



CHANGEMAKER

# VAIKUTTAMISTOIMINNAN OPAS





Changemaker on Kirkon Ulkomaanavun nuorisoverko, joka tarjoaa nuorille keinoja vaikuttaa globaalin oikeudenmukaisuuden puolesta. Jäsenemme ovat 13-35-vuotiaita nuoria ja nuoria aikuisia, jotka asuvat eri puolilla Suomea.

## SISÄLLYS

<b>1. Lukijalle</b> .....	3
<b>2. Mitä vaikuttaminen on?</b> .....	4
Miksi vaikuttamistoimintaa tarvitaan? .....	7
Nuorten osallisuus ja YK:n 2250-päätöslauselma .....	8
<b>3. Vaikuttamistoiminnan keinot</b> .....	9
Viestintä on vaikuttamista.....	10
Tempaukset.....	11
Vetoomukset.....	15
Kannanotot.....	17
Lobbaus .....	18
Kampanjointi .....	20
Vaikuttamistoiminnan suunnittelun malli .....	22
<b>4. Changemaker tutuksi</b> .....	24
Changemakerissä nuoret oppivat vaikuttamaan.....	26
Paikallinen toiminta .....	28
Changemaker-illat.....	30
Tiimi.....	31
Kansainvälinen toiminta.....	32
<b>5. Harjoitteita</b> .....	34
<b>6. Totta vai tarua</b> .....	36
<b>7. Lopuksi</b> .....	39

# 1. LUKIJALLE

**Kärsitkö maailmantuskasta**, jonka haluaisit kano-voida toimintaan? Haluaisitko vaikuttaa maailman epäkohtiin, muttet ole ihan varma, mistä aloittaa? Kaipaatko konkreettisia eväitä vaikuttamistyöhön? Jos vastasit yhteenkään kysymykseen kyllä, tämä Changemakerin vaikuttamistoiminnan opas on suunnattu juuri sinulle.

**Oppaan tarkoituksena** on antaa lukijalleen keinoja ja innostusta rakentaa reilumpaa maailmaa. Toivomme sen herättävän kiinnostusta myös niistä vaikuttamistoiminnan mahdollisuuksista, joita Changemaker tarjoaa. Changemakerissä opit niitä taitoja, joilla voit muuttaa maailmaa. Yhdessä oppiminen on vaikuttamistoiminnan parasta antia!

*Toukokuussa 2019  
Changemakerin vaikuttamistoiminnan  
materiaalityöryhmä*



???

## 2. MITÄ VAIKUTTAMINEN ON?

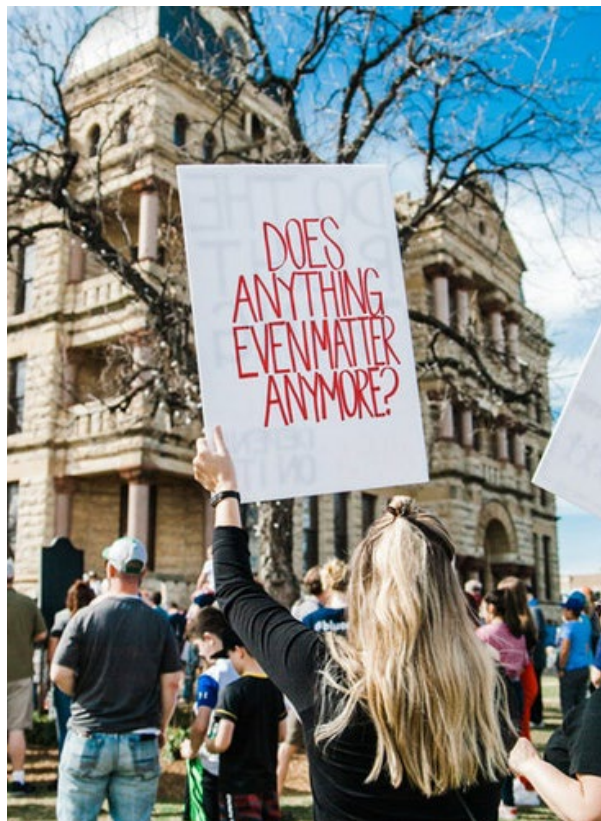
**Vaikuttaminen tähtää muutokseen.** Vaikuttamistoiminnalla pyritään muuttamaan ihmisten asenteita ja käsityksiä valitusta ajankohtaisesta teemasta.

Ennen kaikkea tähtäimenä on muutos ihmisten toiminnassa eikä yksilön valintojen merkitystä ei tule vähätellä. Vaikutukset ovat suuria yksilöiden muuttaessa toimintaansa; pienistä puroista muodostuu iso virta.

Esimerkiksi suojelemme luontoa ja ilmastoa, kun valitsemme lounaalla kasvista lihan sijaan ja kierrättämällä kotona.

Jotta ihmiset voisivat toimia oikein, heillä täytyy olla riittävästi tietoa. Laajassa mittakaavassa muutos syntyy tiedonsaannin ja toiminnan avulla, mikä vuoksi ihmisten ymmärrystä pyritään lisäämään vaikuttamistoiminnan kautta.

Muutosta aikaansaava yhteiskunnallinen toiminta voi toteutua esimerkiksi kampanjointina, äänestämisenä, mielenosoituksina, mielipidekirjoituksina ja niin edelleen. Mahdollisuuksia on monia!





Changemakerin Velan vangit -kampanjan lanseeraustempaus 7.3.2011

Myös nuoresta voi tulla mielipidevaikuttaja, jolloin hänellä on paljon valtaa. Esimerkiksi bloggaaja Sara Tickle ja Ilmastoveivi-kampanjan perustanut Laura Kolehmainen ovat olleet aluksi tavallisia nuoria aikuisia, jotka ovat nousseet vaikuttajan asemaan.

**Vaikuttamalla ihmisten ajatuksiin** ja tekoihin voimme muuttaa maailmaa ympärillämme. Toiminnan tuloksena on parhaimmillaan pysyvä muutos.

Vaikuttamistyössä on kuitenkin hyvä pitää mielessä, että ihmiset pitävät eri asioita hyvinä ja tärkeinä. Omaa näkökulmaa kannattaakin muovata sen mukaan, kenelle puhutaan. Esimerkiksi koulun opettajille tai omille vanhemmille toimivat erilaiset vaikuttamiskeinot.

Changemakerin vaikuttamistoiminnan ja kampanjoinnin kohteena ovat poliitikot, yksittäiset ihmiset, yritykset, kirkko ja muut yhteiskunnalliset toimijat, joilla on valtaa tehdä yhteiseen maailmaamme vaikuttavia päätöksiä.



Äiti ja lapsi Chamanculossa Maputossa, jossa toteutetaan naisten oikeuksia edistävää ohjelmaa.

## MIKSI VAIKUTTAMISTOIMINTAA TARVITAAN?

**Tavoitteenamme on maailma**, jossa ihmisten elämäntapa pysyy luonnon kantokyvyn rajoissa, ristiriidat ratkaistaan rauhanomaisesti ja varallisuus jakautuu oikeudenmukaisesti. Vaadimme, että Suomi toimii vastuullisesti yhdessä kaikkien maiden kanssa ja ottaa huomioon toimintansa vaikutukset ihmisiin ja ympäristöön.

**Sota ja väkivaltaiset konfliktit** synnyttävät turvattomuutta, epävarmuutta ja inhimillistä hätää. Taloudellinen eriarvoisuus ylläpitää köyhien ja rikkaiden maiden välistä kuilua sekä epätasa-arvoisia rakenteita maiden sisällä. Usein puhutaan globaalin pohjoisen ja globaalin etelän asetelmasta. Globaalin metsäkadon, eroosion eli maaperän kulumisen ja luonnon monimuotoisuuden heikkenemisen vaikutukset lisäävät epävarmuutta tulevaisuudesta. Ilmastonmuutoksen myötä lisääntyneet sään ääri-ilmiöt ja teollisuuden saasteet aiheuttavat kärsimystä eri puolilla maailmaa.

### SANASTOA

**Globaali pohjoinen:** rikkaat teollisuusmaat

**Globaali etelä:** kehittyvät maat

**Luonnon monimuotoisuus:** lajien runsaus ja niiden elinympäristöjen monimuotoisuus, vastakohta luonnon köyhtyminen

**Ilmastonmuutos:** pitkän aikavälin merkittävä muutos ilmastossa. Tämän hetkinen muutos on seurausta ihmisen toiminnasta ja yksi suurimmista globaaleista kriiseistä.

**Changemakerin tavoitteena** on edistää globaalia oikeudenmukaisuutta, ja verkosto tarjoaa nuorille konkreettisia keinoja toimia sen puolesta. Changemakerin kautta nuoret pääsevät vaikuttamaan epäoikeudenmukaisuutta ylläpitäviin ja vahvistaviin rakenteisiin.

Koska ongelmat ovat usein ihmisten aiheuttamia, uskomme, että ihmiset voivat saada aikaan muutosta muuttamalla omia toimintatapojaan.

YK:n turvallisuusneuvosto on tehnyt päätöslauselman suomalaisten nuorten aloitteesta: mieti, mitä kaikkea nuoret voivat yhdessä saada aikaan!

## NUORTEN OSALLISUUS JA YK:N 2250-PÄÄTÖSLAUSELMA

**Changemakerin toiminnan** ytimenä on nuorten osallisuus, jota se pyrkii verkostona edistämään laajemmin yhteiskunnassa. Osallisuus tarkoittaa sitä, että kokee olevansa merkityksellinen ja tärkeä sekä mahdollisuutta oman mielipiteen ilmaisuun ja kuulluksi tulemiseen.

Vuonna 2015 suomalaiset nuoret ottivat ohjat omiin käsiinsä ja edistivät tärkeänä pitämäänsä asiaa kansainvälisellä areenalla luovuttamalla ve-toomuksen nuorten roolista rauhantyössä YK:n pääsihteeri Bank Ki-moonille. Tämä johti vuosia myöhemmin siihen, että YK:n turvallisuusneuvosto antoi päätöslauselman Nuoret, rauha ja turvallisuus (2250). Päätöslauselmassa tarkastellaan, miten konfliktit vaikuttavat nuorten elämään ja miten nuorten osallisuutta rauhantyössä voidaan edistää.

Changemaker on vuosien 2018-2019 aikana osallistunut aktiivisesti kansalliseen 2250-yhteistyöhön muiden nuorisojärjestöjen kanssa. Suomi




aikoo olla ensimmäinen valtio, joka laatii päätöslauselman pohjalta kansallisen toimintasuunnitelman.

Tämä tarkoittaa sitä, että Suomi tekee konkreettisen suunnitelman siitä, miten edistää nuorten aktiivista roolia päätöksenteossa yhteiskunnan kaikilla tasoilla.



# 3. VAIKUTTAMISTOIMINNAN KEINOT



**Vaikuttamistoimintaa** voidaan toteuttaa monella eri tapaa, ja jokainen voi löytää itselleen parhaalta tuntuvalta keinon vaikuttaa yhteiskunnassa. Vaikuttaminen voi alkaa pienistä teoista ja valinnoista, eikä vaadi suurta yhteiskunnallista aktiivisuutta tai tiedollisia valmiuksia. Parhaimmillaan se on oppimista vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa.

## VIESTINTÄ ON VAIKUTTAMISTA

**Viestintä tarkoittaa** ihmisten välistä vuorovaikutusta ja tiedon välittämistä joko sanallisesti tai sanattomasti. Vaikuttaminen edellyttää aina viestintää.

Parhaimmillaan viestiminen sosiaalisessa mediassa innostaa ihmisiä toimimaan ja antaa tärkeälle aiheelle näkyvyyttä.

**Viestintä on aina** sekä tietoa että tunnetta: tunteisiin vetoavat viestit jäävät mieleen, mutta ihmiset haluavat kuulla myös jotain tutkittua tietoa.

Hyvän esimerkin tarjoavat ympäristöjärjestöt, jotka pyrkivät viestinnässään tuomaan esiin ilmastomuutokseen liittyviä faktoja, mutta vetoavat samalla tunteisiin.

Järjestöt voivat kertoa esimerkiksi, että ihmiset ja eläimet menettävät kotinsa vedenpinnan noustessa.



### JULIA SIVONEN & SOME

”Nuoret tavoitetaan parhaiten sosiaalisen median kautta. Some on moderni tapa julkaista mielipiteitä ja tuoda esiin asioita, joita teemme. Nuoret voivat antaa toivoa ihmiskunnalle sen avulla.

Valtamediassa puhutaan tosi negatiivisesti esimerkiksi ilmastomuutoksesta, kun taas somen kautta voi tuoda näkyviin erilaisia näkemyksiä.

Näin voimme viestiä nuorille, että me pystymme muuttamaan maailmaa.”

## TEMPAUKSET

**Tempaus voi olla** osa kampanjaa tai itsenäinen vaikuttamisteko. Sen tulee kommentoida tehokkaasti ilmiötä, johon se liittyy, sillä vain etäisesti asiaan linkittyvä tempaus ei ole vaikuttava.

Tempausta suunniteltaessa kannattaa huomioida, että ainoastaan epäkohtien korostaminen tai asioista kertominen ei ole toimivaa. Keskeistä on, että tempaus on innostava ja konkretisoi sitä, mitä haluamme maailmassa muuttaa.

**On hyvä pitää** mielessä myös kiinnostavuus median näkökulmasta, jotta toiminnan uutisarvo nousee. Näin asia saa lisää näkyvyyttä ja innostaa uusia ihmisiä mukaan toimintaan!

Tempaukset voivat olla hyvin erilaisia resursseiltaan ja tunnelmaltaan; 5 henkilön tanssitempaus voi olla yhtä vaikuttava, kuin 1000 ihmisen mielenosoitus.



**POHDITTAVAKSI: VOIKO  
TAVALLINEN KOULULAINEN  
JÄRJESTÄÄ TEMPAUKSEN?**

## KAHDEN EURON KAMPANJAN TEMPAUS

Changemakerin ensimmäinen kampanja vuonna 2005 sai alkunsa vauhdilla, kun verkoston aktiivijäsenet järjestivät huomiota herättäneen tempauksen. Changemaker-aktiivit pystyttivät telttaleirin viikoksi keskelle talvista Helsingin keskustaa. Kahden euron päiväbudjetilla eläen tehtiin näkyväksi kehitysmaiden yli kolmen miljardin ihmisen todellisuus. Viesti oli, että Suomi on määrärahoissa reilusti muita EU-maita jäljessä. Tavoitteena oli nostaa Suomen kehitysmäärärahat 0,7 %:in tasolle bruttokansantuotteesta vuoteen 2010 mennessä.

Viikon mittaan telttakylässä vierailivat niin taiteilijat, kansanedustajat kuin julkkiksetkin nau-laamassa kantaaottavia päreitään puiseen Kumppanuuden patsaaseen. Paikalla pyörähtivät muun muassa kansanedustaja Sari Essayah, laulaja Mikko Kuustonen sekä runoilija Tommy Tabermann. Lisäksi presidentti Tarja Halonen kävi antamassa tukensa kampanjalle ja kannusti aktiiveja uskoen kansalaistoiminnan vaikuttavuuteen.



Päreitä Kumppanuuden patsaassa



Kampanja herätti suurta huomiota mediassa, sai aikaan kehitysyhteistyötä koskevan välikysymyksen eduskunnassa ja lisäyksiä budjettiriihessä kehitysyhteistyömäärärahoihin. Valitettavasti 0,7 %:n tavoitetta ei kampanjoinnista huolimatta saavutettu. Vaikuttamistyössä muutoksen aikaansaaminen vaatii pitkäjänteistä ja sinnikästä toimintaa, joskus myös takapakkeja.



Changemakerin puheenjohtaja Ronja Karkinen luovutti lakanavetoomuksen maatalous- ja ympäristöministeri Kimmo Tiilikaiselle 16.12.2016.



## VETOOMUKSET

**Vetoomukset ovat ilmauksia**, joilla on tarkoitus kerätä tukea muutokselle, jota tavoitellaan. Vetoomus suunnataan tavallisesti päättäjille, kuten kansanedustajille, joilta toivotaan myötämielisyyttä vetoomuksen sisältöä kohtaan sekä toimenpiteitä asian edistämiseksi.

### Kadonneet eväät

Changemakerin vuoden 2016 Kadonneet eväät -kampanjan tavoitteena oli lopettaa liikakalastus. Kampanja kannusti Suomen päättäjiä puuttumaan liikakalastukseen vaatimalla Euroopan unionia kirjaamaan kalastussopimuksiinsa sitovat enimmäispyyntimäärät. Changemaker halusi lisätä kampanjallaan myös suomalaisten tietoa liikakalastuksesta ja kannusti jäseniään ja paikallisryhmiään kampanjoimaan lähialueellaan vaatimalla kauppoja myymään sertifioitua ja paikallisesti tuotettua kalaa.

Kampanjan tärkein vaikuttamiskeino oli nimien kerääminen vetoomukseen kestävämmän kalastuksen puolesta. Vetoomusta kerättiin perinteisten nimilistojen sijaan maalaamalla värikkäitä kaloja sinisille lakanoille, joiden yhteyteen kukin osallistuja kirjoitti nimensä.

Painaminen onnistui helposti kampanjaa varten tehdyillä sabluunoilla, joista oli valittavana kolme erilaista kalaa. Vetoomukseen kerättiin vuoden aikana allekirjoituksia lukuisista eri valtakunnallisista ja paikallisista tapahtumista. Vetoomuksen allekirjoitti yhteensä 2586 henkilöä.





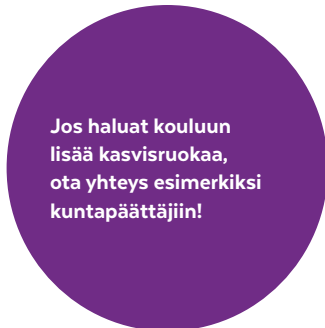
## KANNANOTOT

**Kannanotolla tarkoitetaan** mielipiteen tai näkemyksen ilmaisua. Se voi olla esimerkiksi blogikirjoitus, postaus sosiaalisessa mediassa tai yleisönosastokirjoitus lehdessä. Poliittinen kannanotto tähtää tietoisuuden levittämiseen jostakin asiasta, johon halutaan vaikuttaa.

Syksyllä 2018 Changemaker kirjoitti kannanoton koskien Suomen asevientä Saudi-Arabiaan. Changemaker vaati, että Suomi tuomitsee Saudi-Arabian liittouman siviileihin kohdistuneet sotatoimet Jemenissä, jossa verinen sisällissota oli tuolloin jatkunut jo neljän vuoden ajan. Suomea vaadittiin noudattamaan EU:n yhteistä asevientikantaa, joka kieltää aseiden myynnin silloin, kun on olemassa vaara, että aseita käytetään kansainvälisen humanitaarisen oikeuden vastaisiin vakaviin loukkauksiin, hyökkäykselliseen toimintaan toista maata vastaan tai muuhun kuin puolustusta varten. Lopulta marraskuussa 2018 Suomen ulkoministeriö tiedotti, että maamme ei enää myönnä uusia asevientilupia Saudi-Arabiaan. Päätöksen taustalla vaikutti Jemenin huolestuttava humanitaarinen tilanne sekä usean kansalaisjärjestön vaikuttamistoiminta. Muutoksen aikaansaaminen vaati useita kannanottoja ja eri toimijoiden sinnikästä yhteistoimintaa.

## LOBBAUS

Lobbaus tarkoittaa päättäjän ja vaikuttajan tapaamista. Monet eri tahot lobbaavat ja lobbarista riippuen toiminnan tarkoituksena on joko oman tai yhteisen edun ajaminen. Lobbarit toimivat myös kiireisten päättäjien tiedonantajina, sillä päättäjät eivät ehdi perehtyä kaikkiin asioihin itse. Tämä lisää lobbareiden merkitystä ja vaikutusvaltaa: päättäjä saa tietoa ja argumentteja samalla, kun lobbari voi muistuttaa päättäjää toimimaan tietyllä tavalla.



**”TÄMÄ ON TÄRKEÄÄ SINUN ÄÄNESTÄJILLES! / LUONNOLLE / MEIDÄN KOULULLE NIMENOMAAN TÄSSÄ ÄÄNESTYKSESSÄ / KOKOUKSESSA / PÄÄTÖKSESSÄ SINUN KANNATAISI MUISTAA NUORTEN TOIVEET.”**

#Ykkösketjuun-kampanja menestyi hyvin vuoden 2019 eduskuntavaaleissa. Kampanjan tavoitteena oli saada Suomeen yritys vastuulaki, joka velvoittaa yrityksiä noudattamaan ihmisoikeuksia ja toimimaan vastuullisesti tuotantoketjujen joka vaiheessa esimerkiksi takaamalla työntekijöille turvalliset työolot. Kampanja koostui järjestöistä, ammattiyhdistysliikkeestä ja yrityksistä, joiden edustajat tapasivat

**LOBBAUKSEN MUISTILISTA:**

1. Selvitä, kuka päättää asiasta X
2. Mieti mistä päättävästä tahosta kannattaa aloittaa?
3. Selvitä, mikä on päättäjän käsitys tai näkökulma asiaan X
4. Mieti, mitkä ovat tärkeimmät pointit, jotka haluat esitellä päättäjälle?
5. Kirjoita tapaamispyyntö valitsemallesi päättäjälle!

henkilökohtaisesti puolueita ja haastoivat eduskuntavaaliehdokkaita mukaan kampanjan tukijoiksi.

#Ykkösketjuun-kampanjan tukijoista muodostui eduskunnan suurin ryhmä. 68 valittua kansanedustajaa 200:sta on sitoutunut vaatimaan maamme yritys vastuun ykkösketjuun. Määrä nousee 122:een edustajaan, kun mukaan lasketaan edustajat kaikista lakia tukevista puolueista.



Changemaker tavoitti Jyväskylän #Ykkösetjuun-tempauksessa Bella Forsgrénin, joka tuli valituksi eduskuntaan.

## KAMPANJOINTI

**Kampanjan tehtävä** on hahmottaa ja nostaa esiin jokin yhteiskunnallinen ongelma ja tarjota tälle mahdollinen ratkaisu.

Kampanjaa suunniteltaessa on tärkeää hahmotella tavoitteet, jotka kampanjoinnin avulla on mahdollista saavuttaa. Esimerkiksi suunniteltaessa ilmastonmuutokseen vaikuttavaa kampanjaa kannattaa keskittyä johonkin rajattuun konkreettiseen asiaan.

Yhdellä kampanjalla tuskin saadaan kyseistä kriisiä ratkaistua, mutta omassa elämänpiirissä muutos voi olla suuri. Yksittäinen kasvisruokapäiväkin voi kasvaa maailmanlaajaiseksi liikkeeksi. Näin tapahtui Yhdysvalloissa vuonna 2003 perustetulle Meatless Monday -kampanjalle, joka keskittyi aluksi kannustamaan yhdysvaltalaisia pitämään yhden kasvisruokapäivän viikossa maan mittavan lihankulutuksen pienentämiseksi, mutta on sittemmin laajentunut globaaliksi ilmiöksi.

**Kampanjoinnin ytimenä** on motivaatio ja innostus. Yhdessä tekeminen tekee kampanjoinnista kivaa. Kampanjassa mukana olevien henkilöiden erilaiset vahvuudet tärkeä voimavara, joka kannattaa huomioida jo suunnitteluvaiheessa. Kun sinulla on yksi tai kaksi kaveria, voitte saada aikaan suurenkin muutoksen!

Miettikää, mitkä ovat teidän omat vahvuudet, mitä osaatte ja kuinka voitte käyttää taitojanne hyödyksi?





## NÄLKÄ KASVAA SYÖMÄTTÄ

Changemakerin vuoden 2018 pääkampanja ”Nälkä kasvaa syömättä” haukkasi rohkeasti suuren palan ja otti aiheekseen maailman ruokaturvan. Ruokaturva tarkoittaa tilannetta, jossa kaikilla ihmisillä on riittävästi ruokaa elääkseen terveinä ja aktiivisina. Kampanjan pääviesti oli, että ruokaa riittäisi jo nyt kaikille, mutta se on jakautunut epätasaisesti ja epäoikeudenmukaisesti. Kampanjassa vaadittiin

Suomelta päättäväisempiä toimia ruokaturvan edistämiseksi sekä kannustettiin myös yksilöitä vähentämään omaa ruokahävikkiään.

Kampanjoinnin ytimen muodosti nimien kerääminen hedelmien muotoisiin vetoomuskortteihin. Lisäksi kampanja-aiheesta pidettiin kouluvierailuja sekä järjestettiin seminaaripäivä Jyväskylän yliopistolla. Kampanjan lopuksi vetoomuskortit toimitettiin Suomen ruokaturvapolitiikasta vastaavalle neuvottelevalle virkamiehelle.

# VAIKUTTAMISTOIMINNAN SUUNNITTELUN MALLI

Innostuitko vaikuttamisesta? Kokoa oma kaveriporukka ja perusta kampanja! Seuraavaa mallia käyttämällä pääset pitkälle tehokkaan vaikuttamistoiminnan ja kampanjan suunnittelussa.



8.

**TYÖNJAKO & YHTEISTYÖ**

Kuka tekee mitä? Mitä yhteistyötä voidaan tehdä esimerkiksi muiden järjestöjen tai aktiivien kanssa?

7.

**TOIMINTA** Mitä konkreettisesti aiotaan tehdä? Mitä toimintoja toteutetaan ja millä aikataululla?

6.

**KOHDE** Keneen vaikuttaminen kohdistuu? Ketkä ovat keskeiset päätöksentekijät juuri tässä asiassa? *Halutaanko kannustaa nuoria kierrättämään vai valjastaa kouluista esimerkkejä yksilöille?*

10.

**MITTARIT** Miten vaikuttavuutta arvioidaan? *Esimerkiksi kuinka monta allekirjoitusta vetoomukseen halutaan saada tai ovatko muovinkeräyspisteet lisääntyneet kunnassa?*

9.

**RISKIT** Minkälaisia riskejä tavoitteen saavuttamiseen liittyy ja miten niitä voidaan ehkäistä? Esimerkiksi: riski, että kampanjan tavoitetta ei onnistuta viestimään ymmärrettävästi. Riskiä voidaan ehkäistä niin, että suunnitellaan huolellisesti, mitä halutaan sanoa ja pyydetään eri ihmisiä kommentoimaan suunnitelmaa.

**KAMPANJAVIESTINNÄN KOLME PÄÄPOINTTIÄ:**

1. Muista kenelle viestit ja valitse kohderyhmä
2. Sisällytä kampanjaan sekä tietoa että tunnetta
3. Ole johdonmukainen! Yhteen kampanjaan ei mahdu montaa viestiä

# 4. CHANGEMAKER TUTUKSI





## CHANGEMAKERISSÄ NUORET OPPIVAT VAIKUTTAMAAN

### Vaikuttamistoiminnan koulutukset

Changemakerin jäsenille tarjotaan konkreettisia eväitä vaikuttamistyöhön kurssin muodossa. Koulutuksessa käydään läpi vaikuttamisen eri muotoja ja pohditaan omia mahdollisuuksia vaikuttaa globaalien oikeudenmukaisuuden puolesta.

Osallistujat oppivat myös, kuinka nuori voi Suomesta käsin vaikuttaa globaaleihin kehityksysymyksiin, kuten rauhaan, ilmastonmuutokseen ja maailmantalouteen.

### Changemaker-viikonloppu

Vaikuttaminen on hauskaa porukalla! Vuoden suurimpiin tapahtumiin kuuluvat kahdesti vuodessa järjestettävät koulutusviikonloput, joissa Changemakerin jäsenet oppivat ja innostuvat vaikuttamaan reilumman maailman puolesta. Viikonloput kokoavat yhteen maailmanmuuttajia oppimaan Changemakerin toiminnasta ja ajankohtaisista teemoista.


Changemaker-viikonloppu järjestetään huhtikuun ja lokakuun toisena viikonloppuna. Tapahtuman sijainti vaihtelee eri puolilla Suomea, jotta se tavoittaisi jäseniä mahdollisimman laajasti. Mukaan

ovat tervetulleita kaikki Changemakeristä ja vaikuttamisesta kiinnostuneet. Kaikki Changemakerin tapahtumat ovat syrjinnästä vapaita ja kunnioittamamme toiminnassamme jokaisen taustoja. Ei siis väliä, kuka olet tai mistä tulet. Olet tervetullut mukaan täysin omana itsenäsi!

### Globalisti

Globalisti on Changemakerin vapaaehtoisten itse tekemä lehti, jonka tarkoituksena on lisätä tietoa kehityksysymyksistä, kuten yritys vastuusta, rauhanrakennuksesta tai veroparatiiseista. Lehti ilmestyy kaksi kertaa vuodessa. Lehden toimituskuntaan on tervetullut jokainen lehden ideoinnista ja kirjoittamisesta kiinnostunut. Globalisti-lehden tekijät pääsevät perehtymään aiheisiin innostavassa seurassa ja vaikuttamaan journalismin kautta.

Jokaiselle lehdelle kootaan oma toimituskunta, joka suunnittelee lehden sisällön ja toteutuksen. Toimituskunnan työtä ohjaa päätoimittaja, jonka vastuulla on myös lehden sisällön suunnittelu. Päätoimittajan kanssa lehteä toimittaa toimitussihteeri. Lehden tekijöille järjestetään lehtityökoulutuksia, jonne kaikki ovat tervetulleita.



Viikonlopun yhteydessä järjestetään myös Changemakerin jäsenkokous, jossa päätetään esimerkiksi verkoston pääkampanjan teema.

## PAIKALLINEN TOIMINTA

Changemakerin paikallinen toiminta tapahtuu eri puolella Suomea siellä, missä innostusta riittää! Paikallista toimintaa on monenlaista. Paikkakuntalaiset voivat kokoontua yhteen järjestämään tempauksia, keräämään allekirjoituksia vetoomukseen tai tavata säännöllisemmin paikallisryhmätöiden merkeissä. Changemakers eri puolilla Suomea tuntevat oman alueensa parhaiten, minkä vuoksi heillä on hyvät mahdollisuudet vaikuttaa paikallisiin.

Mikäli paikkakunnallasi ei ole vielä Changemakerin paikallistoimintaa, voit käynnistää sen itse. Paikallisryhmä voi muotoutua yhden innostuneen maailmanmuuttajan aloitteesta.

Mikäli jäsenet tarvitsevat tukea toiminnan järjestämisessä, he voivat kääntyä Changemakerkoordinaattoreiden puoleen. Verkoston työntekijät ovat valmiita auttamaan jäseniä asiassa kuin asiassa!





## ESPOON PAIKKARIN TERVEHDYS

Espoon paikallisryhmä on espoolaisista nuorista koostuva porukka, joka kokoontuu maailman parantamisen merkeissä. Kokonaisuudessaan meitä on reilu kymmenen.

Tapaamme joka toinen viikko ja osallistumme aktiivisesti Changemakerin muuhunkin toimintaan: tapahtumiin, koulutusviikonloppuihin ja teemailtoihin. Joukkoomme mahtuu eri-ikäisiä ja monipuolisia persoonia pitämään hauskaa ja vaihtamaan ajatuksia.


Meidän ryhmämme toimii seurakunnan tiloissa ja teemme vierailuja ripareille. Pidämme yhdessä hauskaa, katsomme dokumentteja kiinnostavista aiheista ja opimme uutta ajankohtaisista teemoista.

Meidän porukka on tiivis ja hyvänhenkinen. Paikallisryhmässä pääsee toteuttamaan omannäköistä toimintaa ja vaikuttamaan Changemakerin teemoilla omalla paikkakunnalla. Kannattaa siis koota kaverit kokoon ja perustaa ryhmä omalle paikkakunnalle!

– Julia Manni Espoon paikallisryhmästä

## CHANGEMAKER-ILLAT

Changemaker-illat ovat matalankynnyksen iltoja, joissa yhdessä suunnitellaan kampanjoita sekä perehdytään vaikuttamisen teemoihin. Illat ovat ikään kuin Changemakerin paikallistoimintaa Helsingissä. Tärkeintä on yhdessä oppiminen rennon yhdessäolon puitteissa ilman vaadittavia ennakkotietoja ja -taitoja. Toiminnasta kiinnostuneiden on helppo tulla mukaan iltoihin ja vaikuttaa siihen, että Changemakerin vaikuttamistyöstä tehdään oman näköisensä.



**Voit osallistua  
Changemaker-iltoihin ja  
muuhun toimintaan, vaikka  
et olisi verkoston jäsen!**



Tiimi valitaan syksyn Changemaker-viikonlopun jäsenkokouksen yhteydessä.

## TIIMI

Changemakerin tiimillä on tärkeä rooli koko verkoston toiminnassa. Oli kiinnostunut sitten kansainvälisestä toiminnasta tai tiedottamisesta, niin tiimistä löytyy jokaiselle jotain mielenkiintoista tekemistä.

Tiimi koostuu noin 5-7 henkilöstä, joista jokaisella on omat tehtävät ja vastualueet.


Hyvän esimerkin tiimin vaikutusmahdollisuuksista tarjoaa vaikuttamistoiminnan vastaava. Hänen tehtäviinsä kuuluu vuoden pääkampanjan suunnittelu ja toteutus. Vaikuttamistoiminnan vastaava pitää ohjat käsissään kampanjan osalta ja etsii mukaan vapaaehtoisia tekemään sitä kanssaan sekä on yhteydessä paikallisryhmiin kampanjatempauksiin liittyen.

## KANSAINVÄLINEN TOIMINTA

Suomen lisäksi Changemaker toimii Norjassa, Islannissa, Kambodžassa, Keniassa, Tanskassa, Pakistanissa ja Somaliassa. Verkostot pitävät yhteyttä muutaman kerran vuodessa järjestettävissä Skype-kokouksissa, joissa jaetaan kokemuksia onnistuneista kampanjoista ja suunnitellaan verkostojen välistä yhteistyötä.







Kiinnostaako kansainvälinen toiminta? Changemakerin kv-toiminta on avointa kaikille kiinnostuneille. Lisätietoa saat Changemakerin varapuheenjohtajalta.

**Osana Kirkon Ulkomaanapua** Changemaker on ACT-allianssin jäsen. ACT-allianssi on kirkollisten kehitysyhteistyön, humanitaarisen avun ja vaikuttamistyön järjestöjen liitto, joka muodostaa yhden maailman suurimmista avustusorganisaatioista. Changemaker on mukana edistämässä nuorten asioita ACT-allianssin nuorten työryhmässä.

# 5. HARJOITTEITA

## Vaikuttamistoiminnan suunnittelu

Keskustelkaa millaiset asiat ovat osallistujille tärkeitä, minkä puolesta he haluaisivat vaikuttaa tai mitä muutosta nähdä maailmassa. Keskusteluun voi virittäytyä esimerkiksi kuvakorttien avulla tai katsomalla videon, kuten Changemakerin Nuoret, rauha ja turvallisuus osoitteessa:

[youtu.be/youKTvCPHAbO](https://youtu.be/youKTvCPHAbO)

Käyttäkää Vaikuttamistoiminnan suunnittelun mallia (s. 21–22) ja laatikaa pienissä ryhmissä omat kampanjat. Työskentely voi olla pelkkä harjoitus. Jos osallistujat innostuvat suunnitelmastaan, suosittelemme ehdottomasti kannustamaan ja tukemaan kampanjan toteuttamisessa! 😊

## Vaikuttaminen on viestintää

- Aloittakaa harjoite miettimällä millaisia mielikuvia ja ajatuksia seuraavat sanaparit herättävät:
  - ituhippi vs. aktivisti
  - ilmastonmuutos vs. ilmastokriisi
  - sukupuolineutraali vs. tasa-arvoinen
  - keksi lisää erilaisia sanapareja

Tiesitkö, että Tahdon 2013 -kampanjassa puhuttiin alun perin sukupuolineutraalista avioliittolaista? Sanoitus muutettiin tasa-arvoiseksi avioliittolaiksi, koska käsitteen *tasa-arvo* uskottiin vetoavan paremmin kuin *sukupuolineutraali*.

- Valitkaa yksin, pareittain tai ryhmissä aihe, joka on tärkeä ja johon haluaisitte vaikuttaa esimerkiksi kierrätys tai kesäkissa-ilmio.
- Miettikää, millaisilla myönteisillä sanoilla kuvaisitte aihetta ja tavoitetilaa sekä millä kielteisillä kuvaisitte nykytilaa. Esimerkiksi *puhdas luonto* ja *myrkylliset saasteet*.
- Koostakaa sanoja hyödyntäen vaikuttava ja tietoa antava juliste paperille tai kartongille ja esitellä valmiit julisteet muille.

### Lupaus vaikuttaa

- Valitkaa yhdessä jokin laajempi teema, kuten ympäristö, rauha tai muu ryhmällemme keskeinen aihe.
- Miettikää yhdessä, pienryhmissä tai yksin mitkä asiat vaikuttavat valittuun teemaan ja nostakaa syy- ja seuraussuhteita esiin. Esimerkiksi *kiusaaminen rikkoo rauhaa* tai *roskaaminen tuhoaa luontoa*.
- Valitkaa nousseista juurisyistä tekoja joihin tarttua ja kirjatkaa ne lupauksina ylös esimerkiksi erillisille korteille. Lupaam puuttua kiusaamiseen tai Lupaam olla ostamatta halpaketjujen vaatteita
- Kootkaa lupaukset yhteen esimerkiksi seinälle tai ottakaa kuvia lupauksen antajasta kortin kanssa ja jakakaa kuva somessa.
- Miettikää lopuksi mikä on ensimmäinen konkreettinen teko tai valinta lupauksen toteuttamiseksi.

## 6. TOTTA VAI TARUA

### VÄITTEITÄ VAIKUTTAMISTOIMINNASTA JA CHANGEMAKERISTÄ

#### **Changemaker on uskonnollinen verkosto.**

**Tarua.** Changemakerin työtä ohjaa elämäntarkoituksellinen avoimuus. Vaikka Changemaker tekee yhteistyötä seurakuntien nuorisotyön kanssa, toimintaamme saa tulla mukaan kuka tahansa oikeudenmukaisuuden edistämisestä kiinnostunut nuori.

#### **Changemakerin toimintaan voivat osallistua vain yliopisto-opiskelijat.**

**Tarua.** Kuka tahansa 13–35-vuotias, joka haluaa toimia oikeudenmukaisemman maailman puolesta voi olla Changemakerin jäsen. Mitään ennakkotietoja ei tarvita!

#### **Kirkon Ulkomaanapu määrittelee, miten Changemaker toimii.**

**Tarua.** Vaikka Changemaker toimii Kirkon Ulkomaanavun yhteydessä, se ei määritä verkoston toimintaa.

#### **Kampanjan lopputuloksena on aina lakimuutos.**

**Osittain totta, osittain tarua.** Lopputuloksena voi olla lakimuutos tai muutos paikallisella tasolla, esimerkiksi koulussa.

#### **Vaikuttamistoiminta vaatii rahaa.**

**Osittain totta, osittain tarua.** Vaikuttamistoiminnassa rahalla on merkitystä, sillä se auttaa esimerkiksi saamaan kampanjalle lisää näkyvyyttä. Se ei kuitenkaan ole edellytys tehokkaalle vaikuttamistoiminnalle. Luovuus, innostus ja kiinnostava toteutus merkitsevät eniten!

#### **Suomalainen voi vaikuttaa vain suomalaisiin asioihin.**

**Tarua.** Suomesta käsin voit vaikuttaa myös Euroopassa ja globaalilla tasolla.





# 7. LOPUKSI

**Kaikki voivat vaikuttaa!** Vaikuttaminen on parhaimmillaan pienistä puroista koostuva virta. Vaikuttamistoimintaa tehdäkseen ei tarvitse olla ammattilainen. Kunhan löytyy intoa, motivaatiota ja tarmoa tehdä, on mahdollisuuksia mihin vain. Ruotsalainen ilmastoaktivisti Greta Thunberg oli aluksi tavallinen 15-vuotias nuori, mutta päättäväsyydellään ja innostuksellaan hän onnistui inspiroidaan muita nuoria ympäri maailmaa. Thunbergin aktivismin seurauksena syntyi kansainvälinen ilmastolakkoliike ja Time-lehti valitsi hänet maa-

## Toimitus:

Oppaan on tuottanut Changemakerin vapaaehtoisista ja työntekijöistä koostuva materiaalityöryhmä: Kiira Kempainen, Essi Kurki, Sara Latvus, Petteri Näreikkö, Roosa Sahri, Henna Tuhkalainen ja Katariina Väisänen. Kiitos myös muille materiaalin tekoon osallistuneille: Jonas Biström, Roope Havu, Minna Kojo, Julia Manni, Elsa Pakkasvirta, Nico Peill, JP Pokkinen, Jonna ”Jowi” Sihvonen, Julia Sivonen, Sinituuli Suominen, Anni Valden, Kia Wallin.

ilman 25 vaikutusvaltaisimman nuoren joukkoon vuonna 2019. Nuorissa on totisesti voimaa!

**Mistä vaikuttamisen voi aloittaa?** Mahdollisuuksia on monia. Yksi hyvä vaihtoehto on Changemaker, joka tarjoaa keinoja nuorille ja nuorille aikuisille muuttaa maailmaa. Katso Changemakerin nettisivuilta seuraava tapahtuma, seuraa meitä Instagramissa ja tule mukaan toimintaamme! Yhdessä vaikuttamalla voimme tehdä maailmasta oikeudenmukaisemman paikan.

## Kuvat:

Oskar Råback (Kansi), Sara Latvus (s. 2, 25, 26, 28), Ville Asikainen (s. 5), Jonna Sihvonen (s.9), Katariina Väisänen (s. 10), Ville Nykänen (s. 16), Iida Silfverhuth (s. 29), Henna Tuhkalainen (s. 34) Changemakerin kuva-arkisto (s. 5, 12, 27, 33) Kirkon Ulkomaanavun kuva-arkisto: Hannamari Rinne (s. 7), Jari Kivelä (s. 14), Tatu Blomqvist (s. 19), Jonathan Sta. Rosa (s. 31) Unsplash: Heather Mount (s. 4), Perry Grone (s. 8), Isaiah Rustad (s. 18)



changemakerfin



ChangemakerFin



Changemaker Finland

**WWW** [changemaker.fi](http://changemaker.fi)

