

"Tänään on hyvä päivä ryhtyä vapaaehtoiseksi!" - Diskursiiviset legitimointikeinot vapaaehtoisjärjestöjen verkkoteksteissä

Talouselämän viestintä
Maisterin tutkinnon tutkielma
Maija Joki-Korpela
2013

”Tänään on hyvä päivä ryhtyä vapaaehtoiseksi!”

Diskursiiviset legitimointikeinot vapaaehtoisjärjestöjen verkkoteksteissä

Tavoitteet

Diskursiivisten legitimointikeinojen ja diskurssien analyysin kautta tutkielman tavoitteena on auttaa ymmärtämään, miten motivaatiota vapaaehtoistyötä kohtaan luodaan ja pidetään yllä. Motivaatioon oletetaan vaikuttavan sekä vapaaehtoistyöstä ja -järjestöistä diskurssien kautta rakennettu kuva että legitimaatiokeinot, joilla järjestöt pyrkivät perustelemaan toimintaansa osallistumista. Tarkastelu kohdistuu sekä vapaaehtoisjärjestöjen verkkosivujen teksteissä ilmeneviin diskursseihin että diskursiivisiin legitimaatiostrategioihin.

Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimusaineisto koostuu kymmenen Suomessa toimivan vapaaehtoisjärjestön internetsivujen teksteistä. Kaikki tekstit ovat suomenkielisiä, ja ne on kerätty aikavälillä 25.2.–10.3.2013. Tutkimuksen teoreettis-metodologisena viitekehyksenä toimii diskurssianalyysi. Tarkemman tarkastelun kohteena ovat diskursiiviset legitimointikeinot, joita tarkastellaan erityisesti Vaaran ym. (2006) määrittelemän viiden legitimaatiostrategian avulla. Aineiston tulkinnassa käytetään apuna vapaaehtoistyötä käsitteleviä motivaatioteorioita.

Tulokset

Vapaaehtoisjärjestöt käyttävät erilaisia legitimointikeinoja laajasti hyödykseen verkkoteksteissään. Erityisesti rationalisointi ja moraalinen arviointi ovat yleisimmin käytössä olevia legitimointikeinoja. Niiden käyttö perustuu vahvasti vapaaehtoistyön taustalla vaikuttaviin arvoihin. Vapaaehtoisjärjestöjen verkkoteksteissä järjestöistä luodaan kuvaa yritysmäisinä ja yhteiskunnallisesti aktiivisina toimijoina. Vapaaehtoistyötä kuvataan harrastuksenomaisena ja helppona toimintana. Motivaation oletetaan perustuvan vahvasti potentiaalisen vapaaehtoistyöntekijän omiin arvoihin, ja nämä arvot toimivat viestinnän perustana.

Avainsanat: vapaaehtoistyö, motivaatio, diskurssianalyysi, diskursiiviset legitimointistrategiat

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO.....	1
1.1. TUTKIMUSALUE JA -TAVOITTEET	1
1.2. AIEMPI TUTKIMUS AIHEESTA	2
1.3. AINEISTO JA MENETELMÄT	4
1.4. TUTKIELMAN RAKENNE	6
2. VAPAAEHTOISTOIMINTA JA VAPAAEHTOISSEKTORI SUOMESSA.....	7
2.1. VAPAAEHTOISTOIMINTA	7
2.1.1. Vapaaehtoistoiminnan määritelmä	7
2.1.2. Vapaaehtoiset	9
2.1.3. Toimialan muutos.....	10
2.2. VAPAAEHTOISSEKTORI SUOMESSA	11
2.2.1. Sektorin rakenne ja tuotetut palvelut	11
2.2.2. Vapaaehtoissektorin taloudellinen ja yhteiskunnallinen merkitys.....	13
3. VAPAAEHTOISTOIMINNAN LEGITIMOINTI.....	15
3.1. HENKILÖKOHTAISET MOTIVAATIOPERUSTEET	17
3.1.1. Altruismi.....	18
3.1.2. Yhteisö	18
3.1.3. Arvot.....	19
3.1.4. Hyödyt.....	20
3.2. DISKURSIIVINEN LEGITIMOINTI.....	21
3.2.1. Legitimaation määritelmä.....	21
3.2.2. Legitimaatiotilanteet.....	23
3.3. DISKURSSIT LEGITIMAATIOTUTKIMUKSESSA	25
3.3.1. Diskurssin määritelmä.....	25
3.3.2. Diskurssianalyysin teoreettiset lähtökohdat	26
4. TUTKIMUSMENETELMÄT JA -AINEISTO.....	29
4.1. TUTKIMUSMENETELMÄT.....	29
4.1.1. Diskurssianalyysi.....	29
4.1.2. Diskursiiviset legitimointistrategiat.....	30
4.2. TUTKIMUSAINEISTO	35
4.2.1. Verkkosivujen tekstit.....	35
4.2.2. Järjestöt.....	36
5. TEEMAT, DISKURSSIT JA LEGITIMAATIOT JÄRJESTÖJEN VERKKOTEKSTEISSÄ	42
5.1. YRITYSMÄISYYS	43
5.2. YHTEISKUNNALLINEN TOIMIJUUS	47
5.3. INDIVIDUALISTISUUS	51
5.4. TOIMINNAN OIKEUTUS	54
5.5. YHTEISÖLLISYYS	57
5.6. PYYTEETÖN AUTTAMINEN	60

6. JOHTOPÄÄTÖKSET	63
6.1. LEGITIMOINTI PERUSTUU ARVOIHIN	63
6.2. TOIMINTAA OIKEUTETAAN TAVOITTEIDEN AVULLA.....	64
6.3. JÄRJESTÖT KUVATAAN AKTIIVISINA YHTEISKUNNAN JÄSENINÄ.....	65
6.4. JÄRJESTÖT RINNASTETAAN YRITYKSIIN	66
6.5. VAPAAEHTOISTOIMINTAA KUVATAAN TUOTTEENA	67
6.6. YHTEENVETO.....	68
6.7. EHDOTUKSIA JATKOTUTKIMUKSELLE	70
LÄHTEET	71
AINEISTON TUOTTANEIDEN YRITYSTEN INTERNETSIVUT	75

Lista kuvista

KUVA 1. TEEMA, DISKURSSI, LEGITIMAATIO JA MOTIVAATIO	16
KUVA 2. TEEMA, DISKURSSI, LEGITIMAATIO JA MOTIVAATIO: ESIMERKKI	16
KUVA 3. AUKTORITEETTI JA SEN ALALUOKAT.	32
KUVA 4. NORMALISOINTI JA SEN ALALUOKAT.	33
KUVA 5. RATIONALISOINTI JA SEN ALALUOKAT.	34
KUVA 6. MORAALINEN ARVIOINTI JA SEN ALALUOKAT.....	34
KUVA 7. NARRATIIVISUUS JA SEN ALALUOKAT.....	35

1. Johdanto

Vapaaehtoistoiminta on toisten hyväksi tehtävää työtä, jota ei tehdä taloudellisen hyödyn tavoittelun vuoksi. Tässä työssä tutkitaan kielellisiä keinoja, joita vapaaehtoisjärjestöt käyttävät verkkosivujensa teksteissä kuvaillessaan itseään ja toimintaansa ja perustellessaan lukijalle toimintaansa osallistumista.

Kiinnostukseni aihetta kohtaan kumpuaa omasta taustastani järjestötoiminnan parissa. Olen ollut mukana vapaaehtoistoiminnassa, tarkemmin sanottuna harrastejärjestöissä, viimeisen seitsemän vuoden ajan. Halusin tutkia tarkemmin, miten järjestöt viestivät itsestään ja millä keinoin potentiaalisille vapaaehtoisille perustellaan, että heidän kannattaa tehdä ”ilmaista työtä”.

Lisäsysäyksen tutkimukselleni antoi syksyllä 2012 Helsingin yliopistossa käymäni Yhteisöviestinnän johtaminen -kurssi, jonka aikana tutkimme ryhmätyön muodossa järjestöviestinnän strategisuutta. Huomasin, että aiheesta löytyy aiempaa tutkimusta, mutta erityisesti viestinnän ja diskurssintutkimuksen näkökulmasta tutkimuksessa oli selkeä aukko.

1.1. Tutkimusalue ja -tavoitteet

Vapaaehtoistyöhön voi osallistua joko tekemällä konkreettista vapaaehtoistyötä tai antamalla raha- tai tavaralahjoituksia vapaaehtoisjärjestön toimintaan. Tämän työn puitteissa näitä eri osallistumistapoja ei eroteta toisistaan, ja legitimaation oletetaan koskevan niin vapaaehtoistyöhön osallistumista kuin lahjoitusten antamista.

Syitä vapaaehtoistyöhön osallistumiselle on monia. Niitä on tutkittu erityisesti psykologian ja sosiologian aloilla, ja eri tutkijat painottavat erilaisia syitä korvauksetta tehtävään työhön osallistumiselle. Tässä työssä nämä motivaatiotekijät ovat taustalla vaikuttavia syitä, joita vapaaehtoisjärjestöt pyrkivät teksteissään hyödyntämään erilaisin diskursiivisin legitimointikeinoin. Nämä legitimaatiokeinot ovat taas riippuvaisia diskursseista ja toimivat vain tietyn diskurssin puitteissa.

Tämän työn tutkimuskohteena ovat kymmenen Suomessa toimivan vapaaehtoisjärjestön verkkotekstit. Tarkoitukseni on selvittää, millä tavoin järjestöt pyrkivät luomaan ja

ylläpitämään potentiaalisten vapaaehtoisten motivaatiota vapaaehtoistyön tekemistä kohtaan. Tähän motivaatioon vaikuttavat sekä kuva, jota vapaaehtoisjärjestöt itsestään ja toiminnastaan verkkosivuillaan luovat, että legitimaatiostrategiat, joilla järjestöt pyrkivät perustelemaan toimintaan osallistumista. Pääasiallinen tutkimuskysymykseni on:

- (1) ”Miten motivaatiota vapaaehtoistyötä kohtaan luodaan ja ylläpidetään vapaaehtoisjärjestöjen verkkoteksteissä?”

Järjestöt rakentavat kuvaa itsestään erilaisten diskurssien kautta. Toinen tutkimuskysymykseni onkin:

- (2) ”Millaista kuvaa vapaaehtoistyöstä, sen merkityksellisyydestä sekä itse vapaaehtoisjärjestöstä pyritään luomaan erilaisten diskurssien kautta?”

Erilaisia legitimoitikeinoja käyttäen vapaaehtoisjärjestöt pyrkivät myös suoraan perustelemaan potentiaalisilla vapaaehtoisille toimintaan osallistumista. Kolmas tutkimuskysymykseni on:

- (3) ”Minkälaisia diskursiivisia legitimoitikeinoja vapaaehtoisjärjestöt käyttävät verkkoteksteissään legitimoidakseen toimintaansa osallistumista?”

1.2. Aiempi tutkimus aiheesta

Aiempaa tutkimusta sekä vapaaehtoistyöstä että legitimaatiokeinoista löytyy runsaasti, mutta nimenomaan vapaaehtoisjärjestöjen viestintää koskeva aiempi tutkimus on vähäistä. Etenkään suomalaisten vapaaehtoisjärjestöjen viestintää ei ole tutkittu laaja-alaisesti. Viestintä on kuitenkin erityisen tärkeässä roolissa juuri vapaaehtoistoiminnassa, sillä toiminnan mahdollistavat resurssit on hankittava lahjoituksina. Vapaaehtoisjärjestön toiminnan onnistuminen on usein täysin riippuvaista sen kyvystä rekrytoida vapaaehtoisia ja innostaa lahjoittajia (Bussell ja Forbes 2001, 244). Järjestöt eivät pääsääntöisesti voi tarjota palkkaa tai tuotteita korvaukseksi lahjoitetusta rahasta ja työstä. Näin ollen lahjoittamista on perusteltava muilla tavoin kuin lupaamalla vastikkeita.

Vapaaehtoisjärjestöillä on merkittävä rooli suomalaisessa yhteiskunnassa. Jopa kaksi viidestä suomalaisesta tekee jonkinlaista vapaaehtoistyötä (Holvas 2012). Vapaaehtoisvoimin toteutetaan lasten harrastuksia, terveystaloudellisia palveluita, etujärjestöjen toimintaa, vertaistukiryhmiä, poliittista vaikuttamista, uskonnollista toimintaa ja paljon muuta. Vapaaehtoisjärjestöt tarjoavat myös paljon sellaisia palveluita, joita puhtaassa markkinataloudessa ei tuotettaisi.

Vapaaehtoisjärjestöjen taloudellinen ja kansantaloudellinen vaikutus Suomessa on merkittävä. Pelkästään neljän suurimman vapaaehtoisjärjestön taloudellinen vaikutus on vuodessa noin 132 miljoonaa euroa (Laasanen 2011, 7). Lisäksi järjestöillä on työllistävää vaikutusta, erityisesti muutoin vaikeasti työllistyvien parissa.

Uskon järjestöjen roolin Suomessa kasvavan entisestään tulevaisuudessa. Perinteisesti valtio on tuottanut Suomessa paljon sellaisia palveluita, joita esimerkiksi Yhdysvalloissa tuottavat erilaiset järjestöt. Väestön ikääntyminen, työttömyyden kasvu ja taloudellinen epävarmuus vaikuttavat kuitenkin osaltaan siihen, että kysyntä valtion ja kuntien tuottamia palveluita kohtaan kasvaneen jatkossa. Yhä useamman veronmaksajan siirtyessä eläkkeelle heikkenee myös valtion kyky tarjota näitä palveluita, ja tarjontaa on täydennettävä järjestöjen tuottamien palveluiden avulla. Tämän vuoksi on perusteltua tutkia vapaaehtoisjärjestöjen toimintaa myös kauppatieteellisestä näkökulmasta.

Vapaaehtoisjärjestöissä pätevät lainalaisuudet eivät rajoitu vain järjestöpuolelle. Yritysmailmassakaan palkka ei ole ainut eikä usein tärkeinkään työhön motivoiva tekijä. Monet tutkimukset korostavat arvojen ja tavoitteiden merkitystä myös yritysmailman puolella. Näin ollen vapaaehtoisjärjestöissä käytettyjä motivointikeinoja voi soveltaa talouselämässäkin.

Vapaaehtoistoiminnassa on mukana hyvin erilaisia yksilöitä ja syyt toimintaan osallistumisen taustalla ovat yhtä moninaisia. Nickson ym. (2008) toteavat, että tärkeimmät syyt vapaaehtoistyön tekemiselle ovat työn tarkoitus, organisaation ja omien arvojen yhteensopivuus sekä työn luonne. Fisher ja Ackerman (1998) puolestaan uskovat, että yhteiskunnan normeilla ja sosiaalisella paineella on suuri merkitys vapaaehtoistyöhön ryhtymisen kannalta. Rehbergin (2005) mukaan toisten auttaminen sekä uusien kokemusten saaminen motivoivat vapaaehtoistoimintaan parhaiten. Unger (1991) painottaa pyyteettömän auttamisen merkitystä vapaaehtoistyössä.

Tässä tutkimuksessa erityinen kiinnostuksen kohde on se, miten järjestöt pyrkivät perustelemaan eli legitimoimaan lukijalle vapaaehtoistyöhön osallistumista. Legitimoinnin avulla vastataan siis joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti kysymykseen ”miksi”. Oletukseni on, että järjestöt käyttävät edellä mainittuja motivaatioperusteita hyväkseen verkkoteksteissään esiintyvissä legitimaatiostrategioissa.

Legitimaatio tarjoaa selityksiä ja oikeutuksia keskeisille käytännöille, ja sillä selitetään olemassa olevaa institutionaalista järjestystä. Järjestöjen tarkoituksellista tehdään päteviä ja oikeutettuja legitimaation kautta. Organisaatiot pyrkivät legitimoimaan toimintaansa monista syistä. Legitimoinnilla voidaan pyrkiä tukemaan organisaation toiminnan jatkuvuutta tai sillä pyritään luomaan uskottavuutta. Legitimoinnilla voidaan hakea yleisön passiivista tukea tai aktiivista kannatusta. Vaikka institutionaalisuus itsessään jo luo legitimizeettia, on sen ylläpitoonkin panostettava. Legitimaatiota pyritään hankkimaan, mikäli organisaatio tai toiminto on uusi tai sitä voidaan joutua korjaamaan jonkin kriisin tai skandaalin jälkeen.

1.3. Aineisto ja menetelmät

Tutkimusaineistoni koostui kymmenen Suomessa toimivan vapaaehtoisjärjestön verkkosivujen teksteistä. Nämä järjestöt olivat: Amnesty International Suomi, Animalia ry, Greenpeace Suomi, Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Pelastakaa Lapset ry, Plan Suomi -säätiö, Suomen luonnonsuojeluliitto, Suomen Punainen Risti, Unicef Suomi sekä WWF Suomi.

Valitsin aineistooni Suomessa toimivia järjestöjä, joilla on suomenkieliset verkkosivut. Lisäksi pyrin valitsemaan suurikokoisia ja järjestäytyneitä vapaaehtoisjärjestöjä, joilla on vakiintunut asema sekä riittävä toimintahistoria takanaan.

Valitsemani järjestöt jakautuivat kahteen pääluokkaan: ympäristöjärjestöihin ja sosiaali- ja terveysjärjestöihin. Ympäristöjärjestöt keskittyvät esimerkiksi eläinten oikeuksiin tai yleisemmin luonnonsuojeluun. Aineistoni järjestöistä neljä kuului tähän luokkaan: Animalia ry, Greenpeace Suomi, Suomen luonnonsuojeluliitto ja WWF Suomi.

Toisen ryhmän muodostivat sosiaali- ja terveysjärjestöt, joihin kuuluivat ihmisoikeusjärjestöt, lapsiasiainjärjestöt, etujärjestöt, nuorten järjestöt, humanitaarisen

avun järjestöt sekä terveysterveystöt. Kuusi aineistoni järjestöistä kuului tähän luokkaan. Amnesty International keskittyy yleisesti ihmisoikeuksiin, Suomen Punainen Risti tarjoaa humanitaarista apua ja Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Pelastakaa Lapset ry, Plan Suomi -säätiö sekä Unicef Suomi keskittyvät lasten oikeuksien ajamiseen ja lastensuojeluun.

Analyysini kohteena olivat järjestöjen verkkosivujen tekstit. Koska verkkosivuilla oli hyvin laajasti sisältöä, valitsin vain tietyt tekstiosiot analyysin kohteeksi. Rajasin aineistoksi sellaiset verkkosivujen osiot, jotka löytyivät kaikilta valitsemiltani järjestöiltä jokseenkin samanlaisina. Keskityin osioihin, jossa kuvattiin joko järjestöä tai sen toimintaa yleisellä tasolla sekä osioihin, jotka oli suunnattu juuri lahjoittamista tai vapaaehtoistyöhön osallistumista harkitseville.

Analyysini keskittyi pääosin aineiston kirjoitettuihin teksteihin ja tämän työn puitteissa termi *teksti* viittaakin nimenomaan kirjalliseen materiaaliin. Verkkosivujen tekstit eroavat jossain määrin painetusta tekstistä, sillä niitä päivitetään ja muokataan jatkuvasti. Tämän vuoksi analyysini perustui aineiston keräämisajankohdan mukaisiin versioihin verkkosivujen teksteistä. Nämä tekstit tallennettiin staattiseen muotoon Word-dokumentteina. Verkkotekstit ovat myös intertekstuaalisia, sillä niissä on mahdollisuus käyttää linkkejä muihin teksteihin. Tämän ”ongelman” ratkaisin yhdistämällä analyysini kannalta olennaisimmat tekstiosiot tietyllä sivulla näkyvästä tekstistä sekä sivulla olevien linkkien takaa löytyvän aineiston samaan Word-dokumenttiin.

Valitsin analyysin kohteeksi nimenomaan verkkosivujen tekstit kahdesta syystä. Ensinnäkin halusin käyttää aineistoa, joka on vapaasti saatavilla ja näyttäytyy samanlaisena kaikille lukijoille. Toisekseen uskon verkkosivujen merkityksen kasvavan jatkuvasti. Uskon internetin olevan erityisen tärkeä väline vapaaehtoisjärjestöjen viestinnässä, koska se on nopea, sitä voi käyttää kuka tahansa ja koska viestintä verkossa on hyvin kustannustehokasta verrattuna perinteisempiin viestintämenetelmiin. Internetin tärkeys korostuu erityisesti vapaaehtoisten rekrytoinnissa (Smith ja Cordery 2010, 21), mikä on tämänkin tutkimuksen pääasiallinen kiinnostuksen kohde.

Tässä työssä keskitytään siihen, miten järjestöt käyttävät erilaisia diskursiivisia keinoja, käytäntöjä ja strategioita perustellakseen vapaaehtoistoimintaan osallistumista. Toisaalta analyysivaiheessa perehdyttiin teksteissä ilmeneviin laajempiin teemoihin ja diskursseihin, joiden kautta kuvaa järjestöstä ja vapaaehtoistyöstä rakennettiin. Toisaalta analysoin

tarkemmin nimenomaan diskursiivista legitimoitua, jonka kautta potentiaalisia vapaaehtoisia pyrittiin motivoimaan vapaaehtoistyöhön.

Analyysini eteni kolmessa vaiheessa. Aloitin temaattisella analyysillä, jolloin tutustuin aineistooni ja tunnistin yleisiä teemoja, jotka ilmenivät kaikkien tai useimpien järjestöjen teksteissä. Tämän jälkeen tunnistin näiden teemojen sisällä ilmeneviä diskursseja. Diskurssianalyysi toimi tässä työssä paitsi teoreettisena viitekehyksenä myös analyysivälineenä. Diskurssianalyysin tekemiseen kuului tekstin kuvaaminen, diskurssien tunnistaminen ja niiden vastaanottamiseen liittyvien käytänteiden analysointi sekä lopuksi yhteiskunnallisten yhteyksien tarkastelu.

Analyysini kolmannessa vaiheessa analysoin tekstejä tunnistaakseni erilaisia legitimaatiostrategioita. Käytin apunani Vaara ym. (2006) määrittelemää viiden legitimaatiostrategian jaottelua. Nämä legitimaatiostrategiat olivat *auktoriteetti*, *normalisointi*, *rationalisointi*, *moraalinen arviointi* ja *narratiivisuus*. Jokainen näistä strategioista jakautui edelleen erilaisiin alaluokkiin.

1.4. Tutkielman rakenne

Tutkielmani jakautuu kuuteen päälukuun. Johdannon jälkeen esitellään vapaaehtoistoimintaa ja -toimijoita yleisesti sekä vapaaehtoissektoria Suomessa. Kolmannessa luvussa esittelen teoreettisena viitekehyksenä toimivan diskurssianalyysin tärkeimpiä piirteitä, vapaaehtoistoimintaan motivoivia syitä sekä toiminnan legitimoitua.

Neljännessä luvussa esittelen tutkimusmenetelmäni ja -aineistoni. Viidennessä luvussa käyn läpi analyysini tärkeimmät tulokset. Kuudes luku käsittelee analyysini pohjalta muodostettuja johtopäätöksiä sekä ehdotuksia jatkotutkimuksen aiheiksi.

2. Vapaaehtoistoiminta ja vapaaehtoissektori Suomessa

Tässä luvussa esittelen vapaaehtoistoiminnan ja vapaaehtoisten olennaisimpia piirteitä sekä toimialaan liittyviä käsitteitä. Tämän jälkeen esittelen vapaaehtoissektoria Suomessa.

Vapaaehtoissektoria on analysoitu niin politologisesta, hallintotieteellisestä, sosiaalitieteellisestä, taloustieteellisestä kuin oikeustieteellisestäkin näkökulmasta (Helander ja Laaksonen 1999). Listaani voi lisätä monta muutakin näkökulmaa. Viestinnän puolella tutkimus ei kuitenkaan ole yhtä laajaa kuin edellä mainituilla aloilla. Tästä syystä on perusteltua tutustua vapaaehtoisjärjestöihin myös kielellisen ja viestinnällisen otteen avulla.

Vapaaehtoistoimintaa on vaikea määritellä yksiselitteisesti. Jo terminologia on vaihtelevaa. Alaa kutsutaan monilla eri nimillä, kuten kolmas sektori, voittoa tavoittelematon sektori tai vapaaehtoissektori. Tässä työssä näitä nimityksiä käytetään rinnakkaiskäsitteinä. Sektorin toimintaa voidaan kutsua joko vapaaehtoistyöksi tai vapaaehtoistoiminnaksi. Tässä työssä näitä käsitteitä käytetään rinnakkain, eikä huomiota kiinnitetä erikseen siihen, kuvailevatko järjestöt toimintaansa neutraalisti *toiminnaksi* vai nimenomaan *työksi*.

2.1. Vapaaehtoistoiminta

Vapaaehtoistoimintaa ja siihen osallistuvia henkilöitä on pyritty aiemmassa tutkimuksessa määrittelemään ja kuvailemaan eri tavoin. Määritelmät vaihtelevat aikakauden ja tutkijan mukaan. Esittelen seuraavaksi oman työni kannalta olennaisimpia vapaaehtoistyön määritelmiä ja siihen liittyviä käsitteitä.

2.1.1. Vapaaehtoistoiminnan määritelmä

Vapaaehtoistoiminnalla on pitkä historia. Vapaaehtoistyön luonteeseen vaikuttaa yhteisön historia, politiikka, uskonto ja kulttuuri. Palvelut, jotka jossain maassa tuotetaan vapaaehtoisvoimin, voivat muualla olla palkkatyönä tuotettuja. Esimerkiksi Suomessa valtio tai kunnat tuottavat monia palveluita, jotka esimerkiksi Yhdysvalloissa ovat järjestöjen tuottamia.

Punainen Risti, yksi maailman suurimmista vapaaehtoisjärjestöistä nimeää kolme tärkeää vapaaehtoistyön ominaisuutta. Ensinnäkin vapaaehtoistyön tärkein motiivi ei koskaan ole taloudellinen hyöty. Vapaaehtoistyöstä voi kuitenkin saada jotain korvausta ja siitä aiheutuneita kuluja voidaan korvata. Toisekseen vapaaehtoistyöhön ryhdytään aina vapaaehtoisesti ja täysin yksilön omasta halusta. Kolmanneksi vapaaehtoistyö hyödyttää muita kuin vapaaehtoisia itseään. Samalla vapaaehtoistyötä tekevä voi toki hyötyä toiminnasta itsekkin. (International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, the Inter-Parliamentary Union and United Nations Volunteers 2004)

Vapaaehtoistoimintaa voidaan määritellä monin tavoin:

”Vapaaehtoistoiminnalla tarkoitetaan toisten hyväksi tehtyä auttamis- ja muuta työtä, josta ei makseta palkkaa tai rahallista korvausta.”

– Harju ym. 2001, sit. Peltosalmi ym. 2012

Vapaaehtoistyö tarkoittaa työtä, josta ei makseta rahallista palkkaa tai korvausta. Vaikka rahallista vastiketta eli palkkakorvausta ei suoritettaisikaan, toiminta aiheuttaa kustannuksia (Laasanen 2011). Näitä ovat esimerkiksi vapaaehtoistyön organisoimisesta ja suunnittelusta syntyvät kustannukset sekä erilaiset kulukorvaukset.

Monia erilaisia vapaaehtoistyönä toteutettavia aktiviteetteja jäisi todennäköisesti toteutumatta, mikäli ainoa tapa olisi toteuttaa ne palkallisena toimintana. Vapaaehtoistyö on markkinoiden ulkopuolista toimintaa, joka tarjoaa palveluita, joita yhteisössä ei muuten olisi tarjolla (Schram ja Dunsing 1981).

Tutkijat ovat määritelleet erilaisia vaatimuksia, jotka vapaaehtoisjärjestön on täytettävä. Esittelen tässä viisi yleisesti pätevää vaatimusta, jotka tähän tutkimukseen valitut järjestöt täyttävät ja joita on käytetty hyväksi analyysin kohteena olleiden järjestöjen valinnassa.

Ensinnäkin järjestön tulee olla ainakin jossain määrin institutionalisoitunut ja sen tulee määritellä ohjenuorat järjestön jäsenyyttä, johtamista, sisäistä toimintaa sekä jatkuvuutta varten (Helander ja Laaksonen, 1999). Kaikki aineistoni järjestöt esittelevät verkkosivuillaan toimintansa rakenteita, sisäistä päätöksentekoa sekä virallisia sääntöjä. Niillä on yleensä hyvin vakiintuneet toimintatavat ja niitä voi kutsua institutionalisoituneiksi.

Toisekseen järjestön tulee toimia erillään julkissektorista ja kolmannekseen järjestön on pystyttävä valvomaan omia toimintojaan itsenäisesti (Helander ja Laaksonen 1999). Näitä ominaisuuksia aineistoni järjestöt pyrkivät korostamaan verkkosivuillaan. Järjestöjen välillä oli merkittäviä eroja rahoitusta myöntäviä tahoja tarkasteltaessa. Osa saa rahoitusta niin valtiolta kuin yrityksiltäkin, toiset toimivat pelkkien yksityisten lahjoitusten ja omasta toiminnasta syntyneiden tulojen avulla. Kaikki järjestöt vakuuttivat silti toimivansa itsenäisesti ja olevansa rahoittajistaan riippumattomia.

Järjestön täytyy myös olla voittoa tavoittelematon eikä se saa jakaa voittoja tai tuloja organisaation jäsenille tai johdolle. Viimeinen vaatimus on vapaaehtoisuus. Tämä tarkoittaa, että osallistuminen toimintaan on oltava vapaaehtoista kaikille organisaation tasoilla ja toimintamuodoissa. Vapaaehtoisuuden vaatimus ei estä muun kuin vapaaehtoisvoimin hankitun rahoituksen hyödyntämistä, kunhan riippumattomuus rahoittajista pystytään takaamaan. (Helander ja Laaksonen 1999)

2.1.2. Vapaaehtoiset

Vapaaehtoistoiminnassa on mukana laaja kirjo erilaisia ihmisiä ja toimintaan osallistutaan monista eri syistä. Yksiselitteistä kuvausta vapaaehtoisista ei ole mahdollista antaa, mutta useat tutkijat ovat pyrkineet määrittelemään vapaaehtoistyöhön osallistuville yhteisiä piirteitä.

Vapaaehtoistyöntekijä hakeutuu työn pariin vapaaehtoisesti, hän tekee päätöksen vapaaehtoistyöhön osallistumisesta harkitusti eikä hetken mielihohteesta, vapaaehtoistyö on jatkuva eikä kertaluontoinen tapahtuma ja päätökseen vapaaehtoistyön tekemisestä ja sen luonteesta vaikuttaa suuresti se, sopiiko kyseinen työ henkilön omiin arvoihin ja kiinnostuksen kohteisiin (Clary ja Snyder 1999). Erityisesti arvojen ja kiinnostuksenkohteiden yhteensopivuus järjestön toiminnan kanssa nousi myös tässä työssä tärkeäksi vapaaehtoistyöhön motivoivaksi tekijäksi.

Vapaaehtoistoiminta on usein tärkeä osa vapaaehtoisen elämää. Vapaaehtoistoimintaan osallistuminen mahdollistaa tärkeiden arvojen luomista, ylläpitämistä ja siirtämistä sukupolvienkin yli. Vapaaehtoistoiminta on myös tärkeässä asemassa toimijoiden identiteettien luomisessa. (Peltosalmi ym. 2012)

“Vapaaehtoistoiminta on vastavuoroista: auttamalla ja tukemalla toisia vapaaehtoiset saavat myös itselleen esimerkiksi elämänsisältöä, mielekästä toimintaa ja auttamisen iloa.” – Harju ym. 2001, sit. Peltosalmi ym. 2012

Vapaaehtoisjärjestöissä työskentelee usein sekä palkattua henkilöstöä että palkatta toimivia vapaaehtoisia. Palkatulle henkilöstölle maksetut korvaukset ovat kuitenkin useimmiten selkeästi yleistä palkkatasoa matalampia. Tutkimusten mukaan vapaaehtoisjärjestön palkattu henkilökunta sai keskimäärin 13 prosenttia vähemmän palkkaa kuin samantyyppistä työtä kaupallisessa yrityksessä tekevä henkilö (Nickson ym. 2008). Tästä voisi päätellä, että jopa palkkasuhteessa olevilla on myös muita perusteita työskennellä vapaaehtoisjärjestössä.

2.1.3. Toimialan muutos

Viime vuosina julkaistuista vapaaehtoistoimintaa käsittelevistä tutkimuksista käy ilmi, että alalla on käynnissä suuri muutos. Toimintaympäristön muutokset, kuten taloudellinen epävarmuus, työttömyyden lisääntyminen ja globalisaatio vaikuttavat myös vapaaehtoistoimintaan (Peltosalmi ym. 2012).

Tämän lisäksi vapaaehtoistyön kohteet muuttuvat. Esimerkiksi Suomessa väestön ikääntyminen on jatkossa yhä suurempi ongelma ja vanhusten hyväksi tapahtuvaan toimintaan tarvitaan entistä enemmän resursseja. Arvion mukaan vuoteen 2030 mennessä jopa 42 prosenttia koko Suomen väestöstä on yli 75-vuotiaita (Peltosalmi ym. 2012).

Myös itse vapaaehtoistoiminta on muuttunut kollektiivisesta refleksiiviseksi (Hustinx ja Lammertyn 2003). Aiemmin vapaaehtoistyö oli kollektiivista toimintaa, jossa tärkeintä oli ryhmän tarpeisiin vastaaminen. Vapaaehtoistyö oli usein itsestään selvä osa yhteiskunnan toimintaa, johon kaikkien yhteisön jäsenten oli osallistuttava eikä tätä kyseenalaistettu.

Nykyään vapaaehtoisalan toimijat tekevät työtä hyvin erilaisin perustein. Omat henkilökohtaiset arvot ja toiveet ovat yhä suuremmassa roolissa. Vapaaehtoistyöhön ei myöskään enää sitouduta pitkäaikaisesti (Goodwin ym. 2001, 1), vaan työtä halutaan tehdä projektiluontoisesti ja kausittain. Lisäksi avunannon kohteet valikoidaan tarkemmin juuri omiin arvoihin ja mieltymyksiin sopiviksi ja vapaaehtoistyö on jakautunut mielenkiintoisiin ja vanhanaikaisiin toiminta-alueisiin. Nykyään vapaaehtoistoiminnassa

arvostetaan enemmän konkreettista tekemistä ja osallistumisen odotetaan olevan helppoa, mielekästä ja vaikuttavaa (Peltosalmi ym. 2012, 18).

Selviytyäkseen vapaaehtoisjärjestöjen tulee ottaa huomioon muutokset toimintaympäristössä sekä omassa toimijakunnassaan. Järjestöjen välinen kilpailu resursseista kovenee jatkuvasti. Ihmisten mielenkiinnosta taistelevat järjestöjen lisäksi työelämän vaatimukset, median tarjonta sekä kaupalliset yritykset (Peltosalmi ym. 2012, 18).

Muutokset tuovat uusia haasteita sekä vapaaehtoistyön organisointiin että järjestöjen viestintään. Jäsenhankinnassa on kiinnitettävä huomiota refleksiivisten vapaaehtoisten toiveisiin ja osattava tuoda esille potentiaalisia vapaaehtoisia puhuttelevia asioita. Enää järjestöt eivät voi luottaa siihen, että vapaaehtoiset pysyvät toiminnassa mukana vuosikymmeniä ja tuovat läheisensä ja sukulaisensakin mukaan auttamaan. Vapaaehtoistyötä on osattava markkinoida yhä tehokkaammin vedoten oikeisiin motivaatiotekijöihin ja tämän takia vapaaehtoisjärjestöjen viestinnän tutkimisesta on hyötyä myös käytännössä.

2.2. Vapaaehtoissektori Suomessa

Vapaaehtoistyö kuuluu kiinteästi suomalaiseen yhteiskuntaan. Tutkimustulosten mukaan 30–39 prosenttia suomalaisista aikuisista osallistuu jollakin tavalla vapaaehtoistyöhön. Suomi sijoittuu EU-maiden välisessä vertailussa vapaaehtoistyön osallistumisaktiivisuuden perusteella toiseksi korkeimpaan kategoriaan. Suosituimmat alat ovat perinteisesti olleet urheilutoiminta, sosiaali- ja terveystoiminta, toiminta lasten ja nuorten hyväksi, uskonnollinen toiminta sekä omaan lähiyhteisöön liittyvä toiminta. (Laasanen 2011, 9)

2.2.1. Sektorin rakenne ja tuotetut palvelut

Eri maiden vapaaehtoissektoreiden tehtävissä, asemassa ja toimintatavoissa on suuria kansallisia eroja. Suomalainen järjestökenttä on hyvin monikerroksinen ja järjestöjen jäseninä ovat perinteisesti yksityiset henkilöt. Yritysten jäsenyys järjestöissä on vielä vähäistä, ja arviolta 85 prosenttia suomalaisten järjestöjen jäsenyyksistä perustuukin

henkilöjäsenyyteen (Helander ja Laaksonen 1999, 33). Tästäkin syystä henkilökohtaiset motivaatiotekijät vaikuttavat voimakkaasti suomalaisten vapaaehtoisjärjestöjen toimintaan ja niihin vetoaminen tärkeää järjestöjen jäsenten motivoinnissa ja järjestölle tärkeiden resurssien hankkimisessa.

Suomessa on verrattain tiheä järjestöverkko ja järjestöjen määrä väkilukuun suhteutettuna korkea moniin muihin Euroopan maihin sekä Yhdysvaltoihin verrattuna. Suomalaiset järjestöt ovat myös verrattain riippumattomia valtiosta. (Helander ja Laaksonen 1999, 57–59)

Suomen kolmannen sektorin järjestöt voidaan jakaa kuuteen eri luokkaan toiminnan perusteella. Noin 46,8 prosenttia kaikista järjestöistä toimii kulttuuri- ja harrastustoiminnan parissa. Toiseksi suurin kategoria on kansalaistoiminta (23 prosenttia järjestöistä), johon kuuluvat esimerkiksi potilasjärjestöt ja poliittisten puolueiden oheisjärjestöt. Seuraavaksi tulevat sosiaalipalveluiden kategoria (13,2 prosenttia) ja terveydenhuollon järjestöt (4,5 prosenttia). (Helander ja Laaksonen 1999, 49)

Vuonna 1996 vapaaehtoisten määräksi Suomessa arvioitiin noin 655 000 henkeä (Helander ja Laaksonen 1999, 47). Vuonna 2011 sosiaali- ja terveystalouden järjestöjen toimintaan arvioitiin osallistuvan noin 500 000 henkeä (Peltosalmi ym. 2012). Laasasen (2011) mukaan keskimäärin 35 prosenttia suomalaisista osallistuu vapaaehtoistyöhön. Vuoden 2011 väkiluvun perusteella tämä tarkoittaisi, että noin 1,9 miljoonaa suomalaista osallistuu tavalla tai toisella vapaaehtoistoimintaan (Tilastokeskus 2012). Tarkan arvion antaminen Suomen vapaaehtoisten määrästä on siis haastavaa, mutta sen merkittävyyttä tuskin voi kiistää.

Vapaaehtoissektorin keskeisimmäksi tehtäväksi on esitetty palveluiden tuottamista kansalaisten tarpeisiin. Lisäksi järjestöjen tehtäviksi on määritelty demokratian ylläpitäminen, kansalaiskasvatuksen edistäminen, kansalaisten kouluminen yhteiskunnallisiin tehtäviin, kansalaisten etujen ja oikeuksien valvominen, yhteiskunnan makro- ja mikrotason yhteen sitominen, yhteiskuntahengen ja yhteiskunnallisen pääoman luominen sekä talouden vahvistaminen ja työllistäminen (Salamon ja Anheier 1998, Siisiäinen 1996a, 21–25, Putnam 1993, Tam 1998, 196–1999, Helander 1998a 133–136, sit. Helander ja Laaksonen 1999).

Vapaaehtoistyö on tärkeää elämänlaadun kannalta, sillä vapaaehtoistyöllä tuotetaan merkittävä osa yhteiskunnan palveluista (Unger 1991, 71). Esimerkiksi lasten tai nuorten

jalkapalloliigat, kriisipuhelimet, kirkon toiminnot, vanhusten käsityöpiirit ja monet muut tavalliseen arkeen kuuluvat aktiviteetit ovat täysin vapaaehtoisvoimin toteutettavia toimintoja.

2.2.2. Vapaaehtoissektorin taloudellinen ja yhteiskunnallinen merkitys

Kolmannen sektorin analyysiä ja sen taloudellisen arvon määrittämistä hankaloittavat sektorin hajanaisuus sekä työn luonne. Sektorista ei ole olemassa kattavaa tilastotietoa, ja sektorilla tehty vapaaehtoistyö tulee vain osittain kirjatuksi. Järjestöt ovat hyvin erikokoisia ja -tyyppisiä ja vapaaehtoistyötä tehdään myös paljon rekisteröityjen ryhmien ulkopuolella. Näin ollen taloudellisen merkityksen arviointi on kolmannella sektorilla vain suuntaa-antavaa.

Kolmannen sektorin toimijoiden tulolähteet jaetaan usein kolmeen pääluokkaan: julkiset avustukset, yksityiset lahjoitukset ja omalla toiminnalla hankitut varat. Suomessa julkisia avustuksia myöntävät valtio, viranomaiset ja kunnat. Myös esimerkiksi Raha-automaattiyhdistyksen (RAY) sekä Veikkauksen tuet lasketaan näihin. Yksityisiä lahjoituksia myöntävät yritykset, muut yhteisöt sekä yksityishenkilöt. Oman toiminnan varoja voidaan saada joko maksuina järjestön tuottamista palveluista, jäsenmaksuista, oheistuote- tai sponsorituloista sekä pääomatuloista. (Helander ja Laaksonen, 1999)

Näiden lisäksi kolmannen sektorin toimijat saavat paljon luontoissuorituksia. Noin 90 prosenttia luontoissuorituksista saadaan vapaaehtoisesta työpanoksen muodossa. Loppuosan muodostavat esimerkiksi tilojen ilmainen käyttö, ruokaylijäämien tai välineiden käyttö, kuljetusapu tai ilmainen mainostila. (Helander ja Laaksonen 1999)

Vuonna 1996 koko kolmannen sektorin kokonaistuloiksi arvioitiin vajaat 5 miljardia euroa. Tämän arvion piiristä puuttuvat kuitenkin monet perinteisesti vapaaehtoisjärjestöiksi mielletyt toimijat, kuten poliittiset puolueet ja kirkko. Lisäksi arvioon eivät sisälly edellä mainittujen luontoissuoritusten arvo. (Helander ja Laaksonen 1999, 39)

Pelkästään neljän suurimman Suomessa toimivan vapaaehtoisjärjestön toiminnan euromääräisen arvon ja kansantaloudellisen vaikutuksen arvioitiin olevan noin 132 miljoonaa euroa vuonna 2011 (Laasanen 2011, 7). Vapaaehtoistoiminnan taloudellinen arvo on siis merkittävä myös Suomessa.

Vapaaehtoissektorilla on myös merkitystä työllisyyden kannalta. Kolmas sektori ei nimittäin toimi yksinomaan vapaaehtoisvoimin, vaan sektori tarjoaa myös palkkatyötä. Arviolta 82 000 palkattua henkilöä työskenteli sektorilla vuonna 1996. Työ on usein osa-aikaista, joten henkilötyövuosien määräksi arvioitiin 66 000. Eniten palkattua henkilökuntaa toimii koulutuksen ja tutkimuksen, terveydenhuollon sekä sosiaalipalveluiden parissa. Verrattuna muihin eurooppalaisiin maihin sekä Yhdysvaltoihin, Suomessa kolmannen sektorin työllistävä vaikutus on kuitenkin pieni. (Helander ja Laaksonen 1999, 43–44)

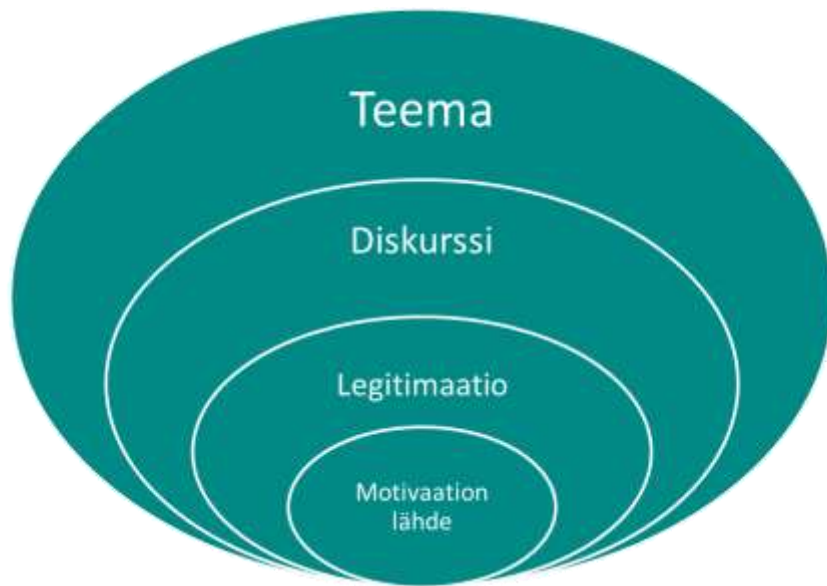
3. Vapaaehtoistoiminnan legitimointi

Legitimoinnilla on erityisen tärkeä rooli vapaaehtoistoiminnassa ja toiminnalle olennaisten resurssien hankkimisessa (Hybels 1995, 244). Järjestöt eivät pysty houkuttelemaan työntekijöitä tai rahoittajia lupaamalla näille rahallista korvausta tai sijoitustuottoja, vaan osallistuminen pitää pystyä perustelemaan muilla keinoilla. Uskon, että viestintä on juuri tämä keino, jolla vapaaehtoistyöhön osallistumista voidaan perustella ja siihen voidaan motivoida.

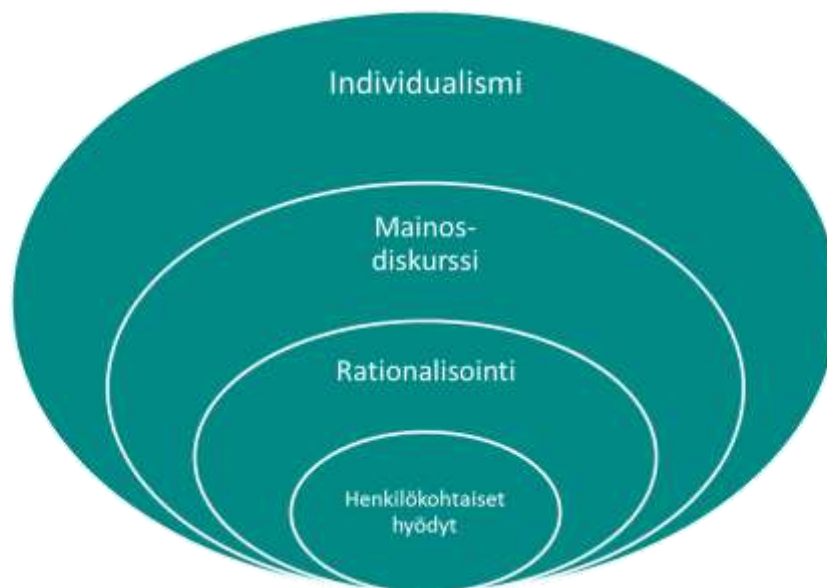
Tässä työssä keskitytään siihen, miten järjestöt käyttävät erilaisia diskursiivisia keinoja, käytäntöjä ja strategioita perustellakseen vapaaehtoistoimintaan osallistumista. Toisaalta analyysissä perehdyttiin teksteissä ilmeneviin laajempiin teemoihin sekä diskursseihin, joiden kautta kuvaa itse järjestöstä ja vapaaehtoistyöstä rakennetaan. Toisaalta tutkin tarkemmin nimenomaan diskursiivista legitimointia, jonka kautta potentiaalisia vapaaehtoisia pyritään motivoimaan osallistumista vapaaehtoistyöhön.

Aiemman vapaaehtoistyötä koskevan motivaatiotutkimuksen perusteella voidaan todeta, ettei tehokkainkaan viestintä yksinään saa aikaiseksi motivaatiota. Motivaatio lähtee yksilöstä ja tämän omakohtaisista tuntemuksista, arvoista ja tavoitteista. Erityisesti vapaaehtoistyön kohdalla tutkimukset ovat osoittaneet, että rahallisen korvauksen tarjoaminen jopa vähentää vapaaehtoistyön tekemistä (Frey ja Goette 1999). Viestinnällä on osattava vedota näihin tekijöihin ja kuvattava juuri kyseisen vapaaehtoisjärjestön toimintaa sopivimpana vaihtoehtona henkilökohtaisten tavoitteiden ja arvojen toteuttamiselle.

Tämän työn perusajatuksena siis on, että osallistumisen taustalla ovat henkilökohtaiset motivaatioperusteet. Järjestöt pyrkivät käyttämään verkkosivujensa teksteissä erilaisia legitimaatiokeinoja, jotka perustuvat näihin taustalla oleviin motivaatioperusteisiin. Erilaiset legitimaatiokeinot taas toimivat vain tietyn diskurssin sisällä. Erilaiset diskurssit voidaan taas ryhmitellä laajempiin teemoihin, joita teksteissä ilmenee. Kuva 1 esittää mallia, johon tämä tutkimus perustuu. Kuvassa 2 on esitetty esimerkki tietystä legitimaatiokeinosta ja siihen liittyvistä arvoista ja diskursseista.



Kuva 1. Teema, diskurssi, legitimaatio ja motivaatio.



Kuva 2. Teema, diskurssi, legitimaatio ja motivaatio: Esimerkki

Käyn seuraavaksi läpi kolme työni kannalta olennaista teoreettista lähtökohtaa: motivaatioperusteet, legitimaatio sekä diskurssit.

3.1. Henkilökohtaiset motivaatioperusteet

Vapaaehtoistoiminnassa on mukana hyvin erilaisia yksilöitä ja syyt toiminnan taustalla ovat yhtä moninaisia. Nickson ym. (2008) toteavat, että tärkeimmät syyt vapaaehtoistyön tekemiselle ovat työn tarkoitus, organisaation ja omien arvojen yhteensopivuus sekä työn luonne. Fisher ja Ackerman (1998) puolestaan uskovat, että yhteiskunnan normeilla ja sosiaalisella paineella on suuri merkitys vapaaehtoistyöhön ryhtymisen kannalta. Rehbergin (2005) mukaan toisten auttaminen sekä uusien kokemusten saaminen motivoivat vapaaehtoistoimintaan parhaiten. Unger (1991) painottaa pyyteettömän auttamisen merkitystä vapaaehtoistyössä.

Tässä työssä erityinen kiinnostuksen kohde on se, miten järjestöt pyrkivät perustelemaan lukijalle vapaaehtoistyöhön osallistumista. Näin ollen toimintaan motivoivat tekijät ovat olennaisessa roolissa. Nämä tekijät eivät kuitenkaan usein ole eksplisiittisiä eikä niihin vedota suoraan. Motivaatiotekijät ovat taustalla vaikuttavia syitä, joiden vuoksi yksilöt tekevät työtä korvauksetta. Oletukseni on, että järjestöt käyttävät näitä motivaatioperusteita hyväkseen verkkoteksteissään.

Motivaatiota on tutkittu monilla eri tieteenaloilla, mutta suurin osa tutkimuksesta pohjaa psykologian tai sosiologian tieteenaloihin. Työelämässä motivaatiota on tutkittu paljon, mutta tutkimusta on tehty myös erityisesti vapaaehtoistyön alalla. Vapaaehtoistyö eroaa merkittävästi palkkatyöstä siinä, ettei työstä saa minkäänlaista rahallista tai materialistista korvausta. Taloudellinen hyöty tai pakko ei siis ole vapaaehtoistyöhön motivoiva tekijänä. Tämän takia mielestäni vapaaehtoistyössä motivoinnilla on erityisen suuri rooli.

Vapaaehtoistyön perustana toimivat vapaaehtoisen, jatkuvan ja pysyvän auttamisen periaatteet viittaavat siihen, että motivaatioperusteisen perspektiivin omaksuminen on hyödyllistä vapaaehtoistyön tutkimuksessa (Snyder 1993). Motivaatiotutkimus pyrkii ymmärtämään prosesseja, jotka saavat ihmiset osallistumaan toimintaan, jotka ohjaavat toimintaa ja jotka ylläpitävät sitä.

Vapaaehtoistyön motivaation tutkijat ovat esitelleet useita erilaisia luokituksia motivaatiolle. Tässä työssä erilaiset motivaatioperusteet on luokiteltu neljään eri kategoriaan: *altruismi*, *yhteisö*, *arvot* sekä *henkilökohtaiset hyödyt*. Käyn seuraavaksi läpi kunkin kategorian.

3.1.1. Altruismi

Pyyteetön halu auttaa muita koetaan perinteisesti tärkeimmäksi vapaaehtoistyöhön motivoivaksi tekijäksi. Altruistinen henkilö tekee työtä hyödyttääkseen muita saamatta työstä hyötyjä itselleen.

Hyötyajattelusta huolimatta myös puhdas epäitsekkyyks voi olla syynä vapaaehtoistyön tekemiselle. Ihmisen kyky kokea empatiaa on yksi perustelu sille, miksi pyyteetöntä vapaaehtoistyötä tehdään (Unger 1991, 75–76). Toisten hädän ymmärtäminen motivoi tällöin auttamaan.

Myös muiden kokemat hyödyt voivat vaikuttaa henkilön omaan hyvinvointiin. Tällöin lahjoittaminen tai työhön osallistuminen perustuu ajatukseen siitä, että avun kohteet nauttivat jostain hyödystä, jota lahjoittaja itse arvostaa (Rose-Ackerman 1997, 121). Koulutusta korkeasti arvostava henkilö voi esimerkiksi rahoittaa järjestöä, joka mahdollistaa lasten koulunkäynnin kehittyvissä maissa. Sama henkilö voi kuitenkin kieltäytyä muunlaisen avun antamisesta, mikäli hän ei arvosta avun muotoa samalla tavoin kuin koulutusta.

Rehberg (2005) toteaa altruismiin perustuvien syiden olevan suurin yksittäinen tekijä vapaaehtoistyön tekemiselle. Hän kuitenkin tarkentaa, että modernisaation yhteydessä altruismi on muuttunut. Nykyään vapaaehtoistyöntekijät ovat vahvasti yksilöitä, jotka tekevät vapaaehtoistyötä omasta tahdostaan ja joille altruismi on vain yksi osasy syy vapaaehtoistyön tekemiselle.

3.1.2. Yhteisö

Osa tutkijoista kokee, että motivaatio vapaaehtoistyön tekemiseen on vahvasti sosiaalinen. Toisaalta yhteisö ja yhteiskunta voivat velvoittaa, toisaalta kannustaa vapaaehtoistyöhön. Motivaatio voi perustua yhteisöllisyyden ja sosiaalisten suhteiden kaipuuseen tai yhteisön luomaan paineeseen tai yhteisön tarpeeseen.

Perinteisesti vapaaehtoistyötä tehdään kollektiivisista syistä. Tämä tarkoittaa, että vapaaehtoistyön tekemiseen eivät niinkään aja omat henkilökohtaiset tavoitteet tai arvot, vaan vapaaehtoistoimintaan osallistuminen koetaan luonnolliseksi osaksi johonkin yhteisöön kuulumista. (Hustinx ja Lammertyn 2003)

Ihmiset ovat sosiaalisia olentoja, ja muiden ihmisten mielipiteet voivat olla syy osallistua vapaaehtoistyöhön. Ihminen voi hakea yhteisön hyväksyntää osallistumalla vapaaehtoistoimintaan tai hän kokee, että vain osallistumalla voi välttää sosiaalisia rangaistuksia joltain auktoriteetilta. Toiset haluavat laajentaa tai tiivistää sosiaalisia verkostojaan vapaaehtoistyön kautta tai he haluavat tunnustusta ja valtaa vapaaehtoistoimintaa harjoittavan yhteisön sisällä. Henkilö voi kokea saavansa arvovaltaa, sosiaalisia kontakteja tai palkintoja vastineeksi työpanoksestaan (Olson 1973, sit. Unger 1991, 72). Valta-aseman saavuttaminen vapaaehtoisjärjestössä voi olla yksi syy korvauksettoman työn tekemiselle.

Yhteisön normit voivat olla tärkeä syy lahjoittaa aikaansa tai rahaansa yhteiseen hyvään. Tällöin yksilö osallistuu vapaaehtoistyöhön vain siinä tapauksessa, että hän kokee vapaaehtoistyöstä hyötyvän ryhmän olevan suuressa avun tarpeessa ja jos vapaaehtoistyön tekijöitä palkitaan julkisesti (Fisher ja Ackerman 1998). Tällaisia palkintoja ovat esimerkiksi joidenkin aineistoni järjestöjen verkkosivuilta löytyneet ”kuukauden vapaaehtoinen”-palstat tai muut julkiset palkinnot hyvin tehdystä työstä.

Ryhmän tarpeen sekä sosiaalisten palkintojen lisäksi mielestäni myös sosiaalinen paine voi olla vapaaehtoistyön tekemiseen motivoiva tekijä. Aina vapaaehtoistyötä ei täysin haluta tehdä, vaan se koetaan sosiaalisesti velvollisuudeksi. Sosiaalinen paine voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, yksilö peilaa omien lahjoitustensa määrää verrokkiryhmänsä lahjoituksiin ja kokee, että hänen tulee lahjoittaa samalla tavalla välttääkseen vapaamatkustajan roolia (Sudgen 1984, sit. Rose-Ackerman 1997, 124).

Sosiaalinen paine voi olla myös muunlaista ryhmäpainetta. Usein vapaaehtoistyötä nimittäin tehdään myös lähinnä sen takia, että ystävät tai sukulaisetkin tekevät niin (Rehberg 2005, 120).

3.1.3. Arvot

Monet tutkijat korostavat omien henkilökohtaisten arvojen merkitystä vapaaehtoistyölle. Sosiaalisen paineen sijaan henkilö kokee, että osallistumalla vapaaehtoistyöhön hän voi toimia omien arvojensa mukaisesti ja tuoda niistä esille myös muille.

Henkilön ja vapaaehtoisjärjestön arvojen on aina kohdattava, mutta joissain tilanteissa juuri nämä yhteensopivat arvot ovat pääsyy vapaaehtoistyön tekemiselle. Yleensä näin on tapauksissa, joissa jokin arvo on erityisen tärkeä henkilölle (Clary ja Snyder 1999). Jos esimerkiksi ympäristön suojeleminen on henkilölle erityisen tärkeää, hän tekee mielellään ympäristönsuojeluun keskittyvää vapaaehtoistyötä. Työn lisäksi henkilö voi kokea, että vapaaehtoistyöhön osallistumalla hän voi tuoda omia arvojaan muidenkin nähtäville tai vapaaehtoistyöhön osallistuminen on olennainen osa henkilön identiteettiä.

Arvoihin perustuva vapaaehtoistyöhön osallistuminen kuitenkin edellyttää, että järjestö on tarkka arvoistaan ja toimii jatkuvasti niiden mukaisesti. Arvokeskeisen ihmisen houkuttelevuus työhön vaatii sitä, että järjestön arvot tuodaan selkeästi esille viestinnässä ja että järjestön viestintä on yhdenmukaisesta. Viestintä ei myöskään saa olla ristiriidassa oikean toiminnan kanssa.

Ideologioilla on suuri merkitys järjestötoiminnassa. Motivaatio vapaaehtoistoimintaan perustuu usein yksilön omaan ideologiaan, jonka vuoksi halutaan tehdä työtä ja vaikuttaa (Rose-Ackerman 1997). Ideologioita hyväksikäyttämällä järjestöt voivat perustella tavoitteitaan, toimintaansa ja valta-asemaansa muihin nähden (Fairclough 2003, 9).

3.1.4. Hyödyt

Vapaaehtoistyöstä voi saada henkilökohtaisia hyötyjä. Henkilö voi kaivata uusia kokemuksia, hän voi haluta oppia jonkin uuden taidon tai asian, tai vapaaehtoistyön koetaan auttavan esimerkiksi työnhaussa.

Eräs motivaatiotekijöistä voi myös olla oman henkisen pääoman kasvattaminen. Tällöin vapaaehtoistyöntekijä kokee oppivansa arvokkaita taitoja vapaaehtoistyön kautta (Becker 1965, sit. Unger 1991, 74). Työkokemuksen kartuttamisesta vapaaehtoistyössä voi myöhemmin olla hyötyä muissakin tilanteissa, joten se toimii korvauksena vapaaehtoistyöhön lahjoitetusta ajasta ja työpanoksesta. Erityisesti Yhdysvalloissa vapaaehtoistyöllä on merkittävä rooli myös työnhaussa. Esimerkiksi Google, yksi maailman suosituimmista työnantajista, listaa kokemuksen vapaaehtoistyön tekemisestä edellytykseksi työpaikan saamiselle (Taloussanomat).

Muita vapaaehtoistyöstä saatavia henkilökohtaisia hyötyjä ovat esimerkiksi arvovalta, maine tai sisäinen ”hyvä olo” (Andreoni 1990, sit. Prouteau ja Wolff 2008, 317). Henkinen

kehittyminen voi myös olla syynä vapaaehtoistyön tekemiselle. Henkilö voi haluta olla kärsivällisempi ja ymmärtäväisempi ja uskoo kehittävänsä näitä taitoja osallistumalla vapaaehtoistyöhön. (Clary ja Snyder 1999, 120)

Eräs syy vapaaehtoistyön tekemiselle voi myös olla omista ongelmista pakeneminen. Vapaaehtoistyötä voidaan tehdä oman elämän ongelmien unohtamiseksi tai huonon omatunnon lievittämiseksi. (Clary ja Snyder 1999, 157)

Vapaaehtoistyöstä voi saada myös konkreettisia hyötyjä. Liittymällä jäseneksi voi saada esimerkiksi alennuksia, lehtiä, jäsenkirjeitä, kutsuja jäsentapahtumiin tai käyttöoikeuden johonkin kollektiiviseen hyödykkeeseen.

Vapaaehtoistyötä voidaan tehdä, jotta päästäisiin käsiksi kollektiiviseen hyödykkeeseen. Lahjoittamalla omaa aikaansa ja työpanostaan henkilö saa vastineeksi käyttöoikeuden johonkin yhteiseen hyödykkeeseen tai etuun. (Prouteau ja Wolff 2008, 319)

3.2. Diskursiivinen legitimointi

Viestinnällä on suuri rooli toiminnan legitimoinnissa. Kuten suurin osa kulttuurillisista prosesseista, legitimaation hallinta nojaa vahvasti viestintään – tässä tapauksessa viestintään organisaation ja sen monien yleisöjen välillä (esim. Ginzel, Kramer ja Sutton 1992; Elsbach 1994, sit. Suchman 1995, 586). Tästä johtuen legitimoinnin tutkiminen viestinnällisin keinoin on perusteltua.

Legitimaatiota tutkittaessa kiinnitetään huomiota keinoihin, joilla lukijalle pyritään todistamaan jonkin asian tai toiminnon järkevyyttä. Legitimoinnin avulla vastataan siis joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti kysymykseen ”miksi”. Tässä tutkimuksessa etsitään tarkemmin ottaen vastausta kysymykseen:

”Miksi minun pitäisi osallistua tämän järjestön vapaaehtoistyöhön?”

3.2.1. Legitimaation määritelmä

Legitimaatiota on määritelty monin tavoin. Yksi ensimmäisistä määritelmistä yhdistää legitimaation vahvasti hierarkiaan:

”Legitimation is the process whereby an organization justifies to a peer or superordinate system its right to exist.” – Maurer 1971, sit. Suchman 1995, 573

Maurerin mukaan legitimointi kohdistetaan vain vertaisryhmille tai ylemmällä hierarkkisella tasolla olevalle taholle. Tämä ei kuitenkaan mielestäni pidä täysin paikkaansa ainakaan omassa aineistossani. Aineistossani vapaaehtoisjärjestöt toki perustelevat olemassaoloaan muille järjestöille sekä ylemmällä hierarkiatasolla oleville tahoille, kuten päättäjille ja rahoittajille, mutta legitimaatiota kohdistetaan myös järjestön työntekijöille, jotka perinteisen ajattelutavan mukaan olisivat alemmalla hierarkian tasolla. Toisaalta vapaaehtoisjärjestöissä, kuten monissa muissakin nykyajan organisaatioissa, hierarkia ei enää ole nykypäivänä yhtä selkeää kuin 1970-luvun alussa, jolloin Maurer määritelmänsä kirjoitti.

Tästä syystä legitimaatiota kuvailee mielestäni paremmin seuraava määritelmä:

“Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs and definitions.” – Mark C. Suchman 1995, 574

Legitiimi aktiviteetti koetaan siis kunnolliseksi, oikeutetuksi ja sopivaksi tietyn sosiaalisesti rakennetun normi-, arvo-, uskomus- tai määritelmäsystemin puitteissa. Diskurssianalyttistä otetta käytettäessä oletetaan lisäksi, että legitimaatio toimii tietyn diskurssin puitteissa.

Kuten diskurssianalyysi yleensäkin, myös legitimitietin tutkimus painottaa vahvasti aktiviteettien kontekstisidonnaisuutta. Legitimoitavan toiminnon ”kunnollisuus” on sosiokulttuurillinen konsepti, joka määritellään tietyn ryhmän sisällä (Reyes 2011, 782). Jokin aktiviteetti voi olla legitiimi suomalaisessa normisysteemissä, mutta sama aktiviteetti voitaisiin kokea hyvinkin kummallisena tai epätoivottuna jossain muussa yhteisössä.

Legitimaatio siis tarjoaa selityksiä ja oikeutuksia keskeisille käytännöille, ja sillä selitetään olemassa olevaa institutionaalista järjestystä (Berger ja Luckman 1966, 111). Institutionaalisuudella ja legitimaatiolla on kuitenkin ristiriitainen suhde. Toisaalta institutionaalisuus luo itsessään legitimitteettiä, toisaalta instituutioita kohtaa syntyy usein vastustusta pelkän institutionaalisuuden johdosta. Tämän vuoksi institutionaalinen

legitimiteetti pätee yleensä vain muihin organisaatioihin eli legitimoidakseen toimintaansa instituution on vedottava johonkin toiseen legitiimiin instituutioon. (Hybels 1995, 241)

Organisaatiot pyrkivät usein kuvailemaan toimintaansa itsestäänselvyytenä tai luonnollisena asiana (Vaara ja Tienari 2002, 296). Käytettyjen diskurssien avulla toimintaa kuvataan loogiseksi ratkaisuksi, jolloin organisaation toimintaa ei kyseenalaisteta yhtä helposti.

Kyseenalaistamaton mielikuva toiminnan jatkuvuudesta on olennaista resurssien saamisen kannalta. Vapaaehtoistoiminnassa legitimiteetti on erityisen tärkeää, sillä vapaaehtoisjärjestöt toimivat usein täysin ulkopuolisten resurssien varassa. Kaikki aineistoni järjestöt saavat valtaosan rahoituksestaan sekä työvoimastaan ulkopuolisilta tahoilta. Näin ollen on tärkeää, että nämä ulkopuoliset tahot mieltävät organisaation toiminnan legitiimiksi jatkossakin.

Organisaation tulee harkita, tarvitseeko se yleisöltään passiivista hyväksyntää vai aktiivista tukea (Suchman 1995, 575). Passiivinen tuki tarkoittaa, että yleisö vain hyväksyy organisaation toimet. Aktiivista tukea taas tarvitaan, mikäli organisaatio ajaa jotain asiaa, pyrkii muuttamaan yleistä mielipidettä tai tarvitsee yleisöltään aktiivista osallistumista toimintaan. Tämän työn kannalta nimenomaan aktiivinen tuki on olennaista. Ei siis riitä, että lukija passiivisesti hyväksyy toiminnan, vaan hänelle täytyy tehokkaasti perustella siihen osallistumista. Tämän vuoksi legitimaation on perustuttava nimenomaan motivaatioteorioista kumpuaviin motivaatioperusteisiin.

3.2.2. *Legitimaatiotilanteet*

Suchman (1995, 586) määrittelee kolme erityisen haastavaa tilannetta legitimiteetin kannalta: legitimiteetin hankkiminen, ylläpito ja korjaaminen. Tämän työn kannalta olennaisimpia näistä ovat legitimaation hankkiminen sekä ylläpito. Legitimiteetin korjaaminen tulee yleensä kysymykseen yleensä vain jonkin kriisin tai muun suuren muutoksen yhteydessä, joita tämän työn piirissä ei käsitellä.

Legitimiteettiä voi *ylläpitää* kahdentyyppisten strategioiden avulla. Organisaatio voi joko havainnoida tulevia muutoksia tai suojella aikaisempia saavutuksiaan. Legitimiteetin ylläpito keskittymällä tulevaisuuteen voidaan toteuttaa käytännössä antamalla yleisölle mahdollisuus osallistua päätöksentekoon, havainnoimalla järjestön ympärillä käytävää

normatiivista ja arvoperusteista keskustelua tai tunnistamalla yleisöstä nousevia epäilyksiä legitimaatiota kohtaan ja vastaamalla kritiikkiin. (Suchman 1995, 595)

Kaikkia näitä keinoja käytettiin aktiivisesti aineistossani. Lähes kaikki järjestöt esimerkiksi korostivat jäsenien mahdollisuutta vaikuttaa järjestön toimintaan. Kritiikkiin vastattiin myös useamman järjestön verkkosivujen teksteissä. Erityisesti eläinsuojelujärjestöt ottivat kantaa kritiikkiin niiden toiminnan radikaaliudesta ja painottivat toimivansa laillisin keinoin.

Legitimiteettiä voi pyrkiä *hankkimaan* kolmella eri tavalla. Organisaatio voi hankkia legitimiteettiä valitsemalla omaan toimintaansa sopivan ympäristön. Tällöin omaa toimintaa kuvataan sopivassa kontekstissa tai sopivalla diskurssilla, jossa aktiviteetit vaikuttavat suotavilta ja kunnollisilta. Toinen legitimiteetin hankkimiskeino on nykyisen ympäristön manipulointi. Tämä voi tapahtua esimerkiksi mainostamalla tuotteita tai yrityskuvaa, korostamalla menestystä tai tarinankerronnan avulla. Organisaatio voi myös pyrkiä sopeutumaan nykyiseen ympäristöönsä. Tällöin organisaatio pyrkii tunnistamaan yleisölle tärkeitä arvoja, normeja ja sääntöjä ja pyrkii sopeuttamaan oman toimintansa niihin. (Suchman 1995, 587–591)

Kaikkia näitä keinoja löytyi aineistostani. Toimintaa pyrittiin kuvaamaan tietyssä kontekstissa, jossa se on sallittua tai suotavaa. Esimerkiksi vaikuttaminen paikalliseen kulttuuriin kuvattiin lasten turvallisuuden puolustamisen yhteydessä. Tämän diskurssin puitteissa toiminnasta tehtiin kielellisillä valinnoilla legitiimiä. Mikäli sama toiminto olisi mainittu muussa yhteydessä, esimerkiksi kansallista itsenäisyyttä käsittelevässä tekstissä, olisi vaikuttaminen toisen valtion sisäiseen päätöksentekoon todennäköisesti näyttäytynyt eri valossa. Tutkimistani järjestöistä useat myös mainostavat itseään julkisesti. Nämä mainokset eivät sinänsä kuulu tämän tutkimuksen piiriin, mutta nekin toimivat osaltaan legitimaation luojina.

3.3. Diskurssit legitimaatiotutkimuksessa

Legitimaatiota luodaan aina suhteessa johonkin diskurssiin. Tämä diskurssi tarjoaa raamit, joiden avulla ihmiset voivat ymmärtää ja arvioida asioita (Vaara ym. 2006, 2008).

Diskursiivinen ote legitimaation tutkimiseen on erityisen tärkeää omassa aineistossani, sillä diskurssianalyysi pyrkii tutkimaan nimenomaan itsestäänselvyksinä esitettyjä asioita (Vaara ja Monin 2010, 5). Valtaosa omassa työssäni ilmenneistä legitimaatiokeinoista käytti hyväkseen nimenomaan itsestäänselvyksiä ja taustalla vaikuttavia arvoja.

Aineistossani ilmenevien diskurssien oletetaan kumpuavan sekä järjestön toiminnasta että yhteiskunnan normeista. Näillä diskursseilla rakennetaan vapaaehtoisjärjestöjen yhteisöä ja pyritään pitämään yhteisöä koossa. Diskursseista voi myös päätellä, millaista maailmankuvaa kukin järjestö haluaa luoda ja mihin rooliin ne haluavat itsensä maailmassa asettaa.

Erilaiset ideologiat ovat aina mukana viestinnässä ja kielenkäytössä, mutta vapaaehtoisjärjestöissä ideologioilla on erityisen korostunut merkitys. Analysoituani vapaaehtoisjärjestöjen tekstejä nimenomaan taustalla vaikuttavat ideologiat ja arvomaailmat osoittautuivat äärimmäisen tärkeiksi, ja niitä uusinnettiin ja niihin vedottiin läpi verkkosivujen tekstien.

3.3.1. Diskurssin määritelmä

Tutkijoilla on hyvin erilaisia käsityksiä siitä, mitä diskurssianalyysi on. Diskurssianalyysin nimikkeen alla tehdäänkin monenlaista tutkimusta. Yksi asia, josta tutkijat kuitenkin vaikuttavat olevan yksimielisiä, on se, ettei diskurssianalyysiä voi kuvailla selkeärajaiseksi tutkimusmenetelmäksi, vaan lähinnä väljäksi teoreettiseksi viitekehyykseksi (Potter ja Wetherell 1989).

Diskurssianalyysi on kielen käytön tutkimusta. Tutkimuksen kohteena ovat kielen käyttö ja siihen liittyvät kontekstit, toiminta, funktiot ja merkitysten tuottamisen tavat.

”Diskurssi on verrattain eheä säännönmukaisten merkityssuhteiden systeemi, joka rakentuu sosiaalisissa käytännöissä ja samalla rakentaa sosiaalista todellisuutta.”

– Jokinen ym. 1993, 27

Diskurssianalyysi tutkii siis erilaisia diskursseja, jotka realisoituvat teksteissä. Analyysii ei kohdisteta diskurssia käyttävään yksilöön tai hänen henkilökohtaiseen kielenkäyttöön, vaan siihen, miten yksilö käyttää sosiaalisesti rakentuneita diskursseja (Jokinen ym. 1993, 37). Diskursseilla ”herätetään henkiin” tai luodaan erilaisia käsitteitä ja ryhmiä, niillä määritellään asioita ja ilmiöitä eri tavoin. Diskurssit määrittelevät myös toimijoita, jotka ovat mukana vuorovaikutustilanteessa. Tietyt diskurssit asettavat viestin lähettäjän ja yleisön eri rooleihin.

3.3.2. *Diskurssianalyysin teoreettiset lähtökohdat*

Diskurssianalyysi jäsentää kieltä sosiaalisesti jaettuina merkityssysteemeinä, jotka muodostuvat suhteessa ja erotuksessa toisiinsa (Jokinen ym. 1993, 19). Esimerkiksi aineistoni vapaaehtoisjärjestöjen diskurssit rakentuvat vahvasti länsimaisen, individualistisen ajatusmaailman varaan. Tekstissä käytetyt legitimaatiokeinot toimivat vain tietyn diskurssin puitteissa ja tämän diskurssin on oltava sekä kirjoittajan että lukijan yhteisesti hyväksymä.

Diskurssianalyysissä tutkitaan teksteissä ilmeneviä väittämiä, eikä siihen välttämättä tarvita yksityiskohtaista tekstianalyysii. Kiinnostuksen kohteena ovat lähinnä säännöt tai teemat, jotka hallitsevat tekstii. *Diskurssi* kuvaa väittämien kokoelmaa, jotka kuuluvat samaan teemaan tai joita hallitsevat samat säännöt. Diskurssit antavat eri näkökulmia maailmaan ja voivat kuvata niin materialistisen maailman prosesseja, suhteita ja rakenteita kuin myös ”henkisen” maailman tunteita, uskomuksia ja sosiaalisia käytänteitä. Eri diskurssit kuvaavat näitä asioita eri tavoin ja tarjoavat erilaisen näkemyksen maailmasta. Toiset diskurssit ovat pysyviä ja muuttumattomia, toiset taas muokkautuvat suurestikin ajan myötä. Diskursseista tulee ajan myötä helposti itsestäänselvyksiä ja ne hyväksytään kyseenalaistamatta. Diskurssianalyysin tarkoitus on tunnistaa näitä itsestäänselvyksiä ja nostaa ne tarkastelun kohteeksi. (Fairclough 2003, 123–125)

Diskurssianalyysille on määritelty useita erilaisia teoreettisia lähtökohtia ja periaatteita, joista oman työni kannalta olennaisimmat ovat *konstruktivisuuden*, *interdiskursiivisuuden*, *kontekstisidonnaisuuden* ja *funktionaalisuuden* periaatteet.

Konstruktivisuus tarkoittaa diskurssianalyysin olettaavan, että kielen käyttö ei ainoastaan kuvaa maailmaa, vaan sillä myös rakennetaan, muutetaan, merkityksellistetään ja

uusinnetaan sosiaalista todellisuutta. Monet muut tutkimuksen alat pitävät tekstejä tai aineistoja pelkkinä todellisuuden kuvauksina. Diskurssianalyysi kuitenkin hylkää tämän tiukan rajauksen, sillä tekstin oletetaan olevan sekä kuvaus todellisuudesta että osa todellisuutta (van Leeuwen ja Wodak 1999). Diskurssilla on sosiaalisia vaikutuksia ympäröivään maailmaan ja toisaalta ympäristö vaikuttaa siihen, miten kieltä käytetään jossain tilanteessa (Pietikäinen 2000, 192).

Neutraaleiltakin vaikuttavat kuvaukset sisältävät aina valintoja ja oletuksia siitä, mikä on luonnollista (Jokinen ym. 1993, 18). Diskurssi on osa yhteisön sosiaalisia käytänteitä ja tutkimuksen kohteina ovat sosiaaliset yhteisöt ja niiden vaikutus jäsenten diskursseihin. Diskurssit nähdään olennaisena osana yhteisöjen toimintaa, sillä ne rakentavat yhteisöjä ja niille ominaisia tapoja hahmottaa maailmaa (Luukka 2000, 151–152).

Konstruktivisuus oli erityisen vahvasti läsnä vapaaehtoisjärjestöjen verkkoteksteissä, sillä diskurssien avulla järjestöt pyrkivät toisaalta rakentamaan itsestään kuvaa sopivana lahjoituskohteena, toisaalta kiinteänä yhteisönä.

Interdiskursiivisuuden periaate olettaa, että erilaisia diskursseja on olemassa lukematon määrä ja ne kaikki ovat olemassa samanaikaisesti. Diskurssianalyysi ei pyri antamaan tarkkoja määritelmiä asioista tai kuvaamaan maailma yksiselitteisesti (Jokinen ym. 1993, 24–28). Sosiaalinen todellisuus rakentuu rinnakkaisista ja keskenään kilpailevista diskursseista (Jokinen ym. 1993, 24–28). Eri diskursseja käyttämällä sama asia voidaan kuvata monella eri tavalla, sille voidaan luoda erilaisia syitä ja tavoitteita, ja toimijoille voidaan luoda erilaisia positioita ja identiteettejä (Vaara ja Tienari 2002, 295).

Esimerkiksi vapaaehtoisjärjestöjen verkkotekstit asettavat lukijan välillä pyyteettömän auttajan rooliin, välillä lukijasta tehdään hauskaa tekemistä kaipaava kuluttaja ja joissain kohdissa häntä muistutetaan tiukasti velvollisuudesta auttaa muita. Pääsääntöisesti vapaaehtoisjärjestöt kuitenkin asettavat lukijan valta-asemaan painottamalla tämän valinnanvapautta ja juuri hänen osallistumisensa tärkeyttä.

Fairclough (2003, 3) painottaa, että diskurssianalyysissä pelkän lingvistisen analyysin sijaan harjoitetaan niin sanottua interdiskursiivista analyysiä, jossa teksti nähdään kokoelmana erilaisia diskursseja, genrejä ja tyylejä, jotka ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Tekstit siis lainaavat ja yhdistelevät elementtejä aikaisemmista teksteistä ja tyylilajeista (Pietikäinen 2000, 195–196). Tämä on myös lähtökohta tässä työssä, jossa

erilaisia diskursseja ja tekstityylejä löytyi monia erilaisia. Kaikki eri tyylit pyrkivät kuitenkin perustelemaan lukijalle, miksi tämän tulisi osallistua vapaaehtoistoimintaan.

Tässäkin työssä interdiskursiivisuuden periaate on läsnä ja aineistosta tunnistetaan monia erilaisia diskursseja, joiden puitteissa legitimaatiostrategiat toimivat eri tavoin ja joilla järjestöstä luodaan erilaisia mielikuvia.

Kontekstisidonaisuus tarkoittaa sitä, että kieli on olennainen osa maailmaa eikä pelkkä todellisuudesta irrallinen ilmiö. Kieli liittyy kiinteästi sen tuottamisen ympäristöön. Esimerkiksi vapaaehtoisjärjestöjen tekstit ovat kiinteä osa juuri vapaaehtoissektoria ja suomenkieliset tekstit osa suomalaista viestintähistoriaa ja yhteiskuntaa. Verkkotekstit ovat kiinteä osa nykyaikaista viestintää, kuvaavat tämän hetken viestinnällisiä tyylejä ja keinoja ja ne on toteutettu tämänhetkisen teknologian avulla. Kymmenen vuoden kuluttua vapaaehtoisjärjestöjen viestintä voi näyttää hyvinkin erilaiselta eivätkä samat lainalaisuudet enää välttämättä päde.

Diskurssianalyysissä kontekstia ei pidetä tutkimuksen kannalta kiusallisena häiriötekijänä, vaan diskursiiviseen maailmaan kuuluvana ominaisuutena, joka rikastuttaa aineiston analyysiä (Jokinen ym. 1993, 29).

Diskurssianalyysin perusajatuksiin kuuluu myös oletus kielen *funktionaalisuudesta*. Tämä tarkoittaa sitä, että sosiaaliset toimijat luovat diskurssien kautta tietoa, tilanteita, sosiaalisia rooleja sekä identiteettejä ja vuorovaikutussuhteita erilaisten sosiaalisten ryhmien välille (van Leeuwen ja Wodak 1999, 92). Funktionaalisen näkökulman mukaan kieli on sosiaalinen ilmiö ja vuorovaikutuksen väline, ja tutkimuksen kohteena ovat kielenkäyttö, kielellä luodut merkitykset ja kielen funktiot (Luukka 2000, 135–142).

Tässä työssä kielellä on selkeä funktio vapaaehtoisjärjestöjen resurssien hankkimisessa. Kielen oletetaan olevan olennainen osa vapaaehtoisjärjestöjen toimintaa, sillä vain kielenkäytön avulla toimintaa varten tarvittavia resursseja, eli työntekijöitä ja rahoitusta, pystytään hankkimaan. Kieli ja viestintä ovat korostuneessa roolissa vapaaehtoisjärjestöissä, joilta monenlaiset muut hallinnointi- ja motivointikeinot puuttuvat. Osallistuminen vapaaehtoistyöhön on vapaaehtoisjärjestöjen kielenkäytön tavoite, joten diskurssien kautta pyritään jakamaan tietoa toiminnasta, toimijoiden rooleista, järjestön identiteetistä ja luomaan vapaaehtoinen työsuhte viestijän ja lukijan välille.

4. Tutkimusmenetelmät ja -aineisto

Tässä luvussa esittelen tutkimuksessani käytettyjä menetelmiä sekä aineistoani. Diskurssianalyysi on tässä työssä teoreettis-metodologisessa roolissa ja sitä käytetään sekä teoreettisena lähtökohtana että analyysimenetelmänä. Aineistoni koostuu kymmenen Suomessa toimivan vapaaehtoisjärjestön verkkosivujen teksteistä.

4.1. Tutkimusmenetelmät

Käytännössä analyysini eteni kolmessa vaiheessa. Aluksi tein temaattista analyysiä eli tunnistin aineistoistani yleisiä teemoja, jotka ilmenivät kaikkien tai useamman järjestön teksteissä. Tämän jälkeen vuorossa oli diskursiivinen analyysi, jolloin tunnistin ja nimesin kunkin teeman sisältä löytyviä diskursseja. Tässä vaiheessa diskurssianalyysi nähdään menetelmänä, jolla analysoidaan järjestötoiminnan sosiaalista rakentumista tekstuaalisessa muodossa (Vaara ja Tienari 2002, 279) tunnistamalla, nimeämällä ja ryhmittelemällä aineistossa ilmeneviä diskursseja.

Analyysin kolmannessa vaiheessa analysoin aineistoni tekstuaalisia piirteitä Vaaran ym. (2006) määrittelemien legitimaatiostrategioiden avulla.

4.1.1. Diskurssianalyysi

Tässä työssä diskurssianalyysi menetelmänä keskittyy diskurssien tunnistamiseen teksteistä. Analyysini toinen vaihe vastasi erityisesti toiseen tutkimuskysymykseeni:

- (2) ”Millaista kuvaa vapaaehtoistyöstä, sen merkityksellisyydestä sekä itse vapaaehtoisjärjestöstä pyritään luomaan erilaisten diskurssien kautta?”

Diskurssianalyysin tekemiseen kuuluu tekstin lingvistinen kuvaaminen, diskurssien tunnistaminen ja niiden vastaanottamiseen liittyvien käytänteiden analysointi sekä lopuksi yhteiskunnallisten yhteyksien tarkastelu. Lingvistisessä analyysivaiheessa tekstin piirteitä identifioidaan ja kuvaillaan valitun tutkimustehtävän ja aineistosta nousevien ominaisuuksien mukaan tarkastelemalla sanavalintoja, metaforia, prosesseja ja osallistujia

sekä vuorovaikutuksia, argumentaatiostrategioita ja tekstin rakennetta. (Pietikäinen 2000, 209)

Diskurssien tunnistaminen edellyttää, että niille on määritelty joitain tunnuspiirteitä. Ensinnäkin *diskurssit realisoituivat nimenomaan teksteissä* (Suoninen 1993, 60). Tämä tarkoittaa, ettei diskurssianalyysi tutki tekstiä tuottavaa yksilöä, vaan tuotettua tekstiä. Tässä työssä en siis pohdi, mitä verkkotekstien kirjoittajan päässä mahtoi kirjoitushetkellä liikkua, vaan olen kiinnostunut siitä, millaisia kulttuurillisia tai yhteisöllisiä arvoja ja käsitteitä tekstin kautta välitetään ja luodaan.

Toisekseen *diskurssit liittyvät objekteihin* eli jonkin asian nimeäminen antaa sille olemassaolon. Kolmanneksi *diskurssit asettavat toimijat tiettyihin positioihin*, kuten ymmärtäjäksi, tuomitsijaksi jne. (Suoninen 1993, 61)

Neljänneksi *diskurssi on yhtenäinen merkityssysteemi* eli diskurssin luomien metaforien, analogioiden ja kuvien on sovittava yhteen kokonaisuuteen. Tietyn diskurssin puitteissa käytetään toisiinsa sopivia kielellisiä keinoja, joilla pyritään luomaan yhtenäistä ajatusmaailmaa. Viides tunnuspiirre on *diskurssien kyky viitata toisiin diskursseihin* ja lainata niistä osia. Kuudes tunnuspiirre on *oman puhettavan reflektointi* eli diskurssit voivat myös kommentoida itseään. Viimeinen tunnuspiirre on *diskurssien historiallisuus* eli ne liittyvän aina johonkin tiettyyn aikaan ja paikkaan. (Suoninen 1993, 61–63)

Näiden tunnuspiirteiden avulla tunnistin aineistostani 17 erilaista diskurssia.

4.1.2. *Diskursiiviset legitimoitustrategiat*

Legitimoitustrategiat ovat tarkoin määriteltyjä, mutta eivät aina tarkoituksellisia tai tiedostettuja, keinoja käyttää erilaisia diskursseja tai diskursiivisia resursseja legitimaation saavuttamiseksi. (Vaara ym. 2006, 794)

Analyysini kolmas vaihe, legitimaatiostrategioiden analyysi, vastasi erityisesti kolmanteen tutkimuskysymykseeni:

- (3) ”Minkälaisia diskursiivisia legitimoitikeinoja vapaaehtoisjärjestöt käyttävät verkkoteksteissään legitimoidakseen toimintaansa osallistumista?”

Legitimointi voi tapahtua eksplisiittisesti tai implisiittisesti. Toisin sanoen tekstissä voidaan sanoa suoraan, että tämä asia kannattaa tehdä, koska siitä koituu tämänlainen hyöty. Toisaalta tekstissä voidaan myös luoda hienovaraisin keinoin perusteluita väitteen järkevyydelle ja toiminnan oikeutukselle. Esimerkiksi tässä työssä osalla aineiston järjestöistä oli nettisivuillaan erillinen osio ”Miksi tekisin vapaaehtoistyötä”. Muilla perustelut oli upotettu toiminnan kuvauksen sisälle.

Legitimointi ei myöskään aina ole tietoista. Vallitsevat diskurssit ja käytettävissä olevat diskursiiviset resurssit vaikuttavat vahvasti kaikkien ihmisten viestintään. Jako eri legitimointikeinojen välillä ei aina ole selkeä, vaan eri keinoja käytetään yhtä aikaa ja ne ovat toisiinsa punoutuneita. (Vaara ym. 2006)

Lähtökohtana tässä työssä on, että legitimaatiokeinoilla ei pyritä pelkästään perustelemaan vapaaehtoistoimintaa ilmiönä vaan legitimaatiota tarkastellaan motivaatioteorioiden linssien kautta. Tutkin siis keinoja, joilla pyritään perustelemaan lukijalle, miksi hänen tulisi itse osallistua vapaaehtoistoimintaan.

Van Leeuwen ja Wodak (1999) määrittelevät neljä erilaista legitimaatiostrategiaa: *auktoriteetti*, *rationaalisuus*, *moraalinen arviointi* ja *narratiivisuus*. Eri strategioita voidaan käyttää yhdessä tai erikseen ja niitä voidaan käyttää joko aktiviteetin legitimoimiseen tai legitimaation horjuttamiseen. Kaikki nämä keinot realisoidaan tiettyjen lingvististen valintojen kautta, joita tässä työssä erityisesti tarkastellaan. Vaara ym. (2006) erottavat *normalisoinnin* omaksi legitimointistrategiakseen.

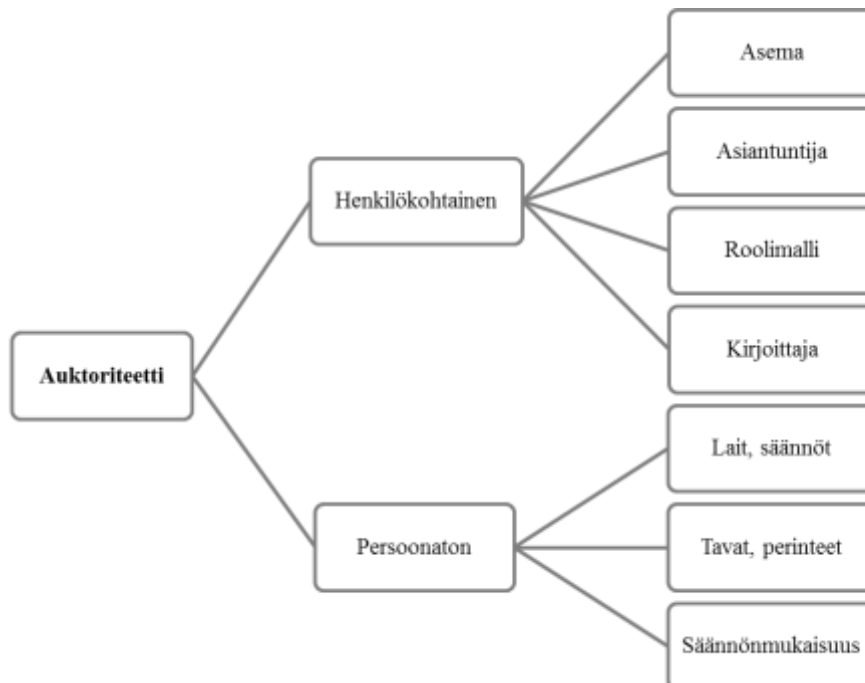
Käytin analyysissäni juuri tätä Vaaran ym. (2006) jaottelua, jossa legitimaatiostrategiat jaetaan viiteen pääluokkaan ja kukin näistä pääluokista useampiin alaluokkiin.

Aktiviteettia voidaan legitimoida viittaamalla *auktoriteettia* omaavaan henkilöön tai muuhun instanssiin. Tällöin toiminta on legitiimiä, koska kyseinen henkilö tai instanssi sanoo näin olevan. Pelkästään auktoriteetin mielipide riittää tällöin legitimoimaan toimintaa. Sekä van Leeuwen ja Wodak (1999) että Vaara ym. (2006) jakavat auktoriteetin henkilökohtaiseen tai persoonattomaan auktoriteettiin. Henkilökohtaisen auktoriteetin perustana on joko henkilön asema (esimerkiksi opettaja luokkahuoneessa tai äiti perheen kotona), asiantuntijuus (tutkija, lääkäri, asianajaja) tai tunnettuus (julkinen hahmo tai roolimalli).

Vaara ym. (2006) lisäävät listaan myös kirjoittajan, jolloin auktoriteetti tulee järjestöstä itsestään. Omaa auktoriteettia voidaan luoda painottamalla toiminnan laajuutta ja merkittävyyttä tai toimintahistorian pituutta. Korkeassa asemassa olevalla puhujalla on automaattisesti auktoriteettia kuulijoita kohtaan (Reyes 2011). Samaa logiikkaa voi soveltaa myös verkkoteksteihin, joissa organisaatio ”puhuu” yksityishenkilölle. Vapaaehtoistoiminnan kontekstissa järjestöllä on auktoriteettia lukijaa, yksittäistä vapaaehtoistyöhön ryhtymistä pohtivaa henkilöä, kohtaan.

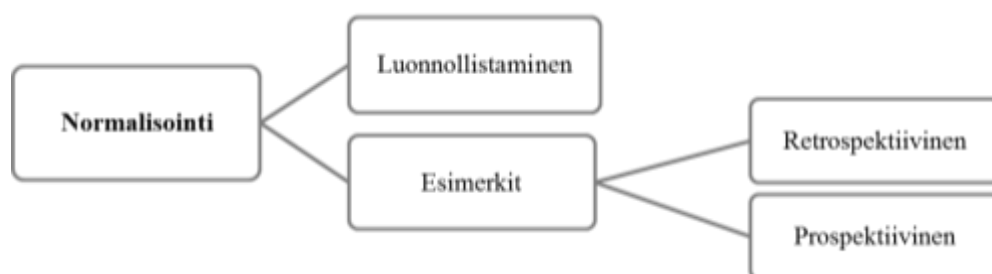
Persoonatonta auktoriteettia toteutetaan viittaamalla lakeihin, säännöksiin, vakiintuneisiin tapoihin tai säännönmukaiseen käyttäytymiseen. Säännönmukaisen käyttäytymisen legitimeetti nojaa siihen, että ”kaikki muutkin tekevät niin” (van Leeuwen ja Wodak 1999). Tätä voidaan tuoda esille toteamalla kuinka moni muukin toimii säännönmukaisella tavalla tai toteamalla kaikkien tekevän niin.

Auktoriteetti tulee usein järjestön ulkopuolisilta tahoilta, kuten EU:lta, Suomen valtiolta tai YK:lta. Institutionaalisuus itsessään luo auktoriteettia, ja tietyn organisaation legitimointi pohjautuu usein toisen instituution legitimeetille (Hybels 1995, 241).



Kuva 3. Auktoriteetti ja sen alaluokat.

Vaara ym. (2006, 797–798) erottavat *normalisoinnin* erilliseksi legitimointikeinoksi. Van Leeuwen (van Leeuwen ja Wodak 1999, van Leeuwen 2007) sivuaa normalisointia sekä auktoriteetin että rationalisoinnin alla. Yllä mainittu säännönmukainen käyttäytyminen vetoaa joskus siihen, että on ”normaalia” toimia tietyllä tavalla tai niin tehdään ”yleensä”. Toisaalta van Leeuwen (2007) nimeää yhdeksi rationalisoinnin alatyypiksi elämän tosiasiat, jolloin vedotaan siihen, miten asiat ovat ja mikä on normaalia. Vaara ym. (2006) muodostavat näistä erillisen legitimointityypin, jossa normalisointi tapahtuu joko luonnollistamalla tai esimerkkejä käyttämällä.

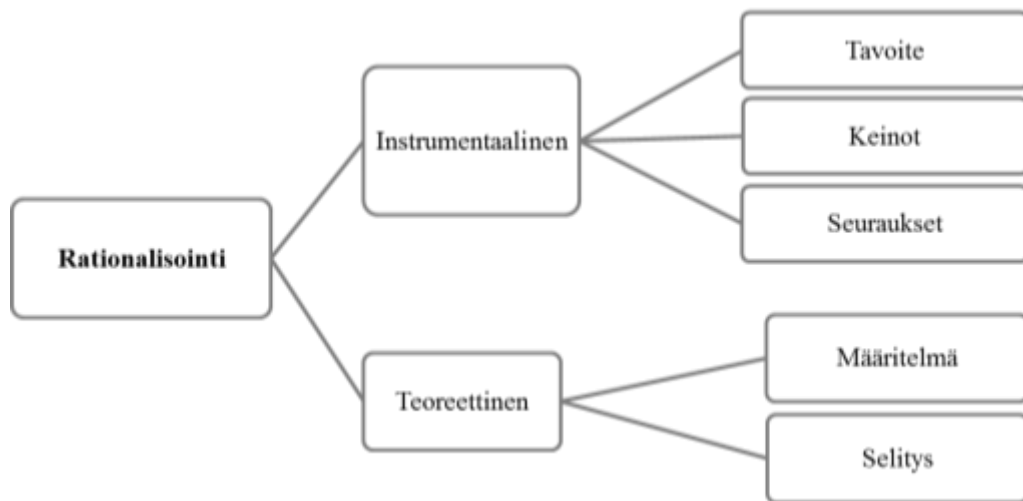


Kuva 4. Normalisointi ja sen alaluokat.

Rationalisointi on legitimointia viittaamalla perusteltavan asian hyödyllisyyteen. Rationalisointia on kahden tyyppistä: instrumentaalista ja teoreettista.

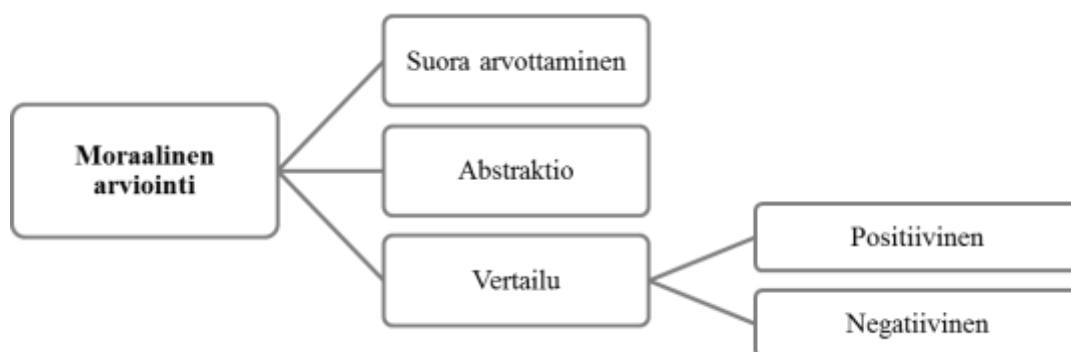
Instrumentaalisessa rationalisoinnissa legitimointi perustuu joko toiminnan hyväksyttäviin tavoitteisiin tai siitä seuraaviin positiivisiin tuloksiin. Legitimoitava toiminto voidaan myös esittää ainoana keinona saavuttaa nämä tulokset, ja lukijalle voidaan vakuuttaa hänen osallistumisensa olevan ainut keino toivottavien tulosten saavuttamiseksi. (van Leeuwen 2007, 101–103)

Teoreettinen rationalisointi perustuu itsestäänselvyksiin, jolloin toimintaa kuvataan suoraan hyödylliseksi, kannattavaksi tai järkeväksi. Toinen tapa on kuvata toimintaan osallistuvia henkilöitä tai luoda lukijalle mielikuva siitä, että joidenkin henkilökohtaisten ominaisuuksien vuoksi hänen on hyödyllistä osallistua toimintaan. (van Leeuwen 2007, 103–105)



Kuva 5. Rationalisointi ja sen alaluokat.

Neljäs legitimointikeino on *moraalinen arviointi*, jolloin legitimointi perustuu johonkin eksplisiittisesti ilmaistuun tai taustalla vaikuttavaan arvoon. Arvottamista voi tehdä kolmella eri tavalla. Legitimoinnin kohdetta voidaan joko arvottaa suoraan kuvaamalla sitä jollain positiivisella tai negatiivisella adjektiivilla. Arvottaminen voi perustua myös abstraktioon, jolloin toiminta liitetään olennaisesti johonkin positiivisia arvoja kuvastavaan muuhun toimintaan. Toimintoa voidaan myös suoraan vertailla johonkin positiivisia arvoja edustavaan asiaan esimerkiksi metaforien tai analogioiden kautta.

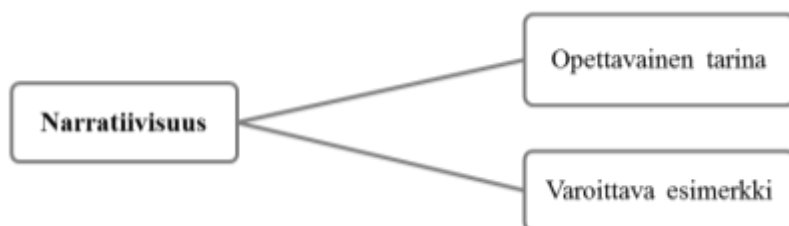


Kuva 6. Moraalinen arviointi ja sen alaluokat.

Narratiivisuus tarkoittaa legitimaation esittämistä tarinan muodossa. Tarinat voivat olla joko sankaritarinoita, joissa legitimaation kohteena olevan toiminnan suorittaminen johtaa palkitsemiseen. Tarinat voivat myös olla varoittavia esimerkkejä, jolloin legitimoitavan

toiminnon tekemättä jättäminen johtaa rangaistukseen. Narratiivisuuteen liittyy myös toimijoiden nimeäminen sankareiksi, voittajiksi, pelastajiksi tai vihollisiksi, rikollisiksi tai häviäjiksi. (Vaara ym. 2006, 802)

Narratiiveilla pyritään usein luomaan tai välittämään tiettyä organisaation identiteettiä, joka puolestaan on olennainen valta- ja legitimaatiosuhteiden luonnissa yleisöä kohtaan (Humphreys ja Brown 2002, 437).



Kuva 7. Narratiivisuus ja sen alaluokat.

4.2. Tutkimusaineisto

Aineistoni koostuu kymmenen Suomessa toimivan vapaaehtoisjärjestön verkkosivujen teksteistä. Järjestöt eroavat toisistaan monella tavalla. Niiden toimintatavat, jäsenmäärä, rahoitus ja toimintahistorian pituus vaihtelevat merkittävästi. Toiminnan strategisuus ja järjestäytyneisyyden taso ovat myös erilaisia järjestöjen välillä.

4.2.1. Verkkosivujen tekstit

Verkkosivut ovat luonteeltaan multimodaalisia ja sisältävät usein paljonkin muita kuin tekstuaalisia elementtejä. Kielentutkimuksessa *teksti* voi viitata niin kirjoitettuun tekstiin, kuviin, puhuttuun kieleen kuin nonverbaaliin viestintään. Tässä työssä *teksti* kuitenkin viittaa kirjoitettuun tekstiin, sillä se oli tutkimukseni pääasiallisena kohteena.

Analyysin kohteeksi valittiin verkkosivujen tekstit, sillä ne ovat yleisesti saatavilla. Lisäksi internet ja verkkosivut ovat tärkeä osa vapaaehtoisjärjestöjen viestintää, erityisesti vapaaehtoisten rekrytoinnissa (Smith ja Cordery 2010, 21). Internet on muokannut viestintää monin tavoin. Yksi suurimmista muutoksista koskee yleisöä, sillä internetin kautta tekstejä voi lukea kuka tahansa, milloin tahansa ja mistä tahansa. Tästä syystä

erityisesti kansainvälisten organisaatioiden on kiinnitettävä erityisen paljon huomiota tekstien lokalisoimiseen ja muotoiluun (St. Amant ja Sapienza, 2011).

Analysoitaviksi teksteiksi valitsin kuvauksen järjestöstä, yleiset kuvaukset järjestön toiminnasta sekä suoraan lahjoittajille tai vapaaehtoisille suunnatut osiot. Näiden osioiden tyypillisiä otsikoita olivat ”Tule mukaan”, ”Ryhdy vapaaehtoiseksi” tai ”Tue toimintaa”.

Kullakin sivulla kiinnitin huomiota vain niin sanottuihin pysyviin teksteihin, joiden voi olettaa pysyvän samanlaisina kohtuullisen pitkään. Aineistosta siis rajattiin pois uutiset, tiedotteet, kampanjasivut ja muut erityisesti ajankohtaiset osiot.

Analyysin tekemiseksi dynaaminen verkkomateriaali tallennettiin staattiseen muotoon. Tutkimusaineistoni tekstit kerättiin pääosin kahden viikon aikana 25.2. – 10.3.2013 eikä sen jälkeen verkkosivujen teksteihin mahdollisesti tehtyjä muutoksia ole huomioitu. Verkkosivujen analysoitavat tekstit on tallennettu Word-muotoon ja ne saa tarvittaessa kirjoittajalta.

4.2.2. Järjestöt

Tarkastelin kymmenen Suomessa toimivan vapaaehtoisjärjestön toimintaa. Valitsin analyysini kohteeksi mahdollisimman suuria järjestöjä, joilla on takanaan riittävä toimintahistoria. Rajasin analyysistäni pois uskonnolliset järjestöt sekä poliittiset järjestöt (Helander ja Laaksonen 1999).

Analysoimani järjestöt voidaan jakaa kahteen pääluokkaan: sosiaali- ja terveysalan järjestöt sekä ympäristöjärjestöt. Sosiaali- ja terveysalan järjestöihin lasketaan erilaiset kansalaisjärjestöt, ihmisoikeusjärjestöt, lastensuojelujärjestöt, potilasjärjestöt tai päihdejärjestöt. Analysoimistani järjestöistä kuusi kuului tähän kategoriaan: Amnesty International Suomi, Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Pelastakaa Lapset ry, Plan Suomi -säätiö, Suomen Punainen Risti sekä Unicef.

Lastensuojeluun näistä keskittyvät Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Pelastakaa Lapset ry, Plan Suomi -säätiö sekä Unicef Suomi. Amnesty on ihmisoikeusjärjestö ja Suomen Punainen Risti keskittyy yleiseen kehitys- ja humanitäärisen apuun.

Ympäristöjärjestöihin kuuluu sekä eläinten oikeuksia että yleisesti luonnonsuojelun periaatteita edistäviä järjestöjä. Näitä järjestöjä analyysini piiriin kuului neljä kappaletta:

Animalia ry, Greenpeace Suomi, Suomen luonnonsuojeluliitto sekä WWF Suomi. Erityisesti eläinten suojelemiseen on keskittynyt Animalia ry, muut järjestöistä keskittyvät sekä eläin- että kasvilajien sekä laajemman ekosysteemin suojeluun.

Seuraavaksi esittelen lyhyesti nämä järjestöt.

Amnesty International Suomi

Amnesty International on maailmanlaajuinen ihmisoikeusjärjestö, jolla on toimintaa 150 eri maassa. Yhteensä järjestöllä on noin 3 miljoonaa tukijaa ja Suomessa jäseniä on noin 40 000. Amnestyn Suomen osasto (myöhemmin Amnesty) perustettiin vuonna 1967 ja on yksi vanhimmista Amnesty Internationalin osastoista.

Amnestyn toiminta perustuu YK:n ihmisoikeusjulistukselle, ja Amnestyn tavoitteena on tutkia ihmisoikeusloukkauksia ja kampanjoida niitä vastaan. Amnesty toimii Suomessa 20 paikkakunnalla ja sen toiminta keskittyy seitsemään teemaan: syrjinnän vastainen työ, ihmisoikeusloukkauksiin syyllistyneiden saaminen oikeuden eteen, kidutuksen ja kuolemanrangaistuksen vastustaminen, ihmisoikeuksien vaaliminen aseellisissa selkkauksissa, pakolaisten oikeudet, naisten ja tyttöjen oikeudet sekä taloudelliset, sosiaaliset ja sivistykselliset oikeudet. Amnesty rahoittaa toimintaansa lahjoituksilla yksityisiltä henkilöiltä sekä omilla myyntituloilla.

Järjestön toimintaa voi tukea allekirjoittamalla vetoamuksia, liittymällä jäseneksi, lahjoittamalla, ostamalla tuotteita, toimimalla verkossa tai liittymällä vapaaehtoiseksi. Vapaaehtoiset tekevät kotimaassa vaikutustyötä, järjestävät tapahtumia ja keräävät varoja.

Animalia ry

Animalia ry (myöhemmin Animalia) on suomalainen eläinsuojelujärjestö, jonka tehtävänä on edistää eläinten hyvinvointia ja oikeuksia Suomessa ja kansainvälisesti. Animalia on perustettu vuonna 1961 ja sillä on Suomessa noin 6000 jäsentä.

Animalian toiminta keskittyy vastustamaan kohtelua, joka aiheuttaa eläimille kärsimystä tai estää olennaisesti niiden lajityypillistä käyttäytymistä. Animalia toimii tiedottamalla, kampanjoimalla ja vaikuttamalla lainsäädäntöön. Animalia on poliittisesti ja

uskonnollisesti sitoutumaton järjestö, joka toimii jäsenmaksujen ja lahjoitusten varassa. Animalia ottaa vastaan lahjoituksia niin yksityisiltä henkilöiltä kuin yrityksiltäkin.

Järjestön toimintaa voi tukea liittymällä jäseneksi, lahjoittamalla rahaa, osallistumalla tapahtumiin tai liittymällä vapaaehtoiseksi. Vapaaehtoiset järjestävät kotimaassa tapahtumia, tekevät vaikutustyötä, osallistuvat tutkimustyöhön ja keräävät varoja.

Greenpeace Suomi

Greenpeace Suomi (myöhemmin Greenpeace) perustettiin vuonna 1989 osaksi kansainvälistä Greenpeace-ympäristöjärjestöä, jonka toiminta keskittyy ympäristön suojelemiseen. Greenpeacen verkkosivujen mukaan järjestöllä oli vuonna 2011 Suomessa noin 24 400 tukijaa ja maailmanlaajuisesti tukijoita noin 2,9 miljoonaa.

Greenpeacen toimintatavat ovat tutkimus- ja kehitystyö, mielipiteisiin vaikuttaminen, keskustelu päättäjien kanssa ja väkivallaton suora toiminta. Greenpeace ottaa lahjoituksia vastaan vain yksityishenkilöiltä.

Toimintaan voi osallistua allekirjoittamalla vetoituksen, osallistumalla tapahtumiin, lahjoittamalla rahaa tai ryhtymällä vapaaehtoiseksi. Vapaaehtoiset järjestävät kotimaassa tapahtumia, tekevät vaikutustyötä, osallistuvat varainkeruuseen tai auttavat tutkimustyössä. Vapaaehtoiset voivat myös osallistua kansainvälisiin suoran toiminnan protesteihin.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto

Mannerheimin Lastensuojeluliitto (myöhemmin MLL) on suomalainen kansalaisjärjestö, jonka päätehtävä on edistää lasten, nuorten ja lapsiperheiden hyvinvointia. Verkkosivujensa mukaan MLL on poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton järjestö, jolla on yli 93 000 jäsentä ja 565 paikallisyhdistystä Suomessa. Järjestö perustettiin vuonna 1920.

MLL pyrkii toiminnallaan vaikuttamaan lapsi- ja perhepoliittiseen päätöksentekoon, tarjoaa tuki- ja neuvontapalveluita lapsille, nuorille ja lapsiperheille ja pyrkii edistämään lasten hyvinvointia. MLL saa rahoitusta yksityisiltä henkilöiltä, yrityksiltä, säätiöiltä, Suomen valtiolta ja kunnilta sekä EU:lta.

Järjestön toimintaa voi tukea liittymällä jäseneksi, lahjoittamalla, ostamalla tuotteita tai ryhtymällä vapaaehtoiseksi. Vapaaehtoiset toimivat kotimaassa ryhmänohjaajina, tukihenkilöinä, rahankerääjinä, puhelin- ja nettipäivystäjinä tai tapahtumajärjestäjinä.

Pelastakaa Lapset ry

Pelastakaa Lapset ry (myöhemmin Pelastakaa Lapset) on vuonna 1922 perustettu kansalaisjärjestö, joka edistää lapsen oikeuksien toteutumista. Järjestö tukee erityisesti vaikeissa oloissa eläviä lapsia kotimaassa ja maailmalla. Pelastakaa Lapset on kansainvälisen Save the Children -liikkeen jäsen.

Suomessa toiminta on lastensuojelutyötä, psykososiaalisten palveluiden tarjoamista ja lasten oikeuksien edistämistä päätöksenteossa. Kansainvälinen toiminta keskittyy lasten perusoikeuksien puolustamiseen sekä hätäavun tarjoamiseen. Pelastakaa Lapset ry on poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton. Järjestö ottaa vastaan lahjoituksia niin yksityisiltä henkilöiltä kuin yrityksiltäkin.

Järjestön toimintaa voi tukea liittymällä jäseneksi, lahjoittamalla, ostamalla tuotteita tai ryhtymällä vapaaehtoiseksi. Vapaaehtoiset voivat toimia kotimaassa tukihenkilöinä, toimia verkossa tai järjestämällä tapahtumia.

Plan Suomi -säätiö

Plan Suomi -säätiö (myöhemmin Plan) on itsenäinen osa kansainvälistä, lasten oikeuksia edistävää kehitysyhteistyöjärjestöä. Plan Suomi perustettiin vuonna 1998 ja sillä on noin 25 000 tukijaa Suomessa.

Plan keskittyy toiminnassaan lasten oikeuksien edistämiseen. Toimintamuotoja ovat hanketyö, kummitoiminta, yritysyhteistyö, vaikuttamistyö ja viestintä. Planin toimintaan kuuluu koulutusta, lastensuojelua, taloudellista avustusta sekä hätäavun antamista. Plan on poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton. Järjestö saa tukea sekä yksityisiltä lahjoittajilta, yrityksiltä, yhteisöiltä, Suomen valtiolta että EU:lta.

Toimintaa voi tukea liittymällä jäseneksi, lahjoittamalla, ostamalla tuotteita tai ryhtymällä vapaaehtoiseksi. Vapaaehtoiset toimivat toimistotyöntekijöinä ja kääntäjinä, järjestävät tapahtumia, tekevät vaikuttamistyötä tai voivat lähteä avustustyöntekijöiksi ulkomaille.

Suomen luonnonsuojeluliitto

Suomen luonnonsuojeluliitto (myöhemmin SLL) on suomalainen ympäristöjärjestö, jonka toiminta keskittyy alueelliseen ja paikalliseen luonnonsuojelutyöhön. Järjestöllä on noin 30 000 jäsentä ja 180 paikallisyhdistystä Suomessa. SLL perustettiin vuonna 1938.

SLL:n toiminnan tavoitteina on luonnon kunnioittaminen, ihmisen luontosuhteen säilyttäminen ja vahvistaminen sekä terveellisen, turvallisen ja viihtyisän elinympäristön vaaliminen. Toimintamuotoja ovat tiedonjakelu, vaikuttamistyö, tapahtumat ja koulutus. SLL saa rahoitusta niin yksityisiltä henkilöiltä ja yrityksiltä kuin valtioltakin.

Järjestön toimintaa voi tukea liittymällä jäseneksi, lahjoittamalla, osallistumalla tapahtumiin, ostamalla tuotteita tai osallistumalla vapaaehtoistoimintaan. Vapaaehtoiset järjestävät tapahtumia, tekevät vaikuttamistyötä, osallistuvat varainkeruuseen tai toimivat verkossa.

Suomen Punainen Risti

Suomen Punainen Risti (myöhemmin SPR) on osa kansainvälistä Punaisen Ristin avustusjärjestöä, joka tarjoaa humanitaarista apua niin kotimaassa kuin ulkomailla. SPR on aineistoni järjestöistä selkeästi vanhin, sillä se aloitti toimintansa jo vuonna 1877. SPR:llä on 90 000 jäsentä ja 45 000 aktiivista vapaaehtoistyöntekijää Suomessa.

SPR tarjoaa kotimaassa hätäapua onnettomuuksissa, järjestää ensiapukoulutuksia, hoitaa Veripalvelua, järjestää tukitoimintaa, järjestää kerhoja lapsille ja nuorille, ylläpitää vastaanottokeskuksia maahanmuuttajille, ylläpitää turvataloja ja terveyskeskuksia sekä koordinoi vapaaehtoista pelastuspalvelua. SPR osallistuu Punaisen Ristin kansainvälisiin tehtäviin rahoittamalla toimintaa sekä lähettämällä avustajia ja tarvikkeita katastrofialueille. Järjestö saa rahoitusta niin yksityisiltä henkilöiltä kuin yrityksiltäkin.

Järjestön toimintaa voi tukea liittymällä jäseneksi, lahjoittamalla, ostamalla tuotteita, osallistumalla tapahtumiin tai ryhtymällä vapaaehtoiseksi. Kotimaassa vapaaehtoiset auttavat varainkeruussa, ovat mukana tuki- ja ystävätoiminnassa, järjestävät tapahtumia ja kerhoja, hoitavat tavaralahjoituspalvelua, luovuttavat verta, tekevät vaikuttamis- ja tiedonjakotyötä ja tekevät töitä vapaaehtoisina terveydenhoitajina tai lääkäreinä. Vapaaehtoiset voivat lisäksi lähteä ulkomaille avustustyöhön.

Unicef Suomi ry

Unicef Suomi ry (myöhemmin Unicef) on osa kansainvälistä Unicef-lastenjärjestöä, joka toimii yli 190 maassa. Suomessa Unicefin toiminta alkoi 1967. Unicefin jäseneksi ei voi liittyä samalla lailla kuin muiden järjestöjen kohdalla, joten tarkkaa jäsenmäärää ei ole ilmoitettu. Vapaaehtoistoimintaan osallistuu kuitenkin noin 2000 henkilöä Suomessa.

Unicefin päätehtävät Suomessa ovat varainkeruu kotimaista ja kansainvälistä työtä varten, lasten oikeuksista ja tilanteesta tiedottaminen ja vaikuttamistyön tekeminen yhteistyössä eri ministeriöiden ja järjestöjen kanssa. Unicef saa rahoitusta lahjoituksina yksityisiltä henkilöiltä, yrityksiltä, valtiolta sekä myyntituottoina.

Järjestön toimintaa voi tukea lahjoittamalla, ostamalla tuotteita tai ryhtymällä vapaaehtoiseksi. Kotimaassa vapaaehtoiset keräävät varoja, tiedottavat järjestön toiminnasta paikkakunnillaan ja tarjoavat osaamistaan ja yhteyksiään toiminnan tueksi. Kansainvälisesti vapaaehtoiset osallistuvat Unicefin avustusprojekteihin.

WWF Suomi

WWF Suomi on osa kansainvälistä WWF-ympäristöjärjestöä. WWF Suomi (myöhemmin WWF) on perustettu vuonna 1972. WWF:n tärkeimmät tehtävät ovat luonnon suojeleminen ja maapallon vakavimpien ympäristöongelmien ratkaiseminen. Suomessa järjestöllä on yli 78 000 tukijaa.

Järjestön toimintamuotoja ovat muun muassa kenttäprojektit, poliittiseen ja muuhun päätöksentekoon vaikuttaminen sekä yleinen ympäristövalistus. WWF saa rahoituksestaan puolet yksityisiltä rahoittajilta ja loput yrityksiltä, julkishallinnolta sekä säätiöiltä.

Järjestön toimintaa voi tukea liittymällä jäseneksi, lahjoittamalla, ostamalla tuotteita tai arpoja, osallistumalla tapahtumiin tai ryhtymällä vapaaehtoiseksi. WWF tarjoaa tutkimistani järjestöistä vähiten erilaisia vapaaehtoistyön mahdollisuuksia. Vapaaehtoiset voivat liittyä joko öljyntorjuntajoukkoihin, talkooleireille tai päivätyökeräyksiin.

5. Teemat, diskurssit ja legitimaatiot järjestöjen verkkoteksteissä

Analyysini ei ollut puhtaasti aineisto- eikä teorialähtöistä, vaan sitä voisi kutsua parhaiten teoriasidonnaiseksi analyysiksi. Analyysini oli abduktiivista, joten teorian ja käytännön näkökulmat vuorottelivat johtopäätösten muodostamisessa (Pitkäranta 2010).

Analyysini oli kolmivaiheinen. Aloitin niin sanotulla temaattisella analyysillä. Tässä vaiheessa tutustuin aineistooni ja tunnistin erilaisia yleisiä teemoja, joita kaikkien tai useimpien järjestöjen teksteissä ilmeni. Näitä pääteemoja tunnistin kuusi kappaletta: *yritysmäisyys, yhteiskunnallinen toimijuus, individualistisuus, toiminnan oikeutus, yhteisöllisyys* sekä *pyyteetön auttaminen*.

Kunkin teeman sisällä esiintyi erilaisia diskursseja. Analyysini toisessa vaiheessa tunnistin ja nimesin näitä teemojen sisällä vaikuttavia diskursseja. Diskursseja tunnistettiin yhteensä 17 kappaletta:

Yritysmäisyys:	<i>Organisaatiodiskurssi, strategiadiskurssi, talousdiskurssi</i>
Yhteiskunnallinen toimijuus:	<i>Riippumattomuusdiskurssi, aktiivisuusdiskurssi, yhteiskunnallisuusdiskurssi, laillisuusdiskurssi</i>
Individualistisuus:	<i>Harrastusdiskurssi, mainosdiskurssi</i>
Toiminnan oikeutus:	<i>Valistusdiskurssi, oikeusdiskurssi, suojeludiskurssi</i>
Yhteisöllisyys:	<i>Ryhmähenkidiskurssi, joukkovoimadiskurssi, velvollisuusdiskurssi</i>
Pyyteetön auttaminen:	<i>Avunpyyntödiskurssi, tärkeysdiskurssi</i>

Diskurssien tunnistamisen jälkeen tarkastelin, mitä legitimointikeinoja kunkin diskurssin sisällä käytettiin. Näiden legitimointikeinojen oletettiin perustuvan johonkin luvussa 3.1. esiteltyyn motivaatioperusteeseen, jotta ne vastaisivat tehokkaasti lukijan kysymykseen:

”Miksi minun pitäisi osallistua vapaaehtoisjärjestön toimintaan?”

Tarkastelin legitimaatiokeinojen konkreettista esiintymistä teksteissä käyttämällä apunani Vaaran ym. (2006, 2008) määrittelemää viiden legitimaatiokategorian jaottelua, joka esiteltiin luvussa 4.1.2. Kunkin diskurssin sisällä esiintyi useita erilaisia legitimaatiokeinoja. Niiden käyttö myös erosi eri diskurssien puitteissa.

Käyn tässä luvussa läpi analyysini löydökset teemoittain. Kunkin teeman kohdalla kuvailen teemaa ja siihen liittyviä diskursseja sekä näytän, millaisilla legitimaatiokeinoilla järjestö pyrkii kutakin diskurssia luomaan teksteissä. Havainnollistan löydöksiäni aineistosta saaduilla esimerkeillä.

5.1. Yritysmäisyys

Rakenteeltaan ja sisällöltään järjestöjen verkkosivut muistuttivat jopa hämmästyttävän paljon voittoa tekevien yritysten verkkosivuja. Yritysmäisyyden teemaan sisältyi kolme erilaista diskurssia. *Organisaatiodiskurssi* liittyi tekstiosioihin, jotka kuvailivat toiminnan järjestäytyneisyyttä, kokoluokkaa tai laajuutta. *Strategiadiskurssin* puitteissa taas kuvattiin järjestön strategioita, visiota, missiota, tavoitteita ja näiden tavoittamisen seuranta. *Taloudiskurssissa* otettiin kantaa toiminnan rahoitukseen, toiminnan kustannuksiin, tehokkuuteen tai kannattavuuteen.

Järjestöt rinnastivat itsensä yrityksiin, joihin liitetään positiivisia ominaisuuksia juuri strategisuuden ja taloudellisen tehokkuuden osalta. Yritysmäisyyden teeman kautta järjestöt pyrkivät myös luomaan itsestään kuvaa auktoriteettina, hyvin järjestäytyneenä ja tehokkaana toimijana. Auktoriteettiasema voi itsessään motivoida osallistumaan toimintaan ja toisaalta henkilö voi kokea yritysmäisesti toimivan järjestön olevan tehokkain ajamaan hänelle tärkeitä asioita.

Organisaatiodiskurssiin liittyi vahvasti auktoriteettiin perustuva legitimaatio. Järjestöt pyrkivät joko vahvistamaan omaa auktoriteettiaan kuvaamalla toimintansa kokoluokkaa ja toimintahistoriaa tai ne esittelivät ulkopuolisia auktoriteetteja, jotka hyväksyvät järjestön toiminnan. Useimmiten auktorisointi oli persoonatonta, jolloin vedottiin erilaisiin instituutioihin (EU, YK, Suomen valtio, Nokia), lakeihin tai kansainvälisiin sopimuksiin.

”SLL on maamme suurin, vahva luonnon etujärjestö.” – SLL

”UNICEFilla on yli 60 vuoden kokemus lasten auttamisesta siellä missä tarve on kaikkein suurin.” – Unicef

”WWF Suomi osa kansainvälistä WWF-verkostoa, maailman johtavaa ympäristöjärjestöä.” – WWF

”YK:n organisaationa ja maailman johtavana lapsijärjestönä UNICEF on maailman valtioiden toimesta valtuutettu edistämään lasten oikeuksia ja hyvinvointia.” – Unicef

”SPR on Suomen valtion tunnustama julkisoikeudellinen yhdistys, jonka toiminta perustuu vuonna 1949 tehtyihin Geneven sopimukseen ja lakiin Suomen Punaisesta Rististä (238/2000).” – SPR

”Suomi on sitoutunut kansainvälisiin sopimuksiin, joilla uhanalaistumiskehitys tulee pysäyttää.” – SLL

”Työmme perustuu YK:n lapsen oikeuksien sopimukseen.” – Unicef

”Plan Suomen toimintaa tukevat esimerkiksi Nokia ja Kemira.” – Plan

”Suomen ulkoministeriö rahoittaa toimintaamme ja olemme yksi ministeriön kymmenestä kumppanuusjärjestöstä. Kumppaneiksi ministeriö kelpuuttaa järjestöjä, joilla on riittävät taloudelliset ja hallinnolliset resurssit toteuttaa laadukasta kehitysyhteistyötä ja omaa varainhankintaa.” – Plan

Henkilökohtaiseen auktoriteettiin vetosi eniten Amnesty. Amnestyn teksteissä esitettiin suoria pyyntöjä kuuluisilta ihmisoikeusaktivisteilta ja useita julkisuuden henkilöitä esiintyi järjestön verkkosivujen kuvissa. Verkkosivuilla esiintyivät tunnetun Madventures-televisiosarjan tähdet ja sivuilla lainattiin suoraan maailmankuulua ihmisoikeusaktiivia:

”Pyydän, jatkakaa työtänne, älkää antako periksi, älkää koskaan vaipuko epätoivoon, uskokaa, että te teette paljon hyvää!” – Aung San Suu Kyi, Amnesty

Strategiadiskurssiin liittyivät kuvaukset järjestön strategiasta, tavoitteista, visiosta, missiosta tai pyrkimyksistä. Strategiadiskurssia toteutettiin useimmiten instrumentaalisen rationalisoinnin keinoin kuvaamalla toiminnan tavoitteita tai kuvaamalla toimintaa ainoana keinona saavuttaa jokin positiivinen tulos.

Kaikki järjestöt kuvasivat toimintansa tavoitteita verkkosivuillaan. Osa järjestöistä esitteli tavoitteitaan toiminnan yleisen esittelyn lomassa ja osalla oli verkkosivuillaan erillinen ”strategia” -osio. Esimerkiksi WWF:n sivuilta löytyi erillinen strategiaosio, jossa kerrottiin:

”Tehtävämme on suojella luontoa ja ratkaista maapallon vakavimpia ympäristöongelmia innostamalla ihmiset mukaan muutokseen ympäristömme ja hyvinvointimme puolesta.”
– WWF

Järjestöt esittivät tavoitteensa hyvin laajoina ja yleispätevinä lausahduksina. Tavoitteet olivat usein myös hyvin kunnianhimoisia ja järjestön toiminnan vaikutusten kuvattiin olevan merkittäviä koko maailman tai kaikkien ihmisten kannalta.

”Tavoitteenamme on maailma, jossa ihmisoikeuksia kunnioitetaan ja lapsille annetaan mahdollisuus toteuttaa itseään yhteiskunnan täysivaltaisina jäseninä.” – Plan

”Visionamme on maailma, jossa toteutuu jokaisen lapsen oikeus elämään, suojeluun, kehittymiseen ja osallistumiseen.” – Pelastakaa Lapset

”Amnestyn tavoitteena on maailma, jossa YK:n ihmisoikeusjulistuksessa lausutut oikeudet ja vapaudet toteutuvat kaikille ihmisille.” – Amnesty

”Animalian tavoitteena on pitkällä tähtäimellä eläimiä yksipuolisesti hyväksikäyttävien toimintamuotojen lakkauttaminen.” – Animalia

”Toiminnan tavoitteena on tukea lapsiperheiden hyvinvointia, vanhemmuutta ja antaa voimia arkeen.” – MLL

”Yhteisenä tavoitteenamme on lisätä lasten hyvinvoinnin edellytyksiä ja mahdollisuuksia kohti parempaa aikuisuutta.” – Pelastakaa Lapset

”SPR:n tavoitteena on suojella elämää, terveyttä ja ihmisarvoa. Se edistää ihmisten välistä ymmärrystä, ystävyyttä, yhteistyötä ja pysyvää rauhaa.” – SPR

Osa järjestöistä myös kuvasi, miten näiden tavoitteiden toteutumista seurataan. Seurantamekanismien kuvailu tuki osaltaan mielikuvaa järjestöistä luotettavina toimijoina, joille lahjoitettuja resursseja ei heitetä hukkaan.

”Strategian mukaisten tavoitteiden saavuttamista arvioidaan seurantajärjestelmällä, joka räätälöidään vastaamaan kutakin tavoitetta. Seurantajärjestelmät rakennetaan vastaamaan myös WWF:n kansainvälisen raportoinnin ja seurannan vaatimuksia.” – WWF

Lisäksi useimmat järjestöistä julkaisevat vuosittaisia toimintakertomuksia, jotka vastaavat monilta osin yritysten toimintakertomuksia. Tämän tutkimuksen puitteissa tarkempi tutustuminen näihin toimintakertomuksiin ei kuitenkaan ollut mahdollista.

Talousdiskurssiin liittyi toiminnan rahoituksen ja siitä syntyvien tulojen ja kustannusten kuvailu. Järjestöt pyrkivät esittämään, että lahjoitetut varat käytetään tehokkaasti ja kustannukset pidetään mahdollisimman matalina. Talousdiskurssia toteutettiin usein instrumentaalisen rationalisoinnin kautta esittämällä lahjoittaminen juuri kyseiselle järjestölle ainoana taloudellisesti järkevänä vaihtoehtona. Myös teoreettisen rationalisoinnin käyttö oli yleistä. Tällöin toimintaa kuvattiin suoraan hyödyllisenä, kannattavana tai järkevänä. Talousdiskurssia luotiin käyttämällä runsaasti yritysmaailmasta tuttua sanastoa.

”Lahjoituksenne tavoittaa avun tarvitsijat tehokkaasti: vuonna 2011 keräyskulumme olivat 13,7 %.” – Pelastakaa Lapset

”Kuukausilahjoittaminen on myös UNICEFille kustannustehokkain lahjoitusmuoto. Maailman lapset saavat maksimaalisen hyödyn.” – Unicef

”Varainhankinnan kulut ovat noin 20 prosenttia kokonaisbudjetista. Ne ovat investointi, joka tuottaa ja niiden tulee aina maksaa itsensä takaisin seuraavan 12 kuukauden sisällä.”
– Greenpeace

”Kertalahjoitusten avulla voimme tehokkaasti kohdentaa lisäresursseja ajankohtaisiin kampanjoihin.” – Amnesty

Toiminnan kansantaloudellisten vaikutusten kuvaus liittyi myös osaltaan talousdiskurssiin. Useat järjestöt pyrkivät kuvaamaan toimintaansa merkityksellisenä koko talouden kannalta.

”SPR työllistää pitkäaikaistyöttömiä ja vaikeasti työllistyviä ihmisiä eri tavoin.” – SPR

”Perusteluissa nostetaan esille ekologisten arvojen lisäksi myös inhimilliset ja yhteiskunnalliset arvot, talouttakaan unohtamatta.” – SLL

5.2. Yhteiskunnallinen toimijuus

Järjestöt pyrkivät kuvaamaan itseään itsenäisinä toimijoina, jotka ottavat aktiivisesti osaa yhteiskunnalliseen keskusteluun, ovat vuorovaikutuksessa muiden yhteiskunnallisten tahojen kanssa ja toimivat yhteiskunnan sääntöjen mukaisesti. Tämän voidaan olettaa vaikuttavan osallistumishalukkuuteen, mikäli lukija nimenomaan päästä vaikuttamaan itselleen tärkeisiin asioihin. Tämän teeman alla olevia diskursseja olivat *riippumattomuusdiskurssi*, *aktiivisuusdiskurssi*, *yhteiskunnallisuusdiskurssi* sekä *laillisuusdiskurssi*.

Riippumattomuusdiskurssin avulla järjestöä kuvailtiin muista toimijoista irralliseksi, omat päätöksensä tekeväksi toimijaksi. Tätä diskurssia toteutettiin yleisimmin moraalisen arvioinnin kautta. Yleensä järjestöt kertoivat suoraan olevansa riippumattomia ja useimmiten riippumattomuus oli nostettu erilliseksi toimintaa ohjaavaksi arvoksi.

”Amnesty on poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton. Amnesty ei kannata tai vastusta mitään hallitusta tai poliittista järjestelmää.” – Amnesty

”MLL on poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton.” – MLL

”Pelastakaa Lapset ry on poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton, vuonna 1922 perustettu kansalaisjärjestö.” – Pelastakaa Lapset

”SPR:n toimintakyky perustuu sen puolueettomuuteen ja sitoutumattomuuteen.” – SPR

Riippumattomuutta korostettiin myös toiminnan rahoitusta kuvailtaessa. Useat järjestöt kokivat tärkeäksi korostaa riippumattomuuttaan jostain tietystä rahoitusta tarjoavasta tahosta ja pyrkivät näin jopa erottautumaan toisista järjestöistä.

”Greenpeacen toiminta perustuu tukijoiden lahjoituksiin, eikä se ota vastaan lahjoituksia yrityksiltä eikä julkiselta sektorilta.” – Greenpeace

”Amnesty International ei puolueettomuutensa takaamiseksi ota vastaan valtionapua.”
– Amnesty

Aktiivisuusdiskurssi kuvasi järjestöä aktiivisena ja nopealiikkeisenä toimija, joka tekee konkreettisia tekoja arvojensa puolesta. Kuten riippumattomuutta, myös aktiivisuutta kuvattiin usein moraalisen arvioinnin kautta. Taustalla vaikuttaa ajankäytön tehokkuuden ja nopean reagoinnin arvostus. Yhteiskunnassamme aika on rahaa, eikä sitä pidä haaskata toimimalla verkkaisesti.

”Greenpeace on kansainvälinen ympäristöjärjestö, joka tekee sanoista tekoja vastustaakseen ympäristön tuhoamista maailmanlaajuisesti ja tuodakseen esiin ratkaisuja rauhan ja ekologisen tasapainon saavuttamiseksi maailmassa.” – Greenpeace

”Kun ihminen tuomitaan kuolemaan, Amnestyn pikavetoomuskirjoittajat kaikkialla maailmassa tarttuvat toimeen. Tekstiviestivetoamukset ovat tehokkaita. Toimitamme vetoamuksen perille 72 tunnissa, kaikkialla maailmassa.” – Amnesty

”Greenpeace menee sanoista tekoihin.” – Greenpeace

”Jäsenemme tekevät ruohonjuuritason työtä monimuotoisemman luonnon ja puhtaamman ympäristön hyväksi.” – SLL

”SLL:ssä seurataan aktiivisesti ympäristömuutoksia ja alan tieteellistä tutkimusta.” – SLL

”Unicef vapaaehtoisryhmään kerääntyä ihmisiä, jotka haluavat aktiivisesti osallistua omalla paikkakunnallaan.” – Unicef

”WWF Suomi on Suomen tunnetuin ja arvostetuin luonnonsuojelujärjestö, joka saa aikaan merkittäviä tuloksia keskeisissä luonnon- ja ympäristönsuojelukysymyksissä niin Suomessa kuin maailmanlaajuisesti kansainvälisen WWF-verkoston aktiivisena jäsenenä.” – WWF

Yhteiskunnallisuuskurssiin kuuluviksi luokiteltiin tekstien osiot, jotka painottivat järjestön olevan olennainen osa suomalaista yhteiskuntaa ja sen päätöksentekoa. Tähän liittyivät viittaukset toiminnan tärkeyteen juuri Suomessa, jolloin legitimaatio perustui kotimaisuuteen perustuvaan moraaliseen abstraktioon.

”Tutkimusten mukaan kummitoiminta on joka neljäs suomalainen mielestä tehokkain tapa auttaa kehitysmaiden ihmisiä.” – Plan

”Jäsenenä autat suomalaista luontoa.” – SLL

”Toimintaa Hangosta Inariin. Suojelemme luontoa sinunkin koti- ja mökkipaikkakunnallasi.” – SLL

”UNICEF auttoi Suomen lapsia jatkosodan jälkeen.” – Unicef

”Suomessa Amnestyn tukijoiksi on ryhtynyt jo yli 40 000 henkilöä – tule sinäkin mukaan!” – Amnesty

”Lähes 80 000 suomalaista on jo mukana.” – Unicef

Yhteiskunnallisuuteen liittyivät myös viittaukset demokraattiseen yhteistyöhön muiden päättävien elinten kanssa. Järjestöt kuvasivat itseään usein yhdenvertaisina keskustelukumppaneina paikallisten päättäjien kanssa. Tällöin legitimaatio perustui ulkopuolelta saatuun persoonattomaan auktoriteettiin.

”Luonnonsuojeluliitolla on hyvät suhteet yhteiskunnan päättäjiin ja vaikuttamme aktiivisesti poliittiseen päätöksentekoon niin paikallistasolla kuin valtakunnallisestikin.”
– SLL

”MLL ja muut kansalaisjärjestöt ovat kanavia, joiden kautta kaikki voivat olla mukana lapsia ja lapsiperheitä koskevassa päätöksenteossa.” – MLL

”Suunnitteleme ja toteutamme kehitysohjelmia ja tuemme maiden hallituksia lapsen oikeuksien sopimuksen toimeenpanossa.” – Unicef

”Plan suunnittelee ja toteuttaa toimintaansa aina yhdessä paikallisten yhteisöjen kanssa.”
– Plan

”Pelastakaa Lapset ry on laadukkaan lastensuojelutyön ammattilainen ja vahva vaikuttaja yhteiskunnassa.” – Pelastakaa Lapset

”Järjestö osallistuu julkiseen keskusteluun.” – Amnesty

Laillisuusdiskurssi korosti järjestön toimivan yhteiskunnan sääntöjen mukaisesti. Tällaisia viittauksia ilmeni erityisesti ympäristöjärjestöjen kohdalla, jotka kommentoivat suoraan toimivansa vain ”laillisin keinoin”. Tässäkin tapauksessa legitimointi perustui yleensä moraaliseen arviointiin olettaen, että lukija arvostaa laillisuutta toimintaa ohjaavana arvona.

”Greenpeacen toiminta on aina rauhanomaista – se ei ole koskaan väkivaltaista eikä siihen kuulu ilkivaltaa. Toimimme avoimesti ja otamme täyden vastuun suoran toiminnan mielenilmauksistamme.” – Greenpeace

”Animalia toimii ehdottomasti vain avoimesti ja laillisia keinoja käyttäen. Järjestö kehottaa jäseniään toimimaan vain lain puitteissa ja esiintymään avoimesti omilla nimillään. Yksityishenkilöön kohdistuva painostustoiminta ei kuulu järjestön toimintatapoihin. Animalia ei hyväksy omaisuuden tuhoamista eikä eläinten vapauttamista salaa tehdyllä iskulla.” – Animalia

Nämä suorat viittaukset toiminnan laillisuuteen voidaan nähdä vastauksena kritiikkiin, joka usein kohdistuu ympäristöjärjestöihin. Niiden toiminnan legitimitettä pyritään usein horjuttamaan kuvailemalla toimintaa radikaaliksi ja jopa laittomaksi. Kommentoimalla suoraan toiminnan lainmukaisuuteen järjestöt pyrkivät ylläpitämään legitimitettiään.

5.3. Individualistisuus

Vapaaehtoistoiminta on muuttumassa kollektiivisesta toiminnasta refleksiivisen yksilön harrastukseksi (Hustinx ja Lammertyn 2003) ja vapaaehtoistoimintaan osallistutaan henkilökohtaisten hyötyjen saavuttamiseksi. Huomasin saman piirteen omasta aineistostani, sillä teksteissä ilmeni yllättävänkin paljon individualismia korostavaa sisältöä. Individualismin teemaan liittyivät *harrastusdiskurssi* ja *mainosdiskurssi*.

Harrastusdiskurssi kuvasi vapaaehtoistoimintaa joko suoraan harrastuksena tai muuten hauskana ajanvietteenä. Harrastuksiin liittyi uusien taitojen oppiminen sekä olemassa olevien taitojen harjoittaminen. Legitimaatio perustui useimmiten rationaalisuuteen, sillä teksteissä painotettiin juuri osallistumisen hyödyllisyyttä vapaaehtoiselle itselleen.

”Harrastuksesta saattaa olla hyötyä, kun suunnistat kohti tiettyä ammattia tai työtä. Leirin ohjaajana saat arvokasta työkokemusta.” – SPR

”Omassa yhdistyksessäsi voit olla suunnittelemassa juuri sitä toimintaa, joka sinusta on paras tapa harrastaa luontoa ja toimia paremman ympäristön hyväksi.” – SLL

”Toiminta antaa mahdollisuuden uusiin elämyksiin ja oppimiseen mukavassa ympäristössä.” – SPR

”Aktiivinen toiminta paikallisessa vapaaehtoisryhmässä tarjoaa sinulle mahdollisuuden paitsi auttamiseen myös mahdollisuuden kehittää ja syventää sekä tietoisuuttasi, osaamistasi että ihmissuhdeverkostojasi.” – Unicef

Mainosdiskurssi kuvasi vapaaehtoistyötä eräänlaisena tuotteena, jota järjestö markkinoi ja jonka ”ostamista” lukija pohti. Toimintaa kuvailtiin usein helpoksi ja vaivattomaksi. Teksteissä korostettiin lukijan valtaa valita itse mieleisensä toimintatavat. Valinnanvapautta korostettaessa legitimointi perustui moraaliseen arviointiin, jossa toimintaa verrattiin abstraktion kautta ostoksien tekemiseen. Ostoksia tehdessä valta on kuluttajalla ja hän tekee päätökset.

”Pelastakaa Lapset tarjoaa useita erilaisia vapaaehtoistyön muotoja, joista voit valita itsellesi sopivimman tavan kannattaa ja kannustaa lapsia.” – Pelastakaa Lapset

”MLL:n paikallisyhdistykset tarjoavat kaikenikäisille mahdollisuuden osallistua toimintaan yhdessä lasten, nuorten ja lapsiperheiden kanssa.” – MLL

”Vapaaehtoisella on siis varaa valita, mihin toimintaa lähteä mukaan.” – SPR

Konkreettisten hyötyjen korostus taas toteutettiin rationalisoinnin avulla, sillä osallistuminen kuvataan nimenomaan hyödyllisenä vapaaehtoiselle itselleen.

”Mitä minä saan kumminä? Saat ainutlaatuisen mahdollisuuden tutustua toisen kulttuurin arkeen ja pääset seuraamaan ruohonjuuritasolla, miten tuellasi saadaan aikaan pysyviä muutoksia lasten ja heidän yhteisöjensä elämässä.” – Plan

”Liittyminen Animalian jäseneksi tuo iloa, hyötyä ja konkreettisia vaikutusmahdollisuuksia. Jäsenkortilla saa rahanarvoisia etuja.” – Animalia

”Vapaaehtoisena saat nauttia festaritunnelmasta samalla, kun teet arvokasta työtä.” – SPR

Mainosdiskurssin yhteydessä mainosmaisat sloganit olivat myös toistuvasti käytössä. Tällöin legitimaatio perustui usein teoreettiseen rationalisointiin, jossa asiat esitetään itsestäänselvyyksinä.

”Vapaaehtoistyö on antoisaa!” – Pelastakaa Lapset

”Lapsen maailmassa seikkaileminen on ainutlaatuinen, ehdoton elämys!”

– Pelastakaa Lapset

”Animalian aineeton lahja on hyvä valinta, kun mietit eettistä lahjaa ystävällesi!”

– Animalia

”Tule mukaan, se kannattaa!” – Unicef

”Valitse itsellesi parhaiten sopivat tehtävät, laita rasti ruutuun ja ilmoittaudu mukaan!”

– Plan

Normalisointi oli harvinainen legitimaatiostrategia aineistossani. Normalisointia voidaan toteuttaa vetoamalla toiminnan olevan normaali vaihe muutoksessa tai normaali toiminta jonain tiettyinä ajankohtana (van Leeuwen 2007, 99). SPR:n aineistosta löytyi yksi esimerkki normalisoinnista, jossa osallistumista vapaaehtoistoimintaan kuvataan luonnollisena osana juuri kyseisen päivän kulkua.

”Tänään on hyvä päivä ryhtyä vapaaehtoiseksi!” – SPR

Osallistumisen helppoutta korostavat väittämättä taas pohjautuivat moraaliseen arviointiin, jossa lukijan oletettiin arvostavan nimenomaan helppoutta ja vaivattomuutta. Tämäkin oletus perustuu nykyaikaisen kuluttajayhteiskunnan arvomaailmaan, jossa helppous on muuttunut tavoittelemisen arvoiseksi ja perinteinen kova työ ei enää ole samanlaisessa arvossa kuin ennen.

”Lipaskeräys kassalla on helppo tapa tukea Animalian varainhankintaa. Lippaan täyttyessä ilmoitatte meille asiasta ja tulemme vaihtamaan uuden, tyhjän lippaan tilalle. Helppoa ja vaivatonta!” – Animalia

”Toiminta ei vie kuin viisi minuuttia päivässä.” – Animalia

”Ja nyt tuumasta toimeen täyttämään jäseneksi liittymislomaketta!” – Pelastakaa Lapset

5.4. Toiminnan oikeutus

Kuten aiemmin todettiin, järjestöt korostivat verkkosivuillaan toistuvasti toimintansa tavoitteita. Sen lisäksi, että tavoitteita esittämällä luotiin kuvaa strategisuudesta, tavoitteet myös legitimoivat toimintatapoja. Monen järjestön kohdalla itse toimintatavat vaikuttivat jokseenkin kyseenalaisilta, mikäli aineistoon tutustui tarkemmin. Järjestöt väittivät esimerkiksi vaikuttavansa paikalliseen päätöksentekoon ja jopa kulttuuriin sekä perinteisiin. Tämä voi herättää kysymyksen: ”Millä oikeudella järjestöt puuttuvat toisten maiden ja kulttuurien ominaisuuksiin?”

Tähän järjestöt pyrkivät vastaamaan painottamalla arvolutautuneita tavoitteita. Tämän teeman alta löytyi kolme erilaista diskurssia: *valistusdiskurssi*, *oikeusdiskurssi* ja *suojeludiskurssi*. Näiden motiivivoima perustui arvoihin. Valitus-, oikeus- ja suojeludiskurssien yhteydessä järjestöt käyttivät hyvin värikästä ja arvolutautunutta kieltä. Toimintaa kuvattiin *hyvänä*, *oikeana* tai *arvokkaana* ja järjestöt käyttivät vahvoja miellelyhtymiä luovia sanoja, kuten *suojella*, *pelastaa*, *turva*, *koti*, *oikeus* tai *kärsimys*.

Valistusdiskurssissa viitattiin koulutukseen, tieteeseen sekä tutkimukseen järjestöjen toimintaa ohjaavina periaatteina. Valistusdiskurssin sisällä käytettiin useita erilaisia legitimoitikeinoja. Instrumentaalisen rationalisoinnin kohdalla legitimizeettiä luotiin viittaamalla tavoitteisiin.

”UNICEF:n tavoitteena on taata jokaiselle lapselle mahdollisuus koulunkäyntiin.”

– Unicef

Elämän tosiasioihin viittaavat väittämät kuuluvat teoreettisen rationalisoinnin keinoihin:

”Koulutus on paras sijoitus lapsen tulevaisuuteen.” – Unicef

”Kehityksen tulee antaa ihmiselle mahdollisuuksia toimia omien oikeuksiensa toteuttamiseksi.” – Plan

Persoonatonta auktoriteettiä käytettiin kuitenkin yleisimmin. Tällöin auktoriteetti johtui asiantuntijuudesta tai tutkimustiedosta, joiden avulla toimintaa perusteltiin.

”Greenpeacen työ perustuu vankkaan tieteelliseen tutkimukseen. Mahdollisuudet käyttää hyväksi tieteellistä asiantuntemusta ja omia laboratorioresursseja varmistavat korkean ammattitaidon kaikessa toiminnassamme.” – Greenpeace

”Animalian työ pohjautuu sekä kokemukseen että tutkimustuloksiin. Animalia omaa monipuolisen asiantuntemuksen ja tietovarannon eläinten hyvinvointiin liittyvissä kysymyksissä.” – Animalia

”Amnesty tekee laajaa tutkimustyötä eri maiden ihmisoikeustilanteesta. Amnesty tekemästä tutkimustyöstä vastaavat hyvin koulutetut ammattilaiset ja asiantuntijat.” – Amnesty

”Kannanotot perustellaan huolellisesti ja niissä käytetään tutkittua tietoa. SLL:ssä seurataan aktiivisesti ympäristömuutoksia ja alan tieteellistä tutkimusta.” – SLL

Näiden lisäksi valistusdiskurssin alta oli löydettävissä myös viitteitä narratiiviseen legitimaatioon.

”Työ aloitettiin vaikeissa oloissa, jopa kurjuudessa uskoen kuitenkin kansalaisten yhteistyöhön, valistukseen ja lisääntyvän tiedon voimaan.” – MLL

Oikeusdiskurssissa korostettiin järjestön roolia toisten oikeuksien puolustajana ja niitä sortavien tahojen vastustajana. Tässä diskurssissa käytettiin hyvin värikästä ja arvokasta kieltä. Legitimaatio perustui usein moraalisen arviointiin, jossa toiminta yhdistettiin positiivisiin arvoihin, kuten suojelu, turvallisuus tai puolueettomuus.

”Varmistamme, että lapsen oikeudet terveyteen, koulutukseen ja suojeluun toteutuvat. Unicef puolustaa lapsen oikeutta elää turvallista elämää.” – Unicef

”Unicef vaikuttaa epätasa-arvoa ylläpitäviin rakenteisiin. Epätasa-arvoa ylläpitävät erilaiset kulttuurilliset ja sosiaaliset rakenteet, kuten perinteet ja uskomukset.” – Unicef

”Amnesty puolustaa vakaumuksensa ja mielipiteensä takia vainottuja vakaumukseen ja mielipiteeseen katsomatta.” – Amnesty

”Amnesty vaatii viranomaisilta ihmisoikeuksien huomioimista!” – Amnesty

”Animalia vastustaa sellaista eläinten kohtelua, joka aiheuttaa eläimille kärsimystä tai estää olennaisesti niiden lajityypillistä käyttäytymistä.” – Animalia

Myös oikeusdiskurssin puitteissa ilmeni narratiivisuuteen perustuvaa legitimaatiota, jossa toimijoita kuvattiin sankareina, voittajina, pelastajina, rikollisina, tuhoajina tai häviäjinä.

”Ympäristörikolliset eivät säikähdä neljää aktivistia kumiveneessä, vaan niitä kolmea miljoonaa lahjoittajaa, jotka tukevat Greenpeacea ympäri maailmaa niin rahallisesti kuin moraalisesti.” – Greenpeace

Suojeludiskurssin sisällä legitimaatio nojasi vahvasti moraaliseen arviointiin, ja siinä käytettiin usein arvolatautuneita sanoja kuten ”suojella”, ”pelastaa”, ”turva”, ”koti”. Suojelutyön tavoitteet esitettiin jälleen hyvin kunnianhimoisina ja järjestön toiminta koko maailman kannalta merkityksellisenä.

”Haluatko olla mukana pelastamassa jotain hyvin arvokasta?” – WWF

”Suojelemme luontoa sinunkin koti- ja mökkipaikkakunnallasi.” – SLL

”WWF:n tukijat ovat mukana pelastamassa maailman ainutlaatuisimpia luontokokonaisuuksia.” – WWF

”Ryhtymällä kuukausilahjoittajaksi olet mukana parantamassa kotimaan ja maailman lasten elämää.” – Pelastakaa Lapset

”Teemme jatkuvaa työtä, jotta lapset kaikkialla maailmassa saisivat elää terveinä ja turvassa.” – Unicef

”Unicef rakentaa lapsille turvaverkkoa.” – Unicef

”Punaisen Ristin tavoitteena on suojella elämää, terveyttä ja ihmisarvoa. Se edistää ihmisten välistä ymmärrystä, ystävyyttä, yhteistyötä ja pysyvää rauhaa.” – SPR

Oikeus- ja valistusdiskurssien tavoin myös suojeludiskurssin sisällä esiintyi narratiivisuuteen perustuvaa legitimoitua, jossa kuvataan tarinan muodossa esimerkillistä toimintaa järjestön parissa ja sen tavoitteiden hyväksi.

”Kun Punaisen Ristin kansainvälinen komitea joutui poistumaan väliaikaisesti vuonna 2003 Irakista terrori-iskun takia, Irakin Punaisen Puolikuun työntekijät ja vapaaehtoiset jatkoivat epäröimättä auttamistyötään luoteja ja tienvarsipommeja väistellen. He tekivät työtään kotonaan, omissa kylissään ja kaupungeissaan, kuten Punaisen Ristin ja Punaisen Puolikuun vapaaehtoiset kaikkialla maailmassa.” – SPR

5.5. Yhteisöllisyys

Yksi vapaaehtoistyöhön motivoivista tekijöistä on yhteisöllisyyden tarve tai yhteisön luoma paine. Yhteisöllisyys nousi myös aineistosta yhdeksi usein käsitellyksi teemaksi. Yhteisöllisyyden teemaan kuului *ryhmähenkidiskurssi*, *joukkovoimadiskurssi* ja *velvollisuusdiskurssi*.

Ryhmähenkidiskurssiin liittyi jäsenten yhteenkuuluvuuden ja yhdessä tekemisen korostaminen sekä sosiaalisten suhteiden kehittämisen painottaminen. Kuten aiemmissakin diskursseissa, tätä tehtiin joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti esimerkiksi käyttämällä runsaasti me-kieltä tai rakentamalla muilla tavoilla selkeää eroa ryhmän ja muiden välille.

Ryhmähenkidiskurssissa legitimoitua perustui usein moraaliseen abstraktioon, jossa vapaaehtoistoiminta liitettiin yhteisöön kuulumiseen ja yhteistyöhön. Taustalla vaikuttivat juuri yhteisöllisyyden ja yhteenkuuluvuuden kaipuu, johon järjestöt eri tavoin vetosivat.

”Toiminta tarjoaa mahdollisuuden tutustua uusiin ihmisiin.” – SPR

”SLL:ssä voi kokea kuuluvansa luontoa arvostavaan joukkoon.” – SLL

”Tervetuloa mukaan mahtavaan joukkoon!” – MLL ”

”Tervetuloa mukaan kummijoukkoihin!” – Pelastakaa Lapset

”Samanhenkisten ihmisten kanssa on mukava tehdä yhteistyötä.” – Pelastakaa Lapset

”Pidetään yhdessä huolta lapsista!” – Unicef

”Planissa teet monipuolisia tehtäviä iloisessa talkoohengessä.” – Plan

Plan loi yhteenkuuluvuutta nimittämällä jäseniään *PlanKansalaisiksi*. Plan luo itsestään kuvaa ylikansallisen toimijana, jonka jäsenet ovat ensisijaisesti Planin jäseniä, Planin nimisen ”valtion” kansalaisia, eivät maa- tai kulttuurirajat erota heitä toisistaan. Plan luo näin kuvaa vahvasta ja kiinteästä yhteisöstä, mikä vetoaa varmasti yhteisöllisyyttä arvostavaan lukijaan.

”PlanKansalaisena olet osa kansainvälistä Planin vapaaehtoisten joukkoa. Yhdessä haluamme antaa omaa aikaamme ja osaamistamme maailman lasten hyväksi.” – Plan

Jäsenten nimittäminen kansalaisiksi loi osaltaan kuvaa toiminnan demokraattisuudesta. Tätä demokraattista toimintamuotoa ja jäsenien vaikutusmahdollisuuksia painotettiin useammankin järjestön teksteissä.

”Jos koet yhteisöllisen toiminnan omaksesi, voit lähteä mukaan paikkakuntasi yhdistyksen hallinnointiin, varainhankintaan, viestintään ja vaikuttamistoimintaan.”
– Pelastakaa Lapset

”Liittymällä jäseneksi voit vaikuttaa yhdistyksen toimintaan niin päätöksentekovaiheessa kuin toiminnan toteuttamisessa.” – Pelastakaa Lapset

”Jäsenet johtavat maailmanlaajuisia järjestöä.” – SPR

”Jäsenenä voit vaikuttaa menemällä mukaan osaston toimintaan.” – SPR

”SLL:n toimintaan pääset vaikuttamaan paikallistasolla liittymällä jäseneksi.” – SLL

”Sinäkin voit vaikuttaa siihen, miten tehokkaasti Animalia toimii eläinten puolesta.”
– Animalia

Joukkovoimadiskurssissa korostettiin, että toiminta on mahdollista vain suuren joukon voimin ja joukon olevan kykeneväinen konkreettisten muutosten aikaansaamiseen. Järjestöt painottivat, että tarpeeksi monen ihmisen liittyessä joukkoon on vaikuttaminen mahdollista. Legitimaatiokeinona käytettiin useimmiten instrumentaalista rationalisointia, jossa vedottiin joukkovoiman olevan ainoa keino saavuttaa toivottuja tuloksia.

”Massiivinen kansanliike on tehokas tapa saada muutoksia aikaan. Tiedottamalla ja kehottamalla toimintaan joko kuluttajana, osakkeenomistajana tai mielipidejohtajana pyrimme laajentamaan kampanjatyötämme ja saamaan mukaan tukijäsentemme lisäksi myös suuren yleisön.” – Greenpeace

”Tulevaisuus on käsissämme!” – SLL

”Mitä suurempi on joukkomme, sitä paremmin äänemme kuuluu lainsäätäjille ja päättäjille ja sitä nopeammin saamme parannuksia eläinten oloihin.” – Animalia

”Paikallisella tasolla vaikuttaminen on kiinni yksilöstä, ryhmästä aktiivisia vapaaehtoisia, jotka haluavat olla mukana rakentamassa hyvää lapsuutta. Kun samoja asioita arvostavat kansalaiset yhdistävät voimansa, saadaan enemmän tulosta aikaan.” – MLL

Velvollisuusdiskurssi painotti lukijan velvollisuutta autettavia tai auttavaa yhteisöä kohtaan. Velvollisuutta painotettiin yleensä teoreettisen rationalisoinnin kautta kuvailemalla vapaaehtoistyötä tekeviä ihmisiä. Esimerkiksi SLL totesi kaikkien eettisesti tietoisien ihmisten olevan velvollisia osallistumaan toimintaan ja Unicef painotti kaikkien aikuisten velvollisuutta osallistua. MLL meni vielä pidemmälle väittämällä jokaisen ihmisen olevan velvollinen osallistumaan.

”Eettisesti tietoisena olentona ihmisellä on velvollisuus suojella luontoa.” – SLL

”Unicef korostaa hallitusten, perheiden ja jokaisen yksittäisen aikuisen velvollisuutta kunnioittaa lapsen oikeutta elää turvallista elämää.” – Unicef

”Tarvitaan myös kaikkien aikuisten yhteistä vastuuta. Jokaisella lapsella on oikeus hyvään lapseuteen – meistä aikuisista riippuu, toteutuuko se.” – MLL

Useampi järjestö vetosi vastuuseen epäsuorasti. Näin saatettiin tehdä esimerkiksi kehottamalla valitsemaan ”oma tapa” auttaa – olettaen, että jokin auttamisen tapa on valittava. Tällöin käytössä oli yleensä rationalisointilegitimaatio, joka kuvaa osallistumista ainoaksi keinoksi saavuttaa positiivisia tuloksia.

”Vapaaehtoistoiminnan kautta teet oman osasi maailman lasten hyväksi.” – Plan

”Jäsenyys Animaliaassa voi olla myös Sinun tekosi eläinten puolesta.” – Animalia

”Plan-kummina kannat kortesi kekoon oikeudenmukaisemman maailman puolesta ja edistät kehitysmaiden lasten oikeuksien toteutumista.” – Plan

”Jokainen voi löytää SLL:n kautta mieleisensä tavan vaikuttaa oma lähiluonnon ja yhteisen ympäristömme hyväksi!” – SLL

5.6. Pyyteetön auttaminen

Vapaaehtoistyön muutoksesta huolimatta pyyteetön auttaminen eli altruismi on yhä vahva syy osallistua vapaaehtoistoimintaan (Unger 1991, Rose-Ackerman 1997, Rehberg 2005). Aineistossani vetoaminen altruistisiin syihin oli kuitenkin vähäisempää kuin etukäteen olisi voinut ajatella. Valtaosa teksteistä painotti toiminnan harrastuksenomaisuutta ja siitä saatuja hyötyjä enemmän kuin altruismia tai auttamishalua osallistumiseen motivoivana tekijänä. Altruistisiin syihin vedottiin kahden erilaisen diskurssin kautta. Toinen oli *avunpyyntödiskurssi* ja toinen *tärkeysdiskurssi*.

Avunpyyntödiskurssiin liittyivät suora avun pyytäminen tai avun tarpeen korostaminen. Suorissa pyynnöissä legitimoitikeinona käytettiin moraalista abstraktiota, jossa osallistuminen rinnastetaan positiivisia arvoja sisältävään auttamiseen.

”Auta meitä auttamaan - tee lahjoitus!” – Animalia

”Auta Aasian unohdettuja lapsia.” – Plan

”Liittymällä jäseneksi autat meitä auttamaan.” – SPR

”Lahjoita ja auta lapsia, jotka joutuvat taistelemaan pysyäkseen hengissä.” – Unicef

”Anna erityisosaamistasi hyvään tarkoitukseen.” – Plan

Tarpeen korostaminen oli teksteissä hyvin yleistä. Vapaaehtoisjärjestöjen teksteissä korostettiin joko avun saajien tarvetta tai apua antavan järjestön tarvetta. Tällöinkin avunpyyntö liitettiin aina järjestön toiminnan toteuttamiseen.

Tarpeen kuvauksissa legitimaatiokeinona toimi useimmiten instrumentaalinen rationalisointi. Teksteissä juuri lukijan antama apu kuvattiin ainoaksi keinoksi auttaa tai saada aikaan positiivisia tuloksia.

”Maailman lapset tarvitsevat nyt tukeasi.” – Plan

”Olet sitten mies tai nainen, nuori tai vanha – sinua tarvitaan!” – Unicef

Avunpyyntödiskurssin sisällä käytettiin lisäksi teoreettista rationalisointia ja elämän tosiasioita legitimointikeinoina.

”Eläimet eivät itse voi puhua omasta puolestaan: ne tarvitsevat äänitorvekseen eläinten hyvinvoinnista välittävien ihmisten järjestön.” – Animalia

Tärkeysdiskurssi ei pelkästään antanut lukijalle valtaa, vaan myös ylisti lukijaa toiminnan kannalta tärkeäksi tekijäksi. Kuten edellä mainitussa tarpeen korostamisessa, myös tärkeiden korostamisessa käytettiin usein rationalisointia legitimointikeinona ja lukijan osallistumista kuvattiin ainoana keinona toivottujen tulosten aikaansaamiseksi.

Avun tärkeyttä korostettiin joko suoraan tai käyttämällä erilaisia metaforia. Metaforien avulla jotain asiaa kuvataan tai tehdään ymmärrettäväksi rinnastamalla se johonkin toiseen asiaan tai kokemukseen. Selitys pohjautuu usein johonkin perustavanlaatuisen kokemukseen tai tuntemukseen, esimerkiksi ihmisen omaan ruumiiseen. (Lakoff ja Johnson 1980, 117)

Aineistossani vapaaehtoistyön tärkeyden korostamisessa käytettiin hyväksi näitä ruumiillisia metaforia. Tässä tapauksessa metaforat vetoavat yleiseen ymmärrykseen elinten tärkeydestä ruumiin toiminnan ja elämän kannalta. Näin ollen osallistumisen rinnastaminen ruumiinosiin vahvisti mielikuvaa osallistumisen tärkeydestä.

”Sinun apusi on elintärkeää toiminnallemme.” – Animalia

”Jäsenet ja vapaaehtoiset ovat Punaisen Ristin selkäranka ja sydän.” – SPR

Toinen aineistossa ilmenevä metaforien kategoria liittyi muihin ihmisen perustarpeisiin, kuten ravintoon tai suojaan. Tässä tapauksessa metafora pohjautui lukijan käsitykseen maanviljelyn tai asumuksen tärkeydestä hänen omalle, jokapäiväiselle elämälleen. Lukija ymmärsi kivijalan tärkeyden talon kannalta, rakentamisen merkityksen suojan luomisessa ja työnsä hoitamisen tärkeyden pellolta saatavan sadon kannalta.

”Kummius on Planin työn kivijalka.” – Plan

”Rakennamme hyvinvointia.” – MLL

”Työsarkamme on valtava ja erilaisten ihmisten ja eri alojen osaajien tuoma tuki vapaaehtoisen työn kautta on äärimmäisen tärkeää.” – Greenpeace

Osa järjestöistä totesi suoraan työnsä olevan mahdotonta ilman vapaaehtoisten apua:

”Yksityishenkilöiltä saatava tuki on toimintamme edellytys.” – Amnesty

”Ilman lahjoittajiamme emme auttaisi yhtäkään lasta. Kaikki se, mitä saamme aikaan, on tukijoittemme ansiosta.” – Unicef

6. Johtopäätökset

Olen määritellyt viisi tärkeintä johtopäätöstä aineistoni analyysin perusteella. Ensimmäinen legitimointi vapaaehtoisjärjestöjen verkkoteksteissä perustuu vahvasti arvoihin ja suorat avunpyynnöt sekä auttamisvelvollisuuden korostaminen ovat toisarvoisessa asemassa. Toisekseen toiminnan tavoitteet ovat tärkeässä roolissa legitimoinnin välineinä. Tavoitteet esitetään usein hyvin kunnianhimoisessa muodossa ja niillä legitimoidaan ajoittain kyseenalaistakin toimintaa. Kolmas johtopäätökseni on se, että järjestöt luovat itsestään kuvaa aktiivisina yhteiskunnan jäseninä ja tärkeinä osanottajina kansallisessa ja kansainvälisessä päätöksenteossa. Neljänneksen järjestöt rinnastavat itsensä voimakkaasti yrityksiin ja korostavat toimintansa tehokkuutta ja taloudellista kannattavuutta. Lopuksi totean vapaaehtoistyön näyttäytyvän eräänlaisena tuotteena, jota järjestöt markkinoivat kuluttajan rooliin asettamilleen vapaaehtoisille.

Käyn seuraavaksi läpi kunkin näistä johtopäätöksistä ja lopuksi ehdotan aiheita jatkotutkimukselle.

6.1. Legitimointi perustuu arvoihin

Viidestä eri legitimaatiokategoriasta järjestöt käyttävät yleisimmin hyväkseen rationalisoinnin sekä moraalisen arvioinnin keinoja. Tekstien motivoiva voima perustuu siis hyvin vahvasti lukijan arvomaailmaan. Suorat avunpyynnöt sekä auttamisvelvollisuuteen vetoaminen on toisarvoisessa asemassa. Järjestöt olettavat, että vapaaehtoistyöhön osallistutaan pääsääntöisesti omien arvojen vuoksi.

Rationalisoinnin avulla toimintaan osallistuminen kuvataan usein ainoaksi keinoksi edistää lukijan tärkeiksi kokemia arvoja. Juuri lukijan osallistumisen ja tavoitteiden saavuttamisen välille luodaan kielellisin keinoin rationaaliselta vaikuttava syy-seuraussuhde. Näin ollen lukijan toivotaan olettavan, että osallistuminen on kaikkien kannalta hyödyllinen ja rationaalinen päätös.

Toinen yleisesti käytetty legitimointikeino, nimittäin moraalinen arviointi, pohjautuu myös arvoihin, mutta eksplisiittisemmin kuin rationalisointi. Siinä osallistumista ei pidetä rationaalisen pohdinnan tuloksena, vaan toimintaan osallistumista ohjaavat arvojen mukainen toiminta. Järjestö rinnastaa toimintansa vahvoja arvolatauksia sisältäviin

toimintoihin, kuten *auttamiseen, pelastamiseen, suojeluun, kouluttamiseen tai parantamiseen*. Toimintaa arvotetaan myös suoraan kuvaamalla sitä *tärkeäksi, hyväksi tai oikeaksi*. Näin vedotaan lukijan tärkeiksi kokemuksiin arvoihin ja luotetaan hänen haluavan osallistua toimintaan niiden hyväksi.

Lukijan henkilökohtaisiin arvoihin luottaminen näkyy myös suorien avunpyyntöjen tai auttamisvelvollisuuden korostamisen suhteellisena vähyytenä. Perinteisesti vapaaehtoisjärjestöjen viestinnän oletetaan vetoavan pyyteettömään auttamishaluun tai velvollisuuteen, jonka taustalla on usein tiettyyn yhteisöön kuuluminen. Viitteitä tähän perinteiseen vapaaehtoistyön puhetyyliin on yhä löydettävissä aineistostani. Järjestöt vetoavat yhä altruismiin tai empatiaan avun tarvitsijoita kohtaan perustellessaan osallistumista. Lisäksi auttamisvelvollisuuteen vedotaan suoraan tai epäsuorasti useammankin järjestön teksteissä. Altruismi ja velvollisuus ovat kuitenkin odotettua pienemmässä roolissa tutkimieni järjestöjen legitimoinnissa.

6.2. Toimintaa oikeutetaan tavoitteiden avulla

Taustalla vaikuttavat arvot toimivat paitsi motivaatioperusteina lukijalle myös oikeutuksena järjestön toiminnalle. Järjestöt kuvaavat toimintaansa painottaen vahvasti tulevaisuutta ja toimintansa tavoitteita. Nämä tavoitteet ovat usein vahvasti arvolatautuneita ja lukijan oletetaan hyväksyvän ne ilman tarkempia perusteluita. Tavoitteiden saavuttaminen kuvaillaan usein mahdottomaksi ilman lukijan apua, jolloin legitimointi perustuu instrumentaaliseen rationalisointiin.

Kaikki järjestöt kuvailevat verkkosivuillaan toimintansa tavoitteita. Nämä tavoitteet on usein kuvattu hyvin kunnianhimoisina, usein jopa liioiteltuina. Näin rakennetaan mielikuvaa järjestön toiminnan onnistumisen merkityksellisyydestä koko maailmalle ja kaikille ihmisille. Järjestöt kuvaavat olevansa tärkeässä roolissa niin kansallisessa kuin kansainvälisessäkin päätöksenteossa. Oman toiminnan laajuuden ja tärkeyden korostaminen lisää osaltaan järjestön uskottavuutta ja auktoriteettia.

Tavoitteiden laajuus johtaa siihen, että myös toiminta niiden saavuttamiseksi tapahtuu laajalla toimikentällä. Useat järjestöt kuvaavat vaikuttavansa paikalliseen päätöksentekoon ja jopa kulttuuriin ja tapoihin monissa eri maissa. Järjestöt asettavat näin itsensä

ylkansallisen auktoriteetin rooliin, joka tietää, mikä on oikein ja väärin kaikkialla maailmassa. Nämä perustelut nojaavat vahvasti länsimaiseen ajattelutapaan, sillä niissä painotetaan vahvasti esimerkiksi yksilön oikeuksia sekä koulutusta. Jonkun muun diskurssin sisällä samat legitimaatiotavat eivät välttämättä toimisi lainkaan. Tekstit on siis suunnattu vahvasti länsimaista, individualistista ajatusmaailmaa arvostavalle lukijalle.

6.3. Järjestöt kuvataan aktiivisina yhteiskunnan jäseninä

Järjestöt luovat itsestään kuvaa itsenäisinä ja aktiivisina yhteiskunnan jäseninä, jotka toimivat muiden päättäjien kanssa yhteistyössä niistä riippumattomina toimijoina. Järjestöt korostavat verkkosivujensa teksteissä auktoriteettiaan kuvaamalla oman toimintansa laajuutta ja vaikuttavuutta ja vetoamalla ulkopuolisiin auktoriteetteihin, joiden kanssa tehty yhteistyö vakuuttaa myös lukijalle toiminnan olevan legitiimiä.

Järjestöt korostavat toistuvasti olevansa aktiivisia ja nopealiikkeisiä. Tämä kuvaus vetoaa nykyaikaisen yhteiskunnan jäseniin, joille aika on rahaa eikä sitä sovi hukata. Toiminnan tuloksellisuus on tärkeää eikä hidastelu tai tehottomuus ole suotavaa järjestökentälläkään.

Järjestöt korostavat omaa auktoriteettiaan toisaalta korostamalla olevansa tasavertainen neuvottelukumppani muiden yhteiskunnan päättäjien kanssa ja osallistuvansa aktiivisesti yhteiskunnan päätöksentekoon. Toisaalta järjestöt korostavat riippumattomuuttaan muista toimijoista. Näin ne rakentavat itsestään kuvaa itsenäisinä ja vakavasti otettavina yhteiskunnan jäseninä, jotka ovat kykeneväisiä vaikuttamaan tärkeiksi kokemiinsa asioihin. Lukijalle todistellaan samalla, että juuri kyseisen järjestön kautta hänellä on mahdollisuus aidosti vaikuttaa tärkeäksi kokemiensa asioiden puolesta.

Demokraattisuus on vahvasti näiden tekstiosioiden taustalla vaikuttavana arvona. Järjestön sisäistä päätöksentekoa kuvataan usein demokraattisena ja jäsenien osallistumismahdollisuutta korostetaan. Jokaisen jäsenen luvataan pääsevän mukaan sisäiseen päätöksentekoon ja vaikuttamaan järjestön toimintaan – kunhan vain lähtee mukaan toimintaan. Järjestöt kuvataan myös äänitorvina laajemmassa yhteiskunnallisessa keskustelussa ja lukijalle luvataan hänenkin äänensä kuuluvan päättäjille asti järjestön toimintaan osallistumisen kautta. Usko demokraattiseen päätöksentekoon sekä kansanvaltaan kirjoittuu näihin teksteihin. Tässä yhteydessä on myös yleistä korostaa

joukkovoimaa ja perustella lukijalle, että hänen osallistumisensa on tärkeää koko vapaaehtoisryhmän onnistumisen kannalta yhteiskunnallisessa keskustelussa.

6.4. Järjestöt rinnastetaan yrityksiin

Järjestöjen verkkotekstit muistuttavat monilta osin yritysmaailman tekstejä. Järjestöt käyttävät viestinnässään yritysmäistä kieltä, ja toimintaa kuvataan strategisena, tehokkaana ja taloudellisesti järkevänä. Näin järjestöt rinnastavat itsensä yrityksiin, joihin usein liittyy positiivisia mielikuvia tehokkuudesta ja taloudellisesta kannattavuudesta. Tämäkin legitimoii osaltaan järjestöjen toimintaa yhteiskunnan jäsenenä. Toisaalta kuvaamalla itseään yritysmäisinä toimijoina järjestöt vakuuttavat lukijoilleen käyttävänsä lahjoitettuja resursseja järkevästi ja olevansa kykeneväisiä ajamaan tärkeäksi nimeämiään asioita.

Legitimointikeinona yritysmäisessä tekstissä käytetään useimmiten rationalisointia, jolloin juuri kyseisen järjestön toimintaan osallistumista kuvataan tehokkaimmaksi tavaksi auttaa. Toiminnan tehokkuutta kuvataan joko suoraan nimeämällä järjestö tuloksettaaksi tai aikaansaavaksi. Toinen tapa on esittää toiminnan tuloksia eräänlaisina todisteina siitä, että järjestön toiminnalla saadaan jotain aikaiseksi. Nopeus, aktiivisuus ja ketteryys ovat toistuvasti käytettyjä adjektiiveja järjestön toimintaa kuvatessa. Järjestö luo itsestään kuvaa yhtenäisenä ja nopealiikkeisenä toimijana, jonka kaikki jäsenet tähtäävät samaan päämäärään ja toimivat yhtä aktiivisesti sen saavuttamiseksi.

Toiminnan strategisuus on vahva teema järjestöjen verkkoteksteissä. Toiminnan tavoitteet on kirjattu usein hyvinkin tarkasti. Moni järjestöistä käyttää nimenomaan termejä *strategia*, *visio* tai *missio*. Monella on myös erikseen määritelty lyhyen ja pitkän aikavälin tavoitteet. Useat järjestöt esittelevät lisäksi tapoja, joilla he seuraavat näiden tavoitteiden saavuttamista tai päätöksentekotapoja, joilla uusia tavoitteita asetetaan. Toimintaa kuvataan suunnitelmallisena ja järjestäytyneenä, ja järjestöt kuvaavat itseään oman toiminta-alueensa ammattilaisina. Usein vedotaan myös asiantuntijuuteen tai tieteelliseen tutkimukseen toimintaa oikeuttavina perusteluina, jolloin legitimaatiostrategiana toimii auktoriteetti.

Vaikka järjestöt toimivat enemmän tai vähemmän lahjoitusten varassa, ne kokevat tärkeäksi todistaa, että näitä lahjoitettuja varoja käytetään mahdollisimman järkevästi

toiminnan hyväksi. Lähes kaikilla järjestöillä on verkkosivuillaan erillinen osio, jossa toiminnan rahoitusta kuvataan erilaisten taulukoiden, tunnuslukujen ja kuvaajien avulla. Näissä osioissa esitetään tarkkoja tietoja esimerkiksi varainhankinnan kuluista, tulojen ja menojen jakautumisesta sekä siitä, mitä kullakin lahjoitetulla summalla saa aikaiseksi. Järjestöt käyttävät verkkosivuillaan talousteksteistä tuttuja termejä, kuten *kustannustehokkuus*, *resurssien allokointi* tai *investointien takaisinmaksuaika*.

6.5. Vapaaehtoistoimintaa kuvataan tuotteena

Yritysmäisyyden hengessä vapaaehtoistoimintaa kuvataan usein eräänlaisena tuotteena tai palveluna, jota järjestöt markkinoivat vapaaehtoistoimintaan osallistumista harkitsevalle lukijalle. Potentiaaliset vapaaehtoiset asetetaan usein kuluttajan rooliin ja heidän valinnanvapauttaan ja valta-asemaansa korostetaan. Tuotetta, eli vapaaehtoistoimintaa, kuvaillaan hauskana harrastuksena ja siihen osallistumisesta kerrotaan syntyvän paljon erilaisia hyötyjä vapaaehtoiselle itselleen.

Osa järjestöistä nimeää vapaaehtoistoiminnan suoraan harrastukseksi, osa kuvailee sitä muuten hauskana ajanvietteenä. Kuvauksiin liittyy usein mainosmaisia piirteitä, joiden avulla toiminnasta saatuja hyötyjä korostetaan. Näitä hyötyjä voivat olla esimerkiksi uudenlaisten taitojen oppiminen tai sosiaalisten verkostojen laajentaminen. Vapaaehtoistyöstä voi saada myös konkreettisia hyötyjä ja toisaalta sitä kuvataan usein elämyksenä tai seikkailuna.

Lukija eli potentiaalinen vapaaehtoinen asetetaan järjestöjen verkkosivujen teksteissä usein kuluttajan rooliin. Hänen valinnanvapauttaan ja valta-asemaansa korostetaan monin tavoin. Järjestöt näyttäytyvät eräänlaisina yrityksinä, jotka markkinoivat monia tuotevaihtoehtojaan kuluttajalle eli potentiaaliselle vapaaehtoiselle. Vapaaehtoistyötä kuvataan helpoksi ja vaivattomaksi ja siihen osallistumista antoisaksi.

Markkinatalouden puhetyyli on siis tavoittanut myös vapaaehtoisjärjestöt. Nykyajan refleksiivisiin kuluttajiin ei enää tehoa avun aneleminen tai auttamisvelvollisuudesta muistuttaminen, vaan järjestöjen on muutettava omaa viestintäänsä vastaamaan kuluttajan toiveita. Markkinointi- ja yritysviestintä tuotteineen, hyötyineen ja valinnanvapauksineen on monelle tutumpaa kuin yhteisön tarpeeseen tai yhteisölliseen velvollisuuteen perustuva

viestintä. Muuttamalla viestintäänsä järjestöt tuntuvat etsivän yhteistä säveltä nykyajan individualistisen vapaaehtoistyöntekijän kanssa ja esittämään vapaaehtoistyön hyödyllisenä ja rationaalisenä vaihtoehtona.

6.6. Yhteenveto

Olen tämän työn aikana vastannut kahteen tarkentavaan tutkimuskysymykseen esitellessäni analyysini tuloksia. Aineistosta tunnistettiin 17 erilaista diskurssia, joista jokainen luo omalta osaltaan kuvaa vapaaehtoistoiminnasta ja vapaaehtoisjärjestöistä. Olen myös kuvaillut kunkin diskurssin kohdalla ilmenneitä legitimoitikeinoja, ja miten ne konkreettisesti esiintyvät teksteissä. Yleisimmät legitimaatiokeinot olivat rationaalisuus, moraalinen arviointi sekä auktoriteetti.

Pääasiallinen tutkimuskysymykseni kuitenkin oli:

- (1) ”Miten motivaatiota vapaaehtoistyötä kohtaan luodaan ja ylläpidetään vapaaehtoisjärjestöjen verkkoteksteissä?”

Vastatakseni tähän kysymykseen on edellä esitetyistä johtopäätöksistä vielä muodostettava koherentti yhteenveto.

Työn alussa todettiin, ettei motivaatiota pysty luomaan tyhjästä tai synnyttämään pelkillä kielellisillä keinoilla, elleivät ne ota huomioon motivaatioon vaikuttavia henkilökohtaisia tekijöitä. Jaoin nämä tekijät neljään luokkaan, jotka olivat *altruismi*, *yhteisöllisyys*, *arvot* sekä *henkilökohtaiset hyödyt*.

Vapaaehtoisjärjestöt käyttävät kaikkia näitä henkilökohtaiset motivaation perusteita hyväkseen verkkosivuillaan. Kaikkein yleisimmin käytössä ovat erilaiset *arvot*, joihin vedotaan joko suoraan tai implisiittisesti. Tavoitteiden painottaminen sekä arvolatautuneiden ilmaisujen käyttö tähtää arvoperusteiseen motivointiin. Järjestöt käyttävät verkkosivujensa teksteissä myös runsaasti itsestäänselvyyksiltä vaikuttavia väittämiä, jotka perustuvat johonkin jaettuun arvoon. Suurin osa verkkosivujen teksteistä sisältää joitain taustaoletuksia lukijan arvomaailmasta.

Järjestöjen tehokkuuden, taloudellisuuden ja yhteiskunnallisen vaikuttavuuden korostaminenkin liittyvät osaltaan arvoihin. Järjestöt tuntuvat oletettavan lukijan arvostavan toiminnan strategisuutta ja tehokkuutta sekä aktiivista vaikuttamista tärkeisiin asioihin. Näin ollen lukija motivoituu tukemaan sellaista järjestöä, jonka hän kokee aktiiviseksi ja vaikutusvaltaiseksi toimijaksi, joka käyttää hänen lahjoittamiaan resursseja tehokkaasti.

Ylevien arvojen lisäksi järjestöt korostavat toiminnasta saatavia henkilökohtaisia *hyötyjä* luodessaan motivaatiota. Vapaaehtoistoiminnan kuvaaminen tuotteena tai harrastuksena ja lukijan asettaminen kuluttajan rooliin pyrkivät motivoimaan henkilökohtaisia hyötyjä arvostavaa vapaaehtoistoimijaa. Hyötyjä arvostava henkilö ei osallistu vapaaehtoistoihintaan pääasiallisesti auttaakseen muita tai koska kokisi sen olevan hänen velvollisuutensa. Hän kaipaa valinnanvapautta ja vaikuttamismahdollisuuksia ja etsii hauskaa ja helppoa tekemistä. Näitä vapaaehtoisia järjestöt pyrkivät motivoimaan käyttämällä mainosmaista puhetapaa, jossa korostetaan toiminnan vaivattomuutta ja vapaaehtoisten valtaa.

Kolmas motivaatioperuste on *yhteisöllisyys*. Järjestöt pyrkivät motivoimaan yhteisöllisyyttä kaipaavia vapaaehtoisia luomalla itsestään kuvaa kiinteänä yhteisönä ja painottamalla yhdessä tekemistä, joukkovoimaa ja sosiaalisten verkostojen kasvattamisen mahdollisuutta toiminnan parissa. Yhteisöllisyyden tunnetta luodaan tekemällä selkeä jako jäsenten ja ei-jäsenten välille esimerkiksi käyttämällä runsaasti me-kieltä. Yhteisöllisyyteen perustuvaa motivaatiota luodessaan järjestöt painottavat myös järjestön sisäisiä vaikutus- ja osallistumismahdollisuuksia. Yhteisöllisyydestä kiinnostunut vapaaehtoinen motivoituu toimintaan, jossa voi toimia ryhmässä ja vuorovaikuttaa muiden kanssa. Toisaalta yhteisöllisyyteen liittyy myös velvollisuus yhteisöä kohtaan ja joskus motivaatio perustuu enemmän velvollisuudentuntoon kuin aktiiviseen osallistumishalukkuuteen.

Vaikka *pyyteetön auttamishalu* ei enää useinkaan ole pääasiallinen syy osallistua vapaaehtoistoihintaan, on aineistosta silti löydettävissä altruismiin pohjautuvaa motiivointia. Selkeimmin tämä käy ilmi suorissa avunpyynnöissä, joita jotkin aineiston järjestöt verkkosivuillaan esittävät. Altruismiin perustuvaa motivaatiota luodaan myös painottamalla avun tärkeyttä sen saajalle tai avun tarvetta. Toisaalta empatian herättäminen kuvaamalla avun kohteiden kärsimystä tai epätoivoa voi myös toimia motivaatiokeinona.

Kaiken kaikkiaan aineistossani vedotaan runsaasti ja monipuolisesti kaikkiin neljään eri motivaatioperusteeseen. Mielenkiintoista on myös se, että useimmiten sama järjestö käyttää kaikkia motivaatioperusteita sekaisin verkkosivuillaan, vaikka osa niistä on selkeässä ristiriidassa keskenään. Esimerkiksi altruistinen ihminen voisi paheksua liiallista henkilökohtaisten hyötyjen painottamista ja päinvastoin. Järjestöt ovat kuitenkin selkeästi valmiita ottamaan tämän riskin ja vaikuttaa siltä, että ne haluavat ennemmin tarjota jotain kaikille kuin profiloitua selkeästi tietyn tyyppiseksi järjestöksi jäsentensä motivaation perusteella.

6.7. Ehdotuksia jatkotutkimukselle

Järjestöjen verkkoteksteihin tutustuessa niistä nousee esiin hyvin mielenkiintoisia asioita, joihin kaikkiin tämän työn yhteydessä ei ole ollut mahdollista tarkemmin paneutua. Esimerkiksi järjestön oikeus puuttua muiden kulttuurien tapoihin voisi olla yksi teema, johon jatkotutkimus voisi tarkemmin keskittyä.

Itse keskityin tutkimuksessani vain kirjoitettuun tekstiin verkkosivuilla. Nämä verkkosivut ovat kuitenkin hyvinkin visuaalisia ja muiltakin elementeiltaan rikkaita kokonaisuuksia. Jatkotutkimusta voisi tehdä myös keskittymällä esimerkiksi verkkosivujen visuaaliseen viestintään ja kuvamaailmaan. Keskittyminen muihinkin kielellisiin keinoihin kuin legitimaatiostrategioihin voisi olla mielenkiintoista. Järjestöt käyttävät teksteissään erilaisia metaforia ja analogioita, joiden tutkiminen voisi valottaa järjestöjen viestintää entisestään.

Tämän lisäksi vertailevat tutkimukset tietyn järjestön viestinnän muutoksesta ajallisesti voisivat olla mielenkiintoisia. Toisaalta vertailua voisi tehdä myös eri aloilla toimivien järjestöjen välillä tai eri maiden järjestömaailman viestinnän välillä. Vapaaehtoistoiminnalla on hyvin erilainen historia ja asema Suomessa kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa. Vertailu eri maiden järjestöjen viestinnän välillä olisi täten myös mahdollinen jatkotutkimuksen kohde.

Lähteet

Berger, Peter L. & Luckman, Thomas 1966. *The social construction of reality*. Harmondsworth: Penguin.

Bussell, Helen & Forbes, Deborah 2001. Understanding the volunteer market: The what, where, who and why of volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7:3, 244–257.

Clary, E. Gil & Snyder, Mark 1999. The Motivation to Volunteer: Theoretical and Practical Considerations. *Current directions in Psychological Science*, 8:5, 156–159.

Fairclough, Norman 2003. *Analysing discourse. Textual analysis for social research*. London: Routledge.

Fisher, Robert J. & Ackerman, David 1998. The Effects of Recognition and Group Need on Volunteering: A Social Norm Perspective. *Journal of Consumer Research*, 25:3, 262–275.

Frey, Bruno S. & Goette, Lorenz 1999. *Does pay motivate volunteers?* Working paper No.7. Institute for Empirical Research in Economics, University of Zurich.

Goodwin, Cathy; Fisher, Robert; Hill, Ronald Paul & Bendapudi, Neeli 2001. Identity-based motivations for volunteering. *American Marketing Association. Conference Proceedings*; 2001; 12.

Helander, Voitto & Laaksonen, Harri 1999. *Suomalainen kolmas sektori: rakenteellinen erittely ja kansainvälinen vertailu*. Helsinki: Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto.

Holvas, Jakke (haastattelija) & Siikasalmi, Sari (haastateltava), 2012. *Ylen aamu-tv, tänään otsikoissa 4.12.2012*. [Televisiohaastattelu, katsottavissa 4.12.2013 saakka osoitteessa: <http://areena.yle.fi/tv/1760741>]

Humphreys, Michael & Brown, Andrew D. 2002. Narratives of Organizational Identity and Identification: A Case Study of Hegemony. *Organization Studies* 23:3, 421–447.

Hustinx, Lesley & Lammertyn, Frans 2003. Collective and Reflexive Styles of Volunteering: A Sociological Modernization Perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Non-profit Organizations*, 14:2, 167–187.

Hybels, Ralph C. 1995. On legitimacy, legitimation, and organizations: A critical review and integrative theoretical model. *Academy of Management Best Papers Proceedings*, 241–245.

International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, the Inter-Parliamentary Union and United Nations Volunteers 2004. *Volunteering and legislation: A guidance note*. Saatavilla osoitteessa: http://www.ipu.org/PDF/publications/volunteer_en.pdf
[Luettu 25.3.2013]

Jokinen, Arja; Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero 1993. *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.

Joutsenvirta, Maria & Vaara, Eero 2009. Discursive (de)legitimation of a contested Finnish green-field investment project in Latin America. *Scandinavian Journal of Management*, 25, 85–96.

Konttinen, Esa 2008. *Kolmas sektori*. Jyväskylän yliopiston Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali Saatavilla osoitteessa: <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/kolmas-sektori>
[Luettu 10.2.2013]

Laasanen, Juhani (2011). *Raportteja 70: Vapaaehtoistyön kansantaloudelliset vaikutukset*. Helsingin Yliopisto, Ruralia-Instituutti. Saatavilla osoitteessa: <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja70.pdf>
[Luettu 9.3.2013]

Lakoff, George & Johnson, Mark 1980. *Metaphors we live by*. Chicago, London: The University of Chicago Press.

Luukka, Minna-Riitta 2000. *Näkökulma luo kohteen: diskurssitutkimuksen taustaoletukset*. Sajavaara, Kari & Piirainen-Marsh, Arja (toim.), Kieli, diskurssi & yhteisö s.133–160. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Nickson, Dennis; Warhurst, Chris; Dutton, Eli & Hurrell, Scott 2008. A job to believe in: recruitment in the Scottish voluntary sector. *Human Resource Management Journal*, 18:1, 20–35.

Peltosalmi, Juha; Hakkarainen, Tyyne; Särkelä, Riitta & Eronen, Anne 2012. *Järjestöbarometri 2012*. SOSTE Suomen sosiaali- ja terveys ry. Helsinki 2012. Saatavilla osoitteessa: http://www.soste.fi/media/pdf/julkaisut/jarjestobarometri_2012.pdf
[Luettu 11.2.2013]

Pietikäinen, Sari 2000. *Kriittinen diskurssitutkimus*. Sajavaara, Kari & Piirainen-Marsh, Arja (toim.), Kieli, diskurssi & yhteisö s.191–218. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Pitkäranta, Ari 2010. *Laadullisen tutkimuksen tekijälle: Työkirja*. Satakunnan AMK. Saatavilla osoitteessa: http://www.samk.fi/download/13153_Laadullisen_tutkimuksen_tyokirja_APitkaranta.pdf
[Luettu 15.3.2013]

Potter, Jonathan & Wetherell, Margaret 1989. *Discourse and social psychology: Beyond attitudes and behavior*. (Ensimmäinen painos 1987). London: Sage.

Prouteau, Lionel & Wolff, Francois-Charles 2008. On the relational motive for volunteer work. *Journal of Economic Psychology*, 29, 314–335.

Rehberg, Walter 2005. Altruistic Individualists: Motivations for International Volunteering Among Young Adults in Switzerland. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 16:2, 109–122.

Reyes, Antonio 2011. Strategies of legitimation in political discourse: From words to actions. *Discourse Society*, 2011:22, 781–807.

Rose-Ackerman, Susan 1997. Altruism, ideological entrepreneurs and the non-profit firm. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 8:2, 120–134.

Schram, Vicki R. & Dunsing Marilyn M. 1981. Influences on Married Women's Volunteer Work Participation. *Journal of Consumer Research*, 7:4, 372–379.

Snyder, Mark (1993). Basic research and practical problems: The promise of a “functional” personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19:3, 251–264.

Smith, Karen A. & Cordery, Carolyn 2010. *What works? A systematic review of research and evaluation literature on encouragement and support of volunteering*. Victoria University of Wellington, New Zealand. Saatavilla osoitteessa: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1761655> [Luettu 21.4.2013].

Steffek, Jens 2003. The legitimation of international governance: A discourse approach. *European Journal of International Relations*, 9, 249–275.

St. Amant, Kirk & Sapienza, Filipp 2011. *Culture, communication, and cyberspace: rethinking technical communication for international online environments*. Amityville, N.Y. : Baywood Pub. Co. Saatavilla osoitteessa: <http://site.ebrary.com/lib/aalto/docDetail.action?docID=10613415> [Luettu 20.4.2013]

Suchman, Mark C. 1995. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *The Academy of Management Review*, 20:3, 571–610.

Suoninen, Eero 1993. Kielen käytön vaihtelevuuden analysoiminen. Jokinen, Arja; Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero. *Diskurssianalyysin aakkoset* s. 48–74. Jyväskylä: Vastapaino.

Taloussanomat 2012. *8 syytä, miksi Google tai Apple ei ikinä palkkaa sinua.* (Julkaistu 9.2.2012) Saatavilla osoitteessa: <http://www.taloussanomat.fi/tyo-ja-koulutus/2012/02/09/8-syyta-miksi-google-tai-apple-ei-ikina-palkkaa-sinua/201222821/139>
[Luettu 3.5.2013]

Tilastokeskus 2012. *Suomen väkiluku kasvoi eniten 20 vuoteen.* (Julkaistu 16.3.2012) Saatavilla osoitteessa: http://www.stat.fi/til/vaerak/2011/vaerak_2011_2012-03-16_tie_001_fi.html
[Luettu 4.5.2013]

Unger, Lynette S. 1991. Altruism as a motivation to volunteer. *Journal of Economic Psychology*, 12, 71–100.

Vaara, Eero & Monin, Philippe 2010. A recursive perspective on discursive legitimation and organizational action in mergers and acquisitions. *Organization Science*, 21:1, 3–22.

Vaara, Eero & Tienari, Janne 2002. Justification, legitimization and naturalization of mergers and acquisitions: A critical discourse analysis of media texts. *Organization* 9:2, 279–304.

Vaara, Eero & Tienari, Janne 2008. A discursive perspective on legitimation strategies in multinational corporations. *Academy of Management Review*, 33:4, 985–993.

Vaara, Eero; Tienari, Janne & Laurila, Juha 2006. Pulp and paper fiction: On the discursive legitimation of global industrial restructuring. *Organization Studies*, 27, 789–810.

Van Leeuwen, Theo & Wodak, Ruth 1999. Legitimizing immigration control: A discourse-historical analysis. *Discourse Studies*, 1:1, 83–118.

Van Leeuwen, Theo 2007. Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, 1:1, 91–112.

Aineiston tuottaneiden yritysten internetsivut

Amnesty International Suomi 2013. <http://www.amnesty.fi/>

Animalia 2013. <http://www.animalia.fi/>

Greenpeace Suomi 2013. <http://www.greenpeace.org/finland/fi/>

Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2013. <http://www.mll.fi/>

Pelastakaa Lapset ry 2013. <http://www.pelastakaalapset.fi/>

Plan Suomi -säätiö 2013. <http://www.plan.fi/>

Suomen luonnonsuojeluliitto 2013. <http://www.sll.fi/>

Suomen Punainen Risti 2013. <http://www.punainenristi.fi/>

Unicef Suomi 2013. <http://www.unicef.fi/>

WWF 2013. <http://wwf.fi/>