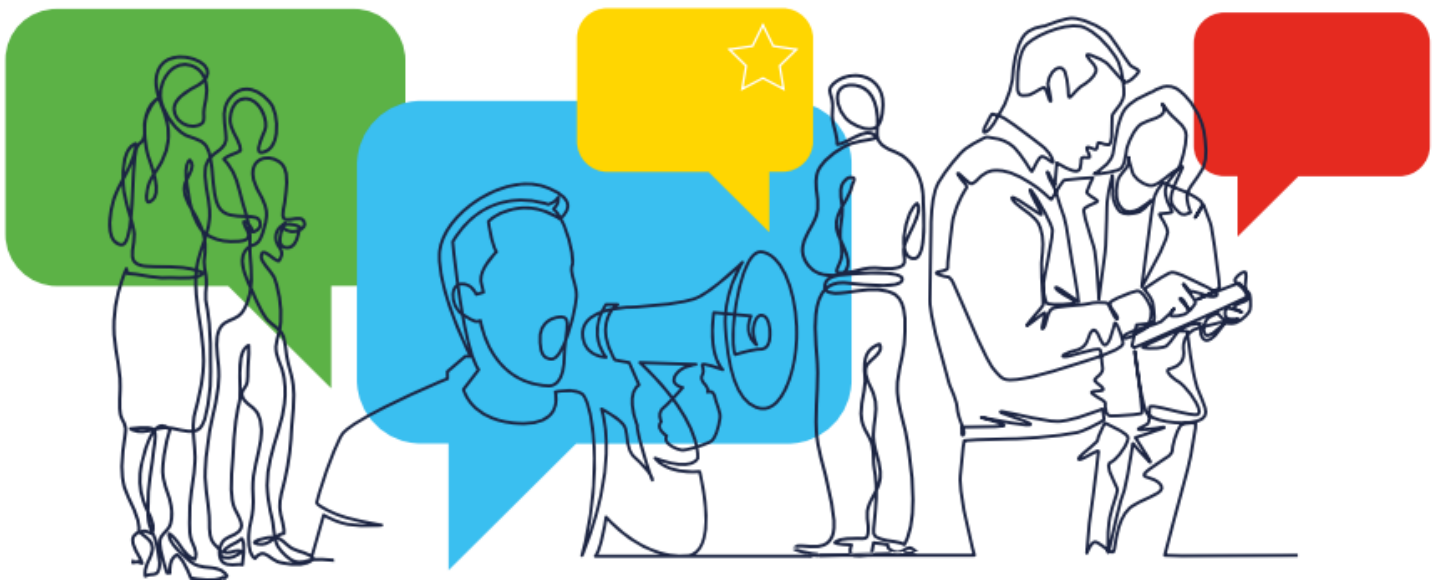


EU:N KANSALAISALOITEFOORUMI

Järjestäjäryhmän roolien määrittäminen



LEARN - DISCUSS - CONNECT - SEEK ADVICE

Hyvin jäsennelty ryhmä on onnistumisen avain

Eurooppalaisen kansalaisaloitteen kampanja edellyttää **kansainvälistä koordinointia, selkeää viestintää ja kestäväää rakennetta**. Kansalaisaloitekampanjan toteuttaminen tarkoittaa useiden maakohtaisten kampanjoiden koordinoimista ja niiden viestinnän räätälöimistä kullekin alueelle. Hyvin organisoitu ja määritelty ryhmä mahdollistaa kampanjan laajentamisen, asianmukaisen reagoinnin odottamattomiin tapahtumiin, uusien mahdollisuuksien maksimoinnin ja toiminnan jatkuvuuden.

Kampanjan kokonaisstrategiaan voi kuulua myös kampanjan hajauttaminen.

- On tärkeää huomioida **valtioiden rajat ylittävät mahdollisuudet**, EU:n laajuinen koordinointi ja lainsäädännön noudattamisen varmistaminen.
- Samaan aikaan maakohtaiset ryhmät toteuttavat kampanjastrategian paikallisesti ja **mukauttavat sen alueelliseen kontekstiin** räätälöimällä viestintää ja keräämällä allekirjoituksia paikan päällä.
- **Selkeät roolit, vastuut ja tehtävät** sekä EU:n että osallistujamaiden tasolla ovat ratkaisevan tärkeitä, jotta kansalaisaloite toimii tehokkaasti yli rajojen ja voi saada aikaan pysyviä vaikutuksia.

Alusta alkaen

Kampanjan aloittaminen tyhjästä on helpompaa **kokeneiden aktivistien ja kampanjatoimijoiden** avulla. Kokeneiden kampanjoijien kansalaisvaikuttamista koskeva asiantuntemus on **ratkaisevan tärkeää tällaiselle kansainväliselle kampanjalle**, jossa kansalaisten osallistamiseen ja rajat ylittävään toimintaan liittyvien ongelmien ymmärtäminen on olennaista. Heidän kokemuksensa auttaa virtaviivaistamaan strategiaa, minimoimaan koulutukseen tarvittavan ajan ja varmistamaan, että ryhmä pystyy vastaamaan tehokkaasti kansalaisaloitteen tarjoamiin ainutlaatuisiin haasteisiin.

On tärkeää määrittää keskeiset roolit strategisesti kampanjan tavoitteiden mukaisesti.

Järjestäjien vinkki

PsychedeliCare-kampanjaryhmä koostui suurelta osin psykologian, psykiatrian, lääketieteen ja tutkimuksen ammattilaisista, joista monille aktivismi oli uutta, mutta joilla oli **paljon arvokasta ammattiosaamista**. Tämä tausta osoittautui **arvokkaaksi kampanjan uskottavuudelle, sisällön kehittämiseksi ja kunkin alan yleisön tavoittamiselle**. He neuvovat kuitenkin tulevia kansalaisaloitteiden järjestäjiä ottamaan mukaan myös kokeneita aktivisteja mahdollisuuksien mukaan, sillä nämä voivat auttaa virtaviivaistamaan koordinoitua, lyhentämään perehdyttämisaikaa ja vahvistamaan kampanjarakennetta alusta alkaen.

Valmiiden organisaatioiden hyödyntäminen

Vakiintuneiden kansalaisyhteiskunnan organisaatioiden hyödyntäminen tarjoaa muun muassa **valmiita verkostoja, hallinnollisia valmiuksia, asiantuntemusta ja uskottavuutta**. Tämä voi **helpottaa viestintää, varainkeruuta ja kumppanuuksien muodostamista**, ja se mahdollistaa **koko EU:n laajuisen yhteenliittymän** muodostamisen kansalaisaloitteen taakse.

Järjestäjien vinkki

My Voice, My Choice -kampanjaryhmän kokoaminen aloitettiin slovenialaisesta kansalaisjärjestöstä. Näin päästiin heti käsiksi viestintäinfrastruktuuriin ja valmiiseen yleisöön, mikä auttoi rekrytoimaan nopeasti lisää jäseniä ryhmään ja laajentamaan sen toimintaa yli rajojen.

Monikansallisen ryhmän hallinnointi

Järjestäjäröhmän koordinointi eri maiden välillä tuo väistämättä haasteita – esimerkiksi kielellisiä, kulttuurisia ja logistisia.

- **Selkeä viestintä ja joustavuus** ovat keskeisiä tekijöitä kansainvälisten ryhmien hallinnoinnissa.
- Sen varmistaminen, että **kaikki kampanjamateriaalit ovat selkeitä ja helposti saatavilla**, helpottaa eri maissa toimivien ryhmän jäsenten ymmärtämistä ja sopeutumista.
- Kohdemaissa toimivat **kansalliset viestintäkoordinaattorit** voivat ottaa vetovastuun kaiken sisällön räätälöimisestä **paikallisten yleisöjen tarpeiden mukaisesti**.
Viestintäkoordinaattorilla on hyvä olla käytössään luotettavat käännösvälineet tai paikallisia kieliä äidinkielenään puhuvia yhteistyökumppaneita, jotta keskeiset asiakirjat ja kampanjaviestit ovat varmasti yhdenmukaisia halutun viestin kanssa. Näin varmistetaan johdonmukaisuus kautta linjan ja otetaan samalla huomioon alueelliset erot.

Maakohtaisten ryhmien johtaminen

Kampanjan yleisesitys, visuaalinen ilme, ohjeet ja esimerkkiviestit on hyvä tuottaa jaettavaksi valmiiden verkostojen kautta, jolloin tavoitetaan uusia potentiaalisia ryhmän jäseniä ja vapaaehtoisia.

- Helpon ja **kannustavan osallistumistavan** tarjoaminen auttaa lisäämään luottamusta ryhmän työhön ja madaltaa kampanjaan osallistumisen kynnystä.

Järjestäjien vinkki

PsychedeliCare aloitti maakohtaisten ryhmien kokoamisen ottamalla ensin yhteyttä kumppaniorganisaatioihin ja pyytämällä tukea asiasta kiinnostuneiden vapaaehtoisten löytämiseksi eri maista. Kumppanit auttoivat levittämään viestiä sosiaalisen median kanavissaan ja uutiskirjeissään. Kampanjaryhmä myös loi verkkosivustolleen yhteydenottolomakkeen, jonka avulla halukkaat vapaaehtoiset saattoivat helposti ilmaista kiinnostuksensa toimia omassa maassaan. Tämä sujuvoitti prosessia, jossa vapaaehtoiset sovitetaan yhteen maakohtaisten ryhmien tarpeiden kanssa.

Maakohtaiseen ryhmään voi kuulua esimerkiksi

- **kansallinen koordinaattori**, joka vastaa paikallisten sidosryhmien kartoittamisesta
- **sisällöntuottaja**, joka mukauttaa kampanjamateriaalin paikalliseen kontekstiin
- **vapaaehtoiskoordinaattori**, jonka tehtävänä on rekrytoida ja aktivoida uusia kannattajia

Samanlaisten kampanjaryhmien ja -roolien toistaminen kaikissa maakohtaisissa ryhmissä auttaa lisäämään kampanjan johdonmukaisuutta, mikä helpottaa huomattavasti hallinnointia ja skaalausta.

Koordinoitvälineet ja -ohjelmistot

Kansalaisaloitekampanjan tehokas koordinointi nojaa vahvasti **digitaalisten välineiden järkevään käyttöön**.

- Viestintää voidaan virtaviivaistaa WhatsAppin tai Signalin kaltaisten **viestisovellusten avulla**, joissa on helppo luoda ryhmiä.

Järjestäjien vinkki

PsychedeliCare hyödynsi WhatsApp-yhteisöjä keskeisenä sisäisen viestinnän välineenä. Niiden kautta yhteydenpito vapaaehtoiisiin kaikkialla EU:ssa oli tehokasta. Kampanjaryhmä perusti kansallisille koordinaattoreille erillisen ryhmän, joka mahdollisti nopean tiedonkulun, tehtävien koordinoinnin ja rajatylittävän yhteistyön. Heidän neuvonsa muille kampanjaryhmille on seuraava: **kannattaa valita viestintävälineet, jotka ovat vapaaehtoisille ennestään tuttuja**, jotta koordinointi olisi sujuvaa ja osallistavaa.

- **Visuaalisen yhteistyön välineet**, kuten Miro tai muut verkkotaulut, auttavat ryhmää laatimaan ideoita ja työstämään niitä. **Tehtävien ja työnkulkujen hallinnoinnissa** Trellon, Notionin ja Slackin kaltaiset alustat ovat erittäin tehokkaita vastuunjaon, edistymisen seurannan ja avoimuuden varmistamisen kannalta.

Järjestäjien vinkki

Stop Destroying Videogames -kampanjaryhmä perusti Discord-yhteisön, johon kuului yli 4 000 vapaaehtoista. Sen avulla **toimintojen aktivoiminen onnistui tarpeen tullen nopeasti**. Discord myös mahdollisti vapaaehtoisten sijainnin ja vahvuuksien kartoittamisen, paikallisten vaikuttajien löytämisen ja nopean toiminnan organisoimisen.

Vaikka ihmiset ovat kampanjalle korvaamattomia, **tekoälyvälineet voivat toimia arvokkaana apuna** ja olla tavallaan ryhmän kampanjakohtaisia jäseniä.

- Esimerkiksi ChatGPT-sivustolla voi **laatia omaa kampanjaa varten räätälöidyn GPT-mallin**, joka on koulutettu noudattamaan kampanjan suuntaviivoja, tyyliä ja johdonmukaista markkinointikuvaa kampanjastrategian tukena, kartoittamaan mahdollisia kumppaneita, auttamaan vapaaehtoistoiminnassa sekä avustamaan aikataulujen laatimisessa ja suunnittelussa.
- **Videonmuokkaus- ja kuvantuotantovälineet**, kuten Runway ja Midjourney, voivat auttaa virtaviivaistamaan luomisprosessia ja tuottamaan korkealaatuista sisältöä sosiaaliseen mediaan, kampanjamateriaaleihin tai visuaaliseen viestintään.
- **Käännöstyökalut**, kuten DeepL, voivat auttaa kampanjamateriaalin lokalisoinnissa useille kielille.

Kun kehittyneitä **tekoälyvälineitä** käytetään harkiten ja ihmisten työtä täydentäen, ne voivat **vapauttaa resursseja ja aikaa** käytettäväksi strategiaan toimiin ja verkostojen rakentamiseen.

Työnjako: EU- ja maakohtaiset ryhmät

Merkittävä osa eurooppalaisen kansalaisaloitteen kampanjan onnistumisesta riippuu kyvystä kehittää kattavaa yhteistyötä, jossa yhdistyvät eurooppalainen ja kansallinen asiantuntemus. Seuraavassa on joitakin suosituksia siitä, miten kampanjaryhmät ja niiden toiminnan voi jäsentää koordinoitusti.

Järjestäjien vinkki

My Voice, My Choice -kampanja panosti vahvan **kampanjaidentiteetin** rakentamiseen johdonmukaisesti **kaikissa maakohtaisissa ryhmissä**. Slovenian ydinryhmä varmisti, että viestit, kuvat ja kampanjatyyli pysyivät yhtenäisinä eri maissa, mutta maakohtaiset ryhmät pystyivät silti **mukauttamaan sisältöä paikallisten tarpeiden mukaan**. Tämä johdonmukaisuus paransi kampanjan **tunnistettavuutta**, lisäsi kannattajien **luottamusta** ja auttoi välittämään **yhtenäistä viestiä yli rajojen**.

Seuraavassa esitellään rooleja, jotka auttavat selkeyttämään vastuualueita ja edistämään sujuvaa yhteistyötä monikansallisessa kampanjaryhmässä.

Mahdollisia EU-tason ryhmiä ja alaryhmiä:

- **Poliittinen ryhmä:** määrittää kampanjan poliittisen kannan, seuraa EU:n lainsäädännön kehitystä ja pitää yhteyttä päätöksentekijöihin.
- **Pääkoordinaattori:** valvoo kampanjaa, varmistaa, että eri osien yhteistyö toimii, ja kantaa päävastuun kampanjasta.
- **Viestintä, PR ja sosiaalinen media:** vastaa kampanjan julkisuuskuvasta, hallinnoi lehdistösuhteita ja tiedotusta, valvoo sosiaalisen median strategiaa ja edistää kampanjan tunnistettavuutta.
- **Sisällöntuottaja:** tuottaa verkkoalustoille digitaalista sisältöä, jolla pyritään lisäämään tavoitettavuutta, osallistumista ja laajaa levikkiä.

Järjestäjien vinkki

Sosiaalisen median käyttö oli ratkaisevan tärkeää*My Voice, My Choice* -kampanjan onnistumiselle. Kampanjan verkkoalustoista tuli demokratiaan ja perusoikeuksiin liittyviä kysymyksiä koskevien **uutisten ja tietojen keskus**, jossa reagoitiin nopeasti maailmanlaajuisiin tapahtumiin. **Jakamalla arvokasta sisältöä johdonmukaisesti pidettiin kannattajien mielenkiinto yllä**. Samalla oli luontevaa pyytää näitä allekirjoittamaan kansalaisaloite, saada näkyvyyttä ja rakentaa yhteisöä asian ympärille.

- **Oikeusopillinen ryhmä:** antaa neuvoja EU:n ja jäsenvaltioiden oikeudellisista vaatimuksista, laatii ehdot ja vastuuvapauslausekkeet sekä varmistaa yleisen tietosuoja-asetuksen noudattamisen.
- **Tiede- ja asiantuntijaryhmä:** tekee taustatutkimusta, tarjoaa tieteellistä tai teknistä asiantuntemusta, laatii näyttöön perustuvia materiaaleja ja tukee täsmällistä ja uskottavaa julkista viestintää tiiviissä yhteistyössä PR:n kanssa.
- **Varainkeruuryhmä:** kartoittaa rahoitusmahdollisuuksia, laatii avustushakemuksia, hallinnoi suhteita avunantajien ja huolehtii kampanjabudjetista.
- **Yhteistyöryhmä:** ottaa yhteyttä kansalaisjärjestöihin ja mahdollisiin kumppaneihin ja ylläpitää suhteita liittolaisjärjestöihin.
- **Tekninen/tietotekninen ryhmä:** hallinnoi verkkosivustoa ja varmistaa digitaalisen turvallisuuden.
- **Hallinnollinen ryhmä:** suunnittelee ja toteuttaa kampanjalogistiikkaa, kuten tapahtumien hallintaa, matkojen koordinoimista ja materiaalien lähettämistä.
- **Vapaaehtoistoiminnan johtaja:** perehdyttää uudet vapaaehtoiset, järjestää koulutuksia ja pitää huolen ryhmän hyvinvoinnista ja motivaatiosta.

Mahdollisia kansallisen tason ryhmiä ja alaryhmiä:

- **Kansallinen koordinaattori:** toimii paikallisena ryhmänjohtajana, koordinoi maatasen toimia ja raportoi EU:n tason ryhmälle.
- **Tapahtuma- ja toimintaryhmä:** suunnittelee paikallistapahtumia, järjestää kampanjalle näkyvyyttä julkisissa tapahtumissa.
- **Viestintä- ja sosiaalisen median ryhmä:** mukauttaa viestintää maakohtaisten yleisöjen tarpeisiin, luo paikallista sisältöä ja hallinnoi paikallisia alustoja.
- **Perehdytysryhmä ja vapaaehtoistoiminnan johtoryhmä:** toivottaa uudet jäsenet tervetulleiksi ja perehdyttää nämä tehtäviinsä.
- **Kääntäjäryhmä:** varmistaa, että kampanjan sisältö käännetään ja lokalisoitetaan oikein.
- **Yhteistyöryhmä:** tekee yhteistyötä paikallisten järjestöjen, vaikuttajien ja tiedotusvälineiden kanssa ja hankkii kampanjalle tukea.

Tehtävät voivat olla päällekkäisiä, ja ryhmän jäsenillä voi olla useita tehtäviä asiantuntemuksen ja käytettävissä olevan ajan perusteella. Esimerkiksi viestintä- ja sosiaalisen median ryhmän voi yhdistää tapahtuma- ja toimintaryhmään, jolloin niiden jäsenet ovat vastuussa sekä sisällön tuottamisesta että tapahtumien mainostamisesta. Viestintä- ja kääntäjäryhmät voivat myös tehdä tiivistä yhteistyötä laatiessaan käännöksiä ja parhaita strategioita viestien mukauttamiseksi kansallisiin olosuhteisiin.

Järjestäjien vinkki

HouseEurope! -kampanja pyysi kaikkia ryhmän jäseniä pohtimaan omaa tapaansa lisätä tietoisuutta aiheesta ja kertoa siitä. **Ryhmän jäsenet ottivat vuoroviikoin vastuulleen sosiaalisen median sisällöntuotannon.** Kaikki antoivat omanlaisensa panoksen, mikä antoi kampanjalle useita ääniä ja loi aloitteen tarkoitusta tukevaa sisältöä.

Vapaaehtoisten rekrytointi ja johtaminen

Vapaaehtoisten tehokas rekrytointi ja johtaminen on muutakin kuin roolien täyttämistä – se on keino lisätä motivaatiota ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Osallistumiseen voi kannustaa esimerkiksi

- tarjoamalla **pieniä mutta mielekkäitä tehtäviä**, joiden avulla vapaaehtoiset voivat osallistua ylikuormittumatta
- käyttämällä aikaa vapaaehtoisten **kiinnostuksenkohteiden ja vahvuuksien kartoittamiseen** ja antamalla heille tehtäviä, jotka he kokevat mielekkäiksi
- kannustamalla vastuunottoon **määrittämällä selkeät roolit, antamalla tunnustusta julkisesti ja luomalla yhteishenkeä**, joka motivoi vapaaehtoisia pysymään mukana pitkään.

Järjestäjien vinkki

Stop Destroying Videogames -kampanjan tavoitteena oli saada **vapaaehtoiset tekemään kampanjatöitä yhden tunnin ajan viikossa tai kuukaudessa.** Matalan kynnyksen **osallistumisella saatiin mukaan tuhansia vapaaehtoisia** ja varmistettiin kampanjan toiminta pitkällä aikavälillä.

Kriisivalmius ja toiminnan laajentaminen

Kriiseiltä ei voi välttyä – niitä voivat aiheuttaa niin henkilöstön vaihtuminen, tekniset ongelmat kuin sosiaalisen median katsojalukujen lasku. Ongelmiin on hyvä varautua simuloimalla niitä etukäteen.

- **Henkilöstön yhteiskouluttaminen** siten, ettei mikään tehtävä ole vain yhden henkilön vastuulla.
- Jos esimerkiksi viestintäkoordinaattori lähtee odottamatta, sosiaalisen median hallinnoija tai sisällöntuottaja voi väliaikaisesti ottaa hoitaakseen lehdistösuhteet ja sisältöaikataulun.

Järjestäjien vinkki

My Voice, My Choice -kampanjassa pidettiin **erittäin tärkeänä laatia jatkuvuussuunnitelmat** keskeisiä rooleja varten. Valmistautumalla etukäteen mahdollisiin henkilöstömuutoksiin pystyttiin jatkamaan toimintaa sujuvasti, jos joku ryhmän jäsenistä lähti yllättäen.

- **Monipuoliset teknologia-alustat** ja varmuuskopiointi.
 - Jos esimerkiksi pääsivusto kaatuu tärkeällä hetkellä, kannattajat voi ohjata eri palvelimella olevalle, ennalta laaditulle sivulle.

Järjestäjien vinkki

My Voice, My Choice -kampanja koki sosiaalisessa mediassa peitettyä poissulkemista Yhdysvaltojen vaalien jälkeen, mikä heikensi sen näkyvyyttä keskeisillä alustoilla. Kampanjan kokemukset korostavat **digitaalisen häiriönsietokyvyn** merkitystä: ei pidä turvautua vain yhteen alustaan. Ylläpitääkseen näkyvyyttä kampanja laajensi toimintaansa muille alustoille, kun Blueskyhin ja Tumblriin. **Digitaalisten kanavien monipuolistaminen** varhaisessa vaiheessa voi auttaa ylläpitämään näkyvyyttä, jos jokin alusta muuttuu yhtäkkiä epävakaaaksi.

- **Nimetyt edustajat**, joilla on valmiita keskustelunaiheita.
 - Esimerkiksi kampanjakoordinaattorilla tai viestintäpäälliköllä on hyvä olla valmiina lyhyt kolmen kohdan viesti, jota tämä voi käyttää yllättävissä haastattelutilanteissa tai julkilausumissa. PR-ryhmän olisi laadittava nämä keskeiset viestit etukäteen tiiviissä yhteistyössä asiantuntijaryhmän kanssa, jotta ne ovat varmasti selkeitä ja uskottavia.

Järjestäjien vinkki

Stop Destroying Videogames -kampanja osoitti, kuinka **keskeisiä valveutuneet vapaaehtoiset ja yleisö ovat kriisinsietokyvyn kannalta**. Kun heidän kampanjaansa vääristeltiin alan edustajan toimesta, he saivat nopeasti yhteisönsä osallistumaan tietoon perustuvaan keskusteluun ja korjaamaan väärinkäsityksiä ja muuttivat tilanteen mahdollisuudeksi saada lisää näkyvyyttä.

- **Vapaaehtoisten ryhmittely** taitojen ja käytettävissä olevan ajan mukaan.
 - Esimerkiksi graafista suunnittelua taitaville vapaaehtoisille voi määrätä nopeita sisällöntuotantotehtäviä, kun taas ne, joiden kampanja-aika on rajallista, voivat kerätä allekirjoituksia tapahtumapäivinä.

Järjestäjien vinkki

Kielto eheytyshoidoille Euroopan unionissa -kampanja korosti, että sosiaalisen median algoritmien päihittämiseen tarvitaan johdonmukaisuutta ja laajoja toimia. Viestintä- ja sosiaalisen median ryhmän kokoaminen varhaisessa vaiheessa oli oleellista näkyvyyden saavuttamiselle – samoin jatkuva postaaminen, yleisön kanssa keskustelu ja nopea reagoiminen. He kuvaavat tilannetta ”taisteluksi algoritmia vastaan”.

Kampanjaryhmän valmiuksia voi vahvistaa lisäämällä koulutus- ja perehdyttämisprosessiin tutustumisen [Eurooppalaisen kansalaisaloitteen verkkosivuille](#). Kukin kansalaisaloiteryhmä kutsutaan kampanjansa alussa **videoneuvotteluun kansalaisaloitefoorumin asiantuntijoiden kanssa**. Kun kaikki ryhmän jäsenet tuntevat eurooppalaisen kansalaisaloitteen parhaat käytännöt, kampanjastrategiat ja saatavilla olevat resurssit, he saavat yhtenevän käsityksen aloitteen vaatimuksista, mikä parantaa koko kampanjan tehokkuutta.

Rakenteista syntyy strategia

Eurooppalaisessa kansalaisaloitteessa on kyse muustakin kuin allekirjoitusten keräämisestä. Siinä on kyse **kampanjan organisoimisesta yli rajojen, toimien yhteensovittamisesta ja kestävä liikkeen rakentamisesta myös allekirjoitusten keräämisen jälkeen**. Olipa ryhmässä jäseniä sitten viisi tai viisikymmentä, sen parhaat voimavarat ovat **selkeä rakenne, määritetyt roolit,**

vahva sisäinen viestintä ja kyky sopeutua.

Vahvan perustan luominen on hyvä aloittaa tutustumalla **jo varhaisessa vaiheessa saatavilla oleviin resursseihin**, kuten kansalaisaloitefoorumiin.

- Käytännön työkalut, kuten kampanjan järjestäjille tarkoitettu blogijulkaisu, jossa esitellään tosielämän strategiavinkkejä, ja webinaari eurooppalaisen kansalaisaloitteen kampanjarakenteista, tarjoavat arvokasta tietoa parhaista käytännöistä, yhteisistä haasteista ja kokeneiden aktivistien kokemuksista. Näiden resurssien sisällyttäminen ryhmän perehdyttämiseen ja koulutukseen takaa sen, että ryhmän jäsenillä on paitsi motivaatiota myös eurooppalaisen kansalaisaloitekampanjan järjestämiseen tarvittavat taidot.