

# VINKKEJÄ KUNTAVAALIEN KAMPANJOINTIIN VALINTAMUOTOILUN POHJALTA

*Markus Kanerva, Valintamuotoilijat*

Valintamuotoilu pohjautuu käyttäytymistieteiden tarjoamalle monipuoliselle ymmärrykselle yksilöistä ja ryhmistä päätöksentekijöinä. Tutkimusten perusteella tiedetään, että ihminen on epärationaalinen, arvopohjainen ja muut ihmiset huomioiva päätöksentekijä, jota myös erilaiset tunnetilat ohjailevat. Ihmiset toimivat yllättävän ennakoitavasti erilaisissa valintatilanteissa ja tutkimustietoa soveltaen voidaan luoda keinoja vaikuttaa ihmisten valintoihin ja käyttäytymiseen. Sopivasti muotoilemalla valintatilanteita voidaan siis ohjata ihmisten toimintaa.

Tähän artikkeliin on koottu valintamuotoiluun pohjautuvia vaikuttamiskeinoja, joista voi olla apua vaalityössä ja kampanjoinnissa.

1

## OSOITA, ETTÄ OLET SUOSITTU

*Ihmiset ovat sosiaalisia ja yhteisöllisiä, minkä seurauksena meille on tärkeää tietää, miten muut ihmiset ja erityiset meidän viiteryhmämme toimivat ja ajattelet. Menemme mielellään lauman mukana ja pyrimme toimimaan yleisesti hyväksyttävillä tavoilla.*

- Jos olet ollut ehdolla jossain vaaleissa aiemmin, kannattaa nyt kertoa, kuinka monta ihmistä on sinua aiemmin äänestänyt, vaikka kyseessä ei olisikaan ollut samat vaalit.
- Jos et ole ollut ehdolla aiemmin, voit kerätä listan henkilöistä, jotka tukevat sinua ja julkaista listan kampanjasivustollasi. Voit myös viitata tukihenkilöiden määrään muissa kampanja-aineistoissasi ilman että liität listaasi mukaan. Tärkeää on kuitenkin se, että tukijoukkosi lista on helposti saatavilla, jos viittaat siihen.

## 2

### VAHVISTA IHMISTEN OLEMASSA OLEVIA NÄKEMYKSIÄ

*Ihmiset hyväksyvät parhaiten uuden tiedon, joka vastaa heidän ennakkokäsityksiään. He myös etsivät tietoa, joka vahvistaa heidän nykytietämystään.*

- Kampanjointityössä kannattaa keskittyä voittamaan ääniä mahdollisimman saman henkisten joukosta kuin itse olet. Kerro heille asioita, joita he haluavat kuulla.
- Eri mieltä olevia on vaikea käännöyttää puolellesi, joten älä tuhlaa aikaasi heihin kampanjatyössä vaaliteltoilla.

## 3

### HANKI USKOTTAVA SUOSITTELIJA

*Uskomme viestiä paremmin, jos viestin välittää joku, kehen luotamme tai ketä arvostamme.*

- Pyri saamaan itsellesi tukija, joka on kohderyhmäsi hyväksymä ja arvostama, ja jota voit käyttää suosittelijanasi kampanjamateriaaleissa.

## 4

### TUO ESIIN ERINOMAISUUTESI MUISTA YHTEYKSISTÄ

*Kun arvioimme jonkun henkilön kyvykkyyttä jossakin asiassa (esimerkiksi toimia kuntapäätäjänä), meihin vaikuttaa näkemyksemme kyseisen henkilön muista ominaisuuksista (menestyvä yrittäjä tai mukava ihminen). Oletamme yhden asian osaamisen tekevän ihmisestä hyvän muissakin asioissa. Jo se, että henkilö näyttää kauniilta tai huolitellut, luo alitajunnassamme mielikuvan hänestä muutenkin hyvänä henkilönä.*

- Jos olet erityisen hyvä jossain asiassa tai tunnettu esimerkiksi menestyvänä yrittäjänä tai kyvykkäänä järjestötoimijana, muista tuoda se esiin.
- Aikaisempien luottamustoimien esittäminen voi antaa kuvan sinusta osaava ihmisenä, mutta myös suosittuna - onhan sinut jo aiemmin valittu johonkin (ks. kohta 1).
- Huolehdi, että sinusta otetut kuvat ovat huoliteltuja ja mainosmateriaalisi viimeisteltyjä.

**5**

## KERRO TAVOITTEESI SELKEÄSTI JA YKSINKERTAISESTI

*Tiedon lisääminen ei automaattisesti ohjaa käytöstä haluttuun suuntaan. Liika tieto vaikeuttaa päätöksentekoa ja heikentää muistamista sekä keskittymistä tärkeimpiin asioihin.*

- Tiivistä kampanjaasi liittyväsi viestit mahdollisimman selkeiksi ja yksinkertaisiksi.

**6**

## TOISTA SAMAA VIESTIÄ

*Mitä enemmän altistumme jollekin väitteelle tai ajatukselle, sitä todemmaksi ja uskottavammaksi se kehittyy mielessämme. Mitä tutumpi jokin asia on meille, sen todennäköisemmin myös pidämme siitä.*

- Keskity toistamaan samaa viestiä tai teemaa kampanjassasi.

**7**

## RIIMIT LISÄÄVÄT USKOTTAVUUTTA JA MUISTETTAVUUTTA

*Usko tai älä, älä tai vihjettä käyttämättä jätä. Jos pystyt sloganisi tai väitteesi riimillä kertomaan, alkavat ihmiset sinua joukolla uskomaan. Helpompi on slogankin muistaa, kun sanat mielessä luistaa. Tiede on tätä tutkinut, ole asian kanssa siis sinut.*

- Käytä riimejä avuksi, kun haluat ihmisten muistavan viestisi.
- Riimitettyjä väitteitä pidetään myös uskottavina.

**8**

## OLE AJOISSA LIIKKEELLÄ

*Mitä useamman vaihtoehdon joukosta joudumme tekemään valintoja, sen vaikeampaa valinnan tekeminen on. Päädymme silloin usein kaikkein tutuimpaan ja turvalliseen vaihtoehtoon. Tämä osaltaan selittää, miksi usein juuri entuudestaan tunnetut poliitikot pärjäävät hyvin vaaleissa.*

- Jos olet kampanjoinnissa ajoissa liikkeellä, ehdit kiinnittämään ihmisten huomion itseesi ennen muita, ja teet itsestäsi tutun ja turvallisen vaihtoehdon.
- Mitä myöhemmässä vaiheessa alat kampanjoida, sitä todennäköisemmin kaatoat muiden ehdokkaiden sekaan.

# 9

## SITOUTA IHMISET TOIMIMAAN

*Haluamme pitää lupauksemme ja olla linjassa omien sanomistemme ja lupauksiemme kanssa. Jos sitoudumme johonkin hyvissä ajoin, pyrimme pitämään siitä kiinni.*

- Kun keskusteleet äänestäjien kanssa, pyydä heitä lupaamaan käyvänsä äänestämässä. Sinun ei välttämättä tarvitse saada heiltä lupautta äänestää sinua, mutta jos he eivät olisi suunnitelleet menevänsä äänestämään, he nyt todennäköisesti huomioivat sinut.

# 10

## HANKI ALKUUN PIENI MYÖNNYTYS

*Jos saamme ensin pienemmän toiveemme tai pyyntömme läpi, voimme sen jälkeen esittää isomman pyynnön, joka myös todennäköisemmin toteutuu. Jos esimerkiksi teemme jonkin pienen eleen ensiksi, kuten allekirjoitamme vetoamuksen hyvän asian puolesta, tuemme sitä todennäköisemmin myöhemmin myös lahjoituksella, jos meiltä sitä pyydetään.*

- Houkuttele äänestäjä puolellesi pikkuhiljaa esimerkiksi niin, että saat hänet olemaan kanssasi samaa mieltä jostakin asiasta, ottamaan kampanjarintanappisi käyttöön tai jotain vastaavaa.

# 11

## ANNA LAHJA

*Pidämme ihmisistä, jotka ovat meitä kohtaan avuliaita ja haluamme miellyttää heitä takaisin. Kun saamme jotakin pyytämättä lahjana, koemme tarvetta toimia vastavuoroisesti, ja tämä tarve voi olla jopa tiedostamaton, jolloin emme osaa tunnistaa toimintamme johtuneen saamastamme lahjasta.*

- Anna äänestäjille jotain pyytämättä vastapalvelusta.
- Jos olet tehnyt aiemmin jotain merkittävää tai huomionarvoisaa yhteisösi tai kuntalaistesi hyväksi, tuo tämä esiin.
- Viime kädessä voit yrittää antaa myös vaalilupauksia, vaikka ne eivät ole aivan yhtä selkeästi lahjaksi mielletäviä asioita.