alkaa tehdä pientä aaltoliikettä, jossa tulee välillä voimakkaita aktiivisuuskausia ja välillä suvantovaiheita. Haastatteluista poisjääneet kaksi paikkakuntaa olivat juuri paikallistoimintansa aloittaneita ja erittäin aktiivisia, mikä saattaa hieman antaa väärää kokonaiskuvaa järjestön paikallisryhmien tilanteesta.

Syiksi vapaaehtoisten häviämiseen mainittiin muutto toiselle paikkakunnalle, kiinnostuksen puute ja oman innostamisen vähäisyys. Vastaajat kertoivat, kuinka heitä suorastaan surettaa nykyinen passiivisuus, että se rajoittaa omaakin toimintaa ja yksinkannettava vastuu järjestön näkyvyydestä tuntuu välillä painavan hartioita. *” – se sinänsä ärsyttääkin että ei pysy sinänsä yhtään kukaan. Ja ei järjestetä mitään niin sitten sekkin vähän ottaa päähän.” (H11)* Vaikka toiset tuntuivat ottavan vapaaehtoisten puuttumisen henkilökohtaisesti raskaammin kuin toiset, vaikuttaa se kuitenkin vapaaehtoistoiminnan mielekkyyteen. Ongelma on ehkä ennemminkin sellainen, mikä huolettaa satunnaisesti kun asia tulee esille ja sitten taas unohtuu.

”Ja se että myös aluevastaavien kohdalla näkisin että useampi henkilö olisi toivottavaa. Just että sitä saataisiin tehokkaaksi ja vetovastuuta siellä aina jaettuakin. Ja sitten just se ydinosaaminen kanssa että kenellä siellä on vaikka viestinnän puolen asiat hallinnassa ja kuka on enemmän käytännön toteuttaja, kenellä vaikka suhdeverkostot. Taikka sitten pitäisi

saada vapaaehtoisia sitouttaa heitä sillä tavalla että siellä olisi aktiivista omatoimista roolia enemmän.” (H7) Onneksi useimmilla alueilla on kaksi tai kolme aluevastaavaa, joten he saavat paljon tukea toisistaan eikä vastuu tunnu niin suurelta. Osittain toinen aluevastaava kannustaa myös jatkamaan, koska häntä ei haluta jättää yksin. ”Tietysti tämä (toinen aluevastaava), joka on aivan mahtava tyyppi, että siinä kun meitä on kaksi, joka porukkaa vetää niin se tsemppaa sitten kanssa paremmin.” (H13)

Suurimmaksi haasteeksi katsottiin vapaaehtoisten innostaminen mukaan. Vain kahdella paikkakunnalla oli tullut uusia toimijoita kampanjan aikana, mutta muualla tilanne oli pysynyt suurin piirtein vakiona. Yhtenä kampanjan tavoitteista oli innostaa uusia ihmisiä toimintaan mukaan (Oikeus oppia -kampanjan projektisuunnitelma 2012), mutta tässä ei useimmissa tapauksissa oltu onnistuttu. Niilläkin paikkakunnilla, joissa osallistujamäärät olivat kasvaneet, haastateltavat epäilivät kampanjan vaikuttaneen asiaan vain vähän, tarjoamalla korkeintaan matalan kynnyksen toimintaa. ”Monet uudet sanoivat, että tähän oli kivaa ja helppoa ja niitä näkyi myöhemminkin.” (H9)

Luvussa 3.4 kerrottiin vapaaehtoistoiminnan lyhytaikaisuudesta ja siitä, ettei ihmisiä kiinnosta sitoutua mihinkään. Tämä tuli esille myös haastatteluissa. Lisäksi ihmisten ajateltiin oletettavan, että heiltä vaadittaisiin jotain tietoja tai taitoja, ennen kuin he voivat tulla mukaan. Esimerkkinä Oikeus oppia -kampanjaankin oli ehkä hankala lähteä keräämään nimiä, jos mielikuvat kehitysyhteistyömäärärahoista olivat ennestään hataria. Plan ja kehitysyhteistyö selkeästi kiinnostaa laajempaa ihmisryhmää, sillä Planin järjestämät vapaaehtoisillat syksyllä 2012 keräsivät suhteellisen hyvin osallistujia ympäri Suomea, tosin vaihtelu oli suurta.

Toiminnan kehittämiseen ja ylläpitoon löytyy intoa, mutta käytännössä harvalla oli ylimääräistä energiaa aktiivisesti hakea uusia vapaaehtoisia. Kehittämiskohteiksi listattiin muun muassa vapaaehtoisporukan kasvattaminen, aktiivisen ydinporukan muodostaminen, yhteistyön tekeminen alueen lähettiläiden, Lastenhallituksen ja Mitä?-verkoston kanssa, toiminnan tehostaminen ja järjeistäminen esimerkiksi tehtävien jaolla. Tulevaisuutta katsottiinkin usein toiveikkain silmin: ”Mun mielestä ihmisten tietoisuus lisääntyy jatkuvasti vuosi vuodelta tästä kehitysmaiden hädästä, että kyllä se sitä kautta tulee. Meillä on kuitenkin hirmuiset hyvinvoinnit täällä länsimaissa ja kehittyneissä maissa. Kyllä se tiedon lisääminen lisää osallistumista.” (H14)

Oppiminen ja uudet kokemukset eivät tässä työssä korostuneet tekijän odottamalla tavalla. Haastatteluissa kysyttiin, oliko kampanjan aikana opittu jotain uutta joko liittyen kampanjan teemaan tai sitten vapaaehtoistoimintaan yleensäkin. Tätä tiedusteltiin, koska aiemmissa tutkimuksissa, varsinkin kehitysyhteistyöhön liittyen, oppiminen ja uudet asiat toistuivat motivaationlähteinä (mm. Leskinen ja Yeung). Toisekseen haluttiin kartoittaa, kuinka helppo tai haastava kampanja oli tiedollisesti.

Useimmat vastaajista kertoivat tai olettivat oppineensa jotain, mutta oppittujen asioiden nimeäminen oli hankalaa. Kenellekään aihepiiri ei ollut

entuudestaan täysin vieras, joten oppiminen rajoittui lähinnä yksittäisiin faktoihin tai prosenttilukuihin. Osa sai päivitystä vanhoihin tietoihin ja huomattiin, että joissakin asioissa koulutuksen osalta oli tilanne parantunut viime vuosina. Muuten oppiminen kohdistui pieniin käytännön asioihin; mitä ottaa huomioon tapahtumien järjestämisessä tai nimien keruussa ja kuinka paljon kampanjointi vaatii työtä.

Pari vastaajaa oli huomannut rohkaistuneensa kampanjan aikana kohtaamaan ihmisiä tapahtumissa. Heillä ei ollut aiempaa kokemusta nimien keruusta tai he eivät olleet aiemmin näin aktiivisesti lähestyneet ihmisiä jonkin kampanjan merkeissä. Pari aluevastaavista kertoi, miten heidän itsevarmuutensa oli kasvanut kampanjan myötä: *”Että ei pelkästään kampanjan ja nimenkeruun yhteydessä, vaan muissakin yhteyksissä, jos asiaa sivutaan niin tulee sellainen että mä nyt tiedän tästä vähän, mä voin kertoa teille jotakin. Kyllä ne sillä lailla on tietoisuutta lisännyt ja ehkä rohkeutta ottaa asiasta, kertoa vaikka ei ole mikään kampanja menossa.” (H6)* *”Sillä lailla tämä oli ensimmäinen kerta kun minä lähdin ihan tälleen kohtaamaan ihmisiä ja keräämään allekirjoituksia. Kuitenkin siinä oppi sillä lailla sen, että niinkin voi tehdä, tai niin täytyi tehdä, ei me oltaisi saatu niitä nimiä muuten.” (H13)*

Haastatteluissa erottuivat selkeästi ne, joilla oli kehitysyhteistyöopintoja takana, pitempiaikainen oleskelu kehitysmaassa tai muuten paljon kokemusta aiheesta ennestään. Heidän kohdallaan kampanja vaikutti melkeinpä liiankin helpolta sisällöllisesti. *”Tosiaan olen opiskellut itse enemmänkin, kuin mitä pelkästään lipaskeräys tai yksittäinen vetoisuus, niin mua kiinnostaa tosi paljon teoria siellä takana. Että mihin ne rahat kannattaa sijoittaa esim. mitä näillä kerätään. Mulla on sellainen motiivi tavallaan mitä rivivapaaehtoisella ei ole.” (H5)* Myös Planissa pitkään mukana olleille kampanja ei sinänsä tarjonnut paljoo uutta. *”Jotenkin tulee se, kun kahdeksan vuotta tekee näitä, että jollakin tavalla tulee se että ne ideat alkaa toistamaan itseään ja semmoiset ideat alkavat loppumaan, että ei keksi mitään uutta, että on käytetty meidän ideat mitä on ollut.” (H16)*

Tuoreimmille aluevastaaville tietoa saattoi tulla liikaakin, kun kampanjan ohella yritti sisäistää, millainen järjestö Plan on ja kuinka se toimii. *”Heille tämä koko kokonaisuus oli kanssa aika epäselvä, että mikä on Mitä?-verkosto, mitä tekevät lähettiläät, jne. Että mikä on oikeastaan sen aluevastaavan tehtävä.” (H17)* Myös muiden vapaaehtoisten kannalta koettiin hyväksi, että taustatietoa ei juuri vaadittu, näin yhteen tapahtumaan osallistuvalla uudelle vapaaehtoiselle ei ollut korkeaa kynnystä tulla mukaan.

Osa vastaavista koki velvollisuudekseen aluevastaavana olla hyvin perehtynyt kampanjan teemaan. *”Että olisihan hyvä että aluevastaava tietää vähän enemmän asiasta. Ehkä just silleen rivivapaaehtoiset tulee tapahtumaan ja on vaan läsnä, suunnilleen.” (H5)* *”Ja kyllä sekin jos on uusia vapaaehtoisia niin kyllä sekin että on semmoinen tuki siellä tapahtumassa, että itse ehkä osaa vastata kysymyksiin enemmän kuin joku joka on ensimmäistä kertaa.” (H9)*

Elämäntilanne nousi esiin erityisesti tutkittavien taustoista kysyttäessä ja sopiva elämänvaihe oli usein syy hakeutua vapaaehtoistoimintaan. Toisilla sattui olemaan enemmän vapaa-aikaa eläkkeen tai äitiysloman takia, tai koska ei ollut enää pieniä lapsia kotona hoidettavana, toiset palasivat pitemmältä ulkomaan reissulta tai muuten kotiseudulle pysyvästi. Useimmilla nämä tekijät kuitenkin vaikuttivat paljon ennen kampanja-aikaa, minkä takia niitä ei käsitellä työssä sen tarkemmin.

Osalla elämäntilanne muuttui kampanjan aikana, toisilla työ- tai perhekiireet veivät kaiken vapaa-ajan, toisilla sairastumiset lähipiirissä karsivat intoa ja mahdollisuuksia osallistua. Toisaalta haastatelluista neljä tuli mukaan Planin vapaaehtoistoimintaan tiiviimmin juuri kampanjan aikana. Opetustyötä tehneet kertoivat ammattitaustansa kautta kiinnostuneen kampanjasta ja kokeneensa tärkeäksi. Muilla työ ennemminkin syystä tai toisesta kannusti hakeutumaan vapaaehtoistoimintaan, asia ei niinkään liittynyt kampanjaan. Vapaaehtoistyöstä haettiin oman alan tekemistä eläkepäiville, monipuolista työkokemusta ja erilaista näkemystä omaan työhönsä sekä vastapainoa päivätyöhön. Vapaaehtoisen yksityiselämään ei kuitenkaan haluttu tässä työssä keskittyä, sillä se on järjestöstä riippumaton asia.

6.2.2 Plan järjestönä

Haastateltavien taustoja kartoittaessa kysyttiin, mikä sai juuri Planiin tulemaan mukaan. Tähän saatiin yleisimmin vastaukseksi järjestön tuttuus, suuri koko, kansainvälinen toiminta, luotettavuus, poliittinen ja uskonnollinen sitoutumattomuus, keskittyminen juuri lapsiin, kummitoiminta, hyvä imago ja nopea vastaus yhteydenottoon. Osalta kysyttiin vielä, mikä oli saanut jatkamaan vuosikausia järjestössä tai haastateltava otti asian itse esille. Syitä tähän olivat mukava toimiston henkilökunta, hyvät kampanjat, vaikutusmahdollisuus ja toimiston tuki. Lisäksi arvostettiin sitä, että saatiin käyttää omaa luovuuttaan, suunnitella itse toimintaa, toteuttaa hauskoja ideoita, arvostuksen kokeminen toimiston henkilökunnan puolelta, sopivassa suhteessa valmiita toimintaideoita ja vapauksia toimia itselleen parhaalla tavalla.

Kaiken kaikkiaan toimisto vaikutti monelle maantieteellisestä etäisyydestään huolimatta läheiseltä sekä arvomaailmaltaan ja toimintatavoiltaan itselleen sopivalta. *”Se että, kyllähän tietysti hirveän tärkeä asia miten te siellä Helsingin päässä käsittelette meitä ja suhtaudutte meihin.” (H16) ”Jotenkin se Planin henkilökunta on hirveän mahtavaa ja hirveän helposti lähestyttävää ja aivan, – Matti Meikäläisen tasolla, että siellä ei kukaan nosta itseänsä yli muiden. Jotenkin niin mahtava porukka, jotenkin lämmin ja aivan ihana niin siinä on tosi mukava olla, ei niin kuin sitten haluta poiskaan. Että se on yksi asia mikä sitten tsemppaa jatkamaan.” (H13)*

Kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä Planin antamaan tukeen, ohjeisiin ja materiaaleihin. Ne koettiin selkeinä, sopivan informatiivisina ja mielenkiintoisina, yksinkertaisesti *”hyvin tehty ja valmisteltu, että se oli visuaalisesti kaunis, – Hyvin oli siinä visuaalisessa puolessa onnistuttu ja*

sanoma tuomaan sitten myöskin kuvina ja materiaalien kautta.” (H15) Perusfaktat oli onnistuttu sopivasti tuomaan esiin ja halukkaat pystyivät vaivattomasti lukemaan syvällisemmin koulutusteemasta.

Materiaalien ja tiedotuksen suhteen oli vain yksittäisiä rakentavia kommentteja, joten niitä voidaan pitää erittäin onnistuneena kokonaisuudessaan. Muun muassa ständimateriaaleissa olisi ollut parantamisen varaa. *”Tämä semmoinen yleinen kampanjamateriaali mitä siinä oli olisi voinut olla huolitellumpaa. – nimenomaan ständimateriaali – ” (H8)* Aina ei myöskään oltu muistettu kertoa kaikista toimiston organisoimista tapahtumista tai näyttelyiden kiinnittämisessä saattoi olla ongelmia. Kokonaisuudessaan Planin osuudesta kampanjassa tuli kuitenkin todella vähän mitään negatiivista palautetta. Erityisesti kiitosta sai nettisivut ja kampanjan aiheesta koottu Kysymyksiä ja vastauksia -info, johon oli koottu lyhyesti ja tiiviisti tiedot siitä, kuinka kampanjaa voi perustella yleisölle. Sähköpostittelu toimistolta katsottiin muutenkin riittävän informatiiviseksi, kampanjan etenemisestä tiedotettiin hyvin ja kysymyksiin sai nopeasti vastauksen.

”Ehkä yksi sellainen asia, mikä itsellä oli tuossa asiassa, että kun kampanja kesti aika pitkään, että vähän semmoista, en nyt tiedä kampanjaväsymystä, tai semmoista että saattoi välissä olla aikoja ettei tullut tehtyä oikein mitään, kun se ehkä vähän oli pitkä aika.” (H12) Toisella paikkakunnalla katsottiin, että kampanja olisi saanut jatkaa pidempäänkin. Kuitenkin harvoilla paikkakunnilla pystyttiin olemaan aktiivisia koko kampanjan ajan, joten siinä mielessä 11 kuukautta oli yhdelle kampanjalle pitkä aika. *”Sitä helposti käy niin, että tosiaan lähtee innostuneena ja se tosiaan laimenee se innostus ja sitten kun kampanja on loppumassa niin sitä taas innostuu että äkkiä nyt lisää allekirjoituksia – Mutta miten saisi sen innostuksen pidettyä koko ajan, se on se kynnyskysymys. – jos koko ajan myllytetään kampanjaa, että siinä olisi saanut enemmän ihmisiä osallistumaan. Minä mietin, että todellisuudessa, pystyykö joku siihen, että koko ajan. En tiedä, joku huippuaktiivinen saattaa pystyäkin – ” (H13)*

Haastatteluissa nousivat usein esiin Planin järjestämät tapahtumat kampanjan aikana tai jo aiemmin. Useimmilla joku tietty tapahtuma oli toiminut kipinänapa vapaaehtoistoimintaan lähtemiseen alun perin. Tässä käsitellään työn kannalta olennaisin tapahtuma, Planin sidosryhmäpäivät keväällä 2012, jossa suunniteltiin yhdessä kampanjan toteutusta.

”Mutta on se aina mukavampi olla paikalla, jotenkin mä olen kokenut sen että sitä on aina paljon motivoituneempi noitten koulutusten jälkeen ja tekemään vapaaehtoistyötä, jatkamaan sitä. Siinäkin mielessä ne on hirveän hyvä, että kun koko porukka on kasassa. Jo se, että on eri puolelta Suomea vapaaehtoisia, niin se on minusta hirveän tärkeää.” (H13) Varsinkin vuoden 2012 tilaisuuden vastaavat kokivat voimaannuttavaksi ja saaneensa viikonlopusta hyvät eväät kampanjan toteuttamiseen omalla paikkakunnallaan. Erityisen paljon herätti kiitosta se, kuinka paljon aluevastaavien ideoita ja palautetta oli otettu huomioon. Viikonlopulla

olikin paljon merkitystä kampanjalle, muun muassa kampanjan nimi vaihtui sidosryhmäpäivillä annetun palautteen ansiosta.

”Näköjään me ollaan kuitenkin aika tärkeässä roolissa siellä kun niitä koulutuksia viedään ja kampanjaa suunnitellaan. – Kun se sanoi siellä koulutuksessa, että on vähän vaikea lähteä muuttamaan kampanjan nimeä, kun se on jo jossain paikoin tullut ilmi, mutta kuitenkin ne lähtivät siihen että ne lähti sen muuttamaan. Sekin oli jollakin tavalla, että meitä kuunneltiin siinäkin niin paljon niin minä koin sen positiivisena. – Musta se oli kyllä hienoa, että sen takia ei ole varmaan koulutuksiinkaan tympeä lähteä, kun tietää sen että sinne ei tyhjää mene istumaan.” (H16)

”Kun sitä on kuitenkin ne vapaaehtoiset, jotka toimii kentällä, että kokemuksesta tietää mikä toimii ja mikä ei. Mutta musta on aivan ihanaa, että meidän mielipidettä kuunnellaan aina. Se on hirveän tärkeä ja iso asia ja se motivoi ja tsemppaa edelleen. Aina minusta pitäisi tietää etukäteen kampanjoista ja olla suunnitelmat, että mitä tehdään ja miten tehdään.” (H13)

Ne jotka eivät olleet päässeet paikalle, sanoivat olleen hieman hankalaa päästä kampanjaan mukaan. ” – olin vähän pihalla kun sä et ollutkaan käynyt koulutuksessa, tavallaan piti lukea aika paljon taustaa ja sitä materiaalia.” (H10) Samassa tilanteessa olivat oletettavasti toukokuun 2012 jälkeen mukaan toimintaan tulleet aluevastaavat. Aineistosta heijastuu se, kuinka vuoden 2012 sidosryhmäpäivien osallistujille kampanja tuntui enemmän omalle, koska siihen oli päässyt vaikuttamaan ja olemaan jo suunnitteluvaiheessa osallisina: ” – niin ei tullut semmoinen olo että nämä on vaan annettu.” (H15)

Sidosryhmäpäiviä pidettiin erittäin tärkeänä innostajana vapaaehtoistoimintaan Planissa muutenkin. Viikonlopuilta opittiin paljon uutta, päästiin vaikuttamaan järjestön toimintaan, tavattiin vastaavia eri puolilta Suomea, vaihdettiin kokemuksia ja ideoitiin yhdessä, tavattiin samanhenkisiä ihmisiä ja ystävystyttiin. Koulutuksia kutsuttiin järjestön palkinnoksi jäsenilleen ja niitä pidettiin hyvin voimaannuttavina kokemuksina. Sidosryhmäpäiville osallistuttiin siis mielellään ja sitä ennen haluttiin tehdä vapaaehtoistyötä ahkerasti, koska muuten ”ei kehdattu ilmaantua” koulutukseen. Jälkeenpäin tarttui jälleen uudella innolla vapaaehtoistoimintaan. Erityisen tärkeää ja kaivattua oli muiden aluevastaavien tapaaminen ja heiltä saadut vertaiskokemukset. Haastatteluhetkellä Planin vapaaehtoisilla ei ollut toimivaa foorumia keskinäiselle keskustelulle, vaan käytännössä kaikki informaatio kulki toimiston kautta.

Planille annettiin myös yksittäisiä risuja, muun muassa toimistolla ei aina muistettu aluevastaavien jaksamista: ”Sen aina toivoo tietysti Planilta, että se ymmärtää myös, että ne jotka on täällä vapaaehtoisia, niin resurssit, että jos ei aina pysty järjestää jotakin. Että hyväksyttäisiin se että aina ei voi olla joka paikassa mukana. Aina ei välttämättä saada väkeä tai sitten jopa että minullakaan ei ole resursseja järjestää, jos ei saada muilta tahoilta järjestettyä. Mitä nyt alkoi tämä uusi kampanjakin silleen, että

mitä täällä alueella tapahtumia, miten me saadaan heräteltyä henkiin.” (H10) Kaiken kaikkiaan järjestö sai kuitenkin runsaasti kehuja. ”On se vaan tämä Plan järjestönä jotenkin henkisesti paljon antava järjestö.” (H16)

6.2.3 Osallistumismuodot

Helmikuussa 2013 pidetyillä sidosryhmäpäivillä seitsemän aluevastaavaa mietti ryhmissä kampanjan onnistumista ja antoivat kouluarvosanat (4-10) eri osallistumismuodoille. Koska tilaisuuteen osallistui vajaa puolet haastatelluista, ei tuloksia voida tässä yleistää, mutta palautteesta nostetaan muutamia mielenkiintoisia huomioita esille. Pääpiirteissään palaute oli erittäin positiivista ja kampanja oli hyvin onnistunut kokonaisuus. Nimien keruu vetoomukseen ja unelma-ammattiopirustukset olivat selkeästi pidetyimmät toimintamuodot. Enemmän hajontaa aiheuttivat pulpettikuvat ja opettajatarinat. Pulpettikuvat jäivät kenties osalle vieraiksi ja sen toteuttaminen oli haasteellista. Opettajien muistelun katsottiin kääntyvän itseään vastaan, kun riskinä oli että, opettajia ruvetaan jotenkin vertailemaan tai laittamaan paremmuusjärjestykseen. Kumpikaan tavoista ei istunut kovinkaan hyvin ständimuotoiseen toimintaan, jota useimmat vapaaehtoisista olivat pääosin tehneet kampanja-aikana.

Haastatteluissa näitä tietoja syvennettiin ja tulokset olivatkin hyvin pitkälle sidosryhmäpäivien saldon mukaiset. Kokonaisuutena enemmistö piti eri osallistumismuotoja onnistuneina ja hyvin kampanjaa tukevinä. *”Kyllä siinä varmaan tuli semmoinen että innosti osallistumaan kampanjaan, että ei ole pelkkä adressi. Yleensähan on. Että sitä on mietittykin sitten enemmän.” (H11) Mun mielestä se, että oli hirveän monta eri tapaa osallistua ja se että jokaiselle löytyy jotain. Että siihen pystyy eri puolilla Suomea, erilaiset ihmiset, että jos ei joku halunnut lähteä tapahtumaan keräämään nimiä, koki sen hankalaksi, niin pystyi osallistumaan lähettämällä linkkiä, järjestämällä näyttelyä. (H9)*

Monta eri osallistumismuotoa katsottiin kampanjan vahvuudeksi, sillä se mahdollisti eri-ikäisten ja eri asioista kiinnostuneiden ihmisten osallistumisen maantieteellisestä sijainnista riippumatta. Erityisesti kaikkien ikäryhmien huomioiminen sai kiitosta. Erilaiset muodot antoivat joustovaraa ja tilaisuuden toteuttaa kampanjaa haluamallaan tavalla. *” – tämä oli helppo tavallaan itselleen myydä, koska sitä pystyi myymään erilaisilla toimintatavoilla ja pystyi erilaisissa tapahtumissa, tilaisuuksissa toteuttamaan erilaisia.” (H12)*

Osallistumistavat eivät kuitenkaan välttämättä muodostaneet yhtenäistä kokonaisuutta, vaan muun muassa pulpettikuvat jäivät monelle täysin vieraiksi. Lisäksi vetoomusta ja ständityyppistä vapaaehtoistoimintaa yleensäkin pidettiin jopa kuluneena muotona. *”Meidän muodot oli oikeastaan aika perinteisiä, mutta se ongelma oli että en pysty hahmottamaan tällä hetkellä uusia muotoja.” (H17) ”Että kyllähän sitä edelleenkin se nimenkeruusysteemi pitäisi keksiä uudelleen että se toimisi paremmin.” (H12) ”Sanotaan, että se uusi mitä siinä voisi oppia, olisi just että keksisi jotain kokonaan uusia tapoja lähestyä ihmisiä, mutta nämä*

mitä tässä kampanjassa oli.” (H5) Muun muassa internetiä olisi voitu hyödyntää vastaajien mielestä tehokkaammin ja luovemmin. Tavallaan liian perinteiset muodot saattoivat jopa syödä motivaatiota. ”Ei minusta kampanja ei itse rajoittanut asiaa. Mutta se ei myöskään antanut sysäystä että tätäkin voisi tehdä.” (H17)

Vetoamus sai sidosryhmäpäivillä osallistumismuotona keskiarvoksi 8,6 ja sama linja jatkui haastatteluissa. Nimien keruu nautti ehdottomasti suurinta suosiota johtuen enimmäkseen sen helppoudesta ja nopeudesta. *Mutta kyllä mä sanoisin, että ehdottomasti paras keino oli tuo vetoamus saada ihmisiä mukaan. Nämä muut oli siinä vaan sivussa. (H5)*

Osallistujan kannalta vetoamus on erittäin vaivaton tapa vaikuttaa ja kynnys on matalampi kuin esimerkiksi rahan lahjoittamisessa. Helppoutta lisäsi se, että vetoamuksen pystyi allekirjoittamaan sekä paperille että netissä. Toisaalta moni mainitsi erilaisia adresseja olevan ennestään todella paljon, se toimiiko tämä osallistumiskynnystä madaltavana vai kasvattavana tekijänä, oltiin eri mieltä. *”Suomi on kyllä semmoinen adressien maa jossa mennään aina Nuorgamista Pääkaupunkiseudulle asti ja annetaan adressi ja sitten lähdetään taas ja herrat Arkadianmäellä unohtaa koko jutun.” (H17)*

Kerääjälle puolestaan muodon tekee mielekkääksi se, että nimiä sai nopeaan tahtiin ja helposti, tulokset olivat suoraan mitattavissa kerättyjen nimien määrinä ja nimiä pystyi keräämään niin tapahtumissa kuin lähipiirissäkin. *”Joo, ainut haaste siellä, että mistä se neljä prosenttia on pois, se varmaan siellä haastavinta selittää muille.” (H7) ”Ainakin se aina antaa selvät konkreettiset tiedot tai tuloksen siitä asiasta. Että nyt on tuhatmäärin, kymmeniä tuhansia nimiä, siinä oli selkeä mittari asialle.” (H14)*

Nopeuden ja adressien yleisyyden takia osa koki tavan välillä hieman kuluneeksi. *”Että se on toki ehkä vähän puuduttava tapa mutta se saattaa olla ainoa, jossa nähdään että tässä on paljon ihmisiä takana.” (H4)* Vapaaehtoisenkin näkökulmasta nimien keruu oli selvästi mielekkäämpää kuin varainhankinta. Pari vastaajista piti vetoomukseen nimien keruuta juuri itselleen sopivana tapana ja muutamalle muoto ei oikein tuntunut omalle tai alku oli hankalaa, kun ei tiennyt miten ihmisiä lähestyä. *”Mä ihan alkuun, kun piti mennä niin se oli vähän hankalampaa, mutta sitten kun vaan alkoi juttelemaan niin kyllä sen sitten sai sen, miten ihmisille kertoa, kun on muutaman kerran selittänyt niin sitten rupesi juoksemaan ja se oli jo ihan kivaa.” (H6)*

Rohkea lähestymistapa oli huomattu selkeästi tehokkaimmaksi keinoksi. *”Ja sitä kautta on musta kanssa tullut eniten allekirjoituksia ja toisaalta myöskin eniten keskustelua. – Eli jos ihminen menee siihen missä ne listat ovat pöydän vieressä, niin se rupee yleensä lukemaan eikä kysy mitään. Vaan sitten kun se on itse siitä tekstistä saanut sellainen kuva, että tämä on ihan hyvä, niin sit se laittaa nimen alle. – Mutta silloin kun menee sen läpyskän kanssa sinne ensin ja kysyy että onko vähän aikaa, voitteko*

vähän kuunnella mitä minulla on asiaa ja sanoo pari asiaa, on toisenlainen informaatioflow, mitä siellä tapahtuu. (H17)

Pitkään toiminnassa mukana olleet vertasivat kampanjaa muutaman vuoden takaiseen Planin syntymäreki-kampanjaan, jossa pääosissa oli vetoisuus ja nimiä saatiinkin yhtä paljon kuin tässä kampanjassa. Osalle vanha kampanja oli helpompi, sillä siinä ei vaadittu niin hyvin taustatieto kehitysyhteistyöstä, toisille taas Oikeus oppia -vetoomukseen oli mukavampaa kerätä nimiä kun tasa-arvoinen koulutus oli kaikille niin itsestään selvästi tärkeää, ettei asiaa tarvinnut sen kummemmin perustella.

Unelma-ammatti-piirustukset kohosivat selvästi kakkossijalle 7,6 keskiarvolla. Vetoomuksen tavoin mielipiteet olivat melko yhdenmukaisia ja kritiikkiä muotoa kohtaan tuli todella vähän. Syventävissä haastatteluissa paljastui että noin kolmannekselle aluevastaavista kyseinen muoto jäi vieraaksi eivätkä he keränneet lainkaan tai vain vähän piirustuksia kampanjan aikana. Suurimmalle osalle piirustusten idea oli onnistunut ja erityisen tärkeää oli, että kampanjassa oli huomioitu lapset hyvin.

Piirustukset tukivat sopivasti vetoomusta, sillä monesti lapset saatiin houkuteltua pisteelle piirtämään ja sitä kautta päästiin kertomaan vanhemmille kampanjasta ja pyytämään nimet vetoomukseen. Piirustusten avulla pystyttiin tavallaan alentamaan kynnystä ottaa kontaktia vieraisiin ihmisiin. Sen sijaan, että olisi mennyt aktiivisesti vetoomuslistan kanssa ihmisten luo pyytämään nimeä, pystyikin nyt tarjoamaan ihmisille mukavaa puuhaa ja houkuttelemaan sillä heitä vapaaehtoisen luo. *”Siellä kauppakeskuksessa se houkutti väkeä aika hyvin, koska lapset kauppakeskuksessa voivat olla vähän haastavat ystävät, niin sitten sai ehkä sillä viihdytettyä pientä shoppailijaryhmää ja sitten sai vanhemmat jututettua siinä samalla.” (H7)*

Itse keinon vaikuttavuuteen tai piirustusten määrään vaikutti suuresti haastateltavan oma persoonallisuus. Vapaaehtoisia oli ohjeistettu juttelemaan lapsen kanssa tämän piirtäessä koulutuksen merkityksestä kyseisen unelma-ammatin toteutumisesta. Aina tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista, samaan aikaan kerättiin esimerkiksi vanhemmilta nimiä vetoomukseen, esiteltiin Planin toimintaa tai lasten annettiin muuten piirtää omassa rauhassaan. Toimintamuotona piirustukset olivat pidettyjä, mutta vaikuttamiskeinona eivät vakuuttaneet aivan kaikkia. *”Muistaakseni muutamia piirustuksia saatiin kyllä, mutta ymmärsikö ne lapset sitten mihin ne oli osallistuneet, niin sitä mä en osaa sanoa.” (H5)*

Kohtaamisista lasten kanssa oli monille jäänyt joku mukava muisto, joka motivoi eteenpäin kampanjassa. Haastatteluissa kerrottiin monta mukavaa tarinaa, minkälaisia tilanteita lasten kanssa oli tullut kampanja-aikana, mikä kertoo, kuinka toimintatapa tuotti myös vapaaehtoiselle paljon iloa. *”Se oli semmoinen luonteva ja myöskin tuntui että lapset monesti pyysi että saako tämän ottaa kotiin mukaan, että se oli semmoinen tärkeä juttu myöskin heille.” (H15)* Lapset tuntuivatkin ottaneen kampanjan ja osallistumismuodon melko hyvin vastaan. Aina piirustukset eivät olleet

innostaneet osallistumaan, varsinkin jos tapahtumassa oli monta muuta mielenkiintoista puuhapistettävää ja työpajaa viemässä huomiota muualle.

Tärkeimpänä kuitenkin pidettiin sitä, että lapsillakin oli vaikuttamiskeino ja heidät osallistettiin kampanjaan. Tästä tuntuivat sekä lapset että vanhemmat olevan otettuja aluevastaavien mielestä. *”Ja kyllä lapset oli tosi innoissaan ja lapsillekin tuotiin esille se että nämä on terveisiä tuonne ministerille ja lapset oli tosi otettuja että he saavat sanoa oman mielipiteensä ja kertoa itse. Että kyllähän se parasta Planissa on että lapset pääsee osallistumaan itse ja kertomaan mielipiteensä asioihin.”* (H12)

Kymppin ope -tarinat jakoivat mielipiteitä niin sidosryhmäpäivillä kuin haastatteluissakin. Keskiarvoksi annettiin 6,1 ja arvosanat vaihtelivat yhdeksiköstä neloseen. Tarinoilla haluttiin nostaa esille opettajien työn merkitys, mutta osa katsoi niiden aiheuttavan enemmän ristiriitoja. *”Tämä Kymppin ope -kampanja, se jopa sai kielteistä vastakaikua siinä suhteessa. Moni koki että ruvetaan arvottamaan opettajia tällä tavalla, ruvetaan laittamaan eri kategorioihin.”* (H2) Myös opettajan haastattelussa ilmeni, ettei opettaja katsonut voivansa teettää sellaista luokassa, vaikka idea hyvä olikin. Toisaalta tarinoiden kerrottiin herättäneen tällä keskustelua ja ristiriitaisuuden olleen siinä mielessä positiivinen asia.

Kahteen eri leiriin jakautuminen jatkui haastatteluissa ja osalla sidosryhmäpäivillä tehdyt ryhmätyöt olivat selkeästi vaikuttaneet mielipiteisiin. Toisilla ei ollut kokemusta juttujen keruusta, mutta heille tarinat olivat ideatasolla hyviä. *”Se tuo varmaan semmoista konkreettisuutta siihen kouluun ja oppimiseen, että miten eri-ikäiset ihmiset muistaa koulun.”* (H10) Toiset olivat keränneet muistoja ja pitivät sitä enimmäkseen hyvänä ajatuksena mutta käytännössä kuitenkin hankalina toteuttaa. Tarinan kirjoittaminen ei soveltunut ständeille, niiden kerääminen tuntui vaikealle ja osallistumismuotona se oli työläs. Harvalla kun heti tuli mieleen sopivaa muistoa. Kirjoittaminen myös vaati oman tilansa, aikansa ja rauhansa, mitä hektisillä ja pienialaisilla ständeillä harvoin on riittävästi. Tämä oli ratkaistu jakamalla tarinalappuja yleisölle ja jätetty palautus ihmisen oman viitseliäisyyden varaan. Tosin erälle vastaajista opettajatarinoiden kerääminen oli helpompaa kuin vetoamukseen nimien keruu, eli tämäkin on hyvin yksilöllistä.

Parannusehdotuksina annettiin tarinoiden toteuttamista toisenlaisella konseptilla tai kampanjan pääyhteistyökumppanin, Opetusalan ammattijärjestön, kautta. Esimerkiksi A3-kokoinen kampanjan esittelyvihkoseen, johon oli koottu esimerkkitarinoita, olisi voinut kirjoittaa suoraan lyhyempiä versioita tarinoista tai vihko olisi korvattu seinälle levitettävänä näyttelytauluina. *” – monille se tuli yllätyksenä että opettaja on poissa päiviäkin ja ei tee töitään. Että se opetuksen laatu ei aina ole hyvää. Ne olisi voinut ehkä kulkea rinnakkain. Ehkä sen olisi voinut olla vähän informatiivisempi se kertomus jostain opettajasta, kuin vain se, että yksi opettaja on vaikuttanut vain yhteen lapseen.”* (H6)

Piilota pulpetti -valokuvat saivat numeeriseksi keskiarvokseen sidosryhmäpäivillä 7,5. Tässä osallistujat jakaantuivat selkeästi kahteen ääripäähän. Toiset pitivät osallistumismuotoa erittäin onnistuneena ja toisille se ei iskenyt lainkaan.

Aluevastaavien haastatteluissa ainakin osittain syyksi paljastui, että muoto jäi monelle täysin vieraaksi. He eivät itse ottaneet missään pulpettikuvia, keino ei istunut tapahtumiin luontevasti ja osalle sen kytkeytyminen koko kampanjaan jäi irtonaisen oloiseksi. *”Jos siinä olisi ollut jotain oikein hyviä toimivia vinkkejä, miten sen helposti toteuttaa, niin se olisi toiminut varmaan paremmin. Se jäi vähän irralliseksi asiaksi, oikeastaan miten tämä piilota pulpetti nyt liittyy tähän Oikeus oppia -vetoamukseen.” (H2)*

Ideatasolla valtaosa piti pulpettikuvista mukavana visuaalisena lisänä ja kertoi katselleensa niitä kampanjan nettisivuilta. Keinon oletettiin tavoittaneen uuden, kenties pienen mutta silti tärkeän, osallistujaryhmän nuorista, luovista ja valokuvaukseen suuntautuneista ihmisistä. *”Siinä ehkä on, että vaan mielikuvitus on rajana. Että jos todella halusi käyttää mielikuvitusta niin se oli semmoinen osallistumismuoto että pystyi kehittämään mitä vaan.” (H9)*

Ne joilla oli omaa kokemusta pulpettikuvista, kertoivat sen olevan työläs, kun ensin piti löytää ja kanniskella pulpettia ympäriinsä ja lopulta vielä lähettää kuva eteenpäin. Varsinkin nuorten kohdalla kaikkien kännykkäkamerailla otettujen kuvien ei edes uskottu koskaan päätyneen Planiin asti. Muoto ei myöskään tuntunut vain henkilökohtaisesti innostavan millään lailla ja yleisönkin epäiltiin arastelevan omien kuvien julkaisua netissä. *”Että heidän ei olisi tarvinnut nähdä sitä vaivaa että he roudaa sitä pulpettia ja ottaa kuvan ja lähettää sen. Minusta sen pitäisi olla joku valmis juttu, missä se olisi vaan mennyt kuvaan ja suostunut että kuvat laitetaan eteenpäin ja piste.” (H7)* Medianäkyvyyden kannalta koulujen pulpetti-tempaukset olivat napakymppi, sillä ne kiinnostivat mediaa suuresti. Kampanjan seitsemän tempausta ajoittuivat loppukevälle ja alkusyksylle 2012, mistä saatiin yhteensä 10 mediaosumaa.

6.2.4 Yleisö ja tapahtumat

Plan oli kampanjan aikana mukana yli 80 eri tapahtumassa, jotka järjestettiin joko vapaaehtoisten, toimiston tai koulujen toimesta. Tapahtumien kautta tavoitteena oli herättää keskustelua kampanjan aiheesta, lisätä tietoisuutta koulutusteemasta, mediaosumien saanti sekä ihmisten innostaminen mukaan toimintaan (Oikeus oppia -kampanjan projektisuunnitelma 2012). Samalla luonnollisesti haluttiin kartuttaa kampanjatuotosten määrää.

Vastaajat osallistuivat viiteen erityyppiseen tapahtumaan kampanja-aikana:

1. kauppakeskuksessa ständin pito
2. massatapahtuma, messut tai muu suuri yleisötapahtuma
3. lastentapahtuma

4. jääkiekkopeli
5. muut sekalaiset pienemmät tapahtumat

Kaikissa eri tapahtumatyypeissä yleisön vastaanotto kampanjaan oli pääosin positiivista, eli ihmiset mielellään allekirjoittivat vetoomuksen tai muuten osallistuivat kampanjaan. Riippuen tapahtumatyypistä, ympäristöstä ja oletettavasti vapaaehtoisestakin vähintään puolet ihmisistä suhtautui kampanjaan myönteisesti. Negatiiviset kommentit olivat hyvin yksittäisiä. *”On toki ollut muutamia negatiivisia, mutta ne hukkuu sitten sinne kun on kuitenkin niin paljon positiivista palautetta niin ei niitä jää sitten silleen miettimään hirveästi.”* (H5) Viimeistä kategoriata ei tässä sen kummemmin käsitellä, sillä siihen jää sekalainen joukko yksittäisiä, pienimuotoisia tapahtumia, kuten näyttelyt, ravintolapäivät ja oppilaitoksissa pidetyt ständit, joiden pohjalta ei voida tehdä mitään yleistyksiä.

Kauppakeskukset olivat haasteellisia paikkoja, mutta siellä pääsi tehokkaasti kosketuksiin laajan ja monipuolisen yleisöjoukon kanssa. Ihmisten reaktio vaihteli paljon, toiset olivat väsyneitä ja kiireisiä, toisilla taas hyvin aikaa jäädä rupattelemaan. *”Pääasiallisesti kauhean positiivisesti, ei ehkä kauhean syvällisesti, varsinkin siellä (kauppakeskus) missä oltiin syksyllä, niin semmoisessa tilaisuudessa ihmiset ei oikein jaksa sitäkään vähää, kun arki-ilta ja kiire ja kauhean väsynyt.”* (H4)

Suuret massatapahtumat olivat samankaltaisia tilanteita kuin kauppakeskukset, vapaaehtoiselta vaadittiin vain vielä aktiivisempaa otetta ihmisten pysäyttelyyn ja työskentely oli liukuhihnamaista. Vastaajien mielestä aina ihmiset eivät kunnolla ymmärtäneet, mihin nimensä laittoivat. Toisaalta nimiä kertyi tehokkaimmin, varsinkin jos tapahtuman teema sopii kampanjaan. *”Mutta (massatapahtuma) oli kyllä selvästi kriittisempää porukkaa, vaikka saatiin kuulemma paljon nimiä – Itsekin olin siellä kiertämässä, niin kyllä oli selkeästi vaikeampaa jostain syystä. En tiedä sitten, oliko semmoinen ryhmä tai ihmiset liikkeellä silloin kun mä olin että ei niin kiinnostuneita ole. Mutta se riippuu niin monesta asiasta, että mistä ihmiset on tulossa, moni on tulossa töistä väsyneenä tai saattaahan siinä olla jotain sellaista että tuolla lätkäpelissä oli ihmiset vapaalla ja sitten ehkä enemmän halusi kuunnella.”* (H5)

Yleisön näkökulmasta pohdittiin myös miten pienemmissä tapahtumissa kampanja ei päässyt hukkumaan kymmenien muiden vetoomusten joukkoon: *”Jos miettii (massatapahtuma), niin siellä kerätään nimiä niin paljon, että jos miettii osallistujan näkökulmasta, niin ehkä se jää paremmin mieleen. Että ei ole laittanut 20 nimeä yhdessä päivässä, vaan että mä olen osallistunut nyt tähän ja ottanut siitä ehkä jonkun esitteekin mukaan. Totta kai isoissa tapahtumissa saadaan paljon nimiä ja ne on sinänsä tärkeitä, mutta mun mielestä kivempia on vähän semmoiset pienemmät ja lapsille suunnatut tapahtuma sopi tähän kampanjaan kyllä tosi hyvin.”* (H9) Monet muutkin pitivät eniten lastentapahtumista, koska kiireettömyys ja lasten kanssa toimiminen oli mielekkäämpää kuin kaiken kyseenalaistavien aikuisten. Tehokkuutta ajatellen lastentapahtumissa

tavoitettiin vähiten yleisöä mutta toisaalta pidemmillä keskusteluilla koettiin saaneen enemmän vaikutettua ihmisiin.

Keväällä 2013 Plan aloitti yhteistyön Jääkiekon SM-liigan kanssa ja sen myötä vapaaehtoiset pääsivät ensimmäistä kertaa jääkiekkopeleihin mukaan. Pelit olivat yllättävän mukavia ja helppoja nimenkeruupaikkoja. *”Mä yllätyin kun oltiin siellä pelissä, että siellä ihmiset oli paljon rennompia. Oliko se suljettu tila vai oliko tietty ryhmä, urheiluhenkiset ihmiset on silleen että ne on semmoisia, että ne ei kyseenalaistanut niin paljoa kuin silloin kun oltiin (kauppakeskus) keräämässä nimiä.” (H10)* Toisaalta jääkiekkokansasta ei välttämättä odottaisi ennakkoon kovinkaan myönteistä vastakaikua kehitysyhteistyölle, minkä takia pelien onnistuminen saattoi tuntua niin mukavalta yllätykseltä.

Kiinnostuksen aste tapahtumissa vaihteli voimakkaasti ja enimmäkseen ihmiset tuntuivat vain allekirjoittavan nimensä edes rekisteröimättä, mihin osallistuivat. *”Tietysti voi aina miettiä, että kuinka paljon ihmiset oikeasti mieltii sitten kun allekirjoittaa sitä, että jäi semmoinen mielikuva, että opettajat (tapahtumassa) mieltii paljonkin ja sitten taas jossain lastentapahtumissa tuskin edes lukee, mistä on kyse.” (H4)* Tapahtumissa, joissa ihmisillä ei ollut kiire, heitä muuten sattui kiinnostamaan kampanjan teema tai heillä oli Planin kautta kummilapsi, keskusteluja saattoi syntyä enemmänkin. Tällaisia tilanteita pääsi syntymään enimmäkseen lasten tapahtumissa ja kauppakeskuksissa. Oikeasti kiinnostuneen oloisia tai pisteelle oma-aloitteisesti hakeutuvia oli harvassa, muutama prosentti kohdatuista ihmisistä, mutta he jäivät hyvin positiivisina muistoina mieleen. *”Se on aina mukava kun tulee aktiivisesti joku ihminen ja on kiinnostunut ja se on tosi mukava ja aika harvinaista kuitenkin. Mikä on musta tosi surullista ja yllättävää, että eikö ihmisiä tosiaan kiinnosta vai mikä on.” (H13)*

Kysyttäessä millaisiin ihmisiin kampanja parhaiten ja huonoiten upposi, saatiin vastaukseksi lähes joka ikä- ja sukupuoliryhmiä. Kaikenikäisissä ja -tyyppisissä ihmisissä oli pieni vähemmistö, joka oli joko todella kiinnostunut tai todella kriittinen. Suuri enemmistö, karkeasti arvioituna kahdeksan kymmenestä, olivat passiivisen myönteisiä. Enemmistön mukaan naiset olivat kaikkein vastaanottavaisimpia, poikkeuksena yli 60-vuotiaat rouvashenkilöt, joiden suusta kuultiin kaikkein negatiivisimmat tai jopa aggressiivisimmat kommentit. *”Samaten sitten kun ikääntyy, niin ikään kriittisyys lisääntyy.” (H2)* Miehistä, varsinkin keski-ikäisistä, moni oletti, että heidän kohtaamisensa olisi ollut hankalampaa kuin mitä se todellisuuudessa oli. He saattoivat kyseenalaistaa tai kysellä naisia enemmän, mutta useimmat lopulta allekirjoittivat vetoamuksen. Yksittäisenä ammattikuntana opettajat olivat suopeimpia kampanjalle.

Nuoremmista ikäluokista opiskelijat nousivat esille suotuisana kohderyhmänä. Osa koki nuoret ja erityisesti lapset helpommiksi kuin aikuiset lähestyä, sillä he kyseenalaistivat vähemmän. *”Se oli aika veikeää, ne oli silleen hyvin erilainen, aika otollinen kohderyhmä – semmoista tietoutta luoda heille kehityksiaan lapsista. He on niin kauhean innostuneita, että miten ne siellä. Se on kyllä semmoinen mukava haastava*

ryhmä, että aikuiset ehkä kyseenalaistaa enemmän kaiken mitä niille sanoo, tai jos sanoo jonkun lauseen väärin niin se siitä bongaa jotenkin että ootko sä nyt itsekään varma että meneekö se varmasti sinne kohderyhmään ne rahat.” (H10) Lapsiperheet olivat hyvin otollista yleisöä, koska heille pystyttiin tarjoamaan tekemistä sekä lapsille että aikuisille.

Vähäinen kritiikki, mitä saatiin, tuntui tulevan lähinnä ihmisiltä joilla oli ennestään hyvin negatiivinen asennoituminen kehitysyhteistyöhön tai he ymmärsivät väärin kampanjan tarkoituksen. ”Mutta ainakin mitä paljon kuulee niin kritisoidaan sitä kun sitä rahaa syydetään muualle, kun on Suomessakin paljon nuoria ja vanhuksia ja muita, joilla ei asiat ole hyvin ja sitten pitäisi huolehtia oman maan asukkaista. Se tulee ensin mieleen. Sitten ehkä se että ihmiset ei oikeastaan tiedä niistä ongelmista tai eivät välitä niistä ongelmista mitä kehityssaissaakin lapsilla on.” (H13)

Vanhemmilla ihmisillä ajateltiin oma elämäkokemus vaikuttavan mielipiteisiin, he kun ovat kokeneet pula-ajan ja haluavat siksi huolehtia ensisijaisesti lähipiirinsä hyvinvoinnista. Muilla syynä saattoi olla se, ettei kehitysyhteistyötä pidetä tärkeänä, se ei kiinnosta tai asiasta on ennestään pohjatietoja, jonka pohjalta kysyttiin tarkentavia kysymyksiä. Toisaalta jotkut myönsivät aiheen olevan tärkeä ja kannattavansa sitä periaatteessa, mutta he eivät vain halunneet antaa nimeään vetoomukseen. ”Osa oli jyrkkää ei ja osa oli semmoisia vielä käännytettävissä olevia. Ne jotka sen on päättänyt ja ovat tämmöisiä periaatteen ihmisiä niin niitä on hankala sitten enää vakuuttaa.” (H8)

Väärinymmärrykset kohdistuivat useimmiten siihen, mitä asiaa kampanjassa ylipäätään ajetaan. ” – joutui melkein jokaiselle joka oli kiinnostunut, – selittämään se, että tässä ei todellakaan haluta kehitysyhteistyömäärärahoja korottaa, vaan halutaan että se raha korvamerkitään eri lailla. – Sitä oli kiva selittää mutta jossain vaiheessa väsyi. Se olisi voinut olla hiukan terävämmin kampanjassa – ”. (H6) Tästä keskustelu meni siihen, kuinka Suomen kehitysyhteistyömäärärahoja käytetään ja mistä korotus olisi pois, mutta näihin kaikkiin oli koottu vapaaehtoisten ohjeisiin tietoa. Väärinymmärryksiä aiheutti myös se, että vapaaehtoisten luultiin keräävän rahaa. ”Jotenkin se ehkä ihmisille jäi epäselväksi että mikä se ydinidea on. Johtuu ehkä siitä että ihmiset eivät välttämättä tiedä mikä se on se raha, mistä puhutaan ja minne se on sillä hetkellä tai ennen tätä kampanjaa kohdistettu. Tavallaan että mikä siinä on se muutos että mitä haetaan.” (H8)

Monissa tapauksissa kuitenkin nämä saatiin oiottua ja henkilö allekirjoitti vetoomuksen. ”Että ihan niistä kontakteista ihmisiin, niistä tuli onnistumisen kokemuksia. Esimerkiksi joku rehtori-isä kolmen tyttären kanssa, josta muistan ihan miten voimaannuttava se oli.” (H3) Joo ja varsinkin jos saa muutaman ihmisen innostumaan, niin sitten saa semmoista sisäistä paloa, että jes! Nyt tämä meneekin!” Että siinä ei sitten haittaa vaikka meneekin pari vähän tympeämpääkin.(H6) Vaikka kriittiset mielipiteet jäivät vastaajilla selkeästi paremmin mieleen kuin myönteiset, saatiin niistä myös vahvoja onnistumisen kokemuksia, mikäli koettiin että pystyttiin vaikuttamaan

henkilön mielipiteisiin, lisäämään hänen tietouttaan tai muuttamaan suhtautumistaan. ” – uskon että siellä valtaosa sai ainakin hitusen sitä uskoa sinne, että eurot menee sinne minne ne kuuluukin. ” (H7) ”Kyllä mä luulen että siellä myös jotain liikahti. Mutta se on vaikea sanoa, tapahtuiko mitään sen jälkeen sitten. Mutta ne jotka nimen kirjoitti, tulivat tietämään mihin nimensä panivat. ” (H3)

Medianäkyvyyttä kampanjalle kertyi kohtuullisesti, toukokuun 2012 ja maaliskuun 2013 välillä yhteensä 33 varmaa mediamainintaa. Parhaimmat tulokset saatiin, kun otettiin itse yhteyttä paikallismediaan ja tarjottiin juttuun aihetta. Pääkaupunkiseudulla kynnys oli korkeampi ja erikoisuus oli valttia, kuten vaikkapa pulpettitempauksissa. Aluevastaavien haastatteluisissa nousi esille pieni tyytymättömyys kampanjan näkyvyyteen sekä mediasa että internetissä yleensäkin. Kampanjan ei uskottu saaneen tarpeeksi huomiota mediassa ja yksittäisistä tapahtumista ei tiedotettu riittävästi paikkakunnalla, tosin myönnettiin medianäkyvyyden saamisen olevan hankalaa. ”Mutta ehkä nyt sitten sitä kautta tulee se semmoinen, kun julkaistaan ja luovutetaan nimet ministeriölle ja sitä kautta sitten sen jälkeen tai sen yhteydessä tulee julkisuutta. Jotenkin tuntuu että Plan-gaalat sun muut näkyy telkkarissa, mutta sitten taas tuntuu että se kampanja on vähän ollut siellä sivussa ja piilossa. Että tietyt ihmiset on siitä tiennyt, mutta onko se sitten ollut tarpeeksi yleisesti mediassa esim. näkyvillä, niin ei ehkä ihan. ” (H4)

Toisaalta ilman kampanjaa teema ei välttämättä olisi näkynyt lainkaan mediassa: ”Mitä nyt on mediassa ollut, niin ei ole varmaan hirveästi näkynyt tämä tavoite millään muulla tavalla. ” (H5) Aina ei ollut riittävästi aikaakaan ottaa yhteyttä paikallismediaan ennen tapahtumaa. Tapahtumaraporteista huomasi, kuinka tärkeää ennakkovalmistelut tapahtumissa ovat ja miten vähän niille yleensä pysytään varaamaan aikaa. Jälkeenpäin oli huomattu, ettei esimerkiksi kohdeyleisöä, aktiviteetteja, ständin sijaintia tai medianäkyvyyttä ole mietitty tarpeeksi. Positiivista on kuitenkin, että joka tapahtumasta on opittu jotain ja kaikista jäi positiivinen mielikuva.

6.2.5 Tulevaisuus

Lopuksi haastateltavilta kysyttiin visiota Plan Suomesta viiden vuoden kuluttua ihanne- ja painajaistilanteessa sekä oman roolin kehittymisestä järjestössä. Tällä haluttiin tarkastella vapaaehtoisten toiveita sekä järjestön että oman toiminnan suhteen ja sitä, minkälaisin odotuksin tulevaisuutta katsottiin juuri kampanjan päätyttyä. Kysymykseen järjestön tulevaisuudesta pyydettiin tarkoituksella ääripäiden visiot, jotta koko skaala saataisiin esille.

Plan Suomelle vuonna 2018 povasivat kaikki hyvää tai pitivät realistisempina positiivista kehityssuuntaa kuin negatiivista. Yleisimmin nähtiin, että kehittyminen jatkuu tasaisena, eli näkyvyys ja tunnettavuus lisääntyvät sekä vapaaehtoisten, kummien ja muiden tukijoiden määrä kasvaa. Vapaaehtoisuuden toivottiin kiinnostavan jatkossa yhä useampia, järjestön tehokkuuden kasvavan ja saavan uusia aluevaltauksia niin kouluilta, yrityksiltä kuin internetin puoleltakin. ”Kyllähän se, koko

ajanhan Plan on musta kehittynyt, että se kouluttaa, rantautuu suomalaisiin kouluihin, jossa kasvaa uusi sukupolvi tietämyksen kanssa näistä kehitysmaiden lapsista, jotka meidän nuoriso sitten haluaa auttaa ja kehittää eteenpäin.” (H10)

”Pahin skenaario, no se tietysti, että jos tämän organisaation pyörittämiseen menee sitten valtaosa rahoista. Esimerkiksi organisaatio paisuu niin, että sinne kehitysmaihin projekteihin ja juttuihin ei riitäkään rahaa. Sen organisaation pyörittämiseen jos menee enemmän rahaa, niin se on paha juttu.” (H3) Käytännössä tämä tarkoittaisi toiminnan kulujen karsimista ja ensimmäiseksi leikkauskohteeksi povattiin kotimaan työtä. Tämä kaataisi vapaaehtoisille enemmän vastuuta ja painetta.

Jonkinlainen skandaali tai varojen väärinkäyttö, joko Planin puolelta tai toisessa järjestössä, nähtiin uhkana koko vapaaehtois- ja kummitoiminnan maineelle ja vievän järjestön luotettavuuden. Järjestöjen välinen kilpailu jakoi hieman mielipiteitä, toiset katsoivat sen uhaksi Planille ja toiset korostivat sitä, että apu menee perille olipa reitti sitten minkä järjestön kautta tahansa. Haastatteluissa väläyteltiin jopa ajatusta koko järjestön lakkauttamista, vaikka tähän ei tosissaan uskottukaan. Kuitenkin taloudellisen tilanteen koettiin uhkaavan vapaaehtoistoimintaa siten, että huonoina aikoina epätasa-arvo kasvaa ja mielenkiinto muiden maiden asioihin vähenee. Vastaavasti hyvinvoinnin lisääntymisen kotimaassa katsottiin vaikuttavan positiivisesti myös järjestön toimintaan.

”Mä uskon että Planilla on sitten keskuskonttorilla isoin päätäntävalta ja mahdollisuus vaikuttaa. Ainakin siellä on se vastuu toiminnasta.” (H8) Kehityssuuntaan vaikuttivat Planin johtoportaalan päätösten ohella, taloudellinen tilanne niin Suomessa kuin ulkomailla, ihmisten asenteet, järjestötoiminnan yleinen maine ja tiedottaminen kehitysmaiden asioista sekä järjestön toiminnasta. Näistä tulkiten Planin kannattaa siis panostaa vahvaan hallintoon, mutta ei muun toiminnan kustannuksella, hyvän ja luotettavan imagon ylläpitämiseen, näkyvyyteen, tiedottamiseen ja mielipidevaikuttamiseen. Vaikka kaikilta pyydettiin pahinta ja parasta skenaariota, harva silti päästi mielikuvitustaan lentoon. Enimmäkseen vastaukset olivat aika realistisia ja sellaisia, joiden toteutumiseen vastaaja itse pystyi uskomaan. Osasyynä tähän tosin saattoi olla väsyminen pitkään haastatteluun.

Oman roolin kehittyminen nähtiin myös ilahduttavan positiivisena. Järjestön kannalta oli hienoa, ettei kukaan vastanneista ollut ainakaan lähitulevaisuudessa lopettamassa vapaaehtoistoimintaansa Planissa. Pari iäkkäämpää pitkään mukana ollutta kertoivat harkitsevansa vapaaehtoisuudesta luopumista vedoten omaan jaksamiseen tai haluunsa antaa nuorille aktiiveille tilaa. Muutama oli jatkamassa toimintaa, mutta ei välttämättä vastuutehtävissä.

Valtaosa katsoi jatkavansa Planissa kuten ennenkin. Karkeasti sanottuna kolmasosa kertoi jatkavansa, mikäli oma elämäntilanne sallii sen. Muun muassa vapaaehtoistyö ulkomailla houkutteli monia. Erikseen ei kysytty yleisesti vapaaehtoistoiminnan kehittymisestä, mutta muutamat toivat silti

esille toiveensa sen kasvamisesta ja kehittämisestä jatkossa. Pääasiassa uusien aktiivisten löytäminen, toiminnan elävöittäminen ja tehostaminen olivat etusijalla. Parissa vastauksessa ei uskottu, että paikkakunnan toiminta suuremmin muuttuu seuraavina vuosina suuntaan tai toiseen. Pahimpana tulevaisuudenkuvana mainittiin Planista eroaminen, ainoaksi alueen vapaaehtoiseksi jääminen, toiminnan kuihtuminen kokonaan ja järjestöjen välisen kilpailun koveneminen.

Toisaalta vastauksista heijastui usko tulevaan ja kova into kehittää ja laajentaa toimintaa, saada uusia kokemuksia, matkustella ja olla tavalla tai toisella Planissa mukana vielä pitkään. Muutamissa haastatteluissa taas kuului väsymys ja mahdollisesti motivaation hiipuminen vapaaehtoisuuteen. Syynä tähän saattoivat olla toiminnassa mukanaolo niin pitkään, ettei uutta tarjottavaa tai annettavaa tuntunut enää löytyvän, tai muiden vapaaehtoisten apaattisuus ja suoranainen puuttuminen paikkakunnalta.

6.3 Koulut

Tutkimuksessa keskityttiin kampanjaan vapaaehtoisen näkökulmasta, mutta koska koulut olivat niin potentiaalinen kohderyhmä jo kampanjan teeman takia, haluttiin ne käsitellä tässä erikseen. Tutkimusta varten haastateltiin erästä opettajaa, lähetettiin lyhyt kysely koululähettiläille ja koulu-yhteistyötä sivuttiin aluevastaavien haastatteluissa. Yhteensä kampanjassa oli mukana 28 oppilaitosta jollakin tapaa, osa osallistui luokan kera yhdellä oppitunnilla tai tilaamalla lähettilään ja toiset järjestivät koko koulun pulpettitempauksen.

Planin koululähettiläiltä kysyttiin olivatko he maininneet kampanjaa kouluvierailujen yhteydessä ja kuinka opettajat olivat sen vastaanottaneet (kysymykset ja päätulokset liitteessä 1). Noin 40 lähettiläästä 26:lta saatiin vastaus ja heistä 69 prosenttia oli useimmiten tai aina kertoneet kouluissa kampanjasta tunnin yhteydessä. Kymmenen vastanneista kertoi aktiivisesti tuoneensa kampanjaa esille keräämällä nimiä opettajanhuoneessa ja kannustamalla kouluja osallistumaan kampanjaan. Toisille kampanja sen sijaan jäi vieraaksi ja kampanjasta mainitseminen tuntui irralliselta markkinoinnilta. Lähettiläiden mukaan enemmistö opettajista vaikutti periaatteessa kiinnostuneilta, tosin osa tuntui olevan kiinnostunut ennemminkin Planista yleensä tai kuuntelevan kohteliaisuuttaan. Pieni osa oli selkeästi kiinnostuneita, allekirjoitti vetoituksen ja harkitsivat osallistumista tosissaan. Näistä lähettiläät eivät osanneet sanoa, kuinka innostus säilyi vierailun jälkeen ja osallistuivatko opettajat tosissaan kampanjaan. Loput opettajista kieltäytyivät suoraan vedoten kiireisiin opetussuunnitelmiin, lupalaput koettiin hankaliksi ja kampanjaan osallistuminen nähtiin lisätyönä eikä lisäarvona muulle opetukselle.

Myös osa aluevastaavista oli ollut suoraan yhteydessä paikallisiin kouluihin, usein tuloksetta. Kouluissa pidetyistä ständeistä jäi kuitenkin hyvä jälkimaku ja muutamat mainitsivat sitä, että kouluilta ja erityisesti opettajissa olisi ollut enemmänkin potentiaalisia osallistujia ja siten kampanjan vieminen kouluihin tuntui riittämättömältä. Aluevastaavat toivoivat lähetti-

läiltä isompaa panosta, vaikka kampanjoinnin on tarkoitus olla sellaista, mitä lähettiläät voivat omaehtoisesti tehdä muun lähettilästoiminnan ohella. Myös pääyhteistyökumppani Opetusalan ammattijärjestö OAJ:lta toivottiin isompaa roolia kampanjassa.

Opettajan haastattelussa kampanja sai kyllä paljon kiitosta teemasta, kokonaisuudesta ja materiaaleista. Kampanjan katsottiin soveltuneen hyvin kouluihin, eri muodoista pystyi poimimaan itselleen sopivat ja valmis paketti teki osallistumisesta helppoa. Osallistumista ei pidetty lisätyönä, vaan ennemminkin tuki läpileikkaavana teemana kaikkea muuta opetusta. Haastattelussa koulussa ei oltu mukana kampanjassa yksittäisinä luokkina, kampanjaa hyödynnettiin luokkarajoja ylittävän toiminnan tarjoamisessa. Tällä puolestaan muun muassa parannetaan koko koulun yhteishenkeä ja ehkäistiin koulukiusaamista. Lisäksi sekä opettaja että oppilaat saivat olla mukana vaikuttamassa tärkeään asiaan.

Koulutyössä järjestötoiminta toki hukkuu helposti kaiken muun sekaan. *”Se tuli meille semmoisena, semmoinen pieni joka häilähtää läpi tämän meidän työn.”* Lause tuli vielä opettajan suusta, joka teki suhteellisen tiivistä yhteistyötä Planin kanssa ja osallistui kampanjaankin useampaan eri otteeseen. Hänen mukaansa Planin nimi tuli kyllä oppilaille tutuksi, mutta he eivät välttämättä edes erottaneet, mikä kampanja oli milloinkin kyseessä. Opettaja arvioikin, että jatkuvan yhteistyön myötä oppilaat olivat tottuneet Planiin, kampanjoihin ja tempauksiin osallistumista ei tarvinnut enää perustella heille. Osa oli jopa osoittanut muissa yhteyksissä kiinnostusta vapaaehtoistoimintaan.

Kampanja itsessään tarjosi akuuttia apua oppilaiden haluun tehdä jotain konkreettista ja vaikuttaa, kuten seuraavassa opettajan sitaatissa hyvin kuvataan: *” – täällä näkee semmoista käyttämätöntä energiaa oppilaille ja oppilaat on nykyään kauhean valveutuneita ja huolestuneita. Ne seuraa maailmaa, että tuntuu että ne haluaa ihan oikeasti lähteä toimintaan ja tehdä jotakin ja olla mukana. Eikä vain katsella telkkarista maailman kauheuksia. Ne haluaa muuttaa maailmaa, niille pitää antaa mahdollisuus muuttaa maailmaa.”* Tämän lisäksi kampanja tarjosi oppilaille vaihtelua arkeen, uutta näkökulmaa ja tietoa kehitysmaista. Tärkeämpää opettajan mielestä oli oppilaiden havainto, että itse voi tehdä ja vaikuttaa, joko keräämällä tai allekirjoittamalla itse vetoamisen, sekä mahdollisuus opettaa ja jakaa tietoa muille oppilaille. Tätä kautta syntyi yhteistyötä eri luokkasteiden välille ja parhaimmillaan oppilaat huomasivat uusia kykyjä itsessään.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tavoitteiden saavuttamisen perusteella kampanjaa voidaan pitää hyvin onnistuneena. Haastatteluissa saatiin paljon tärkeää hiljaista tietoa kampanjaan osallistuneilta henkilöiltä ja tulokset ovat linjassa aiempiin motivaatiotutkimuksiin ja asennekartoituksiin. Kampanjan avulla pystyttiin kohtuullisesti kanavoimaan näitä motivaatioita.

7.1 Tavoitteiden saavuttaminen

Kymmenestä kampanjalle asetetusta numeerisesta tavoitteesta seitsemässä päästiin selkeästi yli tavoitteen ja mikään kohdista ei jäänyt täysin nolliille. Erityisesti unelma-ammattiopirustuksien, lähettilästuntien ja eri paikkakuntien suuri määrä oli positiivinen yllätys, kun taas opettajatarinat, pulpettikuvat ja kouluille tilatun kampanjamateriaalin määrä jäivät tavoitetasostaan. Sanallisista tavoitteista kampanjan kärjen, eli koulutuksen osuuden nosto kymmeneen prosenttiin kehitysyhteistyömäärärahoista, toteutumista oli työn tekohetkellä mahdoton arvioida. Samaten Planin näkyvyyden ja profiilin vahvistaminen asiantuntijana sekä koulujen globaalikasvatusta ei pätevästi voida työssä käsitellä. Kampanjan roolia keskustelun herättäjänä, sidosryhmien aktivoijana sekä uusien toimijoiden houkuttelijana arvioidaan sen sijaan seuraavaksi.

Yli 20 tuhannen osallistujan voidaan olettaa tarkoittavan myös vastaavaa määrää keskusteluita ja kohtaamisia kaikenikäisten ihmisten kanssa ympäri Suomea. Useimmiten kohtaamiset olivat toki lyhyitä mutta ihmisille kuitenkin selvitettiin lyhyesti, mitä he allekirjoituksellaan tukivat. Tässä mielessä voidaan kohtuullisella varmuudella sanoa kampanjan herättäneen keskustelua kehitysyhteistyömäärärahoista. Osallistuneet näkivät tämän olleen yksi kampanjan päävaikutuksista ja muissakin lopputöissä (mm. Saloranta 2008, 40) on havaittu sama asia.

Vapaaehtoisista ainakin aluevastaavien aktivoiminen onnistui todella hyvin, sillä kahdestakymmenestä aluevastaavasta 19 osallistui jollakin tavalla kampanjaan enemmän kuin vain omalla allekirjoituksellaan. Muiden vapaaehtoisten kohdalla oli suuria paikkakuntaisia eroja. Vain kahdella alueella uusien aktiivien määrä kasvoi. Tosin kahdelta paikkakunnalta ei saatu tähän tietoa, mikä hieman vääristää tuloksia. Vapaaehtoisia aktivoitiin sekä aluevastaavien että toimiston kautta. Toimistolta muun muassa viestitettiin suoraan vapaaehtoiseihin kannustaen heitä omatoimiseen nimien keruuseen ja postitettiin kaikille Planin vapaaehtoisille Lapsen oikeuksien päiväksi (20.11.) vetoomuslistat ja kannustettiin keräämään nimiä lähipiirisään teemapäivän kunniaksi.

Koulujen kohdalla lähettiläiden innostaminen onnistui suhteellisen hyvin, huolimatta siitä että valtaosa lähettiläistä oli juuri aloittanut kouluvierailut ja heillä oli varmasti paljon uutta omaksuttavaa. Toisaalta alkuinnostus saattaa olla osasyynä lähettiläiden aktiivisuuteen. Uusia yhteistyökouluja tai muita kontakteja kampanjan aikana kertyi muutamia, mutta enin osa kampanjasta toteutettiin vanhojen sidosryhmien voimin.

7.2 Kampanja vapaaehtoisen silmin

Kokonaisuutena vapaaehtoiset aluevastaavat vaikuttivat tyytyväisiltä kampanjaan ja pitivät sitä todella onnistuneena. Aiempien motivaatiotutkimusten tapaan eniten motivoivat järjestön hyvät ominaisuudet, kuten suuri koko ja luotettavuus, henkilökunta, hyvät kampanjat, vaikuttamismahdollisuudet sekä järjestön koulutukset ja muut vastaavat tilaisuudet. Varsinkin henkilökunta, koulutukset ja vaikuttaminen vaikuttivat tärkeiltä.

Osittain samat asiat toistuivat kampanjaan osallistumisen motiiveina. Tulosten perusteella kampanjoinnissa kannattaa panostaa erityisesti kampanjan aiheen valintaan, vaikuttamismahdollisuuksien tarjoamiseen niin kampanjan suunnittelussa ja toteutuksessa kuin yhteiskunnassakin, sekä tiedon levittämiseen. Paikallisryhmän toiminnan ja yhteisöllisyyden tukeminen, palkinnot vapaaehtoiselle ja oppiminen edistävät myös olennaisesti aktiivista osallistumista kampanjoihin, vaikka eivät olekaan ehdottomia. Vastuutehtävä järjestössä tuo myös mukanaan velvollisuudentunteen, joka sai aikaan toimintaa järjestön hyväksi.

Perinteisten vapaaehtoisten motivaatioiden ohella kampanjaan osallistumista edistivät osuvasti valittu tema ja toimintamuodot. Kampanjan aihe ja osallistumismuodot vaikuttavat myös olennaisesti siihen, millaista vastaanottoa se saa tapahtumissa yleisöltä ja sitä kautta vapaaehtoistoiminnan mielekkyyteen. Kuten luvussa 3.2 jo mainittiin, kehitysyhteistyö herättää paljon ristiriitoja eikä siten ole aiheena helpoimmasta päästä käsiteltävä. Silti Oikeus oppia -kampanjassa onnistuttiin saamaan paljon myönteistä palautetta ja kiitosta tärkeästä temasta.

Työn tekijälle heräsi kuitenkin haastattelujen myötä epäily, oliko kampanjan tema tai osallistumismuodot jopa liian laimeita. Koulutuksen merkitystä kehityksessä kuvailtiin itsestään selvästi tärkeänä, prosentuaalista nostotavoitetta kehitysyhteistyömäärärahoissa maltillisena ja vetoomukseen nimien keruuta puuduttavana. Toisaalta aiheen tärkeyden itsestänselvyys teki nimien keruusta helpompaa, maltillinen tavoite antoi enemmän uskoa tavoitteen toteutumiseen ja puuduttavuuskaan ei haastateltavia haitannut kun nimiä kertyi nopeaan tahtiin.

Vapaaehtoisen kannalta yksi kampanjan vahvuuksista oli selkeästi sen monipuolisuus. Lähes kaikki haastateltavat pystyivät nimeämään ainakin yhden piirteen kampanjassa, mikä innosti juuri heitä osallistumaan ja toisaalta mikä ei vastaavasti lainkaan motivoinut. Jos nimien keruu tuntui pitkävetoiselle, niin pystyi kertomaan opettajamuistonsa. Kampanjan aiheen sai hyvin tiivistettyä muutamaan lauseeseen, mutta halukkaille oli tarjolla syvällisempääkin tietoa koulutuksen merkityksestä kehitysyhteistyössä.

7.3 Kehitysehdotukset

Hyvästä kokonaisuudesta huolimatta uusien yhteistyötahojen mukaan innostamisessa ja koulu yhteistyössä jäi eniten parantamisen varaa. Kampanjaan osallistuneiden vapaaehtoisten arvio tuntui suhteellisen maltilliselta verrattuna esimerkiksi Planin vapaaehtoisrekisterissä piilevään teoreettiseen potentiaaliin. Tutkimuksen perusteella vapaaehtoistoiminnassa kannattaisi harkita erityisesti räätälöidystä tukea aluevastaaville, tehokkaampaa uusien vapaaehtoisten rekrytoimista, innostavien osallistumismuotojen tarjoamista ja toimistojohtoisuudesta siirtymistä enemmän vapaaehtoisten tukipilarin rooliin. Kampanjan aikana vapaaehtoistoiminta oli säteittäistä, kun tiedonsiirto tapahtui pääasiallisesti Planin toimiston kautta paikallisryhmille, mutta ei juuri lainkaan eri paikkakuntien välillä. Verkostomainen rakenne, jossa informaatio kulkisi ristiin paikallisryhmien ja toimiston välillä, voisi palvella paremmin kaikkia osapuolia.

Haastatteluissa huomasi, kuinka isoja eroja aluevastaavissa on alueellisesti ja yksilökohtaisesti. Jokaisella oli hieman eri motiivit olla mukana Planin työssä ja jokaista kiinnosti erityyppinen toiminta. Tämä asettaa haasteita järjestön toiminnalle ollen samaan aikaan suunnaton rikkaus. Tarpeiden tunnistamista varten jatkossa jonkinasteiset kehityskeskustelut voisivat olla tarpeen. Moni aluevastaajista vähätteli etukäteen omaa arvoaan tiedonlähteenä, mutta itse haastattelutilanteessa tarinaa riitti silti reippaasti yli tavoiteajan. Yksittäiset haastateltavat myös osoitti lieviä väsymisen merkkejä, minkä vuoksi toimistolla on tärkeää olla perillä kunkin paikkakunnan tilanteesta. Keskusteluista voi lisäksi saada hyviä kehitysideoita koko järjestön toimintaan liittyen. Heillä on paras tieto käytännön kenttätyöstä ja halua olla mukana kehittämässä Planin toimintaa, mitä kannattaa kyllä hyödyntää ja kuunnella.

Tällä hetkellä osa aluevastaavista tuntuu hieman unohtuneen vastuunsa ja toimistolta tulevien virikkeiden alle yksinään. Heillä ei välttämättä ole aikaa tai energiaa uusien rekrytoimiseen. Uusien aktiivien innostamisen vaatii toki paljon töitä mutta siitä koituvat hyödyt usein kumuloituvat, sillä vapaaehtoiset ovat järjestön parhaita käyntikortteja tutkitusti suora tutun kautta tuleva pyyntö, järjestön hyvä maine ja yleispositiivisuus ovat merkittävimpiä tekijöitä vapaaehtoisten rekrytoinnissa. Useilla haastatelluilla ensikontakti Planiin oli kummilapsen hankkiminen ja sitä kautta vapaaehtoiseksi liittyminen. Järjestöön on varmasti muitakin vastaavanlaisia polkuja, joiden kartoittamisesta ja vahvistamisesta voisi olla järjestölle paljon hyötyä.

Tapahtumien suhteen ennakkotyöstössä isoimpia tapahtumia lukuun ottamatta osalta olisi myös petrattavaa. Monesti asioiden hoito jää viime tippaan, vaikka tapahtumat onnistuvatkin kohtuullisesti. Ratkaisukeinoja tähän olisivat koulutukset järjestöltä, tehokkaampi raportointisysteemi, vuosittain toistuvat tapahtumat sekä kokemustenvaihto eri paikkakuntien kesken. Raportointia voisi lisätä myös toimistovetoisille tapahtumille. Tapahtumissa yleisöltä tullut kritiikki oli hyvin yksittäistä ja kohdistui kehitysyhteistyöhön enemmän kuin itse kampanjaan tai Planiin järjestönä. Väärinkäsityksiä olisi voinut ehkäistä hieman kampanjan päätarkoituksen

selventämisellä jo kampanjamateriaaleissa ja opastamalla vapaaehtoisia vastaamaan paremmin kritiikkiin. Konkreettisia ratkaisuja viestinnän selkeyttämiseen tai lisäkoulutuksen tarjoamiseen eivät kuitenkaan pystyneet haastateltavat tai tekijä tarjoamaan. Vapaaehtoisilta kun ei voida edellyttää opiskelua ennen heidän mukaantuloaan järjestöön.

Koulujen suhteen olivat samat haasteet kuin vapaaehtoisissakin, kuinka innostaa niitä mukaan ja toisaalta kuinka sitouttaa pidemmäksi aikaa. Lähettiläiden kautta kouluja tavoitettiin erinomaisesti mutta kampanjan suora markkinointi oppilaitoksille oli takkuista ja vaisua. Kouluyhteistyön onnistumista tarkasteltiin kuitenkin niin suppealla otannalla, ettei päteviä johtopäätöksiä siitä pystytä esittämään. Lähettiläät epäilivät, että kampanjaan osallistumisen ei nähty antavan lisäarvoa opetukseen vaan lisätyötä. Haastateltu opettaja korosti sitä että halutessaan myös osallistuu, eli ongelma piilee kenties enemmän opettajien yleisissä asenteissa järjestötoiminnan ja koulumaailman yhdistämisessä, kuin että todellisuudessa siihen ei olisi resursseja.

Yksi tapa tiiviimpään kouluyhteistyöhön kampanjassa olisi ollut kenties yhdistäminen suomalaisen koulujärjestelmän kehityskaareen. Ei kuitenkaan tarvitse mennä kovinkaan paljoa ajassa taaksepäin, kun Suomessa tilanne koulutuksen osalta oli samantyyppinen kuin nykyisin köyhimmissä maissa. Tällä olisi voitu torjua myös ”ei kosketa minun elämäni ja Suomea” -ajattelumallia. Kampanjassa ei myöskään mietitty lainkaan, miten yhteistyötä sujuvasti jatkettaisiin osallistumisen jälkeen. Yksittäisiä uusia kouluja saatiin kyllä innostettua mutta yhteistyö heidän kanssaan ei välttämättä jatkunut. Lyhyen aikaa, esimerkiksi vain yksittäisellä tunnilla osallistuneille kouluille onkin voinut jäädä hyvin irrallinen ja hajanainen kuva kampanjasta. Jatkoyhteistyön kautta Planin globaalikasvatuksen vaikutukset jäisivät todennäköisesti pysyvimmiksi.

Laajempaa julkista keskustelua olisi voinut saada aikaan paremmalla näkyvyydellä mediassa. Viestintä ja medianäkyvyys on huomattu haastaviksi kampanjoissa yleensäkin ja vaativat paljon panostusta. (mm. Seppälä 2007, 48–57; Saloranta 2008, 42–43.) Median kannalta oli haasteellista myös se, että Oikeus oppia -kampanjan aikana kansainvälisellä Planilla oli meneillään yleisesti tyttöjen asemaa edistävä Koska olen tyttö -kampanja. Samanaikaiset kampanjat mahdollisesti kilpailivat huomiosta keskenään. Toisaalta ne toki tukivat toisiaan yhteisellä tyttöaiheella ja vapaaehtoiset tekivät ensin koulutuskampanjaa ja siirsivät sen jälkeen painopisteen tyttöaiheeseen. Siten Koska olen tyttö -kampanja tarjosi luonnollisen jatkumon Planin vapaaehtoistoimintaan.

Jatkossa olisi mielenkiintoista tutkia ja ideoida erilaisia toimintamuotoja, sillä nykyiset metodit ainakin vapaaehtoisten osalta nojautuvat pitkälti perinteiseen ständityyppiseen järjestön markkinointiin tai lasten oikeuksien esittelyyn. Tämä kuitenkin jo osittain puuduttaa yksittäisiä pitkään mukana olleita Plankansalaisia. Toinen mielenkiintoinen kysymys on, kuinka Planissa pystytään vastaamaan luvussa 3.5 esiteltyihin tulevaisuuden haasteisiin. Esimerkiksi pystyykö virtuaalivapaaehtoisuuden avulla kuromaankuilua Planin lahjoittaja- ja ohjelmamaiden välillä?

8 POHDINTA

Kokonaisuutena Planin Oikeus oppia -kampanjasta jäi onnistunut jälkituntuma ja niin myös tehdystä tutkimuksestakin. Erityisen antoisaa tekijälle oli päästä näkemään saavutetut lopputulokset tehtyään yhdeksän kuukautta töitä kampanjan eteen. Toimeksiantajallekin tuloksista on varmasti hyötyä, sillä kampanjoiden arviointi saattaa helposti jäädä hyvin kevyeksi. Tässäkään työssä ei pystytty arvioimaan kaikkia osa-alueita, muun muassa koulu yhteistyötä olisi ollut mielenkiintoista tarkastella syvällisemmin.

Kampanjaa tarkasteltiin osallistujien motivaatioiden kautta, mutta yhtä hyvin näkökulmaksi tai tutkimusmetodiksi olisi voitu valita joku muu. Aihetta olisi voinut lähestyä vaikkapa vapaaehtoisten arvojen tai vahvemmin numeeristen tilastojen kautta.

Tuloksissa oli paljon yhteneväisyyksiä aiempiin vapaaehtoistutkimuksiin, mutta myös muutamia odottamattomia piirteitä. Jo se oli tekijälle yllättävää, miten erilaisia ihmisiä Plan Suomen parissa toimii ja miten erilaisia ihmistyyppisiä kampanjalla saatiin liikuteltua. Syyksi tähän voidaan olettaa kampanjan yleisöön vetoavaa teemaa sekä monipuolisia osallistumismuotoja, joista löytyi jokaiselle jotakin kiinnostavaa. Oikeus oppia -kampanjaa voidaan pitää suhteellisen onnistuneena malliesimerkkinä, minkä pohjalta on hyvä lähteä kehittämään tulevia vaikuttamiskampanjoita ja järjestön vapaaehtoistoimintaa eteenpäin.

LÄHTEET

- Aluevastaavat n.d. Plan Suomi Säätiö. Viitattu 19.4.2013.
<http://www.plan.fi/fi-FI/aluevastaavat/>
- Berg, A. 2011. Lisää osallistamista? – Ei näillä eväillä. Sitran artikkeli 22.3.2011. Viitattu 19.1.2013. <http://www.sitra.fi/artikkelit/2011/annukka-berg-lisaa-osallistumista-ei-nailla-evaila>
- Darnton, A. & Kirk, M. 2011. Finding frames: New ways to engage the UK public in global poverty. Bond. Viitattu 20.3.2013.
<http://findingframes.org/Finding%20Frames%20New%20ways%20to%20enga-ge%20the%20UK%20public%20in%20global%20poverty%20Bond%202011.pdf>
- Effect of Volunteering on Risk Factors for Cardiovascular Disease in Adolescents. JAMA Pediatrics -lehti 25.2.2013. Viitattu 10.3.2013.
<http://archpedi.jamanetwork.com/article.aspx?articleid=1655500>
- Eskola, K. 2007. Vaikuttaako Kepa? Suomalaisten päättäjien kokemuksia kehityspoliittisesta vaikuttamistyöstä. Kepan taustaselvitykset n:o 16. Viitattu 23.1.2013.
<https://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/vaikuttaako-kepa.pdf>
- Esmond, J. & Dunlop, P. 2004. Developing the Volunteer Motivation Inventory to Assess the Underlying Motivational Drives of Volunteers in Western Australia. CALN WA inc. Viitattu 10.3.2013.
<http://morevolunteers.com/resources/MotivationFinalReport.pdf>
- Suom. Lager, L. Laihiala, K. Kontinen, T. 2009. Vapaaehtoisuuden trendit kehitysyhteistyöjärjestöissä. Kotimaisen toimintaympäristön analyysi 2009. Kepan raporttisarja 100, 11. Viitattu 7.3.2013.
<http://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/vapaaehtoisuuden-trendit.pdf>
- Euroopan vapaaehtoistoiminnan vuosi 2011. Euroopan komissio. Päivitetty 19.12.2012. Viitattu 20.4.2013.
http://ec.europa.eu/news/employment/110106_fi.htm
- Fields, M. 2005. Toiminnallista kasvatustyötä ja kasvatuksellista toimintaa – Kansalaisjärjestöt aktiivisen kansalaisuuden vaalijoina. Teoksessa Ilvonen, A. (toim.) Yksilö, yhteisö ja kansalaisyhteiskunta. Vantaa: Opinto-toiminnan keskusliitto Ry, 16–27.
- Grönlund, H. 2012. Hyvinvointivaltio innostaa vapaaehtoistyöhön. Sosiaalitiето 12/2012, 11. Viitattu 19.1.2013. <http://huoltaja--saatio-fi-bin.directo.fi/@Bin/28118001714d9165b54b63043d0de4f8/1358591843/application/pdf/183096/Sosiaalitiето%2012-2012.pdf>
- Haarni, I. 2010. Kolmas elämä. Aktiiviset eläkeläiset kaupungeissa. Talinna: Gaudeamus University Press Oy.

Haavisto, I. 2011. Valta yhteisöille! Mitä opittavaa Suomella on Ison-Britannian Big Societystä? EVA analyysi n:o 16. Viitattu 9.3.2013.
<http://www.eva.fi/wp-content/uploads/2011/09/Analyysi-Valta-yhteis%C3%B6ille.pdf>

Haavisto, I. & Kiljunen, P. 2011. Maailman paras maa. EVAn kansallinen arvo- ja asennetutkimus 2011. Elinkeinoelämän valtuuskunta EVA. Viitattu 3.3.2013.
<http://www.eva.fi/wp-content/uploads/2011/03/Maailman-paras-maa.pdf>

Hakkarainen, O., Kontinen, T. (toim.) 2008. Vapaaehtoisuus kehitysyhteistyössä. Kepan raporttisarja 91. Viitattu 10.3.2013.
<http://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/vapaaehtoisuus.pdf>

Harju, A. 2005. Kansalaisyhteiskunta vapaaehtoistoiminnan innoittajana. Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. (toim.) Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Jyväskylä: Gummerus, 58–80.

Harju, A. 2007. Lyhyt oppimäärä kansalais- ja järjestötoiminnan historiaa. Teoksessa Harju, A. (toim.) Kansalaistoimintaan kätkeyty aarre. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry. Espoo: Painotalo Casper, 184–191.

Harju, A. 2010. Puheenvuoro kansalaisyhteiskunnan tulevaisuudesta. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry, Satakunnan painotuote.

Hautamäki, A. 2005. Poliitiikan paluu. Teoksessa Hautamäki, A. Lehtonen, T. Sihvola, J. Tuomi, I. Vaaranen, H. Veijola, S. Yhteisöllisyyden paluu. Tampere: Oy Yliopistokustannus University Press Finland, 31–59.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hyyppä, M. 2011. Elinvoimaa yhteisöistä. Tieteessä tapahtuu 8/2011, 15–18.

Iivonen, E. 2005. MLL toimii vaikuttamalla ja vaikuttaa toimimalla. Teoksessa Iivonen, A. (toim.) Yksilö, yhteisö ja kansalaisyhteiskunta. Vantaa: Opintotoiminnan keskusliitto Ry, 80–90.

Iivonen, A. 2011. Miten vaikutan? Kansalaistoimijan vaikuttamisopas. OK-opintokeskus.

Juote, A. 2007. Järkiperaisestä hulluudesta moniäänisyyteen. Teoksessa Harju, A. (toim.) Kansalaistoimintaan kätkeyty aarre. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry. Espoo: Painotalo Casper, 44–63.

Järjestötyypit. 2006. Kansanvalta-verkkosivut. Päivitetty 24.8.2006. Viitattu 10.3.2013.
<http://www.kansanvalta.fi/Etusivu/Jarjestotjayhteisot/Kansalaisjarjestot/Jarjestotyytit>

Jäsenjärjestöt n.d. Kepa ry. Viitattu 23.4.2013.
<http://www.kepa.fi/mika-kepa/jasenjarjestot>

Kaikumo, R. 2007 Kuuleeko eduskunta? Globbari-verkoston toimijat ja toiminnan arviointi. Kepan taustaselvitykset n:o 21. Viitattu 23.1.2013.
<https://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/kuuleeko-eduskunta.pdf>

Kansainvälinen Plan n.d. Plan Suomi Säätiö. Viitattu 19.4.2013.
<http://www.plan.fi/fi-FI/tietoa-planista/kansainvalinen-plan/>

Kansalaisyhteiskuntapolitiikan neuvottelukunta. Oikeusministeriö. Julkaistu 6.2.2013. Viitattu 5.5.2013.
<http://www.om.fi/fi/index/ministerio/neuvottelujalautakunnat/kansalaisyhteiskuntapolitiikanneuvottelukunta.html>

Kettunen, P. 2006. Punaisesta julistuksesta kansalaisvaikuttamisen politiikkaohjelmaan. Teoksessa Ahvenisto, I. & Mäki, K. Kansalaisvaikuttaminen ajassa. Työväen historian ja perinteen tutkimusseura. Vaajakoski: Gummerus, 13–47.

Kohti aktiivista kansalaisuutta. 2005. Kansalaisyhteiskunta 2006 -toimikunnan raportti. Julkaisu 2005:14. Helsinki: Oikeusministeriö.
<http://www.om.fi/34782.htm>

Kontinen, T. (toim.) 2008a. Kohtalaisen hyvä Kepa – Kepan jäsenkysely 2008. Kepan raporttisarja 92. Viitattu 6.3.2013.
<http://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/kohtalaisen-hyva.pdf>

Kontinen, T. 2008b. Vapaaehtoiset järjestöjen kehitysyhteistyössä. Teoksessa Hakkarainen, O., Kontinen, T. (toim.) 2008. Vapaaehtoisuus kehitysyhteistyössä. Kepan raporttisarja 91, 39–50. Viitattu 11.3.2013.
<http://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/vapaaehtoisuus.pdf>

Kouvo, A. 2011. Järjestöt sateentekijöinä. Suomalainen järjestöaktiivisuus luottamuksen lähteenä. Teoksessa Pessi, A. & Saari, J. (toim.) 2011. Hyvien ihmisten maa.. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Diakonia Ammattikorkeakoulun julkaisuja. A tutkimuksia 31. Tampere: Juvenes Print, 211–228.

Laasanen, J. 2011. Vapaaehtoistyön kansantaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 70. Viitattu 14.3.2013.
<http://www.kansalaisareena.fi/Raportteja70.pdf>

Lager, L. Laihiala, K. Kontinen, T. 2009. Vapaaehtoisuuden trendit kehitysyhteistyöjärjestöissä. Kotimaisen toimintaympäristön analyysi 2009. Kepan raporttisarja 100. Viitattu 7.3.2013.
<http://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/vapaaehtoisuuden-trendit.pdf>

Lehtonen, T. 2005. Uskonto ja yhteisö. Teoksessa Hautamäki, A. Lehtonen, T. Sihvola, J. Tuomi, I. Vaaranen, H. Veijola, S. Yhteisöllisyyden paalu. Tampere: Oy Yliopistokustannus University Press Finland, 60–89.

Leskinen, T. 2008. Globaalin auttajan arvot ja moraali. Teoksessa Hakkarainen, O., Kontinen, T. (toim.) 2008. Vapaaehtoisuus kehitysyhteistyössä. Kepan raporttisarja 91, 12–23. Viitattu 10.3.2013.
<http://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/vapaaehtoisuus.pdf>

Leskinen, T. 2011. Muukalaisten auttaminen. Suomalaiset ja kehitysapu. Teoksessa Pessi, A. & Saari, J. (toim.) 2011. Hyvien ihmisten maa.. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Diakonia Ammattikorkeakoulun julkaisuja. A tutkimuksia 31. Tampere: Juvenes Print, 91–120.

Mannola, P. 2005. Kristillissosiaalinen työ, kansalaisaktivismi ja naiset 1800-luvulla. Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. (toim.) Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino / Jyväskylä: Gummerus, 39–57.

MOT Kielitoimiston sanakirja n.d. Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy Viitattu 10.3.2013.

National report - Finland. 2010. Study on Volunteering in European Union. Country report Finland. Euroopan Komissio. Viitattu 20.3.2013.
http://youth-partnership-eu.coe.int/youth-partnership/documents/EKCYP/Youth_Policy/docs/Voluntary/Policy/National_report_FI.pdf

Niemelä, S. 2007. Demokratia ja oppiminen. Teoksessa Harju, A. (toim.) Kansalaistoimintaan kätketty aarre. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry. Espoo: Painotalo Casper, 64–75.

Mönkkönen, K. 2005. Toiminnallinen vaikuttaminen. Maallikkous vuorovaikutuksen energialähteenä. Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. (toim.) Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino / Jyväskylä: Gummerus, 277–304.

Nylund, M. 2008. Vapaaehtoisuuden arvot ja motiivit. Teoksessa Hakkarainen, O., Kontinen, T. (toim.) 2008. Vapaaehtoisuus kehitysyhteistyössä. Kepan raporttisarja 91, 24–38. Viitattu 10.3.2013.
<http://www.kepa.fi/tiedostot/julkaisut/vapaaehtoisuus.pdf>

Nylund, M. & Yeung A. 2005. Vapaaehtoisuuden anti, arvot ja osallisuus murroksessa. Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. (toim.) Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino / Jyväskylä: Gummerus, 13–38.

Näin osallistut n.d. Oikeus oppia -kampanjan verkkosivut. Viitattu 2.2.2013. <http://www.plan.fi/fi-FI/oikeus-oppia/tutustu-kampanjaan/koulut-mukana-kampanjaan/nain-osallistut/>

Oikeus oppia -projektisuunnitelma. 2012. Ei julkaistu. Plan Suomi säätiö. Viitattu 20.1.2013.

Peltosalmi, J., Hakkarainen, T., Särkelä, R., Eronen, A. 2012. Järjestöbarometri 2012. SOSTE Suomen sosiaali ja terveys Ry. Viitattu 10.3.2013. http://issuu.com/soste/docs/jarjestobarometri_2012?mode=window&pageNumber=1

Pessi, A. 2009. Selvitys altruismista ja sosiaalisesta kestävydestä. Teoksessa Näkökulmia sosiaaliseen kestävyteen. Valtioneuvoston kanslian raportteja 2/2009, 39-56. Viitattu 27.4.2013. <http://vnk.fi/julkaisukansio/2009/r02-nakokulmia-sosiaaliseen-kestavyyteen/pdf/fi.pdf>

Pessi, A. 2011. Vapaaehtoistoiminta - Unelmia ja uhkakuvia systeemiälyn näkökulmasta. Kansalaisyhteiskunta 2/2011, 174–214.

Pessi, A. & Oravasaari, T. 2010. Kansalaisjärjestötoiminnan ytimessä. Tutkimus RAY:n avustamien sosiaali- ja terveysjärjestöjen vapaaehtois-toiminnasta. Raha-automaattiyhdistys RAY:n avustustoiminnan raportteja 23. Helsinki: Yliopistopaino.

Pessi, A. & Oravasaari, T. 2011. Suomalaisen altruismin tyypit. Auttamisen kolme muotokuvaa. Teoksessa Pessi, A. & Saari, J. (toim.) 2011. Hyvien ihmisten maa.. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Diakonia Ammattikorkeakoulun julkaisuja. A tutkimuksia 31. Tampere: Juvenes Print, 71–90.

Pessi, A. & Seppänen, M. 2011. Yhteisöllisyys. Teoksessa Saari, J. (toim.) 2011. Hyvinvointi. Suomalaisen yhteiskunnan perusta. Vilna: Gaudeamus University Press Oy, 288–313.

Plankansalaisen käsikirja n.d. Plan Suomi Säätiö.

Plan Suomi Säätiö n.d. Plan Suomi Säätiö. Viitattu 19.4.2013. <http://www.plan.fi/fi-FI/tietoa-planista/>

Planin historia n.d. Plan Suomi Säätiö. Viitattu 19.4.2013. <http://www.plan.fi/fi-FI/historia/>

Porkka, S. 2009. Työohjaamisen taito. Oppikirja vapaaehtoistyön ohjaajalle. Suomen Mielenterveysseura. SMS-tuotanto Oy/SP-paino Oy.

Puohiniemi, M. 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva. Opaskirja suomalaisen arkielämän tulkintaan. Vantaa: Limor kustannus oy.

Puolueet lupaavat, että vapaaehtoistoiminta tulee seuraavaan hallitusohjelmaan. 7.3.2011. Viitattu 9.3.2013. <http://www.kansanvalta.fi/1290610279125>

Rahkonen, J. 2012. Tutkimusraportti – Suomalaisen mielipiteet kehitysyhteistyöstä Ulkoasiainministeriö. Viitattu 8.3.2013. <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=38613&contentlan=1&culture=fi-FI>

Raninen, A. Raninen, T. Toni, I. Tornaesus, G. 2008. Mathildan muodonmuutos. Kansalais- ja vapaaehtoistoiminnan uudet kasvot. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.

Rantala, J. 2007. Outoja oppimisympäristöjä. Teoksessa Harju, A. (toim.) Kansalaistoimintaan kätkeyty aarre. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry. Espoo: Painotalo Casper, 76–85.

Saari, J. 2011. Kansalliset mallit ja auttaminen Euroopan unionissa. Teoksessa Pessi, A. & Saari, J. (toim.) 2011. Hyvien ihmisten maa. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Diakonia-ammattikorkeakoulun julkaisuja Raportti 31. Tampere: Juvenes Print, 43–70.

Seppänen M. & Pessi, A. 2011. Suuret ikäluokat. Paljon auttavia käsiä? Teoksessa Pessi, A. & Saari, J. (toim.) 2011. Hyvien ihmisten maa.. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Diakonia Ammattikorkeakoulun julkaisuja. A tutkimuksia 31. Tampere: Juvenes Print, 165–184.

Siltaniemi, A., Hakkarainen, T., Londén, P., Luhtanen, M., Perälähti, A., Särkelä, R. 2011. Kansalaisbarometri 2011. Hyvinvointi, palvelut ja osallisuus kansalaismielipiteissä. Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto ry. Helsinki. Viitattu 6.5.2013.

http://www.soste.fi/media/pdf/julkaisut/kansalaisbarometri_2011.pdf

Suomalaisten politiikkatietämys. 2008. Oikeusministeriö 2008:6. Viitattu 9.3.2013.

http://oikeusministerio.fi/fi/index/julkaisut/julkaisuarkisto/200806suomalaistenpolitiikkatieta-mys/Files/OMJU_2008_6_Suomalaisten_politiikkatietamys_164_s.pdf

Tahvanainen, K. 2005. Kulttuuria talkootyöllä – Ilosaarirock. Teoksessa Ilvonen, A. (toim.) Yksilö, yhteisö ja kansalaisyhteiskunta. Vantaa: Opin-totoiminnan keskusliitto Ry, 28–39.

Tilastokeskus 2002. Vapaa-ajan tutkimus. Suomen virallinen tilasto (SVT). Verkkojulkaisu. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 6.3.2013.
<http://www.stat.fi/til/vpa/tau.html>

Tilastokeskus 2012. Kaksi kolmasosaa suomalaisista on verkkokaupan asiakkaita. Verkkojulkaisu. Helsinki: Tilastokeskus. Julkaistu 7.11.2012. Viitattu: 3.3.2013.
http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2012/sutivi_2012_2012-11-07_tie_001_fi.html

Tilastokeskus 2013. Väestö. Väestö iän mukaan -tilasto. Päivitetty 22.3.2013. Viitattu 28.4.2013.
http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html

Tuomi, I. 2005. Yhteisöllisyyden paluu tietoyhteiskuntaan. Teoksessa Hautamäki, A. Lehtonen, T. Sihvola, J. Tuomi, I. Vaaranen, H. Veijola, S.

Yhteisöllisyyden paluu. Tampere: Oy Yliopistokustannus University Press Finland, 132–162.

Vaaranen, H. 2005. Nuorten luovat pikkuheimot ja työn tulevaisuus. Teoksessa Hautamäki, A. Lehtonen, T. Sihvola, J. Tuomi, I. Vaaranen, H. Veijola, S. Yhteisöllisyyden paluu. Tampere: Oy Yliopistokustannus University Press Finland, 114–131.

Valtioneuvoston periaatepäätös. 2007. Kansalaisjärjestöjen toimintaedellytysten edistämisestä. Oikeusministeriön julkaisu 2007:4. Viitattu 9.3.2013. http://www.om.fi/fi/index/julkaisut/julkaisuarkisto/1175668913209/Files/1_OMJU_2007_4_KOKO_JULKAISU.pdf

Vapaaehtoistoiminnan vuoden tutkimus. 2011. Otantatutkimus Oy. Viitattu 19.1.2013. http://www.kansalaisareena.fi/Vapeht_vuoden_tutkimus.pdf

Vapaaehtoistoiminta n.d. EUR-lex. Euroopan unioni. Viitattu 20.4.2013. http://eur-lex.europa.eu/fi/dossier/dossier_63.htm

Volunteering in the European union. 2010. Euroopan Komissio. GHK. Viitattu 21.3.2013. http://ec.europa.eu/citizenship/pdf/doc1018_en.pdf

Yeung, A. 2002. Vapaaehtoistoiminta osana kansalaisyhteiskuntaa – Ihanteita vai todellisuutta? Sosiaali- ja terveysjärjestöjen yhteistyöyhdistys YTY ry. Helsinki: Paino Hakapaino.

Yeung, A. 2005a. Tutkimustyökaluja vapaaehtoisuuden motivaation mysteeriiin. Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. (toim.) Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino / Jyväskylä: Gummerus, 83–103.

Yeung, A. 2005b. Vapaaehtoistoiminnan timantti. Miten mallintaa motivaatiota? Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. (toim.) Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino / Jyväskylä: Gummerus, 104–125.

Yeung, A. & Grönlund, H. 2005. Nuorten aikuisten arvot, asenteet ja osallisuus. Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. (toim.) Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino / Jyväskylä: Gummerus, 167–191.

Yhdistysnetti n.d. Patentti- ja rekisterihallitus. Päivitetty 1.5.2013. Viitattu 10.5.2013. http://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/yhdistys_tietopalvelut/sahkoiset_tietopalvelut/yhdistysnetti.html

Youth and skills: Putting education to work. 2012. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization UNESCO. Viitattu 20.5.2013. <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002180/218003e.pdf>

KYSYMYKSET LÄHETILÄILLE JA PÄÄTULOKSET

Kysymykset

1. Oletko kouluvierailun yhteydessä tarjonnut Oikeus oppia -kampanjaan osallistumista hyvänä keinona aiheen jatkotyöstämiseen opettajalle tai muulle koulun henkilökunnalle?
2. Jos kyllä, niin tuntuiko opettaja kiinnostuneelta kampanjasta, toivoiko hän lisätietoja aiheesta tai halusiko käsitellä koulutusteemaa myöhemmillä tunneillaan?
3. Nimeäisitkö mahdollisesti kiinnostuneet koulut ja yhteyshenkilöt?
4. Jos opettaja ei halunnut osallistua kampanjaan, mitä perusteluja hän tähän antoi tai minkä luulet olevan tähän syynä?
5. Jos et tarjonnut, niin kertoisitko vielä syyn tähän?

Päätulokset

Kirjallisia vastauksia 26 kappaletta. Vastausaktiivisuus laski tasaisesti siten, että ensimmäiseen kysymykseen vastasivat kaikki ja viidenteen enää 13 henkilöä.

18 vastaajista (69 %) oli vähintään maininnut kampanjan:

- Aktiivisuus vaihteli paljon lähettilään mukaan
- Aina tai usein tunneilla mainostaneita 10 kpl
- Moni koki, että olisi voinut olla aktiivisempi kampanjassa

4 lähettilästä ei ollut maininnut lainkaan, syitä:

- Tiukka aikataulu tunnilla
- Ei ollut koulutuksessa tai muuten ehtinyt tutustua kampanjaan
- Kampanja ei liittynyt tunnin aiheeseen
- Lupalappukäytäntö vaikea ja sekava
- Uusi lähettiläs, joka hakee vielä rutiinia, ei ehtinyt pitää montaa tuntia syksyn aikana tai muistanut asiaa
- Kampanja tuntui irralliselta suhteessa lähettilästunteihin eikä lähettiläs kokenut itse sitä hyvänä tapana jatkotyöstöön

Opettajien vastaukset lähettiläille:

- Yksittäisiä todella kiinnostuneita, allekirjoittivat vetoamuksen
- Valtaosa kohteliaasti kiinnostuneita, käytännössä epävarmoja ja kiinnostuneita enemmän Planista yleensä
- Ei kiinnostuneita, koska kiire, kampanjan näkeminen lisätyönä eikä liisäarvona ja lupalaput olivat hankalia

SIDOSRYHMÄPÄIVIEN ARVIOINTI JA PÄÄTULOKSET

Ryhmätyöt

- Jakautuminen kolmeen ryhmään, 2–3 henkeä per ryhmä
- Ryhmissä mietitään eri roolien näkökulmasta kampanjan onnistumista, mitä hyvää kampanja tarjosi eri rooleille ja missä asioissa olisi ollut kehitettävää?
- Kaikki kiertävät kaikki roolit täydentäen toistensa vastauksia.

Roolit, apukysymykset ja päätulokset tiivistettynä:

- PlanKansalainen: Tarjosiko kampanja mielekästä tekemistä vapaaehtoisille? Tuliko heille sellainen olo, että olivat osa Planin vaikuttamistyötä

Paikkakuntaiset erot suuria, mutta kaikki kokivat saaneensa vaikuttaa. Kampanjalla oli suuri sanoma, monipuoliset puitteet ja tapahtumat lisäsivät yhteisöllisyyttä. Kaikilla ei syntynyt kontaktia muihin vapaaehtoisin, joten arvioiminen hankalaa. Osalla vapaaehtoisista on käsitys, että vapaaehtoistoiminta vaatii hyvät pohjatiedot.

- TavanKansalainen: Kiinnostiko kampanja yleisöä? Herättelikö se ajattelemaan koulutuksen merkitystä? Tarjosiko sopivia osallistumismuotoja? Otettiin hyvin vastaan turuilla ja toreilla?

Kiinnostus vaihtelevaa mutta pääosin myönteistä, parhaiten ottivat vastaan lapset, vanhemmat, naiset, seniorit, opettajat ja joilla joku yhteys kehitysmäihin. Monta eri osallistumistapaa hyvä, mutta osallistujalle ei välttämättä kampanjan syvempi merkitys aina auennut. Menestys vaihteli toimintatavasta riippuen (näyttelyt, kylmäständi, perinteinen ständitoiminta, tapahtumassa kiertely). Neljä eri reagoitintapaa: *numerotietoa hakevat* (tarkistaa luvut, ensisijainen huoli, että joutuuko itse maksamaan), *hyväksyjät* (hyväksyy Planin ja tukee siksi, yhteistyö OAJ:n kanssa ja maininta ministeriöstä tekee luotettavammaksi), *sisällön kannattajat* (kokevat aiheen tärkeäksi) ja *tunneihmiset* (eivät välttämättä ajattele sen syvällisemmin, tukevat yleisesti lasten asemaa). Selkeämmin tuoda esille, ettei kerätä rahaa ja vertailu Suomen koulutusjärjestelmän kehittämiseen.

- Aluevastaava: Onnistuiko kampanja motivoimaan minua toimimaan aktiivisesti Planissa? Mitkä tekijät saivat minut osallistumaan kampanjaan, järjestämään tapahtumia, keräämään nimiä, levittämään sanaa, jne.?

Kampanjan pystyi viemään erilaisiin tapahtumiin, helppo valmis paketti, motivoiva, sisältö tärkeä ja motivaatio tulee itseltä sisältä. Lisäksi motivoi palkitsevuus ja aihepiiri.

- Plan: Oliko Planin toiminta, ohjeet ja tuki riittäviä? Olivatko materiaalit tarkoitukseen sopivia?

Oli hyvin organisoitu kampanja, selkeät materiaalit, ohjeet ja riittävä tuki. Opettajatarinat olivat ristiriitaisia opettajien joukossa, mutta piirustukset lasten mieleen.

Palautelomakkeet

Ryhmätöiden lisäksi jokainen täytti lyhyen palautelomakkeen johon annettiin koulunumeroarvosanoja (4–10, 4 hylätty ja 10 erinomainen). Päätulokset ovat koottuna taulukoihin kolme ja neljä. Kaikkien annettujen arvosanojen keskiarvoksi tuli 8,57, osallistumismuotojen 7,54 ja muiden teemojen (taulukko 4) 9,10.

Taulukko 3. Osallistumismuotojen kouluarvosanat (4–10) ja keskihajonnat sidosryhmäpäivillä.

Toimintamuoto	Tuki kampanjan pää-tavoitetta	Kiinnostavuus, herätti keskustelua	Kokonaisarvosana	Keskihajonta
Vetoomus	8,75	8,25	8,63	0,744
Kympin ope	5,83	6,5	6,08	1,200
Piilota pulpetti	7,83	7,6	7,5	1,643
Unelma-ammatti	7,71	7,86	7,86	1,06
Keskiarvo	7,54			

Taulukko 4. Muiden kampanjasta arvioitujen teemojen numeroarvosanat ja keskihajonnat.

Muut arvioidut asiat	Keskiarvo	Keskihajonta
Kampanjan kiinnostavuus	9,25	0,707
Kuinka helppoa oli sisäistää kampanjan tavoite ja toimintamuodot sekä kertoa niistä eteenpäin?	9,13	0,641
Visuaalinen ilme ja materiaalit	9	0,756
Opetusmateriaalit	8,5	0,548
Oikeus oppia –valokuvanäyttely	9	1,414
Planin toiminta, ohjeet ja tuki	9,5	0,756
Viestintä	9,14	0,378

HAASTATTELURUNKO ALUEVASTAAVILLE

Taustat

- 1 Kuinka kauan olet toiminut Planissa?
- 2 Kuinka tulit mukaan Planin toimintaan ja mikä sai lähtemään aluevastaavaksi?

Kampanja

- 3 Mitä hyvää ja mitä kehitettävää kampanjassa oli?
- 4 Tarjosiko kampanja sopivia (riittävän helppoja/haastavia/mielenkiintoisia) toimintamuotoja vapaaehtoisille ja yleisölle? Kerrotko jokaisesta osallistumismuodosta, kuinka hyvin se tuki kampanjan tavoitetta, herätti keskustelua ja innosti osallistumaan kampanjaan.
- 5 Mitä aluevastaavana toimiminen merkitsi sinulle kampanjan aikana ja mikä innosti osallistumaan kampanjaan?
- 6 Koitko, että toiminnallasi oli vaikutusta kampanjan päätavoitteeseen (kehitysyhteistyömäärärahojen osuuden nosto)?
- 7 Olivatko kampanjan tavoitteet ja toimintamuodot helppo sisäistää ja kertoa eteenpäin?
- 8 Opitko jotain uutta tai tuntuiko, että oma toiminta tai asenteet muuttuivat kampanjan aikana?
- 9 Arvioi, kuinka moni alueesi PlanKansalaisista osallistui kampanjaan keräämällä nimiä tai muuten edesauttamalla kampanjaa. Saitko tarpeeksi tukea alueesi vapaaehtoisilta?
- 10 Olivatko Planin tuki, ohjeistukset ja materiaalit sopivia?
- 11 Millaisen vastaanoton kampanja ja eri osallistumismuodot saivat yleisöltä (ei Planin toiminnassa mukana olevilta)? Minkä tyyppiset ihmiset olivat kiinnostuneimpia kampanjasta ja ketkä vähiten?
- 12 Suurin osa nimistä kerättiin nyt tapahtumissa ständeiltä. Oliko vetoisuus mielekäs tapa tai syy lähestyä ihmisiä?

Tulevaisuus

- 13 Osallistuisitko jatkossa vastaavanlaiseen kampanjaan?
- 14 Kampanjan päätavoitteena on vaikuttaa päätöksentekijöihin ja vuonna 2015 laadittavan kehityspoliittisen ohjelman sisältöön ja kauteen niin, että kampanjan kärjet toteutuvat. Uskotko, että tämä toteutuu?
- 15 Kuvittele, millainen Plan on viiden vuoden kuluttua, unelmatilanne ja pahin skenaario.
- 16 Millaiseksi koet oman roolisi Planissa kehittyvän parhaimmassa ja pahimmassa tapauksessa vuoden 2014 loppuun mennessä?

HAASTATTELURUNKO OPETTAJALLE

Kampanja yleisesti

- 1 Mikä innosti osallistumaan juuri Oikeus oppia -kampanjaan ja tekemään yhteistyötä Planin kanssa?
- 2 Mitä mieltä olit opettajana kampanjan eri osallistumismuodoista ja miten oppilaat tuntuivat suhtautuvan niihin? Osallistumismuotoja olivat vetoomuksen allekirjoittaminen, Kymppin ope -tarinat, unelma-ammattiopirustukset ja Piilota pulpetti -valokuvat.
- 3 Tukiko kampanjaan osallistuminen muuta opetusta tai toiko se jotain lisäarvoa opetukseen?
- 4 Millainen käsitys oli Planista ja koulutuksesta kehitysmaissa ennen ja jälkeen kampanjaan osallistumisen?
- 5 Mikä oli antoisinta kampanjassa ja mistä tuli onnistumisen kokemuksia (sekä opettajalle että oppilaille)?
- 6 Koitko, että koulunne toiminnalla oli vaikutusta kampanjan päätavoitteeseen?

Oppilaat

- 7 Kuinka oppilaat suhtautuivat kampanjaan?
- 8 Kuinka moni oppilaista osallistui kampanjaan (arvio)?
- 9 Olivatko oppilaat mukana suunnittelemassa osallistumista tai vaikuttiko heidän mielipiteensä toteutukseen?
- 10 Millaista palautetta oppilaat antoivat osallistumisesta kampanjaan?

Plan Suomi

- 11 Millaista oli yhteistyö Plan Suomen kanssa?
- 12 Mitä ajattelet Planin pystyvän tarjoamaan kouluille niin opettajan kuin oppilaan näkökulmasta? Mitä toivot, että Plan voisi tarjota?