

Muutoksen aikaansaaminen on vaikuttamisen ydin – Miksi projektipäällikön kannattaa olla kiinnostunut vaikuttamisesta?

16.6.2025

Vaikuttaminen on yhteiskunnallisen muutoksen tavoittelua ja aikaansaamista, mikä auttaa muuttamaan asioiden tilaa asetettujen tavoitteiden mukaan. Ideana on purkaa esteitä tavoitellun muutoksen tieltä.

Vain muutos on pysyvää, mutta silti niin vaikeaa, miksi? Koska vaikuttaminen perustuu pitkäjänteisyyteen. Se on työlästä ja hidasta, sillä vaikuttamisen aikajänne on useita vuosia. Vaikuttaminen mielletään usein edunvalvonnan välineeksi, jonka kohteena on poliitikot ja yhteiskunnalliset päätökset. Se on kuitenkin paljon muutakin. Esimerkiksi tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta (TKI) vaikuttaa muutoksen kohteena oleviin ihmisiin, elinkeinoon, alueeseen ja yhteiskunnallisiin kehityskulkuihin ja tuottaa tärkeää tietoa päätöksenteon tueksi. Siksi hankkeessa työskentelevän henkilön kannattaa olla kiinnostunut vaikuttamisesta.

Hanketoiminnassa kattotavoitteet tulevat annettuna rahoituslähteen mukaan ainakin jossain määrin rahoittajan toimesta ja TKI-toiminta muovautuu sen mukaan. Kattotavoitteita ovat viime aikoina olleet esimerkiksi vihreän siirtymän ja kiertotalouden edistäminen, nykyisin enenevissä määrin huoltovarmuus ja puolustusasiat. Hanketoiminta on yhteiskunnallisen vaikuttamisen ytimessä, sillä hankkeet pureutuvat näihin esteisiin ja ongelmiin esimerkiksi vihreän siirtymän tiellä ja pyrkivät muuttamaan vallitsevaa asiaintilaa. Kuten hankesuunnittelun työpajassa on opittu, hanketta suunnitellessa määritellään tavoitteet, esteet tavoitteiden edessä ja mietitään keinoja, joilla esteitä lähdetään purkamaan. Tästä syntyy hanketoiminnan ydin.

Strategialla kohti muutosta

Kuten aiemmin sanottu, muutoksen tekeminen on vaikuttamisen ytimessä. Tähän on erilaisia strategioita, joista TKI-toiminnassa keskeisin lienee mobilisoiva strategia. Sitä tarvitaan silloin, kun tiettyjen ihmisten tuki on välttämätöntä asioiden vauhdittamiseksi. Annan esimerkin hankkeesta, jossa työskentelen. Hankkeen tarkoituksena on biokaasumarkkinoiden edistäminen. Olemme saaneet kartoitettua pohjalaismaakuntien biokaasupotentiaalin maatalouden sivuvirtojen osalta, joka on merkittävä, etenkin ylijäämäoljen hyödyntämisen kannalta. Tarvitsemme kotimaisia yrityksiä, jotka kehittävät oljen käsittelyyn soveltuvaa esikäsittely- ja laitostekniikkaa. Hankkeemme tehtävä on huolehtia, että tieto merkittävästä biokaasupotentiaalista alueellamme saavuttaa yritykset, jotka kykenevät kehittämään tällaisia tekniikoita ja toisaalta investoimaan Etelä-Pohjanmaalle. TKI-toiminnassa mobilisoivan strategian lisäksi oleellista on mediastrategia, jossa muutoksen ajurina ovat media ja journalistit, joilla on valta nostaa tai olla nostamatta tietoisuuteen erilaisia asioita. Media on tehokas keino saada hankkeen ydinviestit perille.

Milloin muutos onnistuu?

Päätöksentekokyky, hyväksyttävyys ja toimeenpanokyky vaikuttavat muutoksen onnistumiseen. Päätöksentekokyvyssä on kyse siitä, ketkä asiaa kannattavat ja otetaanko asia ajettavaksi. Hyväksyvätkö ihmiset muutoksen kohteena muutoksen? Toimeenpanokyky on monien muutoksien kompastuskivi, sillä talous ja raha ovat usein esteinä muutoksen saavuttamiselle. Esittelen jälleen soveltavan esimerkin biokaasukontekstista. Hyväksyvätkö maatalousyrittäjät sen, että olki ei kokonaisuudessaan jäisi peltoon puinnin jälkeen, vaan osa siitä käytettäisiin biokaasuntuotannon raaka-aineeksi? Onko esimerkiksi yrityksillä tai maatalousyrittäjillä varaa investoida biokaasulaitoksiin tai uskallusta siihen epävakaassa poliittisessa tilanteessa? Nämä ovat yksiä monista kulmakivistä sille, että kasvibiomassojen käyttö biokaasutuotannossa lisääntyisi ja sitä kautta myös biokaasuinvestoinnit.

Jos nämä kolme elementtiä – päätöksentekokyky, hyväksyttävyys ja toimeenpanokyky – ovat hyvällä tasolla, muutos voi olla toteutettavissa. Vaikuttamisessa näistä kolmesta elementistä voi valita sen osan, mikä vaatii eniten työtä ja mihin keskitytään. Hankkeissa ja niiden suunnittelussa kannattaa kiinnittää huomiota kaikkeen kolmeen asiaan, mutta erityisesti korostuu ainakin selvitykset toimeenpanokyvystä sekä tiedon tuottaminen muutoksen ajurina.

Viestintä on vaikuttamisen ykkösväline

Keskeisessä asemassa vaikuttamisessa on vaikuttajaviestinnän toimintamalli, joka koostuu sidosryhmäyhteistyöstä, asiantuntijoiden tekemästä työstä ja tutkimuksesta esimerkiksi täällä SEAMKissa, sekä julkisesta keskustelusta ja mielikuvista. Myös viestinnässä pitkäjänteisyys on malttia – yksi viesti kerran muutamassa kanavassa ei vielä tuo tulosta.

SEAMKin TKI-toiminnan kehyksessä sidosryhmäyhteistyö korostuu käytännössä hankkeissa tapaamisissa ja yhteistyön kautta avainkumppaneiden sekä hankepartnereiden kanssa. Sidosryhmätyötä voidaan SEAMKin

TKI-toiminnan osalta ajatella vaikuttaja- ja päättäjäjoukon perehdyttämisessä tutkittuihin teemoihin. Yksi keino on suunnitteilla Luonnonvara- ja biotaloustiimissä: aiomme järjestää tuoreille kaupunginvaltuutetuille uusiutuvan energian hankkeiden tuloksista tietoiskun Etelä-Pohjanmaan päätöksenteon tueksi. Yksi tällainen tilaisuus ei välttämättä vie suoraan tavoiteltuun tulokseen, vaan tarvitaan toistoa ja eri kanavia, joiden kautta viestiä viedään.

Vaikuttajaviestinnän toimintamallin toisessa vaiheessa on uuden tiedon tuottaminen, jonka ytimessä on hankkeissa tehty tutkimustyö ja -analyysit, joista viestimme ahkerasti eri kanavissa. Sen jälkeen päästään julkiseen keskusteluun ja mielikuviin, jossa sosiaalinen media astuu kuvioihin. Esimerkiksi LinkedIn ja Instagram ovat oivallisia kanavia siihen, millaista mielikuvaa jaamme SEAMKin hanketoiminnasta ja siinä tehdystä työstä, sekä ennen kaikkea sen aiheuttamista vaikutuksista. Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa antaa mahdollisuuden hallinnoida julkista keskustelua oman alan osalta ja saada ääni kuuluviin. Myös erilaiset viestintäkampanjat ja mediayhteistyö vaikuttavat mielikuviin SEAMKin TKI-toiminnasta.

Onnistunut vaikuttamisviesti

Onnistunut vaikuttamisviesti vastaa kysymyksiin mitä, mitä sitten sekä mitä ja miksi juuri nyt. Vaikuttavan viestin rakentamisessa viimeinen kohta, eli mitä nyt ja miksi juuri nyt on kaikista tärkein, yleensä juuri se kuitenkin puuttuu. Viestiä voi tehostaa konkreettisella pyynnöllä lopuksi. Vaikuttamisviestin rakennusosia kannattaa hyödyntää oman hankkeen ydinviestin muotoilussa.

Biokaasuhankkeen kontekstissa vaikuttamisviestin voisi ajatella seuraavasti: Biokaasupotentiaalia on valtavasti pohjalaismaakunnissa. Jos tämä potentiaali valjastettaisiin käyttöön biokaasuntuotantoon, saataisiin vuositasolla jopa yli kahdeksan kertaa enemmän uusiutuvaa energiaa sähkön- ja lämmöntuotantoon. Nyt siis olisi loistava aika investoida uusiin laitoksiin ja liittyä osaksi biokaasuekosysteemiä, jotta etenkin maataloussektorin päästöjä voidaan vähentää. Samalla biokaasuprosessin myötä syntyvä mädätysjäännös vähentäisi maataloussektorin riippuvuutta tuontilannoitteista ja parantaisi maatalouden omavaraisuutta epävarmassa maailmantilanteessa.

Kirjoitus on saanut vaikutteita konsulttitalo Milttonin pitämästä Vaikuttamisen parhaat käytännöt -puheenvuorosta.

Sanna Hietamäki
Projektipäällikkö
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Kirjoittaja on valtiotieteiden maisteri, joka haluaa tehdä entistä vaikuttavampaa TKI-toimintaa.