



Yhteisöllisyyden lisääminen - vanhempien kokemuksia koulun tukemisesta

Kaisa Wheeler

2024 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Yhteisöllisyyden lisääminen - vanhempien kokemuksia koulun tukemisesta

tamuotoilu

Kaisa Wheeler  
Päätöksenteon ilmiöt ja valin-

Opinnäytetyö  
Kesäkuu 2024

Kaisa Wheeler

**Yhteisöllisyyden lisääminen - vanhempien kokemuksia koulun tukemisesta**

Vuosi

2024

Sivumäärä

67

Opinnäytetyön tarkoitus on tutkia yksityiskoulussa olevia varainkeruun menetelmiä ja vanhempien ajatuksia ja mielipiteitä niihin liittyen. Tavoitteena on tuottaa koululle tietoa vanhempien motiiveista koulun tukemiseen ja miten vanhempia voisi saada lahjoittamaan enemmän aikaansa. Pyrkimyksenä on myös tunnistaa motivaatiotekijöitä sekä esteitä vanhempien päätöksenteon takana. Koulun oma toive on välttää suoraa rahankeruuta ja kannustaa yhdessä tekemiseen, mikä on omiaan myös lisäämään yhteisöllisyyttä lasten, vanhempien ja koulun välillä. Vanhemmille lähetettävän kyselyn perusteella kartoitetaan olemassa olevia varainkeruun muotoja ja suorien rahallisten lahjoittajien määrää. Kyselytulosten ja haastatteluiden ja teoriapohjan perusteella ehdotetaan toimenpidesuosituksia koulun tukemisen kehittämiseksi ja yhteisöllisyyden lisäämiseen.

Lahjoittaminen voidaan jakaa rahan ja ajan lahjoittamiseen. Lahjoittamiseen liittyen on löydettävissä paljon kirjallisuutta, joskin suomalaisen lahjoittamisen osalta kirjallisuutta on vähän. Suomalaiset käyttäytyvät lahjoittamisen suhteen kuten muut pohjoismaalaiset. Lahjoittamiseen vaikuttavat muun muassa sosiaaliset normit, ikä, uskonto ja kulttuuri, sekä sitä motivoi esimerkiksi myötätunto, auttamisen halu ja lämmin tunne (warm glow). Lahjoittamisen motiivit vaikuttavat olevan ristiriitainen aihe, pohdintaa aiheuttaa, ovatko auttajien motiivit altruistisia vai omaa etua tavoittelevia. Yhteisöllisessä toiminnassa taas toimintaa ohjaa aito halu toimia yhteisen päämäärän hyväksi, yksilöllisten tavoitteiden sijaan. Yhteisöllisyys on yhteenkuuluvuuden tunne, joka saa ihmiset kokemaan itsensä tarpeellisiksi. Yhteisöllisyyden syntyminen edellyttää läpinäkyvää johtajuutta, osallistumisen mahdollistamista, sekä luonnollista välittämistä ja huolenpitoa. Kouluissa yhteisöllisyyden saavuttaminen vaatii usein suurempia ponnisteluja.

Tutkimus toteutettiin lyhyenä kvantitatiivisena lomakekyselynä sekä kvalitatiivisina haastatteluina. Kvalitatiivinen haastattelu antaa mahdollisuuden tutustua syvemmin vanhempien mielipiteisiin ja motivaation lähteisiin lahjoittamisen takana, siinä missä kvantitatiivinen lähestymistapa olisi jäänyt pinnallisemmaksi. Haastattelun ongelmana on usein vastausten laatu, sillä vastaajilla on usein tarve näyttäytyä tietynlaisina, jolloin vastaukset vääristyvät.

Sekä alkukyselyssä, että haastatteluissa kävi ilmi, että tiedon puute tukemisen keinoista, edistymisestä ja kohdistumisesta ovat suurimmat pullonkaulat vanhempien lahjoittamisessa. Avoimuus eli tiedon lisääminen tuottaa vanhemmille tietoa, joka motivoi heitä tukemaan koulua. Yhteisen päämäärän eteen työskenteleminen luo yhteisöllisyyttä ja luottamusta. Toimenpidesuosituksena koulu voi laatia tukemisen vuosisuunnitelman, esimerkiksi vuosikellon, sekä tuottaa tietoa koulun tukemisesta ja tukemisen edistymisestä mahdollisimman oikea-aikaisesti ja yksityiskohtaisesti. Koulun resurssit vuosikellon ja tiedon säännöllisen tuottamiseen voivat olla rajalliset, joten on tärkeä pohtia myös raportoinnin mahdollisuutta vapaaehtoisin voimin. Työn tuloksia voi hyödyntää yksityisten koulujen sekä erilaisten harrastustoimijoiden varainkeruuta suunnitellessa, kun päämääränä on varojen kerääminen voittoa tavoittelematta, sekä yhteisöllisyyden tukeminen.

Asiasanat: Varainkeruu, yhteisöllisyys, motivaatio, avoimuus

Kaisa Wheeler

**Boosting the Sense of Community- Parents' Views on Supporting a School**

Year

2024

Pages

67

---

The purpose of the study is to view the different fundraising methods in use in a private school and parents' views and opinions on them. The aim of the study is to provide information to the school about parents' motives regarding supporting the school and how parents could be motivated to donate more time. At the same time, it is important to recognise motivational factors and hurdles behind the parents' decision making. The school's wish is to avoid direct collection of money but to encourage families to work together which would lead to growing sense of community between the children, parents, and school. A survey sent to the parents aimed to map the different ways parents take part in the fundraising and how many of the parents make monetary donations. Based on the survey, interviews and theory base recommendations for action are given to develop supporting of the school and increasing the sense of community.

Donating can be divided into monetary and time donations. There is a great deal of literature on offer regarding donating, unfortunately there are very few Finnish literature sources on the matter. Finnish people donate in the same way as the people of Nordic countries. Donations are influenced by social norms, age, religion, and culture, and are motivated by, for example, compassion, willingness to help and warm glow. The motives behind donating are a controversial matter: the question is whether the motives of the helpers are altruistic or self-serving. In communal activities, the activities are guided by a genuine desire to work towards a common goal, instead of individual goals. Sense of community is a feeling of belonging that makes people feel needed. For the sense of community to thrive it requires transparent leadership, enabling participation, and natural caring and care. At schools achieving a sense of community demands greater efforts.

The study was carried out as a short quantitative survey and qualitative interviews. The qualitative interview allows a better understanding of the parents' opinions and motivation behind the donating where the quantitative approach would have been more superficial. The problem in the interviews is often the quality of the answers as the interviewees often have a need to appear in a certain way which skews the responses.

Both the survey and interviews concluded that the lack of information on the means, progress and targeting of the support create the biggest bottlenecks in supporting the school. Openness, producing more information to the parents, motivates them to support the school and working towards a common goal creates a sense of community and adds trust. As a recommendation for action the school should draw up a yearly plan, for example an annual clock, and produce information on supporting the school and the progress of the support in as timely and detailed a manner as possible. The resources of the school to produce an annual clock and regular information can be limited, therefore it is important to consider the possibility of reporting on a voluntary basis. The results can be utilised when planning fundraising for private schools and different recreational activities the objective being non-profitable whilst supporting the sense of community.

Keywords: Fundraising, communality, motivation, openness

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Tietopohja.....	7
2.1	Lahjoittaminen Suomessa .....	7
2.2	Yhteisöllisyys.....	8
2.3	Hyväntekeväisyys, miksi ihmiset lahjoittavat .....	10
2.3.1	Prososiaalisuus, sosiaaliset normit ja altruismi .....	11
2.3.2	Uskonto, kulttuuri ja kieli .....	12
2.3.3	Raha ja aika .....	14
2.3.4	Milleniaalit ja ikä .....	15
2.4	Motivaatio ja keinot, miten rohkaista ihmisiä lahjoittamaan.....	16
2.4.1	Itseohjautuvuusteoria.....	18
2.4.2	Suostuttelun periaatteet .....	20
2.4.2	Behavioral Insights Team ja EAST .....	25
3	Tutkimuksen menetelmät ja aineiston analyysi.....	27
3.1	Menetelmät .....	27
3.2	Aineiston keruu ja sen haasteet.....	28
3.3	Aineiston analysointi.....	30
4	Tulosten käsittely .....	31
4.1	Kvantitatiivinen alkukysely .....	31
4.2	Kvalitatiiviset teemahaastattelut.....	34
4.2.1	Yhteisöllisyys.....	36
4.2.2	Motivaatio .....	37
4.2.3	Lahjoittaminen.....	39
4.2.4	Väittämät .....	41
5	Toimenpidesuosituksen kehittäminen .....	43
6	Johtopäätökset .....	49
6.1	Luotettavuus, uskottavuus ja eettisyys .....	49
6.2	Haasteet.....	51
6.3	Pohdinta .....	52
	Lähteet.....	54
	Kuviot .....	60
	Liitteet .....	62

## 1 Johdanto

Miten vanhemmat lahjoittavat ja mikä motivoi heitä lahjoittamaan, mitkä taustatekijät vaikuttavat lahjoittamiseen ja mikä estää ihmisiä lahjoittamasta? Missä määrin sosiaaliset normit, arvot, tulotaso, koulutus, ikä ja uskonnollinen vakaumus vaikuttavat lahjoittamiseen? yksityiselle koululle kaikki lahjoitukset ovat tervetulleita, mutta erityisesti ajallisten lahjoitusten koetaan tukevan yhteisöllisyyttä koulussa. Tiedossa on, että vanhempien osallistuminen koulun hyväksi lahjoittamiseen on hyvin vaihtelevaa. Tutkimuksen kautta saatava tieto onkin koululle hyvin arvokasta, sillä se auttaa ymmärtämään vanhempien suhtautumista lahjoittamiseen juuri kyseisen koulun osalta.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii pääkaupunkiseudulla toimiva yksityinen kristillinen peruskoulu. Koulussa opiskelee 490 oppilasta esi- ja perusopetuksessa ja työskentelee 80 henkilökunnan jäsentä. Kyseessä olevan yksityisen koulun taholta on työskennelty paljon varainkeruun edistämiseksi ja tämä on nähtävissä koulun internet-sivuja tarkastellessa. Varainkeruu näkyy koulun ulkopuoliselle tarkastelijalle rahallisen avun pyyntönä. Koulun oppilaiden vanhemmille varainkeruu näkyy vahvemmin yhteisen tekemisen kautta kerättävinä lahjoituksina, kuten kahvitusten ja tapahtumien järjestämisenä, sekä muun muassa kirjojen tai muiden välineiden lahjoituspyyntöinä. Kirjallisuudessa puhutaankin rahallisista ja ajallisista lahjoituksista.

Yksityisten koulujen rahoitus perustuu valtionavustuksiin ja kuntakorvauksiin, jotka eivät kuitenkaan kata kaikkia koulujen kuluja. Valtiontuen kattaessa opetustoiminnan kulut, jäävät erityisesti kiinteistö- ja koulurakennuskulut muulla tavoin rahoitettavaksi. (Yksityiskoulujen Liitto ry.) Yksityisille kouluille ulkopuolinen ja muu taloudellinen tuki onkin tärkeää ja sen eteen työskennellään kouluissa ahkerasti. Suomessa yksityiset koulut toimivat yksityisten tahojen, kuten yhdistysten, säätiöiden tai voittoa tavoittelemattomien yritysten omistuksessa. Suomen perusopetuslaissa kielletään opetuksen järjestäminen kouluissa taloudellisen voiton tavoittelemiseksi, tästä syystä yksityiset koulut ja oppilaitokset eivät voi periä opiskelijoiltaan lukukausimaksuja. Julkisessa keskustelussa on ehdotettu yksityiskoulu sanan sijaan käytettävän termiä itsenäinen koulu. (Yksityiskoulujen Liitto ry.)

Kyselytulosten ja haastatteluiden avulla selviää ovatko koulun vanhempien vastaukset verrattavissa aiempiin tutkimuksiin, joissa rahan lahjoittamisen suhteen Suomi jäi maailman keskiarvon alapuolelle, mutta esimerkiksi vapaaehtoistyön osalta Suomi muiden pohjoismaiden mukana yltää korkeisiin pisteisiin. On tärkeää myös hahmottaa kokevatko vanhemmat koulun tukemisen tärkeäksi, mistä motivaatio mahdolliseen lahjoittamiseen kumpuaa ja miten vanhemmat näkevät yhteisöllisyyttä koulun toimintaan liittyen. Tutkimus pyrkii vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- Mikä on vanhempien näkemys lahjoittamiseen?
- Mikä motivoi lahjoittamista?
- Miten yhteisöllisyys näkyy koulussa?

Aihe on ajankohtainen, sillä lahjoittaminen ja avustustyö ovat otsikoissa niin Ukrainan sodan, että Suomessakin vallitsevan vaikean taloustilanteen vuoksi. Yhteisöllisyyden on tutkittu vähenevän ja suomessakin nähtävän siirtymistä kohti yksilöllisyydenkulttuuria. On hyvä pohtia mitkä ovat lahjoittamisen prioriteetit ja miten huono taloustilanne vaikuttaa vanhempien lahjoitussuunnitelmiin. Myös Suomen koulujen oppimistulosten heikkenemisestä on puhuttu paljon. Ylen koulukonetta tarkastellessa Helsingin ja Espoon osalta, voi nähdä, että yksityisten koulujen keskiarvot ovat parhaiden keskiarvojen joukossa, Vantaa tekee tässä tosin poikkeuksen. (Forss, Kempainen, Lampén, Malminen, Terävä, 2023.) Tästä syystä on tärkeää tutkia vanhempien asenteita lahjoittamiseen ja varainkeruuseen yksityisten koulujen osalta. Jatkossa olisikin mielenkiintoista selvittää voiko yhteinen ponnistelu oppilaiden hyväksi luoda yksityisiin kouluihin ilmapiirin, joka omalta osaltaan vaikuttaa myös oppimistuloksiin?

## 2 Tietopohja

### 2.1 Lahjoittaminen Suomessa

Giving in Europe raportti vuodelta 2017 paljastaa, että lahjoittamiseen liittyen Suomessa on hyvin vähän tutkimustietoa tarjolla, filantropiaan liittyen ei suomessa ole tarjolla opintoja ja aiheeseen liittyvät tutkimukset tai opinnäytetyöt ovat yksittäisiä ja hyvin hajallaan (Hoolwerf & Schuyt, 2017, 2). Myös suomalaisten auttamiskäyttäytymistä kartoittava teos ”Hyvä tahto” on jo 15 vuotta vanha. Kirjassaan Hyvä tahto Pessi ja Saari käsittelevät suomalaisten auttamisen asenteita ja rakenteita. Kirja perustuu osittain vuonna 2006 tehtyyn SAAT- kyselyyn (Suomalaisten auttamisen asenteet ja teot), jonka tarkoituksena on ollut selvittää nimenomaan suomalaisten auttamisasenteita. Vaikka osa tiedosta onkin jo vanhaa, nousee tutkimuksista edelleen hyvin ajankohtaisia teemoja kuten eriarvoisuus ja oikeudenmukaisuus. Suomalaisista kaksi kolmasosaa vastaa kokevansa muiden auttamisen tärkeäksi, vanhemmat ihmiset suuremmissa määrin kuin nuoret. Tämä näkyy myös siinä, etteivät oikeudenmukaisuuden ja avuliaisuuden arvot ole yhtä tärkeitä nuorille kuin muille. (Pessi & Saari, 2008, 169-171.)

Taloustutkimus tekee vuosittaisen tutkimuksen lahjoittamiseen liittyen, jossa tutkitaan antamisen muotoja sekä kohteita. Myös Raha-automaattiyhdistys, Vastuullinen lahjoittaminen ry ja Kansalaisareena ovat tilanneet tutkimuksia, joissa on selvitetty yksilöiden lahjoittamista, sekä tutkittu, kuka lahjoittaa, kuinka paljon, mihin sekä yleisiä asenteita lahjoittamiseen liittyen. (Hoolwerf ym. 2017, 2.) Greve, Martela, Rothstein & Saari (2020, 137) tutkivat maailman onnellisuus raporttia ja pohtivat mikä selittää pohjoismaiden esiintymisen aina listan

kärkipäässä. Lahjoittamiseen liittyen raportti kertoo, että rahan lahjoittamisen suhteen Suomi jää maailman keskiarvon alapuolelle, mutta esimerkiksi vapaaehtoistyön osalta Suomi muiden pohjoismaiden mukana ylittää korkeisiin pisteisiin. Myös Pessi ja Saari (2008, 22) raportoivat suomalaisten olevan erityisen innokkaita vapaaehtoistyön saralla ja nousevatkin sen osalta maailman kärkeen.

Lähteestä riippuen 45-70 % suomalaisista lahjoittaa hyväntekeväisyyteen. Lahjoittajista naiset, korkeasti koulutetut ja iäkkäämmät lahjoittavat todennäköisemmin kuin nuoret, miehet ja matalammin koulutetut. (Hoolwerf ym. 2017, 3.) Naiset arvostavat oikeudenmukaisuuden ja avuliaisuuden arvot korkeammalle kuin miehet, sekä ovat useammin sitä mieltä, että ihmisten tulisi huolehtia toisten hyvinvoinnista enemmän, samalla koetaan, että myös Valtion pitäisi pystyä tekemään enemmän (Pessi ym. 2008, 170-171; 2011, 85). Tärkeimmäksi syyksi lahjoittaa tai auttaa suomalaiset nimeävät myötätunnon ja auttamisen halun (Hoolwerf ym. 2017 3; Pessi ym. 2008, 22). Auttamisen syyt ovat myös itsekkäitä, kuten mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin, sekä tarve kokea arvostusta sekä näyttäytyä muiden silmissä auttavaisena ja tärkeänä (Pessi ym. 2011, 77). Suomalaiset ovat valmiita auttamaan rahallisesti sekä ajallisesti sairaita lapsia, kehitysvammaisia, ikäihmisiä ja köyhiä suomalaisia, mikä tukee ajatusta, että ihmiset ovat valmiimpia auttamaan epäoikeudenmukaisesti kohdeltuja ja apua tarvitsevia. Mitä tulee uskonnollisuuteen, tutkimuksesta käy ilmi, että mitä sitoutuneempi ihminen on kristillisiin arvoihin, sitä todennäköisemmin hän myös auttaa muita. Kaiken kaikkiaan kristilliset arvot näyttävät ennustavan auttamiskäyttäytymistä. (Pessi ym. 2008, 170-171, 188-189.) Suomessa diakoniatyö on kansainvälisestikin vertailtuna erittäin järjestäytyntä ja laajaa, diakonia työ perustuu kirkkolakiin ja ulottuu myös ulkomaille muun muassa Yhteisvastuukeräyksen muodossa (Pessi ym. 2011, 231-232).

## 2.2 Yhteisöllisyys

Yhteenkuuluvuus on jokaiselle ihmiselle tärkeää, tälle tunteelle perustuu myös yksilön ja yhteiskunnan välinen suhde, yhteisöllisyyden tunne voi myös syntyä monen erilaisen toiminnan tai harrastuksen ympärille. Yhteisöllisyyden tuntemus pohjautuu kuulumiseen tai liittymiseen. Yhteisöön voi kuulua ilman, että on edes kovin tietoinen tai aktiivinen jäsen. Yhteisö eroaa satunnaisesti muodostuneesta ryhmästä siinä, että yhteisöllä on yhteiset tavoitteet ja arvot. Yhteisössä sovitaan asioista yhdessä ja kokemus yhteisyydestä antaa suunnan yhteisöllisyyden kehittymiselle. (Raina, 2012, 11-12.) McMillan & Chavis (1986) määrittivät yhteisöllisyyden tarkoittavan yhteenkuuluvuuden tunnetta, joka saa ihmiset kokemaan itsensä tarpeellisiksi. Ihmisten koetaan toimivan optimaalisesti, kun heillä on terve suhde niin itseensä kuin ympärillä oleviin ihmisiin ja näiden kahden asian välillä vallitsee positiivinen ilmapiiri. On tärkeää, että ihmiset voivat hyödyntää omia vahvuuksiaan toisten onnistumisten tukemiseen ja nähdä, että toisten auttaminen kilpailun sijaan vie parhaisiin tuloksiin. Tällöin oppiminen ja yhteinen toiminta ajavat kilpailemisen ohi. Yhteisöllisessä toiminnassa yksilön henkilökohtaisten



tavoitteiden sijaan toimintaa ohjaa aito halu toimia toisten hyväksi, jolloin ihmiset linkittyvät toisiinsa päämääränään tuottaa hyvää toisille. (Paakkanen, 2022, 118-120; Raina 2012, 13.)

Jotta yhteisöllisyyttä voi syntyä, tulee useita asioita huomioida. Kaikilla yhteisön jäsenillä tulee olla mahdollisuus osallistua toimintaan, johtajuuden tulee olla läpinäkyvää ja luonnollisen välittämisen ja huolenpidon tulee toteutua. Myös erilaisuus tulee nähdä mahdollisuutena ja sitä tulee käyttää yhteisön hyväksi, yhteiset pelisäännöt auttavat yhteisön toiminnan johtamisessa kohti luottamuksen syntymistä. (Raina, 2012, 28.) Lähiöitä tutkiessaan Lotta Junnilainen törmäsi usein yhteisöllisyyden paradoksiin, jossa lähiöiden ulkopuolelta halutaan lisätä yhteisöllisyyttä samalla kuin lähiöiden asukkaiden mielestä yhteisöllisyyttä on jo olemassa. Ulkopuolisten havainnoissa yhteisöllisyyttä esimerkiksi lähiössä, ei yhteisöllisyys todennäköisesti näyttäyty heille samoin kuin lähiön asukkaille. Lähiöissä yhteisöllisyys näkyy toisten auttamisena, palveluksina, alueelle ominaisina ilmaisuina ja juorumisena, yhteisöllisyys syntyy arjessa. Myös erilaisille mielipiteille annetaan tilaa, kaikkien ei tarvitse olla samaa mieltä, yhteisöllisyys syntyy itsestään, pakottamatta, sitä ei voi asentaa. (Junnilainen, 2019, 284-286.)

Helsingin Sanomien Puheenvuoro-sarjassa Kulttuurirahaston toimitusjohtaja Susanna Pettersson Pettersson kuvaa, kuinka suomalaiset ovat etäänntyneet yhdessä tekemisestä ja ajattelemisesta ja siirtyneet kohti itsekeskeisyydenkulttuuria. (Ahlroth, Helsingin Sanomat 28.1.2024.) On huomion arvoista, että samalla kun olemme ymmärtäneet yhteisöllisyyden voiman, voimme todeta yhteisöllisyyden vähenevän koko läntisessä maailmassa. Yhteisöllisyyden vähenemistä selittävät mm. esikaupungistuminen, pienemmät perhekoot, pidentyneet työmatkat, sosiaalisen median kulutuksen lisääntyminen vapaa-ajalla. (Francis, Giles-Corti, Knuiman & Wood, 2012, 401.) Ongelmista huolimatta vallitsee yhteisymmärrys siitä, että yhteisöllisyydellä on vahva vaikutus ihmisten hyvinvointiin. Yhteisöllisyyttä on pyritty lisäämään niin politikoiden kuin kansalaistenkin toimesta, koronapandemia lisäsi yhteisöllisyyttä pandemian koskettaessa kaikkia tasapuolisesti. (Kalliokoski, 2020, 2.)

Yhteisöllisyys on myös muuttunut ajoista, jolloin ihmiset sukupolvi toisensa jälkeen asuivat samassa paikassa. Kaikki tunsivat toisensa, huolehtivat toisistaan ja työskentelivät yhteisten päämäärien eteen. Ensimmäinen muutos yhteisöllisyyden osalta tapahtui toisen maailman sodan jälkeen, kun paluu omille kotiseuduille ei aina ollutkaan mahdollista. Tämä on hiljalleen johtanut nykypäivän tilanteeseen, jossa työ ja opiskelut ohjaavat ihmisiä paikasta toiseen. (Raina, 2012, 14, 18, 20.) Naapureiden merkitys ihmisten sosiaalisessa elämässä ei ole enää sama kuin 1980-luvulla, vaan muun muassa työn ja harrastusten luomat ryhmät ovat ottaneet naapureiden paikan, joskin työn ja harrastusten yhteisöllisyys on löyhempää, kuin naapureiden kanssa muodostettu (Junnilainen, 2019, 285). Kun ihmiset eivät enää tunne naapureitaan tai toisiaan, eivät he myöskään välitä tai ole kiinnostuneita muiden hyvinvoinnista ja vastuu muista huolehtimisesta jätetään yhteiskunnalle. Jatkuva muutos johtaa siihen, ettei yhteisöllisyyttä ehdi usein syntyä ja yhteisiä tavoitteita muodostua. (Raina, 2012, 20-21.)

Puhutaan myös niin sanotuista keinotekoisista yhteisöistä, joissa hyvän yhteisöllisyyden saavuttaminen vaatii enemmän ponnisteluja. Näihin keinotekoiisiin yhteisöihin luetaan mm. koulut ja päiväkodit, koska ne tarjoavat välttämättömiä palveluja, joita yhteiskunnassa tarvitaan. Koulujen yhteisöllisyys ei kasva ajan saatossa vapaaehtoisten ihmisten ympärille, vaan kouluihin ohjautuu oppilaita tietyltä asuinalueelta. Oppilaita ja vanhempia yhdistää kuitenkin yleensä asuinalue, tätä yhteistä lähtökohtaa on tärkeä vaalia yhteisöllisyyden kehittymisen näkökulmasta. (Raina, 2012, 26.) Tarkastelussa olevan yksityisen koulun osalta kouluun haekudutaan omasta aloitteesta. Muista kouluista ko. yksityinen koulu eroaa sen edustamien arvojen osalta, mutta myös siinä mielessä, että ko. kouluun haetaan erikseen. Tämän pohjalta voidaan pohtia luovatko nämä arvot ja vapaaehtoinen hakeutuminen kouluun paremman kasvualustan yhteisöllisyydelle.

Yhteisöllisyyden suurimman haasteen yksilöllisyyden aikakautena Raina (2012, 21) tiivistää erinomaisesti; ”Yksilöllisten tarpeiden täyttäminen voittaa autonomiaa rajoittavan yhteisöllisyyden tuottaman hyödyn”.

### 2.3 Hyväntekeväisyys, miksi ihmiset lahjoittavat

Hyväntekeväisyys on rahan, ajan tai hyödykkeiden lahjoittamista positiivisen vaikutuksen saavuttamiseksi varallisuuteen tai statukseen katsomatta (National Philanthropic Trust, 2023). Hyväntekeväisyys tarkoittaa lahjoittamista organisaatioon, jonka tarkoitus on auttaa ihmisiä oman perheen ulkopuolella (Bekkers & Wiepking, 2011, 925). Lahjoittamisen syitä tutkittaessa kohteina ovat olleet usein asenteet hyväntekeväisyysorganisaatioita kohtaan, altruismi, uskonnollisuus, osallisuus, sosiaalinen hyväksyntä, lahjoittajan ominaisuudet, sekä pyynnön suuruus. Lahjoittamiskäyttäytymiseen vaikuttavat sekä ulkoiset, että sisäiset tekijät. Ulkoisiksi tekijöiksi luetaan ikä, sukupuoli, sosiaaliluokka ja uskonto, sisäisiä tekijöitä ovat muun muassa empaattisuus, syällisyys, sääli ja vastavuoroisuus. (Choi, Choi, Raymonda & Siemensa, 2020, 187.) Auttamiskäyttäytymisen tutkimukset osoittavat, että toisten auttaminen tuottaa positiivisia psykologisia tuloksia eli empaattista iloa. Tämä empaattinen ilo voi johtua ihmisten tarpeista helpottaa omia syällisyyden tunteitaan, tai tarpeestaan toimia tietyn minäkuvan tai sosiaalisten normien mukaisesti. (Bekkers ym. 2011, 938-939.)

Ihmisillä on vahva tarve tulla sosiaalisesti hyväksytyksi, tekemällä hyviä tekoja he pystyvät osoittamaan muille olevansa epäitsekkeitä, varakkaita ja uskottavia. Maine rakentuu näille ominaisuuksille ja palkitsee näin lahjoittajaa. (Feine, Groh, Loessl & Wetzl, 2023, 2.) Korkeasti koulutetut ihmiset lahjoittavat enemmän, mikä voi selittyä osin sillä, että he ymmärtävät monimutkaisempi tilanteita heidän korkeampien kognitiivisten kykyjensä takia (Handy & Neumayr, 2017, 786). Lahjoittaminen saatetaan usein ulkoistaa täysin omasta tekemisestä ja syntyy helposti kokemus, että muiden, varakkaampien ihmisten tulisi lahjoittaa (Berman & Silver, 2022, 105). Varakkailla ihmisillä lahjoittaminen saattaa liittyä omaan etuoikeutettuun

asemaan, jolloin moraalisten normien, sekä syyllisyydentunteen on tunnistettu motivoivan lahjoittamista hyväntekeväisyyteen (Henley & Ranganathan, 2008, 2). Vaikka toisaalta lahjoittaminen voidaan nähdä varakkaiden ihmisten tehtävänä, tutkimukset osoittavat matalan sosiaalisen aseman omaavien ihmisten toimivan pyyteettömämmin toisten ihmisten hyväksi kuin korkeamman sosiaalisen aseman omaavat ihmiset. Matalan sosiaalisen aseman omaavilla ihmisillä on vähemmän varoja kuin korkean sosiaalisen aseman omaavilla ihmisillä. Tästä huolimatta matalan sosiaalisen aseman omaavien ihmisten sisäsyntyinen huoli muiden hyvinvoinnista saa heidät lahjoittamaan, joskus jopa omalla kustannuksellaankin. (Liu & Hao 2017, 46.)

Ihmiset ovat valmiimpia auttamaan ja lahjoittamaan ihmisille, jotka ovat heille sukua tai muuten läheisiä. Tämä sukulaisvalinnan teoria kertoo ihmisten halusta auttaa ihmisiä, joilla on heihin biologinen yhteys, ja näin ollen varmistaa omien geenien säilyminen. (Fung & Zhang, 2017, 441.) Uusimmissa tutkimuksissa käy ilmi, että vaikka lahjoittaminen läheisille motivoi eniten, ihmiset saavat suurimman ilon lahjoituksista, jotka he tekevät tuntemattomille ihmisille (Cui, Esch & Jain, 2021, 2). Antamisen iloa voidaan myös manipuloida hyväntahtoisilla ajatuksilla sekä luomalla positiivista mielialaa. Tutkimuksissa on käynyt ilmi, että ihmisten olevan anteliaampia silloin, kun he ovat ajatelleet anteeksiantamista, kiitollisuuttaan tai omaa kuolemaansa. Positiivista mielialaa voidaan luoda esimerkiksi kysymällä mahdolliselta lahjoittajalta heidän kuulumisiaan, johon he useimmiten vastaavat positiivisesti. (Bekkers ym. 2011, 938.)

Ajatusta vuorovaikutuksellisuudesta ja yhdessä tekemisestä tukee tieto, että Amerikassa kaksi eniten lahjoituksia saanutta tahoa ovat kasvatukselliset ja uskonnolliset organisaatiot. Molemmat organisaatiot ovat onnistuneet sisällyttämään henkilökohtaista vuorovaikutusta lahjoitusprosessiin. (Fooks, Messer, Schulze, Wu, Yan & Zaghamee, 2017, 147.) Hyväntekeväisyystyö ei ole yksinkertaista, eikä se myöskään ole ilmaista. Iso-Britanniassa 100 suurinta hyväntekeväisyysjärjestöä käyttää jopa 17 % tuloistaan lahjoitusten keräämiseen. Amerikassa taas 100 suurinta hyväntekeväisyysjärjestöä ilmoittaa käyttävänsä 11 dollaria yhden dollarin keräämiseen. (Jiang, Wang & Wang, 2022, 133.)

### 2.3.1 Prososiaalisuus, sosiaaliset normit ja altruismi

Puhuttaessa hyväntekeväisyydestä tai lahjoittamisesta toistuvat termit prososiaalisuus, altruismi ja sosiaaliset normit usein. Hyväntekeväisyysorganisaatioiden tavoitteet ovat prososiaalisia, eli pyyteettömästi toisten hyväksi tekemistä, joilla pyritään kohti julkisia hyötyjä, samalla vaalien kaikkien oikeuksia ja hyvinvointia (Jiang ym. 2022, 133). Psykologit ja ekonomistit ovat kiistelleet jo pitkään siitä vaikuttavatko prososiaalisen käytöksen takana altruistiset eli epäitsekäät motiivit vai oman edun tavoitteleminen. Cialdini, Darby & Vincent (1973) esittivät, että ihmiset saattavat pyrkiä purkamaan omaa suruansa muiden surua ja

kärsimystä todistaessaan, sen sijaan, että pyrkisivät auttamaan näitä kärsiviä ihmisiä. (Lin-Healy & Small, 2012, 270.)

Sosiaalisia normeja voidaan kuvailla kirjoittamattomiksi käytöksen koodeiksi, joita ihmiset neuvottelevat ja ymmärtävät sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta (Chung & Rimal, 2016, 3). Sosiaaliset normit myös ohjaavat ihmisiä toimimaan oikein ja hyväksyttävästi kohtaamisissaan tilanteissa. Ihmiset haluavat toimia oikealla tavoin noudattaakseen sosiaalisia normeja, joskin sosiaalisten normien on tutkittu vaikuttavan vahvemmin miehiin kuin naisiin. (Choi, Choi, Raymond & Siemens, 2020, 188-189.) Sosiaalisten normien ei nähdä ohjaavan ihmisten lahjoittamista kovin vahvasti. Lahjoittamisen koetaan olevan yksityinen asia, johon osallistuminen on vapaaehtoista, ei millään lailla pakollista. Lahjoittamista voidaan pyrkiä tekemään näkyvämmäksi ja arkipäiväisemmäksi vahvistamalla sosiaalisia normeja liittyen lahjoittamiseen, tämä aiheuttaa painetta lahjoittamiseen ja voi näin saada osan hyväntekijöistä kilpailemaan avokätisyydestään. (Berman ym. 2022, 105.)

Altruismi on epäitsekkästä huolta toisten hyvinvoinnista. Ihmiset tarjoavat apuaan todennäköisemmin nähdessään apua tarvitsevan tai epäoikeudenmukaisesti kohdellun henkilön kuin tava- tessaan henkilön, joka on itse aiheuttanut huonomman asemansa. Ihmiset arvioivat siis mahdollisia auttamistilanteita oikeudenmukaisuuden ja reilun kautta. (Pessi ym. 2008, 165.) Altruismista puhutaan myös puhtaana ja epäpuhtaana. Puhdas altruisti on kiinnostunut ainoastaan tekemään lahjoituksen, eikä saamaan itselleen minkäänlaista hyötyä vastalahjana. Epäpuhtaana altruismina nähdään tilanteet, joissa lahjoittaja saa tilanteessa itselleen jonkinlaista hyötyä. (Gaube, 2005, 1652.) Tiukasti määriteltäessä, mikä tahansa itsekäs kannustin pilaa epäitsekkään teon, aiheuttaa pohdintaa lasketaanko esimerkiksi lahjoittamisen aiheuttama lämmin tunne (warm glow) itsekääksi kannustimeksi. Filosofit, psykologit ja ekonomistit näkevät, että tunteisiin perustuvat syyt lahjoitusten takana tuottavat mielihyvää ja niihin tulisi suhtautua epäilevästi, maallikot suhtautuvat asiaan maltillisemmin. (Berman ym. 2022, 105; Pessi ym. 2011, 188.)

### 2.3.2 Uskonto, kulttuuri ja kieli

Tutkimusten mukaan uskonnollisuudella on merkitys asenteisiin toisten auttamista kohtaan ja lahjoittamista tarvitseville painotetaan kaikissa suurissa uskontokunnissa (Henley ym. 2008, 1-2). Ihmiset, joilla on uskonnollinen vakaumus lahjoittavat, koska he ovat oppineet, että se on heidän velvollisuutensa, he ovat myös prososiaalisempia ja sosiaaliset normit ohjaavat vahvasti heitä lahjoittamaan. Myös sosiaalinen paine ohjaa heitä toimimaan ryhmän standardien mukaisesti. (Handy & Neumayr, 2017, 786.) Islamilaisessa opissa rahallinen lahjoittaminen (waqf) on hyvin tärkeässä roolissa. Islamilainen kirjallisuus kertoo, että rahallinen lahjoittaminen (waqf) on toimiva ratkaisu varallisuuden uudelleenjakamiseen muslimien kesken. Lahjoittaminen tukee myös hengellistä sijoitusta sosiaalista hyvinvointia ja uskonnollista

yhteisöä kohtaan. Käsitteenä Waqf tarkoittaa omaisuuden omistamista tai suojelemista ja sen tuottojen omistamista köyhien auttamiseen tai johonkin muuhun hurskaaseen tarkoitukseen. (Hamed & Hanudin, 2017, 669.)

Kielitieteellistä vaikutusta lahjoittamiseen on tutkittu muun muassa pronominiinien ja kielikuvien osalta, esimerkkinä verbit kulutus (spend) ja antaminen (give). Verbin valinta lahjoituspyynnössä voi vaikuttaa lahjoittajan tunteeseen kontrollista ja tällä tavoin vaikuttaa kuluttajan innokkuuteen tehdä rahalahjoituksia. (Costello & Malkoc, 2022, 692-693.) Cialdini ja Schroeder tutkivat miten ”jopa penni auttaa”- lause vaikuttaa lahjoituksia kerätessä. Tutkimuksissa todettiin lauseen käytön olevan erittäin tehokasta. Lause antaa hyväksynnän pieninkin lahjoituksen antamiseen, mutta ei kuitenkaan pyydä pientä lahjoitusta. Tutkimus osoittaa, että lausetta käytettäessä lahjoituksesta kieltäytyminen väheni eikä se vaikuttanut negatiivisesti lahjoituksen arvoon. Kenttäkokeissa asetelmat, joissa ”pennikin auttaa” - lauseketta käytettiin, keräsivät 1,5 kertaisen määrän rahaa vertailuasetelmiin verrattuna. Tutkimus ei vielä vastaa siihen toimiiko yllä esitetty tekniikka sellaisissa yhteyksissä, joissa ei ole kyseessä rahalliset pyynnot. (Cialdini & Schroeder, 1976, 604.)

Ekonomistit ovat vasta viime aikoina alkaneet huomioida kulttuurin vaikutukset taloudellisissa ilmiöissä, kun taas yhteiskuntatieteiden alalla kulttuuri on ollut tutkimuksissa hyvin keskeisessä roolissa. Kulttuuri vaikuttaa suuresti taloudellisen toiminnan laajuutta ja luonnetta määriteltäessä. (Cai ym. 2022, 871.) Kulttuurisia näkökulmia tulisi huomioida esimerkiksi uskonnon ja koulutuksen osalta. Vahvan uskonnollisen vakaumuksen omaavat ihmiset haluavat auttaa kanssaihmiä, kun taas korkeasti koulutetut ihmiset haluavat lahjoittaa, jotta avun tarvisijat voisivat oppia perustaitoja. (Choi ym. 2020, 193.)

Choi, Choi, Raymonda & Siemensa ovat tutkineet markkinointiviestien, sosiaalisten normien ja lahjoitusten sosiaalisen kontekstin vaikutusta hyväntekeväisyyteen, sekä kulttuurien tiukkuuden tai löysyyden roolia näihin nähden. Heidän tutkimuksessaan amerikkalaiset edustivat löysää kulttuuria ja korealaiset tiukkaa kulttuuria. Yleisesti ihmiset lahjoittavat enemmän, olleessaan tarkkailun alaisina. Tiukkojen kulttuurien maissa ihmiset toimivat sosiaalisten normien mukaan, jolloin muiden tarkkailulla ei ole vaikutusta heidän toimintaansa. Löysien kulttuurien maissa toisten ihmisten läsnäolo ja tarkkailu saa ihmiset lahjoittamaan enemmän. Tämä huomio vahvistaa ajatusta siitä, että lahjoittaminen on sosiaalista toimintaa, joka voisi jopa olla tarttuvaa. (Choi ym. 2020, 192-193.)

Ryhmätilanteissa ihmiset arvioivat enemmän lahjoittavien olevan korkeammassa asemassa kuin niiden, jotka lahjoittavat vähemmän (Choi ym. 2020, 191). Yksilöllisissä kulttuureissa omat päämäärät sekä perheen ja kollegoiden asenteet ja arvot määräävät käyttäytymistä, kun taas yhteisöllisissä kulttuureissa yhteisön jakamat arvot, päämäärät ja asenteet ohjaavat käyttäytymistä. Yksilöllisissä kulttuureissa lahjoittamisen lisäämiseksi voidaan käyttää

kannustimia, kuten lahja tai palkinto. Mitä sosiaalisesti hyväksyttävämmäksi kannustinten käyttö lahjoittamisen yhteydessä tehdään, sitä enemmän se kannustaa lahjoittamiseen yksilöllisissä kulttuureissa. Yhteisöllisissä kulttuureissa lahjoittamista voidaan yrittää lisätä kannustamalla ihmisiä yhteisen hyvän tavoitteluun. Kun yhteisö on hyvin tiivis, ohjaa se vahvasti sosiaalisesti hyödylliseen käyttäytymiseen, rohkaisten prososiaalista käyttäytymistä. (Cai ym. 2022, 871, 873.)

### 2.3.3 Raha ja aika

Hyväntekeväisyyteen lahjoittamien voidaan jakaa kahteen tyyppiin, rahan ja ajan lahjoittamiseen. Erityisesti voittoa tavoittelemattomat organisaatiot, hyväntekeväisyys järjestöt ja poliittiset toimijat nojaavat vahvasti lahjoittamiseen, niin ajan kuin rahankin. (Costello & Malkoc, 2002, 678.) Aluksi taloustieteilijät tutkivat vain rahan lahjoittamista, eikä vapaaehtoistyö ollut kiinnostava kohde tutkimukselle lainkaan, johtuen lähinnä laajan tutkimustiedon puutteesta (Dittrich & Mey, 2021, 2). Rahan lahjoittaminen on voittoa tavoittelemattomille organisaatioille mieluisampi lahjoitus, kuitenkin ihmiset lahjoittavat selkeästi mieluummin aikaansa. Psykologisista syistä ja motiiveista tämän ristiriidan takana tiedetään kuitenkin hyvin vähän. (Costello ym. 2002, 678.) Myös Ellingsen ja Johannesson ovat todenneet, että ihmiset tekevät ei-rahallisia lahjoituksia mieluummin kuin rahallisia (Ellingsen & Johannesson, 2009, 101).

Vapaaehtoistyötä tekeviä ihmisiä motivoivat lähteet poikkeavat rahan lahjoittamisen motiiveista. (Dittrich & Mey, 2021, 2.) Hermostollisella tasolla ajan ja rahan lahjoittaminen aktivoivat aivoissa alueita, jotka liittyvät kognitiiviseen kontrolliin ja tunteelliseen prosessointiin. Ajan lahjoittaminen aktivoi aivoissa myös alueita, kuten palkitsemisen arviointi ja mentalisaatio (ihmisen kyky huomioida omaa ja toisen näkökulmaa, sekä kokemuksia), suuremmissa määrin kuin rahan lahjoittaminen. Aivot reagoivat ajan ja rahan lahjoittamiseen eri tavoin, jolloin alueet, jotka liittyvät palkitsevien tunteiden prosessointiin ja muiden ajatteluun aktivoituvat vahvemmin aikaa kuin rahaa lahjoitettaessa. (Burroughs, Do, Kwon, Telzer, Van Hoorn, 2023, 6297.)

Costello ja Malkoc (2022, 678-679) esittävät, että potentiaaliset lahjoittajat kokevat suurempaa hallintaa aikansa kuin rahansa lahjoittamiseen, tämä vaikuttaa suurempana kiinnostuksena ajan lahjoittamisen määrään. Ellingsen ja Johannesson ovat ehdottaneet, että ihmisten halu lahjoittaa aikaa rahan sijasta, johtuisi sen näkyvyydestä (signaling) muille, sekä esimerkiksi halusta viestiä muille omasta asemastaan ja arvoistaan. Tätä Ellingsen ja Johannesson (2009, 102) eivät kuitenkaan tutkineet. Näkyvyyden (Signaling) merkitys koettiin pieneksi, koska vapaaehtoistyö ei ole usein näkyvää ja vapaaehtoisuuden koettiin tuottavan suuremman lämmön tunteen (warm glow) kuin rahan lahjoittaminen, joskaan tätäkään teoriaa ei testattu (Costello ym. 2022, 679). Dannenberg, Johansson-Stenman ja Wetzel tekevät tutkimuksessaan

päinvastaisen löydön. Heidän tutkimuksensa osoittaa, että antamalla lahjoittajalle lahjan, joka tekee julkiseksi heidän hyvän tekonsa, lisää suuren lahjoituksen todennäköisyyttä, sekä lahjoitusten keskiarvoa. Lahjan antaminen on todettu merkityksellisemmäksi kuin hyväntekeijälle tarjottu näkyvyys sosiaalisessa mediassa. (Dannenberg, Johansson-Stenman & Wetzel, 2021, 721-722.) Ellingsenin ja Johanssonin (2009, 101) tutkimuksen tärkein löytö oli se, että suuri osa aikaa lahjoittaneista ihmisistä ei tarvitse minkäänlaista kompensatiota, kun taas lähes kaikki rahallisen lahjoituksen tehneet ihmiset kokevat tarvetta kompensatioon. Berman ja Silver (2022, 103) huomauttavat, että ulkopuolisten näkökulmasta henkilö, joka vastaanottaa kiitoslahjan lahjoitustaan vastaan, motivoituu kiitoslahjasta ennemmin kuin auttamisen ilosta. Joissain tapauksissa ajatellaan, että lahjoittajat, joilla epäillään olevan takajatuksia, saatetaan mieltää moraalittommammiksi, kuin jos he eivät olisi lahjoittaneet lainkaan. Pohdintaa aiheuttaa myös, onko lahjoittajan tarkoitus auttaa avun tarvisijoita vai kenties osittain vain itseään.

#### 2.3.4 Milleniaalit ja ikä

Vanhemmat ihmiset välittävät enemmän toisista ja kokevat empatian ja säälin tunteita toisia kohtaan, sekä tuntevat vahvempaa auttamisen halua. Vanhemmat ihmiset ottavat myös osaa vapaaehtoistoimintaan vähemmän, mutta ne, jotka ottavat, antavat enemmän aikaansa kuin nuoremmat vapaaehtoiset. Vanhemmat ihmiset lahjoittavat enemmän rahaa, Amerikassa, Kanadassa ja Isossa Britanniassa keskimääräinen vuotuinen lahjoitusmäärä kasvaa iän myötä. (Fung, Gong & Zhang, 2017, 441.) Toisaalta Bjälkebring, Västfjäll, Dickert ja Slovic (2016, 6) eivät löytäneet tutkimuksessaan ikään liittyviä eroja prososiaalisessa käyttäytymisessä. Todennäköisyyteen lahjoittaa ei vaikuttanut ikä sen enempää kuin muutkaan lahjoittamiseen liittyvät tekijät.

Milleniaaleja kutsutaan myös Y-sukupolveksi, jotka ovat syntyneet vuosien 1980 ja 1996 välillä. Heidän voidaan ajatella olevan hyvin edustava joukko tarkastelussa olevan koulun oppilaiden vanhempia. Urbain, Gonzales ja Gall-Ely (2013, 159) ovat tutkineet milleniaalien asenteita auttamisen osalta. Heidän tutkimuksissaan kävi ilmi, että milleniaalit suosivat jakamista antamisen sijaan, kun on kyse muiden auttamisesta. Milleniaalit ovat auttamishaluisia, mutta odottavat samalla hyötyvänsä myös itse antamastaan avusta. Edellisiin sukuolviin verrattessa milleniaaleille työn tarkoitus on palkkaa tärkeämpi. Milleniaalien kommunikaatiokyvyt ovat kärsineet runsaasta teknologian käytöstä kommunikoinnin välineenä. Hyväntekeväisyysorganisaatioiden tulee käyttää tätä tietoa hyväkseen suunnitellessaan kampanjoita varainkeruuseen liittyen. (Gorczyca & Hartman, 2017, 417.) Milleniaaleilla on ollut edellisiä sukupolvia paremmat mahdollisuudet muun muassa opiskeluun, tämä tarkoittaa myös suurempia opintolainoja, jotka omalta osaltaan jarruttavat milleniaalien mahdollisuuksia tehdä rahallisia lahjoituksia. Tällä ei ole ainoastaan vaikutusta milleniaalien taloudelliseen tilanteeseen, mutta myös heidän päätöksentekoonsa. (Lusardi, Scheresberg & Yakoboski, 2014, 3.) Ajan lahjoittamien

voikin näin ollen olla tapa saada milleniaalit osallistumaan ja sitoutumaan hyväntekeväisyystoimintaan (Gorczyca ym. 2017, 417).

#### 2.4 Motivaatio ja keinot, miten rohkaista ihmisiä lahjoittamaan

Hyväntekeväisyysorganisaatiot ovat ottaneet käyttäytymistaloustieteen keinoja mukaan toimintansa kehittämiseen. Keinoina on käytetty laatusertifikaatteja, oletusvalintoja, sekä erilaisten avustusmekanismien, kuten apurahat ja avustukset käyttöä tai positiivisten tunteiden herättelyä. Myös lahjoitusten julkaiseminen on paljon käytetty keino, jolla on saatu paljon positiivisia tuloksia. Leon Festingerin vuonna 1954 kehittämän sosiaalisen vertailun teorian mukaan ihmiset arvioivat todellisuutta ja itseään tiettyjen standardien perusteella. Ihmiset arvioivat itseään objektiivisesti tai ei-sosiaalisessa yhteydessä, jos objektiivinen taso ei ole käytettävissä tai se ei ole oleellinen, vertaavat ihmiset itseään myös toisiin. Liittyen lahjoitusten tekemiseen voittoa tavoittelemattomiin organisaatioihin, objektiivinen taso ei ole usein tarjolla. Tästä syystä sosiaalinen vertailu, eli tieto toisten lahjoittamista määristä, vaikuttaa hyvin todennäköisesti omaan lahjoitukseen. (Croson & Shang, 2008, 223.) Näin lahjoittajilla on mahdollisuus viestittää (signaling) muille omasta lahjoituksestaan sekä saada tietoa muista lahjoittajista ja lahjoitusten määristä (Feine ym. 2023, 2).

Lahjoittajia voidaan rohkaista lahjoittamaan myös lahjoitusten myötä kerääntyvällä lahjalla, joskaan tällaisen toimintamallin toiminnasta ei ole saatu yksiselitteisiä johtopäätöksiä. Toisaalta tiedetään palkinnon rohkaisevan ihmisiä lahjoittamaan, mutta samalla on saatavilla tutkimuksia, jotka eivät ole löytäneet palkinnoilla olevan merkittävää vaikutusta lahjoitusten määrään. Sánchezin tutkimuksessa pääteltiin antamisen määrän lisääntymisen johtuneen ryhmäidentiteetistä, jossa ryhmätehtävän luomalla lämpimällä tunteella (warm glow) oli vaikutusta. (Sánchez, 2022, 542, 547.)

List ja Lucking-Reiley ovat tutkineet alkupanoksen (Seed Money) merkitystä lahjoitusten lisäämiselle. Hyväntekeväisyyden ammattilaiset ovat ehdottaneet, että hyväntekeväisyyskampanja tulisi aloittaa julkisesti vasta siinä vaiheessa, kun noin 40-50 % hyväntekeväisyyskampanjan tavoitesummasta on saavutettu. Tätä teoriaa List ja Lucking-Reiley testasivat tutkimuksessaan, jossa 3000 dollarin tavoitteesta oli kerätty alkupanosta (Seed Money) joko 10 %, 33 % tai 67 %. Tutkimuksen tulokset olivat selkeitä. Alkupanoksen (Seed Money) noustessa 10 %:sta 67 %:n lahjoitusten määrät yli kaksinkertaistuivat 3.7 %:sta 8.2 %:n. Alkupanoksen noustessa nähdään, että lahjoittajien määrä, mutta myös yksittäisten lahjoitusten suuruus kasvaa. Tutkimus osoittaa näin, että hyväntekeväisyyskeräys on järkevää aloittaa yksityisenä ennen sen julkistamista suurelle yleisölle. Täyttä varmuutta alkupanoksen optimaalisesta määrästä ei tutkimuksen perusteella pystytty määrittämään, mutta List ja Lucking-Reiley ehdottavat yli 33 %:n kokonaistavoitteen määrästä kerättävän alkupanoksena. Tulosten ei nähdä jatkuvan



positiivisena, jos alkupanos asetetaan todella suureksi, päinvastoin tämän nähdään laskevan lahjoitusten määrää. (List & Lucking-Reiley, 2002, 216-217, 224-225, 229, 231.)

Pohdittaessa toimia ihmisten käyttäytymisen muuttamiseen, on tärkeä huomioida, etteivät ihmisten päätökset useinkaan ole rationaalisia ja pohdittuja, eivätkä aikomukset ja toteutuva käytös aina kohtaa. Daniel Kahneman (2011) esittää ihmisten ajattelun jakautuvan kahteen systeemiin, systeemi 1 ja systeemi 2. Systeemi 1 toimii hyvin automaattisesti, nopeasti ja sen toiminta on vaivatonta. Systeemi 2 puolestaan prosessoi vaivalloisia ajatuksen toimintoja. (Kahneman, 2011, 20-21.)

Systeemi 1 ajattelu on intuitiivinen, nopea, automaattinen, vaivaton ja tunteellinen. Suurin osa päätöksistämme tehdään systeemi 1 ajatteluun nojaten. Systeemi 1 ajattelua käytetään kiireisissä tilanteissa, kun mieli on jo muutenkin kuormittunut. (Bazerman ym. 2013, 3-4.) Yksi systeemi 1 ajattelua rajoittava tekijä on se, ettei sitä pysty sulkemaan pois päältä (Kahneman, 2011, 25). Systeemi 1 käyttää toiminnassaan ajattelun heuristiikkoja, oikopolkuja tai niin kutsuttuja nyrkkisääntöjä, jotka nopeuttavat ajattelua ohittamalla monimutkaiset päätöksenteon portaat. Nopeilla päätöksillä on kääntöpuolensa, nopeat päätökset ovat usein epäloogisia ja vääristyneitä.

Systeemi 2 ajattelu vastaa hitaasta, tietoisesta, loogisesta ja täsmällisestä ajattelusta. Systeemi 2 ajattelu kytkeytyy tehdessämme tärkeitä päätöksiä, nämä päätökset käyvät läpi kuusiportaisen päätöksenteon vaiheet. (Bazerman ym. 2013, 3-4.) Tehtävän käydessä liian monimutkaiseksi systeemi 1 ajattelun ratkaista, siirtyy asia systeemi 2 ajattelun ratkaistavaksi (Kahneman, 2011, 24). Suurin osa ajattelun harhoista tapahtuu systeemi 1 ajattelua käytettäessä, mutta harhoilta ei voi myöskään täysin välttyä systeemi 2 ajattelun ottaessa vallan (Bazerman ym. 2013, 4).

Ihmisiä markkinointiviestinnällä tavoitellessaan tulisi huomioida Kahnemanin systeemi 1 ja systeemi 2 ajattelu. Ihmisten tehdessä intuitiivisia ja tunnelatautuneita päätöksiä (systeemi 1) tulisi markkinoinnissa käyttää tunteisiin vetoavia elementtejä, kuten musiikki ja tunneperäiset sanat. Järkeen ja faktoihin perustuvien päätösten (systeemi 2) tueksi markkinoinnissa tulisi löytää rationaalista ja faktuaalista tietoa päätösten tueksi. Musiikin lisääminen mainontaan tuotteiden osalta, joiden ostopäätöksiin käytetään harkintaa ja faktoja, vähentää mainoksen vaikuttavuutta. Musiikki toimii näin ollen parhaiten tunnepohjaisten ostosten lisääjänä. (Cialdini, 2021, 405.)

Puhuttaessa pienemmistä hyväntekeväisyyden toimijoista eivät esimerkiksi alkupanokset keräyksien alkuvaiheessa tule kysymykseen, jolloin ratkaisuja on tärkeä etsiä motivaation, suostuttelun ja tuuppausten kautta, unohtamatta huomioida ihmisten päätöksenteon haasteita. Alla esitellään itseohjautuvuusteoria, suostuttelun periaatteet, sekä EAST-kehys. Itseohjautuvuusteoria kuvaa perustarpeita, jotka motivoivat ihmisten tekemisiä ja suostuttelun

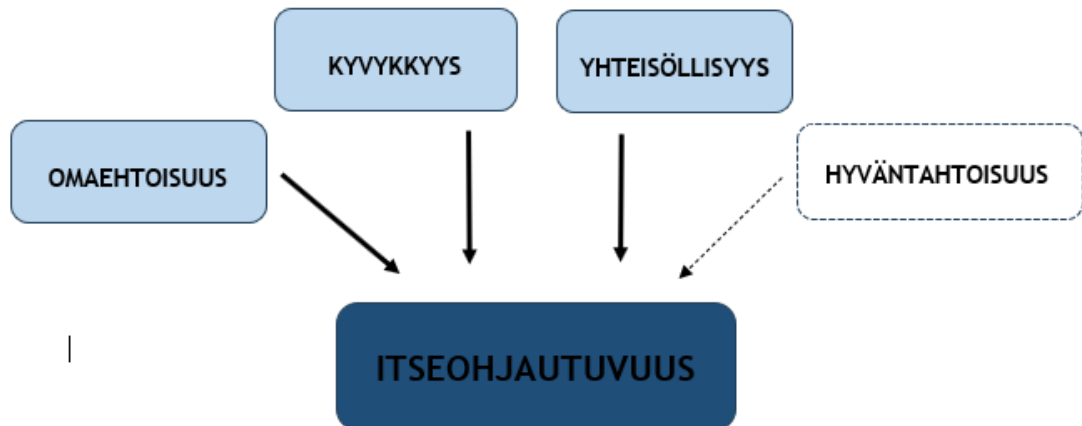
periaatteet tuovat esiin, miten ihmisiin voidaan vaikuttaa tai miten heitä voidaan suostutella toimimaan halutulla tavalla. Behavioural Insights Teamin EAST-kehystä voidaan käyttää ihmisten toiminnan ohjaamiseen tai ”tuuppaamiseen” huolehtimalla helppouden, houkutelevuuden, sosiaalisuuden ja oikea-aikaisuuden toteutumisesta.

#### 2.4.1 Itseohjautuvuusteoria

Psykologit Richard Ryan ja Edward Deci kehittivät itseohjautuvuusteorian (self determination theory) vuonna 1985. Teoria tutkii mikä saa ihmiset liikkeelle, sekä mikä säätelee heidän käytöstään elämän eri alueilla. Itseohjautuvuusteorian mukaan ihmisillä on kolme psykologista perustarvetta, omaehtoisuus, kyvykkyys ja yhteisöllisyys (kuvio1). Näiden kolmen perustarpeen täyttyminen varmistaa ihmisen tehokkaan toiminnan ja hyvinvoinnin. Teorian keskiössä on ymmärrys siitä, että motivaatio jakautuu kahteen osaan, sisäiseen motivaatioon ja ulkoiseen motivaatioon. Sisäinen motivaatio saa ihmiset toimimaan omasta tahdostaan ja täysin antautumaan tekemiseen, jonka he kokevat kiinnostavana. Ulkoisen motivaation vallitessa ihmiset toimivat pakon, houkuttelun, velvollisuuden tai sitoumuksen velvoittamana. (Deci & Ryan, 2015, 468.)

Lahjoittamiseen liittyen voidaan tutkia mistä ihmisten motivaatio lahjoittaa kumpuaa. Ihmiset valitsevat tukemansa kohteet lähtökohtaisesti itse ja voivat kokea iloa pystyessään toimimaan valitsemansa hyväntekeväisyyskohteen hyväksi. Esimerkiksi ajan lahjoittaminen ja hyväntekeväisyystyö valitun kohteen hyväksi saavat ihmiset kokemaan onnistumisen tunteita oman tekemisensä suhteen, mutta myös tärkeän lopputuloksen kannalta. Parhaimmillaan työskentely tärkeän kohteen hyväksi yhdessä muiden kanssa tuottaa yhteisöllisyyden tunteita ja hyvää mieltä, joka motivoi jatkamaan. Toisten auttaminen tuottaa myös hyvää mieltä ja tuoreimmissa tutkimuksissa juuri tuntemattomien auttaminen tuottaa ihmisille eniten iloa.

Frank Martela (2014) on tehnyt yhteistyötä professori Ryanin kanssa ja heidän yhteisten tutkimustensa perusteella ovat pohtineet hyväntahtoisuuden (Benevolence) lisäämistä neljänneksi perustarpeeksi. Tutkimustulokset ovat olleet vakuuttavia, mutta he eivät ole vielä saavuttaneet varmuutta, jolloin neljännen perustarpeen lisääminen on ajankohtaista. (Martela, 2014.) Vaikka hyväntahtoisuutta (kuvio 1) ei ole lisätty perustarpeeksi omaehtoisuuden, kyvykkyyden ja yhteisöllisyyden rinnalle, Frank Martela kertoi sähköpostitse, että hyväntahtoisuus vaikuttaa toimivan hyvinvoinnin ja merkityksellisuuden osalta samoin kuin muut kolmesta perustarpeesta (Martela, 2024).



Kuvio 1: Itseohjautuvuuden kolme (ja pohdittu neljäs) perustarvetta (tiedot: Deci & Ryan, 2015, Martela, 2014).

### Omaehtoisuus

Omaehtoisuus (autonomy) tarkoittaa omaa tahtoa ja omien tekojen takana seisomista (Martela, Ryan & Steger, 2017, 1263). Omaehtoisuus nousee ihmisen omasta motivaatiosta toimia, ei ulkoisista pakotteista tai houkutteista. Ihminen joko nauttii tekemisestään tai on kiinnostunut siitä päämäärästä, jota kohti hänen tekemisensä johtaa. (Martela, 2014.)

### Kyvykkyys

Kyvykkyydellä (capability) tarkoitetaan tehokkuutta ja omien tekojen hallintaan (Martela ym. 2017, 1263). Ihminen kokee kyvykkyyttä onnistuessaan ja suoriutuessaan tehtävistään. Ihmiset nauttivat tehtävistä, joissa kokevat pärjäävänsä ja onnistuvansa, parhaimmillaan ihmiset upoutuvat tehtäväänsä täysin, kun tehtävä sujuu heiltä lähes huomaamatta. (Martela, 2014.)

### Yhteisöllisyys

Yhteisöllisyys (relatedness) perustuu ihmisten tarpeeseen vuorovaikutuksesta toisten ihmisten kanssa, puhutaan ihmisistä laumaeläiminä. Kokemus yhteisöllisyydestä ja kohdatuksi tulemisestä saa ihmisen voimaan hyvin. (Martela, 2014.)

### (Hyväntahtoisuus)

Hyväntahtoisuus (benevolence) on Martelan ja Ryanin tutkimusten mukaan itseohjautuvuuden mahdollinen neljäs perustarve. Hyväntahtoisuus tarkoittaa ihmisten halua tehdä ja toivoa hyviä asioita toisille ihmisille. Ihmiset kokevat toisten ihmisten kärsimykset ikävänä asiana ja

toisaalta taas nauttivat, kun voivat olla avuksi toisille ihmisille. Näin ollen toisten ihmisten auttaminen saa ihmiset voimaan hyvin. (Martela, 2014.)

### 2.3.2 Suostuttelun periaatteet

Robert Cialdini on psykologian ja markkinoinnin emeritus professori, joka on tutkinut vaikuttamista ja todennut sen perustuvan kuuteen pääkohtaan, joskin hän on lisännyt vielä seitsemännen kohdan vuonna 2016. Nämä seitsemän kohtaa kuvaavat miten ihmisiin voi vaikuttaa tai miten heitä voi suostutella toimimaan halutulla tavalla. Päästäkseen selville, miten suostuttelu toimii käytännössä, Cialdini käytti kolme vuotta haastatellen ja seuraten ammattilaisia työssään. Nämä työntekijät edustivat muun muassa myynnin, markkinoinnin ja rekrytoinnin ammattilaisia. Cialdini meni jopa niin pitkälle, että hakeutui töihin harjoittelijana esimerkiksi mainontaan ja markkinointiin erikoistuviin yrityksiin saadakseen paremman ymmärryksen siitä, miten ihmiset saadaan sanomaan kyllä. (Cialdini, 2021, johdanto.)

Näistä kokemuksista Cialdini tiivistä seitsemän suostuttelun periaatetta.

- Vastavuoroisuus (Reciprocity)
- Mieltymys (Liking)
- Sosiaalinen todiste (Social proof)
- Auktoriteetti (Authority)
- Niukkuus (scarcity)
- Sitoutuminen ja johdonmukaisuus (Commitment and Consistency)
- Yhtenäisyys (Unity)

Jokainen yllä mainitusta seitsemästä periaatteesta pystyy tuottamaan ihmisessä automaattisen ajattelemattoman suostumuksen ilman harkintaa. Cialdini puhuu kirjassaan *Influence* (2121) päätöksenteon heuristiikoista, ajattelumme oikoteistä, jotka nopeuttavat ajattelumme, mutta eivät valitettavasti johda aina hyviin tai toivottuihin lopputuloksiin. Näihin ajattelumme harhoihin ja oikoteihin perustuen Cialdini on rakentanut alla esiteltävät seitsemän suostuttelun periaatetta. (Cialdini, 2021, johdanto.)

#### **Vastavuoroisuus**

Vastavuoroisuuden (reciprocity) sääntö määrittää, että meidän tulisi aina pyrkiä hyvittämään se mitä toinen henkilö on hyväksenne tehnyt. Vaikka vastavuoroisuus painottuu tulevaan ei sen voida ajatella kestävästi rajattomasti. Pienempien palvelusten elinikä on suhteellisen lyhyt ja halukkuus tehdä vastapalvelus vähenee nopeasti. Suurempien palvelusten elinikä voi olla pitkäkin. (Cialdini, 2021, 23, 25.)

Lahjan antaminen ennen tai palvelusta pyydettyä nostaa vastapalvelusalttiutta huomattavasti enemmän kuin palveluksen jälkeen maksettu palkkio. Markkinoinnissa vastavuoroisuus piilotetaan usein tuotteen esittelyyn ja maistattamiseen, jonka tarkoituksena on aktivoida asiakkaiden halu vastata palvelukseen, asiakkaiden onkin vaikea ottaa vastaan maistiainen ja vain kävellä pois. Asiakkaille suunnattujen lahjojen on hyvä liittyä ostettavaan tuotteeseen tai palveluun, samalla tuotteen on hyvä olla myös asiakkaalle erityinen, jolloin esimerkiksi vastausnopeus tai -alttius voi parantua. (Cialdini, 2021, 32, 38-39, 42-43.)

Cialdini (2021) pohtii, miksi pieni palvelus usein maksetaan takaisin isommalla vastapalveluksella. Selityksen tarjoaa se, että jatkuva velan tai velvollisuuden tunne painaa ihmisiä ja näistä tunteista ihmiset pyrkivät eroon mahdollisimman pian. Ihmisestä, joka ei tee vastapalvelusta voidaan käyttää erilaisia nimityksiä, kuten vapaamatkustaja, siipeilijä ja tyhjäntoimitaja. Nimitykset voivat vaikuttaa niin ikäviltä, että jo pelkästään välttääkseen kyseiset nimitykset ihmiset saattavat ryhtyä epäsuotuisiinkin vastapalveluksiin. Ihmiset välttävät myös palvelusten pyytämistä, jos tietävät, etteivät pysty tekemään vastapalvelusta. Näin ollen psykologiset kustannukset ylittävät jopa materiaaliset menetykset. (Cialdini, 2021, 48, 50.)

### **Mieltymys**

Cialdini (2021) antaa useamman esimerkin mieltymyksen (liking) vaikutuksesta suostuttelussa. Ihmiset, joille evoluutioteoria on ollut vieras, esimerkiksi vahvan uskonnollisen vakaumuksen takia, ovat muuttaneet mieltään, kun heidän on annettu ymmärtää George Clooneyn tai Emma Watsonin kommentoineen evoluutiota käsittelevää kirjaa positiiviseen sävyyn. Kaikki lääkärit, jotka tekevät hoitovirheen, eivät saa haastetta oikeuteen, koska heistä pidetään. Ja kutsusta Tupperware juhliin ei kehdata kieltäytyä tai vielä vähemmän lähteä pois tyhjin käsin, koska kutsujana ja järjestäjänä on ollut ystävä. Ihmiset vaikuttavat myös olevan hyvin tietoisia kyseisten juhlien paineisuuden liittyvän juuri ystävyteen ja mieltymykseen, kuitenkin pystymättä vastustamaan näitä suostuttelun keinoja. Edellä olevat esimerkit kertovat miten mieltymykset, kohdistuivat ne sitten julkisuuden henkilöön, hoitotyön ammattilaiseen tai sydänystävään, vaikuttavat päätöksiimme ja toimintaamme hyvin vahvasti. (Cialdini, 2021, 74-77.)

Mieltymyksiin liittyy myös ulkonäkö, jolla on tutkittu olevan suuri merkitys monessa tilanteessa. Liitämme positiivisia piirteitä ihmisiin, jotka koemme fyysisesti puoleensavetävinä. Ihmisten on tutkittu antavan enemmän ääniä puoleensavetävämille ihmisille, joskaan äänestäjät itse eivät ole rekisteröineet toimintaansa ja kieltävätkin sen suurimmalta osin täysin. Työhaastatteluissa nähdään samankaltaisia tilanteita, jolloin viehättävämmät hakijat saavat työtarjouksia useammin ja näyttävä ulkonäkö näkyy myös palkassa. Samankaltaisuus voi myös lisätä mieltymystä. Ihmisistä voidaan etsiä merkkejä samoista harrastuksista, heidän nimestään ja yhteisistä kiinnostuksen kohteista. Ostamisen todennäköisyys lisääntyy tuotteen nimen

alkaessa oman nimen etukirjaimella. Opettajan ja opiskelijan jakaessa yhteinen kiinnostuksen kohde, oppilaan menestys kyseisen opettajan kurssilla paranee. (Cialdini, 2021, 83, 85.)

Kohteliaisuuksia on tutkittu aivokuvauksien avulla ja näissä tutkimuksissa on selvinnyt, että tykkäysten saaminen sosiaalisessa mediassa saa aivojen palkintosektorin loistamaan, samoin kuin suklaan syönti ja rahan voittaminen tekevät. Tieto siitä, että joku pitää meistä saa hyvin usein vastakaikua ja ihmiset vastaamaan pyyntöihin positiivisesti. Tutkimuksissa on myös todettu, että vaikka kohteliaisuuksien kohteet saivat tietää, etteivät kohteliaisuudet olleet todellisia, se ei muuttanut heidän ajatuksiaan kohteliaisuuden lausujasta, he edelleen pitivät tästä henkilöstä. Näin ollen vaikuttaa siltä, että suhtautumisemme kohteliaisuuksiin on automaatio, joka mahdollistaa kohteliaisuuksien väärinkäytönkin. (Cialdini, 2021, 91.)

### **Sosiaalinen todiste**

Sosiaalinen todiste (social proof) on ajankohtainen vaikuttamisen metodi, sillä korona-aikana omasta tai toisten terveydestä huolehtiminen ei ollut tarpeeksi vakuuttamaan ihmisiä käyttämään maskeja, mutta kanssaihminen maskien käyttö vaikutti muiden maskinkäyttöön positiivisesti. Ihmiset määrittelevät mikä on oikein selvittämällä mikä muiden ihmisten mielestä on oikein. Voidaksemme suojautua joutumasta sosiaalisen todisteen vaikutukseen, on tärkeä tunnistaa olosuhteet, joissa se toimii parhaiten; *epävarmuus, määrä ja samankaltaisuus*. (Cialdini, 2021, 132, 143.)

*Epävarmuus.* Ihmisten ollessa epävarmoja itsestään ja ympäristöstään hakevat he todennäköisimmin ohjeita toisten käytöksestä. Toisten käytöksen näkeminen helpottaa ihmisten epävarmuutta ja ohjaa oikeaan käytökseen eri tilanteissa. Toisten käytöksen tarkkailu voi johtaa pahimmillaan tilanteeseen, jota kutsutaan pluralistiseksi tietämättömyydeksi (pluralistic ignorance), jossa ihmiset tarkastelevat kaikki epävarmoina toisiaan osatakseen käyttäytyä oikein. Tästä on esimerkkejä niin kutsuttuna sivustakatsojaefektinä (bystander effect), jossa rikosta voi todistaa useita ihmisiä, mutta kukaan ei tee mitään auttaakseen. (Cialdini, 2021, 145.)

*Määrä.* Yhden ihmisen toiminta ei vielä välttämättä saa muita vakuuttuneeksi ja seuraamaan tämän toimintaa, mutta kun useat ihmiset esimerkiksi tuijottavat taivaalle, on ohikulkijoiden hyvin vaikea olla itsekin kääntämättä katsetta taivaalle. Sosiaalinen hyväksyntä on ihmisille tärkeää, eikä kukaan halua leimautua oudoksi tai ulkopuoliseksi. Ihmisillä on tarve saavuttaa sosiaalinen hyväksyntä ja samalla välttää sosiaalista hylkimistä. Näitä kahta tarvetta hyväksikäyttäen muun muassa kultit pystyvät pitämään ihmisiä otteessaan. (Cialdini, 2021, 153, 162-163.)

*Samankaltaisuus.* Sosiaalinen todiste toimii parhaimmillaan, kun ihminen seuraa itsensä kaltaisen ihmisen toimintaa. Itsensä kanssa samankaltaisten ihmisten toiminta antaa ihmisille vahvistuksen siitä, että kyseinen toiminta on pätevää, mahdollista ja sosiaalisesti

hyväksyttävää. Esimerkiksi poikien käyttäytyessä aggressiivisesti luokassa, aggressio leviää poikien kesken, mutta ei tartu tyttöihin. (Cialdini, 2021, 163.)

Ihmisten pyrkimys toimia kuten muut voi johtaa myös hyvin negatiivisiin tapahtumiin. Monet ajattelun oikotiet vaikuttavat vaarallisesti esimerkiksi lentäjien päätöksentekoon. Sosiaalinen todiste on koitunut lentojen kohtaloksi, kun lentäjät ovat luottaneet sosiaaliseen todisteseen enemmän kuin heidän käytössään oleviin fyysisiin todisteisiin. Näin ollen huonot sääolosuhteet ovat jääneet huomioimatta, kun lentäjät ovat keskittyneet vain siihen, että muutkin edellä laskeutuneet lentäjät/koneet ovat onnistuneet. (Cialdini, 2021, 195.)

### **Auktoriteetti**

Auktoriteetti (authority) on erittäin vahva suostuttelun keino. Tunnistettava auktoriteetti tarjoaa ihmisille ajattelun oikotien, osoittamalla miten tilanteessa tulisi toimia. Tutkimukset, joilla on tutkittu auktoriteetin toimintaa ja vahvuutta ovat osoittaneet, että aikuiset ovat valmiita tekemään lähes mitä vaan auktoriteetti määrää. Ihmiset kasvavat syntymästään kunnioittamaan ja tottelemaan auktoriteettia, sekä ymmärtämään, että tottelemattomuus on väärin. (Cialdini, 2021, 207-209.)

Tittelit voivat toimia niin positiivisesti kuin negatiivisestikin. Tutkimuksissa on käynyt ilmi, että henkilö, jolla on titteli, mielletään tai arvioidaan pidemmäksi, kuin henkilöt ilmatitteliä. Henkilön tittelin paljastuminen voi muuttaa muiden suhtautumista kyseessä olevaan henkilöön. Vaatteet ja erityisesti univormut luovat vahvan tunteen auktoriteetista. Ihmisten on hyvin vaikea vastustaa univormupukuisen henkilön käskyjä tai pyyntöjä. Myös paremmin tai siistimmin pukeutuneet henkilöt arvioidaan helposti pätevimmiksi kuin huonommin pukeutuneet henkilöt. (Cialdini, 2021, 214-215, 223.)

### **Niukkuus**

Niukkuus (scarcity) liittyy voimakkaasti riskeihin ja epävarmuuteen. Riskien ja epävarmuuden vallitessa menetyksen mahdollisuus vaikuttaa vahvasti ihmisten päätöksentekoon. Ihmisiä motivoi jonkin asian mahdollinen menettäminen enemmän kuin jonkin samanarvoisen asian saavuttaminen. Tässä tiivistyy Daniel Kahnemanin prospektiteorian (prospect theory) ydin, tappioiden kaihtaminen (loss aversion). (Cialdini, 2021, 244-274.)

Muun muassa keräilijöiden kesken esineen käydessä harvinaiseksi sen arvo nousee, jolloin sen hinta ei perustu esineen laatuun vaan sen harvinaisuuteen. Joskus virheellisistä tuotteista tulee arvokkaista, virheellisyys, jopa epäesteettisyys muuttuvat tavoiteltaviksi, kun ne ovat harvinaisia. Niukkuus on myös paljon käytetty markkinoinnin keino. Muun muassa ”rajoitettu määrä”, vain rajoitetun ajan” tai ”niin kauan kuin varastoa riittää” ovat esimerkkejä niukkuuteen perustuvista ja paljon käytetyistä mainoslauseista. (Cialdini, 2021, 246, 251-252, 254.)

Jack Brehmin kehittämä reaktanssi teoria (reactance theory) liittyy vapauden menettämiseen. Teorian mukaan ihmisten vapaan valinnan ollessa uhattuna tai rajoitettuna, ihmiset alkavat haluta tai vaatia sitä enemmän. Tämä sama malli pätee niukkuuteen, kun haluamme asia käy vähiin alamme haluta sitä enemmän. Ihmiset voivat reagoida negatiivisesti ja kokea, että heitä ohjataan väkisin kohti päätöstä, mikä voi johtaa haluun vaalia vapautta ja kieltäytyä tarjouksesta. Tätä reaktanssi reaktiota voidaan yrittää kiertää lisäämällä tietoa (Cialdini, 2021, 257-267.);

TOIMINTA	SUOSTUTTELUN KEINO
Muistutus menneestä palveluksesta	VASTAVUOROISUUS
Pyytjä on ystävällinen, hänen pyyntöönsä tulisi vastata positiivisesti	MIELTYMYS
Monet muut toimivat samoin	SOSIAALINEN TODISTE
Asiantuntijat suosittelevat tuotetta tms.	AUKTORITEETTI
Tarjous tai tuote on loppumassa	NIUKKUUS

Taulukko 1: Reaktanssi teorian kiertäminen tietoa lisäämällä (Cialdini, 2021, 267)

Edellisten lisäksi pyytjä voi muistuttaa päätöksen tekijää tämän vapaasta mahdollisuudesta valita. Muistutus vapaasta mahdollisuudesta valita nostaa myöntymisalttiutta merkittävästi. (Cialdini, 2021, 267-268.)

### Sitoutuminen ja johdonmukaisuus

Ihmisillä on tarve näyttäytyä johdonmukaisina (consistency) tekemisiinsä ja sanomisiinsa nähden. Näin ollen lupaus tai valinta, jonka ihmiset tekevät, aiheuttaa henkilökohtaisen ja ihmisten välisen paineen toimia sen mukaan mitä on luvannut (commitment) tai mihin on sitoutunut. Johdonmukaisuus luonteenpiirteinä nähdään älyllisenä vahvuutena. Epäjohdonmukaisuuteen liitetään piirteitä kuten kaksinaamaisuus, sekavuus tai jopa mielisairaus. Johdonmukaisuus voi johtaa myös ei-toivottuihin tuloksiin, kun toiminta tapahtuu ajattelematta. Ajattelumme oikotiet hyötyvät, kun voimme vain seurata valmiita kaavoja miettimättä tai punnitsematta eri vaihtoehtoja, ainoastaan pysymällä yhdenmukaisena omille päätöksillemme. Sitoutuminen aktivoi johdonmukaisuuden, sitoutuessaan johonkin asiaan ihminen kokee luonnollista tarvetta käyttäytyä kuten on luvannut, eli toimia johdonmukaisesti. Tästä syystä julkisesti esitetyt tavoitteet tulee usein täytettyä, koska ihmiset haluavat näyttäytyä kanssaihmisille johdonmukaisina ja näin ollen totuudenmukaisina lupauksilleen. (Cialdini, 2021, 293, 295, 303.)

Ihmisiä motivoitaessa lahjoittamaan, käytetään usein kysymyksiä, joihin ihmisten uskotaan vastaavan positiivisesti. Kun ihminen on kerran ilmoittanut voivansa hyvin ja asioiden olevan hienosti, on hyvin vaikeaa vastata kitsaasti lahjoittamispyyntöön. Myyntityössä ei ole aina



tärkeintä saavuttaa heti suurta myyntiä. Aluksi riittää pienikin kauppa, koska tähtäimessä ei ole tässä vaiheessa voitto, ainoastaan asiakkaan sitouttaminen. Tällä pienistä pyynnöistä myöntämisyyttä rakentaen kohti suurempia pyyntöjä etenevällä tekniikalle on annettu oma nimi, jalka ovenväliin tekniikka (The foot-in-the-door technique). On todistettu, että mitä enemmän vaivaa sitoutumisen eteen on tehty, sitä suurempi on mahdollisuus vaikuttaa sitoutuneen henkilön asenteisiin ja käyttäytymiseen. (Cialdini, 2021, 305, 310, 327.)

### Yhtenäisyys

Ihmisillä on automaattinen tapa jakaa kaikki ihmiset kahteen ryhmään, niihin, jotka kuuluvat omaan ”me” joukkoon ja niihin, jotka eivät. Yhtenäisyyden (unity) sääntö pätee näihin sisäisen ”me” joukkoon kuuluviin ihmisiin, he eivät ole kuten me, he ovat me. Näiden ihmisten pyyntöihin meille ihmisinä on luonnollista vastata kyllä. Yhtenäisyys ei ole ainoastaan yhtäläisyyksiä, yhtenäisyys perustuu heimon kaltaisiin yhteisöihin joihin ihmiset identifioivat itsensä kuuluvan. Nämä ryhmät voivat liittyä rotuun, kansallisuuteen, perheeseen, poliittiseen tai uskonnolliseen yhteyteen. (Cialdini, 2021, 367.)

Sukulaisuussuhde tai perhesuhde on erittäin vahva ja evoluutio biologian mukaan ihmiset pyrkivät varmistamaan geeniensä jatkumisen. Tämä johtaa haluun auttaa sukulaisia erityisesti henkeä uhkaavissa tilanteissa. Ilmiötä on todistettu aivokuvantamisella, joka näyttää kuinka itsepalkitsemisen keskus stimuloituu perhettä auttaessa. (Cialdini, 2021, 378-379.)

Paikallisuus ja alueellisuus näkyy myös me-hengessä. Esimerkiksi paikallisen urheilujoukkueen voitto on erittäin tärkeä asia ja paikalliset jopa kokevat lähes itse voittaneensa. Historiasta löytyy paljon todisteita siitä, miten ihmiset ovat ajan saatossa kehittäneet keinoja luoda yhtenäisyyttä tanssien, laulaen, marssien ja rukoillen. Toimiessaan yhtenäisesti, ihmiset yhdistyvät. Tämä toimii yhteiskuntien kannalta hyvin, tuottaen uskollisuutta ja uhrautumista, joka normaalisti liitetään perhetasolle. (Cialdini, 2021, 396-397.)

#### 2.4.2 Behavioral Insights Team ja EAST

Behavioural Insights Team on perustettu 2010 osaksi Iso-Britannian hallituksen osastoa. Behavioural Insights Team tunnetaan myös nimellä ”Nudge unit” (Tuuppaus yksikkö). Tuuppaus yksikön tarkoitus on tuottaa tutkimuksiin perustuvaa ymmärrystä ihmisten käyttäytymisestä ja tähän perustuen olla mukana muuttamassa ja auttamassa ihmisiä, organisaatioita ja yhteisöjä kohti parempaa. (Behavioural Insights Team, 2024.)

Yksi parhaiten tunnetuista tuuppaus yksikön työkaluista on EAST malli. EAST nimi syntyy sanoista Easy, Attractive, Social ja Timely. Kehyksen ajatuksena on auttaa luomaan helppoja, houkuttelevia, sosiaalisia ja oikea-aikaisia ratkaisuja ja menettelytapoja perustuen käyttäytymistieteeseen. (Behavioural Insights Team, 2014, 4.)

Tuuppaus yksikkö on myös koonnut yhteen suosituksia hyvätekeväisyystyöhön liittyen. Applying behavioural insights to charitable giving- raportti koostuu EAST kehykseen perustuvista ehdotuksista, miten lahjoitusalttiutta ja lahjoitusten määrää voidaan yrittää lisätä (Behavioural Insights Team, 2023, 8).

Tuuppaus (nudge) tarkoittaa valintamuotoilun keinoin ihmisten käytöksen muuttamista ennakoitavaan suuntaan, vaihtoehtoja poistamatta tai taloudellisia kannustimia muuttamatta. Jotta tuuppaus olisi tuuppaus, tulee se olla helppoa ja halpaa välttää. (Thaler & Sunstein, 2021, 8.)



Kuvio 2: Behavioural Insights Team; EAST-kehys (tiedot: Behavioural Insights Team, 2014; 2023, kuvat PowerPoint stock images)

### Helppous

Tärkeintä pyrkiessä lisäämää lahjoitusalttiutta ja määrää on tehdä lahjoittaminen mahdollisimman helpoksi (easy). Myös viestiessä on tärkeää pitää viesti selkeänä ja yksinkertaisena sekä poistaa kaikki tieto, joka ei ole aivan välttämätöntä. (Behavioural Insight Team, 2014, 4, 9; Behavioural Insight Team, 2023, 8.)

### Houkuttelevuus

Lahjoittamista voi tehdä houkuttelevammaksi (attractive) tekemällä viestinnästä persoonimpaa, kuvin tai puhuttelemalla potentiaalisen lahjoittajaa viestissä nimellä. Pelkästään houkutteleva ulkonäkö voi saada ihmiset toimimaan. Esimerkiksi käsin kirjoitettu muistilappu kirjjekuoressa nosti vastausmääriä Irlannin verottajan kyselyssä 19 %:sta 36 %:iin. Vastavuoroisuutta voi myös luoda antamalla lahjoittajille pienen lahjan, joskin lahjan arvon tulee olla sopeva kiitoksen osoittamiseen, ei liian arvokas luomaan vastavuoroisuuden tunnetta. Lahjan sijaan voidaan käyttää myös arvontaa, johon kaikki lahjoittajat voivat osallistua. (Behavioural Insight Team, 2014, 5, 19; Behavioural Insight Team, 2023, 9.)

### Sosiaalisuus

Ihmisten lahjoitusalttiutus nousee, kun he näkevät muiden lahjoittavan ja kokevat lahjoittamisen sosiaalisena normina (social). Koska muiden käytös vaikuttaa vahvasti ihmisten omaan käytökseen ja päätöksiin on tärkeää viestiä lahjoittamisesta näkyvästi ja tehdä siitä näkyvää.

Ihmiset voivat vaikuttaa muihin omien yhteisöjensä kautta. Julkisuuden henkilöiden tekemät lahjoitukset aktivoivat myös muita toimimaan, koska he haluavat olla tai toimia kuten julkisuuden henkilöt tai koska he kokevat julkisuuden henkilöiden hyväntekeväisyysvalinnat luotettavina. Ankkurointi vaikuttaa lahjoituksen arvoon, ankkurin asettaminen sopivalle tasolle on erittäin tärkeää. Costa Ricassa tehdyssä tutkimuksessa tieto 10 dollarin aiemmista lahjoituksista nosti lahjoitusten tasoa, mutta matalammista kahden dollarin lahjoituksista informoitaessa lahjoitusten arvo laski huomattavasti. Lahjoittamispäätöksiä voidaan vahvistaa monin tavoin, mutta päätösten sosiaalistaminen on hyvin vahva sitoumus. Paras tapa tehdä päätöksistä pitäviä on kertoa niistä julkisesti tai vähintään ystävälle, näin päätöksiä on paljon suurempi kynnys perua. (Behavioural Insight Team, 2014, 5, 28; Behavioural Insight Team, 2023, 11-12.)

### Oikea-aikaisuus

Ajoitus on tärkeää myös lahjoituspyynnöissä, niiden täytyy olla oikea-aikaisia (timely). Tutkimukset ovat osoittaneet, kuinka tärkeää on huomioida oikea aika käytöksen muutokselle. On hyvä myös huomioida, että ihmiset arvostavat nykyhetkeä enemmän kuin tulevaisuutta, joten heidän päätöksensä noudattavat samaa kaavaa. Suuret tapahtumat elämässämme ovat hetkiä, jolloin olemme taipuvaisempia tekemään muutoksia. Tällaisia hetkiä voivat olla muutto, lapsen saaminen, läheisen kuolema tai koulun aloitus. Koska ihmisten suunnitelmien ja todellisen käytöksen välillä on usein ristiriitaa, on hyvä pyytää ihmisiä kirjaamaan suunnitelmansa, jotta he voivat korjata toimintaansa silloin kun ovat ajautumassa kauemmas tavoitteestaan. (Behavioural Insight Team, 2014, 6, 37; Behavioural Insight Team, 2023, 12-13.)

## 3 Tutkimuksen menetelmät ja aineiston analyysi

### 3.1 Menetelmät

Tutkimuksia on hyvin erilaisia, tieteelliselle tutkimukselle on asetettu paljon vaatimuksia, jotka juontavat juurensa pitkälle historiaan. Jo antiikin Kreikassa pyrittiin aitoon auktoriteeteistä riippumattomaan tietoon. Aloite tutkimukselle lähtee yleisimmin tarpeesta selvittää jotain asiaa, jota ei päivittäisen tai olemassa olevan tiedon avulla pystytä selvittämään, jolloin tarvitaan uutta tietoa. Tutkimus voi olla tutkimusotteeltaan laadullinen (kvalitatiivinen) tai määrällinen (kvantitatiivinen). Määrällisille tutkimuksille tyypillisiä ovat kokeelliset tutkimukset, joissa tutkitaan muuttujien välisiä syy-seuraussuhteita. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimustyyppi voi olla muun muassa toimintatutkimus, diskurssianalyysi, tapaustutkimus, elämäkertatutkimus tai etnografinen tutkimus. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2010, 19, 21, 191.)

Tämä opinnäytetyö ei kata kaikkia näkökulmia lahjoittamiseen liittyen, Hirsjärvi ym. (2010, 67) muistuttavatkin, että opinnäytetyö on usein vain yksi rajattu näkökulma valittuun aiheeseen. Tietoperustaan onkin valittu tietoa, joka tukee tutkimuksen eri vaiheita

haastattelukysymysten laadinnasta aineiston analysointiin ja toimenpidesuosituksen raportointiin. Tämän opinnäytetyö on laadullinen tapaustutkimus. Tapaustutkimus tutkii valittua kokonaisuutta yksilön tai ryhmän tasolla selittääkseen tutkimuksen kohteen takana vaikuttavaa ilmiötä (Hirsjärvi ym. 2010, 135). Laadullisen tutkimuksen kautta pyritään saamaan ymmärrys ihmisten suhteesta ja näkemyksistä tutkittavaan asiaan tai ilmiöön. Laadullisen tutkimuksen aineistojen keräämiseen käytetään pääasiassa haastatteluja.

Haastattelututkimus on luonteva valinta, kun halutaan selvittää syitä ihmisen toiminnalle tai heidän mielipiteitään (Sarajärvi & Tuomi, 2018, 84). Haastattelut ovat myös hyvä keino päästä suoraan vuorovaikutukseen haastateltavan kanssa (Hirsjärvi ym. 2010, 205). Haastatteluiden tarkoituksena on saada mahdollisimman paljon ja monipuolisesti tietoa tutkittavasta aiheesta (Juuti & Puusa, 2020, 107). Tämän tutkimuksen osalta lomakekyselyillä ei olisi ollut mahdollista saada yhtä laajoja ja perusteltuja vastauksia kuin mitä haastatteluiden avulla saatiin. Mielenkiintoisena huomiona myös lukutaidoton henkilö voi osallistua haastatteluun, siinä missä lomakkeen täyttö ei olisi onnistunut (Juuti ym. 2020, 104).

Tutkimuksen alussa pyrittiin selvittämään koko koulun vanhempien edustava mielipide koulun tukemiseen ja hyväntekemiseen liittyen; millä tavoin he lahjoittavat tai miksi he eivät lahjoita. Tämä tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen kyselylomakkeen avulla. Kvalitatiiviset puolistrukturoidut haastattelut toteutettiin kasvotusten tai Teamsin välityksellä yksilöhaastatteluina. Haastateltavat ilmoittivat halukkuudestaan osallistua haastatteluihin aluksi toteutetun kyselylomakkeen avulla. Haastatteluiden tulokset analysoitiin teema-analyysin menetelmällä. Teema-analyysiä ja aineistonkeruussa käytettävää teemahaastattelua ei tule sekoittaa keskenään. Teemahaastatteluissa teemat määritellään ennen haastatteluita, kun taas teema-analyysissä teemat nousevat esiin aineistosta.

### 3.2 Aineiston keruu ja sen haasteet

Tärkeintä laadullisen tutkimuksen aineiston kohdalla ei ole niinkään aineiston määrä vaan sen laatu. Laadullisen tutkimuksen tarkoitus on muodostaa kuva tutkittavasta ilmiöstä tai tapahtumasta ja näin pystyä ymmärtämään toimintaa ilmiöiden ja tapahtumien takana. (Sarajärvi ym. 2018, 98.)

Aineiston keruu tehtiin kahdessa osassa. Kvantitatiivisena strukturoituna kyselynä, jonka tarkoituksena oli saada määrällistä tietoa vanhempien ajatuksista koulun hyväksi lahjoittamisen suhteen. Tämän kyselyn tarkoitus oli myös saada yhteys henkilöihin, jotka olivat halukkaita osallistumaan varsinaiseen haastatteluun. Kvantitatiivinen kysely toteutettiin anonyyminä Forms-lomakkeena ajalla 7-18.2.2024, joka lähetettiin kaikille koulun oppilaiden vanhemmille Wilma-järjestelmän kautta. Kvantitatiiviseen kyselyyn vastasi 47 vanhempaa, kakista noin 700 vastaanottajasta, vastausprosentin jääden alle 10 %:iin.

Kvalitatiiviset haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina, joista käytetään myös nimeä puolistrukturoitu haastattelu. Teemahaastatteluissa osa haastattelun osioista on ennalta määrättyjä, haastattelut etenevätkin ennalta valittujen teemojen pohjalta. Teemahaastattelun kysymysten muoto tai järjestys eivät ole tarkasti määrättyjä, mutta se erottuu selvästi vapaasti etenevästä syvähaastattelusta. (Ruusuvuori & Tiittula, 2005,11; Hirsjärvi & Hurme, 2000, 48.) Tämän opinnäytetyön kysymysten teemat nousivat aineistosta, kvantitatiivisesta kyselystä, sekä toimeksiantajalta. Kysymyksiä käytiin läpi toimeksiantajan kanssa ja näin toimeksiantajalla oli mahdollisuus vaikuttaa kysymysten valintaan ja haastatteluiden sisältöön mahdollisimman pitkälle. Kvalitatiivisen haastatteluiden kautta pyrittiin syventämään ymmärrystä seuraavien teemojen osalta;

- Yhteisöllisyys
- Motivaatio
- Lahjoittaminen

Aineiston koko laadullisissa tutkimuksissa verrattuna määrällisiin tutkimuksiin jää opinnäytetöiden sekä pro gradu- tutkimusten osalta usein valitettavan pieneksi. Kysymyksiä herättääkin miten voidaan määritellä riittävä aineisto ja varmistua, että kaikki tarvittava tieto on kerätty. Eskola & Saloranta (2014) puhuvat aineiston saturaatiosta, tilanteesta, jossa aineistosta ei enää tule esiin uusia asioita tai näkökulmia, vaan se alkaa jo toistaa itseään. (Sarajärvi ym. 2018, 98-99.) Tämän tutkimuksen osalta avoimuus alkoi toistua vanhempien vastauksissa niin lahjoittamisen kuin motivaation teemojen alla.

Haastattelututkimuksissa on tärkeää huolehtia siitä, ettei haastattelija vaikuta haastateltavien vastauksiin. Haastattelutilanteissa tietoa tuottavat kuitenkin niin haastateltavat kuin haastattelijakin, tätä ongelmaa on hyvin vaikea ratkaista, käytettiinpä mitä haastattelu tyyliä tahansa (Ruusuvuori ym. 2005, 12; Hirsjärvi ym. 2000, 41). Haastattelussa haasteena ovat itse haastateltavat, miten he kokevat haastattelun ja vaikuttavatko esimerkiksi kulttuurikysymykset vastauksiin. Ihmisillä on myös tarve näyttäytyä tietynlaisena, joka voi vaikuttaa vahvasti ja väärin tavalla haastattelutuloksiin. Haastattelututkimusten tuloksia analysoidessa on tärkeä arvioida, kuinka laajoja yleistyksiä tuloksista voi tehdä, haastatteluiden konteksti- ja tunnesidonnoiksi. (Hirsjärvi ym. 2010, 206; Juuti ym. 2020,104, 108.)

Haastattelututkimusten suhteen esitetään eriäviä mielipiteitä, erityisesti käsiteltäessä vaikeiksi tai aroiksi tulkittavia asioita. Osa tutkijoista on sitä mieltä, että arkoihin ja vaikeisiin asioihin päästäisiin paremmin käsiksi lomakkeiden avulla, jolloin vastaajat kokisivat suurempaa etäisyyttä tutkijaan johtaen vahvempaan tunteeseen anonyymiydestä. (Hirsjärvi ym. 2000, 35.) Haastattelujen heikkoutena voidaan pitää myös niiden pitkäkestoisuutta ja korkeita kustannuksia (Sarajärvi ym. 2018, 86).

### 3.3 Aineiston analysointi

Tutkimuksen aineistoa analysoidaan yleensä kahdella eri analyysitavalla. Tilastollisten analyysien avulla pyritään selittämään tutkittavaa asiaa, kun taas laadullisen analyysin avulla luodaan ymmärrystä tutkittavan aiheen osalta. Analyysin tekemiseen tulee valita sellainen analyysitapa, joka pystyy tuottamaan vastauksen tutkimuksen kysymyksiin. (Hirsjärvi ym. 2000, 224.)

Teemahaastatteluissa haastateltavien määrän ollessa vähäinen, on kerääntynyt haastatteluai-neisto silti usein riittävä. Aineiston määrään vaikuttaa haastattelun syvyys, miten hyvin haas-tateltavan ja haastattelijan vuorovaikutus haastattelutilanteessa on onnistunut. Kaikkea ma-teriaalia ei ole mahdollista hyödyntää eikä analysoida. (Hirsjärvi ym. 2000, 225.) Dey (1993) muistuttaa, että aineisto on sitä paremmin analysoitavissa, mitä paremmin olemme sen sisäl-lön tarkastelleet, yksinkertaisin tapa tarkastella aineistoa on esittää sille kysymyksiä kuten Kuka? Mikä? Miksi? Milloin? (Hirsjärvi ym. 2000, 135,143). Laadullinen aineisto on usein moni-puolinen ja sen sisältö voi olla yllättävä, sisältäen asioita, joita ei ole osattu odottaa. Tästä syystä on tutkimusaihe hyvä rajata niin ettei tutkimuksen tuloksena ole laaja, mutta hyvin pinnallinen analyysi. (Juuti ym. 2020, 146.)

Tässä opinnäytetyössä aineisto analysoitiin teema-analyysin avulla, jolloin aineisto järjestet-tiin sieltä nousseiden toistuvien aiheiden avulla teemojen alle. Teema-analyysin avulla aineis-tosta tuodaan esiin toistuvia asioita tai piirteitä, joita haastateltavat ovat raportoineet. Teema-analyysin teemat nousevat näin aineiston pohjalta, mutta voivat myös osittain nouda-tella teemahaastattelun teemoja. (Hirsjärvi ym. 2000, 173.) Teemat, jotka tutkija aineistosta nostaa esiin, ovat aina tutkijan oma näkemys tutkimukseen osallistujien vastauksista (Juuti ym. 2020, 153). Aineistoa analysoidessa tulee huomioida, että asioita voidaan esittää monin tavoin, jolloin tutkijan tulee huomioida nämä erot haastateltavien välillä (Hirsjärvi ym. 2000, 173).

Teema-analyysissä aineistosta etsitään tutkimuksen kannalta olennaiset aiheet, näin toistuvia aiheita tai teemoja on helppo vertailla keskenään. Toisiaan vastaavat asiat yhdistetään niitä kuvaavien otsikoiden eli teemojen alle, tämä muodostaa analyysin kriittisimmän vaiheen Tuo-men ja Sarajärven (2002) mukaan. Tutkija päättää tässä vaiheessa miten toistuvia asioita laji-tellaan minkäkin teeman alle, näin ollen toisen tutkijan päätökset ja tulkinnat tuottaisivat mahdollisesti erilaisen lopputuloksen. Alakategorioita yhdistetään samankaltaisuuksien perus-teella yläkategorioiksi, kunnes aineiston näkökulmasta voidaan koota kaikki kategoriat yhden kokoavan otsikon alle. Jokaisen kategorian muodostaminen ja yhdistäminen yläkategoriksi vastaa osaltaan asetettuihin tutkimuskysymyksiin. (Juuti ym.2020, 153.)

Aineiston analysointi ja teemoihin järjestely ei vielä tuota lopullista tutkimustulosta, analy-soinnin jälkeen tutkimuksen tulokset tulee aina tulkita ja selittää. Tulosten tulkinta ja

selittäminen johtavat synteisien muodostamiseen, jotka vastaavat tutkimuksen ongelmiin. (Juuti ym.2020, 154-155.)

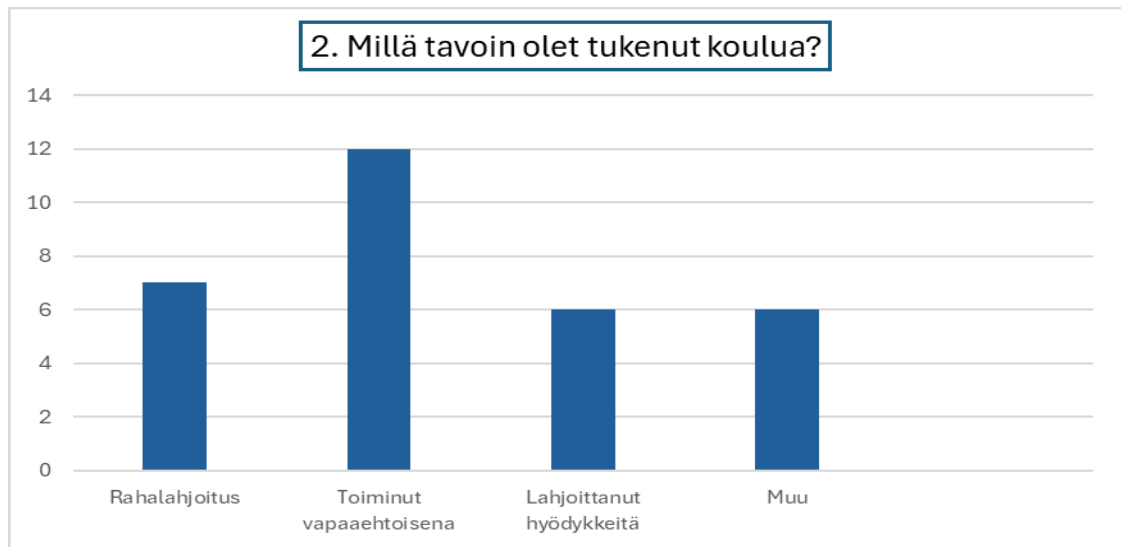
#### 4 Tulosten käsittely

##### 4.1 Kvantitatiivinen alkukysely

Kvantitatiivinen kysely, matalasta vastausmäärästään huolimatta tuotti erittäin arvokkaita tietoja vanhempien lahjoittamiskäyttäytymiseen koulun tukemiseen liittyen. Rehtorin kanssa käydyissä keskusteluissa oli matalan vastausmäärän mahdollisuus tullut jo esille. Odotuksena oli, että ne vanhemmat, jotka ovat muutenkin aktiivisia koulun toiminnan tukemisessa, ovat mahdollisesti aktiivisia myös kyselyyn vastaamisessa, sekä haastatteluun ilmoittautumisessa. Vanhemmille Wilma-järjestelmän kautta lähetetyssä viestissä informoitiin tutkimuksesta ja pyrittiin rohkaisemaan kaikkia, erityisesti myös niitä vanhempia, jotka eivät ole osallistuneet koulun tukemiseen, vastaamaan. Kolmasosa vastaajista olikin sellaisia, jotka eivät ole viimeisen vuoden aikana osallistuneet koulun tukemiseen.

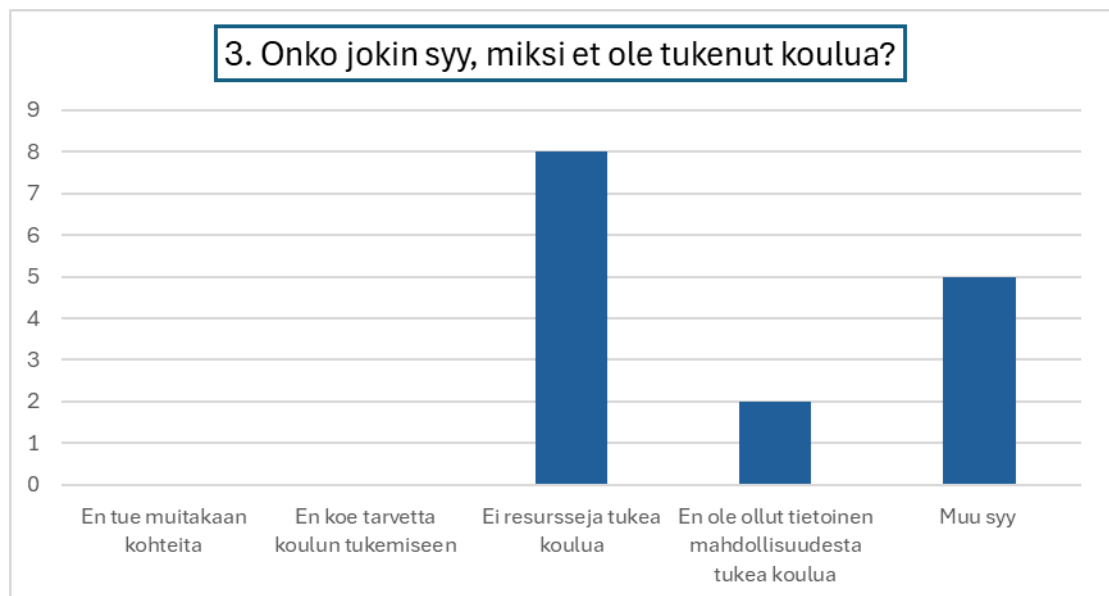
Kyselyn ensimmäiseen kysymyksen: ”Oletko ollut mukana tukemassa koulun toimintaa jollain tavoin viimeisen vuoden aikana?”, osalta vastaukset jakautuivat Kyllä-vastauksiin 32 kpl ja Ei-vastauksiin 15 kpl. Näin ollen noin 68 % vastaajista oli osallistunut koulun toiminnan tukemiseen viimeisen vuoden aikana.

Vanhemmista, jotka ilmoittivat osallistuneensa koulun tukemiseen (Kuvio 3), suurin osa 12/32 (37,5 %) ilmoitti tukeneensa koulua toimimalla vapaaehtoisena, rahalahjoituksia oli tehnyt 7 vanhempaa ja tavaroiden ja hyödykkeiden lahjoittamisia 6 vanhempaa. Muissa vastauksissa 2 vanhempaa kertoi osallistuneensa useammilla tavoin, 2 vanhempaa kertoi lahjoittavansa kannatusyhdistyksen kautta rahallisesti ja kaksi vanhempaa osallistui koulun tukemiseen toinen luottamustehtävässä ja toinen hallituksen jäsenenä. Tämä tulos vastaa aiempia tutkimuksia, joissa suomalaisten on todettu lahjoittavan rahaa maailman keskiarvoa vähemmän, mutta osallistuvan auttamiseen enemmän vapaaehtoistyön kautta, kuten muissakin pohjoismaissa.



Kuvio 3: Kvantitatiivisen kyselyn toisen kysymyksen vastausjakauma

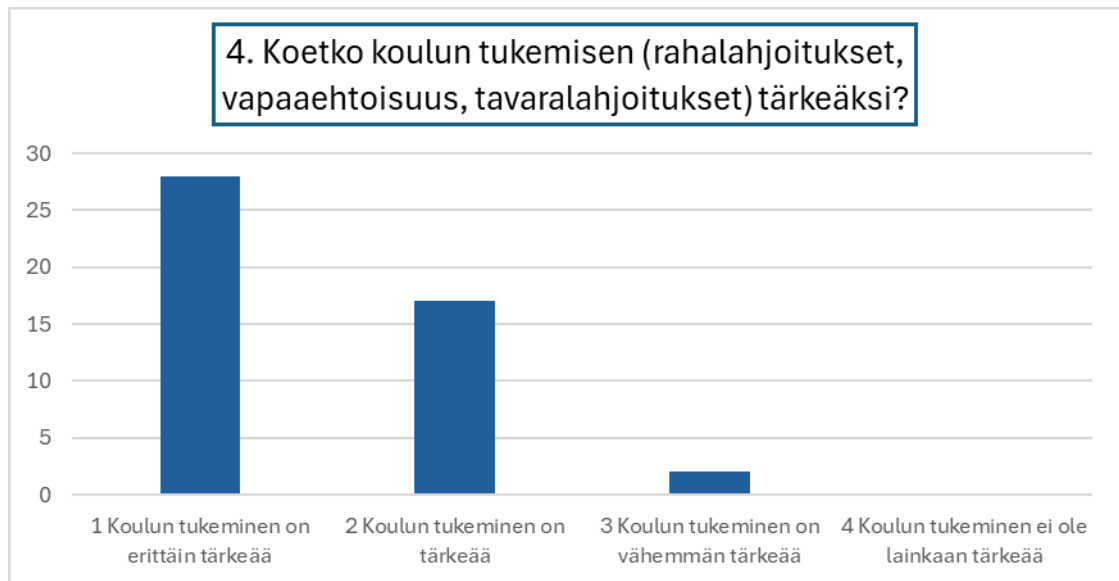
15 vanhempaa, jotka vastasivat, etteivät ole olleet mukana tukemassa koulun toimintaa viimeisen vuoden aikana (kuvio 4), ilmoittivat ettei heillä ole resursseja koulun tukemiseen (8 vastausta). Muita syitä (5 vastausta) olivat tukemisen unohtaminen tai se ettei ole ajatellut asiaa, huono henkilökohtainen tilanne sekä kokemus siitä, että rahalahjoittamisesta ei ole tehty helppoa, eikä siitä muistuteta. Kaksi vanhempaa kertoi myös, etteivät ole olleet tietoisia koulun tukemisen vaihtoehtoista.



Kuvio 4: Kvantitatiivisen kyselyn kolmannen kysymyksen vastausjakauma

Seuraavaksi vanhemmilta kysyttiin heidän kokemukstaan koulun tukemisen tärkeydestä (kuvio 5). Vastausvalikko oli neliportainen ja vastaukset jakautuivat alla olevan mukaisesti.





Kuvio 5: Kvantitatiivisen kyselyn neljännen kysymyksen vastausjakauma

Vastanneista kukaan ei vastannut, että koulun tukeminen ei ole lainkaan tärkeää. Suurin osa vastaajista (95,7 %) koki koulun tukemisen joko erittäin tärkeäksi (28 vastausta) tai tärkeäksi (17 vastausta), 2 vastaajaa kertoi koulun tukemisen olevan heille vähemmän tärkeää.

Kysymys 5 antoi vanhemmille mahdollisuuden kertoa vapaasti heidän ajatuksiaan koulun tukemiseen liittyen (taulukko 2). 18 vanhempaa, eli 56 prosenttia vastanneista käytti tilaisuuden kertoa ajatuksistaan koulun tukemiseen liittyen. Vastaukset jakoutuivat karkeasti kolmen otsikon alle; Tuen tarpeesta ja keinoista tiedottaminen, vanhempien tuki ja muut tukemisen keinot, kristilliset arvot ja yhteisöllisyys.

<b>TUEN TARPEESTA JA KEINOISTA TIEDOTTAMINEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Koulun tukemisesta ja tukemisen keinoista enemmän tiedotusta</li> <li>-Rahallisen tukemisen selkeyttäminen/helpottaminen, sekä tästä tiedottaminen</li> </ul>
<b>VANHEMPIEN TUKI JA MUUT TUKEMISEN KEINOT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Vanhempien tuki lasten koulunkäynnissä (kasvatukselliset keinot, läksyissä auttaminen)</li> <li>-Vanhempainverkoston toiminta</li> </ul>

	-Vanhempien osaamisen käyttö koulun tukemiseen
	-Koulun oppilasryhmien esitykset lähialueiden asukkaille maksullisina
	-Ilman vanhempien tukea, koulua ei olisi
<b>KRISTILLISET ARVOT JA YHTEISÖLLISYYS</b>	-Kristillisten arvojen opettaminen ja rukoukset
	-Yhteisöllisyyden kasvattaminen tukemisen ja osallistumisen kautta
	-Koulun tukeminen välttämätöntä toiminnan jatkumisen ja yhteisöllisyyden näkökulmasta

Taulukko 2: Avoimesta kysymyksestä nousseet vastaukset aihealueittain

Koulun ollessa yksityinen kristillinen koulu, kristillisten arvojen, vanhempien tuen ja yhteisöllisyyden toistuminen kommentteissa ei ole yllättävää. Sekään ei ole yllättävää, että koulun tukemisen tarpeesta ja keinoista toivotaan lisää tietoa, mutta kommenttien määrä näihin liittyen oli yllättävän suuri. Aiemmin 2 vanhempaa oli vastannut, etteivät olleet tietoisia koulun tukemiseen liittyvistä vaihtoehtoista tai mahdollisuuksista (kysymys 3, kuvio 4). Avoimissa vastauksissa kuusi vanhempaa toi esiin, kuinka tuen tarpeista ja keinoista tulisi tiedottaa enemmän. Se miten vanhemmat parhaiten tavoitettaisiin koulun tukemiseen liittyvässä viestinnässä, täytyy selvittää erikseen. Gorczyca & Hartman (2017, 417) huomauttavat, että vuosina 1980-1996 syntyneiden milleniaalien kommunikaatiokyvyt ovat kärsineet runsaasta teknologian käytöstä kommunikoinnin välineenä, joten tämä tulisi huomioida vanhempien kanssa kommunikoidessa.

Suomessa koulutus on maksutonta, jonka lakikin jo määrää. Koulun tukeminen perustuu täysin vapaaehtoisuuteen, mutta samalla on myös tärkeä ymmärtää, kuten kommentteissakin todettiin ”Ilman vanhempien tukea, koulua ei olisi”. Yllättävää kyllä, vain yhden maininnan sai koulun tukemiseen ja maksullisuuteen viittaava kommentti: ”Koulun suomalaiset yleensä mieltävät ilmaiseksi”.

#### 4.2 Kvalitatiiviset teemahaastattelut

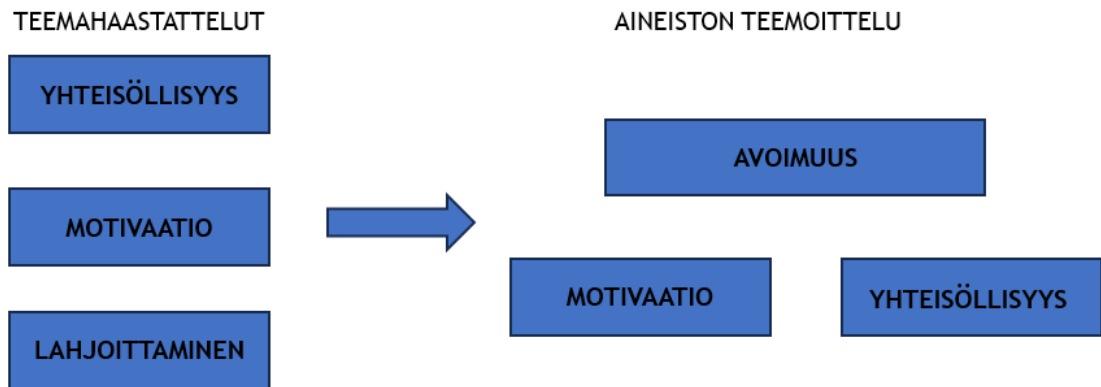
Kvalitatiiviseen teemahaastatteluun ilmoitettiin 10 haastateltavaa, haastatteluista toteutui 6. Haastateltavista 3 oli naista ja 3 miestä. Haastattelut järjestettiin kasvotusten tai Teams-kokousten välityksellä ja niiden kesto vaihteli 30 minuutista 45 minuuttiin. Kvalitatiivisen haastattelun kysymykset löytyvät liitteenä (liite 2). Haastattelu rakentui kolmen kaikille

saman alkukysymyksen, kolmen teeman (yhteisöllisyys, motivaatio, lahjoittaminen) ja kolmen kaikille yhteisen välittämän pohjalle. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin nauhoitusten perusteella. Haastatteluaineiston analysointiin käytettiin teemoittelua, jolloin aineisto järjesteltiin vastauksista nousseiden aiheiden pohjalta.

Alkukysymysten tarkoituksena oli hahmottaa kuinka pitkä kokemus haastateltavilla on tarkastelussa olevan koulun toiminnasta, olivatko he tietoisia, että koulu on yksityinen koulu ja ovatko he tukeneet koulua viimeisen vuoden aikana. Kokemus koulun toiminnasta vaihteli 6 kuukauden ja 13 vuoden välillä, viisi kuudesta oli ainakin jollakin tasolla tietoinen, että koulu on yksityinen koulu ja kaikki olivat tavalla tai toisella osallistuneet koulun tukemiseen. Yksi ilmoitti maksavansa kannatusmaksua, kahdella oli koulun toimintaan liittyviä luottamustehtäviä, muut olivat osallistuneet lahjoittamalla aikaa tai hyödykkeitä. Lähes kaikki haastateltavat totesivat, etteivät ole suoranaisesti koulua tukeneet, vaan tuki on mennyt luokkien leirikoulutoimintaa tai vanhempainverkoston toimintaa tukeviin tapahtumiin. Haastatteluun osallistuneilla vanhemmilla vaikutti siis olevan jonkinlainen käsitys siitä, mihin eri tapahtumissa ja toiminnoissa kerättävät varat suunnataan.

Teemahaastatteluun valituista teemoista motivaatio ja yhteisöllisyys nousivat edelleen vahvoina myös haastatteluaineistoa analysoidessa, kun taas lahjoittamisen teeman vastaukset asettuivat vahvasti aineistosta pääteemaksi nousseen avoimuuden alle (kuvio 6). Alla vastauksia tarkastellaan teemahaastattelun teemojen kautta, jotta on helpompi ymmärtää, kuinka aineiston teemat valikoituivat. Avoimuus nousi selkeäksi kokoavaksi otsikoksi, kun tiedon puute koulun tukemiseen liittyen alkoi toistua motivaatioon ja lahjoittamiseen liittyvien kysymysten vastauksissa. Avoimuus on lähtökohta motivaatiolle, joka johtaa lahjoittamiseen ja koulun tukemiseen, mikä taas johtaa yhteisöllisyyteen.

Teemahaastatteluiden teemoja olivat yhteisöllisyys, motivaatio ja lahjoittaminen (kuvio 6). Haastatteluaineiston perusteella vanhempien vastauksissa painottuivat erityisesti lahjoittamisesta tiedottaminen ja avoimuus, koulussa vallitseva yhteisöllisyys, sekä vahva motivaatio olla mukana koulua tukemassa. Kokonaisuutena aineiston teemoittelussa kaiken kattavaksi teemaksi muodostuu avoimuus, joka tässä tarkoittaa koulun avointa viestintää lahjoittamiseen ja koulun tukemiseen liittyen. Avoimuus, motivaation ja yhteisöllisyyden teeman kanssa kokoaivat aineistosta vanhempien tärkeimmät näkemykset. Alla esitetään aineistosta nousseita huomioita teemahaastattelun teemojen kautta, jolloin on nähtävissä, miten vahvasti aineiston teemoittelussa avoimuus nousi niin motivaation kuin lahjoittamisen vastauksissa.



Kuvio 6: Teemahaastattelun teemoista aineiston teemoitteluun

#### 4.2.1 Yhteisöllisyys

Haastatteluiden avulla pyrittiin kartoittamaan miten yhteisöllisyys näkyy koulussa ja mitkä asiat yhdistävät vanhempia tai perheitä, onko yhteisöllisyyden määrä tai tunne muuttunut vuosien aikana. Vanhemmat miettivät keinoja yhteisöllisyyden lisäämiseksi ja voiko yhteisöllisyyttä mitata jollain tavoin. Pohdittiin myös, onko lapsuuden perheen lahjoittamisen esimerkeillä ollut vaikutusta omaan lahjoittamiskäyttäytymiseen.

Vanhemmat kokivat, että yhteisöllisyys näkyy lämpimänä ilmapiirinä, aktiivisena toimintana, toisten tuntemisena ja perheitä yhdistää arvot, kristilliset arvot, kunnioitus ja arvostus toisia kohtaan. Yksi vanhemmista kertoi, että koulun hyvä ilmapiiri näkyy kotona tyytyväisenä ja onnellisena lapsena. Kaksi vanhemmista kertoi, että koulussa aktiivinen toiminta ja vallitseva hyvä ilmapiiri itsessään saavat vanhemmat innostumaan auttamisesta, osallistumaan ja olemaan kiinnostuneita koulun asioita.

...on semmoset niinku arvot ja tän tyyppiset, ne ei välttämättä käy semmo-  
sessa päivittäisessä keskustelussa ilmi, mut se on varmasti yks semmonen yhdis-  
tävä asia siellä taustalla. (H4)

... että haluaa löytää niitä samalla tavalla ajattelevia ja samalla tavalla koke-  
via ihmisiä. (H3)

Kaksi vanhemmista, joilla oli pisin kokemus koulun toiminnasta, näkivät muutokset yhteisöllisyydessä eri tavoin. Toinen vanhemmista koki, että yhteisöllisyys oli jossain vaiheessa hiipunut, mutta on tällä hetkellä paremmalla tolalla. Hän kertoi, että on tärkeää luoda mahdollisuuksia yhteiseen positiiviseen tekemiseen ja motivoida vanhempia, jotta he ymmärtävät heillä olevan mahdollisuus vaikuttaa koulun asioihin. Toisen vanhemman näkemyksen mukaan yhteisöllisyys on vähentynyt ja sen näkyy siinä, että koulun ollessa pienempi sitä pidettiin

yhteisenä projektina, kun taas nykyään koulun koon kaksinkertaistuttua koulu on monille vaan koulu. Hänen näkemyksensä mukaan puolet vanhemmista on hyvin aktiivisia ja kokevat koulun edelleen yhteiseksi projektiksi, kun taas toinen puoli vanhemmista ei osallistu yhteiseen tekemiseen juurikaan.

Se (yhteisöllisyys) on kehittynyt ehdottomasti...(H2)

...täähän (koulun koko) on yli tuplaantunut tässä ajassa ja se on kyllä, näkyy tässä, että yhteisöllisyys on heikentynyt. (H6)

Yhteisöllisyyttä oli selvästi vaikea osoittaa sormella, mutta sen koettiin näkyvän miellyttävänä tunteena koulussa ja kerta toisensa jälkeen jatkuvana aktiivisena osallistumisena. Koulun todettiin myös onnistuneen saamaan maahanmuuttajataustaiset perheet mukaan toimintaan, jotain missä toisissa kouluissa on kokemuksen mukaan epäonnistuttu. Yksi vanhemmista koki, että koulu on niin yhteisöllinen, ettei ainakaan toimia sen lisäämiseksi tarvita. Samaan aikaan yhdellä vanhemmista oli tieto, että yhteisökoordinaattorin palkkaamista on harkittu yhteisöllisyyttä rakentamaan.

Yhteisöllisyyden mittaamiseen löytyi ideoita, vaikkakin se koettiin hieman haastavaksi. Ehdotuksena oli mitata sitä, kuinka paljon toisia koulun vanhempia kukin tuntee, kuinka hyvin päästään keräystavoitteisiin tai kuinka paljon vanhempia osallistuu ja saadaan paikan päälle järjestettyihin tapahtumiin.

Vanhemmat kertoivat, että lapsuuden kodissa ei välttämättä lahjoitettu tai otettu osaa yhteisöllisiin toimintoihin keskiarvoa enempää, mutta pehmeät arvot ja omien vanhempien esimerkki ovat voineet vaikuttaa positiivisesti. Yksi vanhemmista kertoi, ettei saanut lapsuuden perheeltään mallia toisten auttamiseen, mutta oli päättänyt kääntää sen positiiviseksi ja varmistaa, että itse auttaa muita aina mahdollisuuksien mukaan.

...mä olen ajatellut, että mä teen itse toisella tavalla, että mä en tee niinku vanhemmat tehnyt. (H2)

...kyl niinku kotona kuitenkin on semmosia pehmeitä arvoja ollu lapsuudessa, et et kyl niinku aina pitää ihmisiä auttaa, kun pystyy auttamaan. (H4)

#### 4.2.2 Motivaatio

Motivaation osalta vanhemmilta kysyttiin mitkä asiat heidän lahjoituspäätöksiinsä vaikuttavat, vaikuttimiksi tarjottiin vanhempien tietoisuutta lahjoitusmääristä tai -kohteista. Vanhemmat pohtivat myös, miten tulotason muutos tai muiden lahjoittamien vaikuttaisi omaan toimintaan.

Lahjoituspäätöksiin vaikuttavat oma taloudellinen tilanne, lahjoittamiskohde ja sen merkityksellisyys. Rahaa lahjoittaessa päätökset lahjoittamisesta tehdään aika nopeasti, koska kyse ei ole suurista summista. Aikaa lahjoittaessa arjen kiire näkyy ja päätökseen ajan lahjoittamisesta vaikuttaa oma kalenteri, näin ollen ajan lahjoittaminen ei ole usein yhtä spontaania kuin rahan lahjoittaminen. Esteiksi omalle lahjoittamiselle nimettiin ajan puute, oma jaksaminen ja taloudellinen tilanne. Yksi vanhemmista toi esiin verotuksen, johon ehdotti niin sanottua Amerikan mallia, jolloin lahjoitukset voisi vähentää verotuksessa.

Kysyttäessä vanhempien lahjoittamisen motiiveista, yksi vanhemmista vastasi, että hyvään yhteisöön ja tarkoitukseen tekee mieli lahjoittaa. Yksi vanhemmista muistutti, että ketään ei voi pakottaa, joten motiivi auttamiseen täytyy lähteä ihmisestä itsestään, motivaatioteoriassa tämä viittaa omaehtoisuuteen. Myös tieto siitä, että oma lahjoitus tekee hyvää toisille, tuottaa iloa myös itselle, jolloin motivaation lähteenä voidaan pitää omaehtoisuutta ja hyväntahtoisuutta. Myös kokemus siitä, että on itse saanut paljon hyvää, motivoi auttamaan toisia.

Eniten ajatuksia herätti tieto lahjoitusmääristä ja -kohteista. Vanhemmat kokivat, että tieto lahjoituksen tarkemmasta kohteesta tai lahjoituksen tavoitemäärästä motivoisi heitä paljonkin.

..mikä se tapa nyt onkaan, mitä sä annat, aikaa, resursseja, mitä tahansa niin, että sä niinku selkeästi näet sen tuloksen, että mitä sillä tehdään. (H3)

Et toivois, et ne ois jotenkin sit konkreettisempia, avataan ihmisille... niinku tarvitaan yksityisiä lahjoituksia nii se ei vielä hirveesti, se ei anna mun mielestä minkään näköstä sellasta tavoitetta tai konkretiaa ihmisille, ketkä niinku sitä rahaa kerää. (H4)

...että sä heität vaan jonnekin semmoiseen avoimeen säkkiin... se ei kauheasti motivoi silleen, mutta... että jos sul on selkeä yksilöity kohde mihin sä ihan näet, että ne rahat menee ja sillä on vaikutusta, kun sä laitat tohon rahaa tai sitten, jos sun rahat jää pois niin toi homma jää tekemättä. Niin sillä on todella suuri merkitys, että sä oot niinku kärryillä, että mitä sillä rahalla tehdään. (H3)

..olisi ehkä enemmän motivoivaa... Joo...auttaa, jos sä tiedät minne nimenomaan rahat menevät. (H5)

Myös tieto muiden lahjoittamisesta saattaisi motivoida, joskin se saattaisi johtaa jonkinlaiseen hampaat irvessä kilpailuun, mutta jos kyseessä merkityksellinen kohde, johon itsekin halua lahjoittaa, kirittäisi muiden lahjoittaminen myös omaa lahjoittamista. Julkisuudenhenkilöiden, kuten Sauli Niinistön ja Teemu Selänteen mahdolliset lahjoitukset koululle eivät vanhempien mukaan motivoi heitä. Saulin ja Teemun mahdolliset lahjoitukset koettiin hienona

eleenä ja otettaisiin vastaan kiitollisena, mutta motiivi heidän mahdollisten lahjoitustensa takana kiinnostaisi. Yhden vanhemman mielestä julkisuuden henkilöiden lahjoituksia ei olisi mielekästä lähteä kalastelemaan, mieluisampi olisi kenen tahansa kristillisiä arvoja edustavan henkilön lahjoitus. Yksi vanhemmista huomautti, etteivät julkisuuden henkilöiden lahjoitukset kuitenkaan poistaisi omaa vastuuta osallistua koulun tukemiseen.

Sukulaisvalinnan teoria ehdottaa, että ihmiset lahjoittavat läheisilleen tai läheistensä hyväksi kaikista innokkaimmin. Koulun toimintaa tarkastellessa lahjoitusmäärät jäivät kuitenkin hyvin vähäisiksi, vanhemmilta kysyttiin mistä tämä voisi johtua. Yksi vanhemmista ehdotti, että kyseessä voisi olla kulttuurillinen asia, koulunkäynti kun ei suomessa lähtökohtaisesti vaadi rahallista panosta vanhemmilta. Haluakin vanhemmilla olisi varmasti tukea rahallisesti enemmän, mutta kaikilla ei ole mahdollisuutta maksaa huomattavia summia. Toinen vanhempi pohti, että koulun tukemista tulisi kommunikoida enemmän, jos olisi jokin tietty tarve, olisi tärkeää tuoda se esille.

...me jotenkin koetaan, että koulu nyt on semmonen asia minkä tavallaan yhteiskunta hoitaa ja velvottaa, et kun sä laitat lapsen johonki kouluun niin se ei oo ehkä meidän kulttuurissa semmonen asia, että siitä pitäisi niinku maksaa jotain. (H4)

Ajatus koulun toiminnan supistamisesta, esimerkiksi valinnaisten aineiden osalta ei aiheuttanut vanhemmissa suuria tunteita. Valinnaisten aineiden supistamista ei koettu uhkaksi, suurempi huoli nousisi, jos kouluun ei pystyttäisi rekrytoimaan päteviä opettajia. Toisaalta kysymys supistamisesta kuulosti epärealistiselta, koska yhden vanhemman käsityksen mukaan koulun varallisuustilanne on hyvä verrattuna vuosien takaiseen, jolloin jouduttiin vanhemmilta ihan pyytämään rahaa.

Motivoisko? Mulla on niinku semmoinen käsitys, että tällä hetkellä koulun varallisuustilanne on kohtuu hyvä. (H2)

...jos niinku vaikka, vaikka nyt ei olisi rahaa palkata, palkata niin kun päteviä opettajia...ammattitaito, jos siitäkin jouduttaisiin niin kun tinkimään niin kyllä siihenkin haluaisin, haluaisin niinku ehdottomasti niinku tukea...(H3)

#### 4.2.3 Lahjoittaminen

Lahjoittamista lähestyttiin kysymällä vanhemmilta, miten lahjoittaminen tulisi heidän mielestään järjestää ja mistä heidän mielestään tapahtumien maltillinen onnistuminen johtuu. Lahjoittamisen kohdalla pohdittiin myös olisiko lahjoittaminen hyväksyttävämpää, jos kaikkien koulujen kohdalla olisi sama tilanne. Vanhemmat kertoivat myös lahjoittavatko he muihin

hyväntekeväisyyskeräyksiin ja miksi niihin, muttei koululle, sekä onko heillä antaa esimerkkiä jostain hyvästä hyväntekeväisyyskampanjasta.

Vanhemmat kokivat, että on tärkeää mahdollistaa erilaisia tapoja osallistua koulun tukemiseen. Rahan lahjoittamisen koettiin olevan helppo tapa tukea, joskaan kaikilla ei ole siihen mahdollisuutta. Ajan lahjoittaminen sen sijaan on usein riippuvainen elämäntilanteesta. Myös hyödykkeiden lahjoittaminen, kuten urheiluvälineet ym. koettiin mielekkääksi tavaksi tukea koulua. Yksi vanhemmista nosti esiin, miten oppilaille välittyy myös yhteisöllisyys ja toisista välittämisen kulttuuri. Erilaisten tukemistapojen tiedottaminen nostettiin esiin, uudelleen nousi myös tarve lahjoittamisen tai tukemisen läpinäkyvyydestä.

..se kannatus se sen terävöittäminen, että jos sä lahjoitat mitä tahansa, niin sä selkeästi näet ja tiedät mihin se efortti menee, se sen terävöittäminen, niin se on, se on kyllä hirveän oleellinen juttu. (H3)

Mä sanon, et helpoin tapa ehkä aina on saada semmosta, ku sul on tietyl tapaa joku konkretia. Mitä tarvitaan ja minkä verran. (H4)

Me voidaan myös niin kuin ehkä sitten myös noille oppilaille kouluttaa, kouluttaa tämmöistä niin kuin toisista välittämistä, yhteisöstä välittämisen kulttuuria. (H6)

Kysymys siitä, johtuuko vähäinen osallistuminen koulun tapahtumiin vähäisestä järjestäjä määrästä vai siitä, ettei paikalle vaan saada osallistujia, oli monelle vaikea, johtuen osaksi lyhyestä kokemuksesta koulun toiminnasta. Yksi ajatus oli, että vanhemmilla ei ole tarpeeksi tietoa koulun tilanteesta, eikä tarpeesta vapaaehtoisille tapahtumia järjestettäessä. Toinen pohdinta liittyi koulussa järjestettävien tapahtumien markkinointiin, markkinoidaanko koulun tapahtumia lähialueen asukkaille? Miten ja mitkä ovat markkinoinnin kanavat?

...et ei sitä oltu ihan hirveesti markkinoitu paljo koulun sisäpiirin ulkopuolelle. Mun käsityksen mukaan. (H4)

Hyviä hyväntekeväisyyskampanjoita tuntui olevan vaikea nimetä, mutta hetken mietittyään esimerkkejäkin keksittiin. Onnistuneelle hyväntekeväisyyskampanjalle ominaista oli näkyvyys, erilaiset osallistumistavat ja kampanjan merkityksellisyys.

Vanhemmat lahjoittavat muihin hyväntekeväisyyskohteisiin, jollain se oli jatkuvaa ja organisoitua, toisilla taas yksittäisiä lahjoituksia eri tahoille. Se, miksi koululle ei rahallista tukemista ole annettu on, että koetaan ettei koululla ole juuri nyt tarvetta. Kaksi vanhemmista toivat esiin, miten olemassa olevasta tarpeesta on tärkeä tiedottaa, miten ihmiset lahjoittavat niihin kohteisiin, jotka tuovat tarpeensa esiin.



...jos haluttas jotain isompaa rahaa niin sit pitäis niinku se rehellisesti ja konkreettisemmin sit sanoo, vaikka se tarve, et mikä se niinku on. Vaikee tukee rahallisesti, kun ei tiedä mitä pitäis tukea ja paljonko pitäis tukea. (H4)

Kaikki vanhemmista kokivat koulun tukemisen tärkeäksi, eikä kukaan nähnyt sitä rasitteena tai negatiivisena asiana. Ehkä tämän takia oli vaikea pohtia olisiko koulun tukeminen mielekkäämpää, jos kaikki koulut olisivat yksityisiä kouluja. Heräsi kuitenkin ajatus, että jos kaikki koulut olisivat itsenäisiä, voisi kristillinen koulu pärjätä paremmin, koska siellä voisi olla vahvempi lahjoittamisen kulttuuri. Lahjoittamisesta tai koulun tukemisesta ei koettu saatavan tarpeeksi tietoa, päinvastoin.

Joo, ja eihän sitä niinku esimerkiksi sitä lahjoitusasiaa hirveästi vanhemmille tuoda esiin. ... ei koulun pidä ajatella, että he kerjää, jos he tekee jotain kampanjoita. (H1)

#### 4.2.4 Väittämät

Kaikille vanhemmille esitettiin samat neljä väittämää, jotka perustuivat ajatuksemme erilaisiin vinoumiin. Aivomme käyttävät oikopolkuja, jotta selviäisimme päivittäisistä toimistamme, kaikki valintojamme ei ole järkevää pohtia monimutkaisen päätöksenteon mallin mukaan. Valitettavasti nämä oikopolut johtavat usein myös virhearvioihin, koska ne perustuvat automaatioon, tunteisiin ja nopeuteen. Osa virheistä on pieniä, jolloin esimerkiksi ostamme väärän tuotteen, toisaalta pienet virheet johtavat isompiin virheisiin, jolloin lopputuloksena voi olla suurempi taloudellinen vahinko esimerkiksi yritykselle. (Bazerman ym. 2013, 1, 3.) Vanhempia pyydettiin kertomaan, millaisia ajatuksia väittämät heissä herättivät. Yhdessä väittämistä oli kaksi vaihtoehtoista lausetta, joista vanhempia pyydettiin valitsemaan heitä enemmän puhutteleva.

Ensimmäinen väittämä;” **En osallistu tai en lahjoita, koska moni muu varmasti osallistuu tai lahjoittaa**”, viittaa sivustakatsojaefektiin (bystander effect), jossa ihmiset näkevät jonkin tapahtuman, mutta kukaan ei tee mitään auttaakseen. Vanhemmat tunnistivat tämän harhan hyvin, sillä he näkivät, ettei näin voi ajatella tai toimia. Koettiin, että jos näkee tai kokee, että jossain tarvitaan apua, niin on itse paras ryhtyä toimiin, ei voi olettaa, että muut hoitavat. Ymmärrystä löytyi myös tilanteelle, jossa jollain ei ole varaa lahjoittaa, mutta vastuuta ei silti voi toisille siirtää.

...sitten jos on lahjoittamisesta, niin jos mä ajattelen sitä tarvitaan, niin mun pitää se tehdä eikä olettaa, että muut hoitaa. (H1)

Tietenkin sitten on, jos ei ole aikaa ja ei ole rahaa ja tämmöistä, se on ihan ymmärrettävää, mutta se, että sysää vaan sen vastuun toisille niin ei, ei, se ei kyllä niinku tunnu minusta hyvältä ajatukselta ollenkaan. (H3)

Toinen väittämä; ” **En lahjoita periaatteesta, koska koulun tulee olla maksuton, vaikka lahjoittaminen auttaisikin lastani ja olisi kiva tutustua muihin vanhempiin.**” Tässä väittämässä kyse sitoutumisen (commitment bias) vinoumasta, jolloin ihmisen on vaikea päästää irti alkuperäisestä sitoumuksestaan tai ajatuksestaan, silloinkin, kun siitä irti päästäminen tuottaisi positiivisia asioita. Vanhemmat eivät kokeneet tätäkään väittämää positiivisena, joku oli tämän lausahduksen koulussa kuullutkin. Yksi vanhemmista koki, että on ikävää, jos joku kokee, että haluaa vain ottaa koulupalvelut, mutta ei osallistua koulun toimintaan lainkaan.

...mä ymmärrän, ihmisillä on erilaisia varallisuustilanteita, että kaikki ei pysty. Se on aivan OK, mutta silloin jos pystyy ja on varallisuutta ja sitten haluaa ne koulupalvelut, mut ei halua osallistua, mun on vaikea ymmärtää sitä. (H2)

Kolmantena pyydettiin vanhempia valitsemaan kahden eri vaihtoehdon välillä. **Lahjoittamalla mahdollistat koulun oppilaille parhaat työvälineet TAI lahjoittamalla mahdollistat lapsellesi parhaat työvälineet.** Kyseessä viitekehysvaikutus (framing effect), joka liittyy siihen, miten asiat esitetään, esimerkiksi 20 % rasvaa vai 80 % rasvaton, näin ollen sama tieto esitetään eri valossa, mikä vaikuttaa tuotteen tai asian houkuttelevuuteen. Viisi vanhempaa valitsi ensimmäisen vaihtoehdon, eli koulun oppilaat, yksi vanhemmista valitsi molemmat. Vanhempien perusteluna oli, ettei voi vain ajatella omaa lastaan, vaan kaikki tulee huomioida. Yksi vanhemmista toi esiin, että koko koulu tarkoittaa näin myös omaa lastaankin.

No koulun oppilaille tietenkin, lapsellehan mä voin ostaa itsekin, että ei se siitä oo kiinni. (H1)

Ei voi ajatella vaan omaa lastaan. Joo, että kyllä se täytyy niinku ajatella kaikille oppilaille. (H2)

Kyl mä nyt sanoisin, että lahjoittamalla, kyllä mä nyt sanon, että koululle ja kaikille lapsille paremmat työvälineet. Oma lapsi tulee sinä sitten mukana joka tapauksessa. (H4)

Neljäntenä väittämänä;” **Koulu on onnistunut rakennuttamaan uuden koulurakennuksen oppilaita riittää jonoksi. kaikki on uutta ja hienoa, miksei näin olisi jatkossakin?**” Tässä kyseessä on hot-hand fallacy, ajatusvinouma, joka saa ihmiset ajattelemaan, että ihminen tai taho, joka on onnistunut menneisyydessä, menestyy todennäköisesti tulevaisuudessakin. Ihmisellä on taipumus tehdä päätelmiä hyvinkin pienen tiedon varassa. Tämän väittämän osalta vastaukset olivat hyvin vaihtelevia. Kaksi vanhemmista oli hyvin positiivisia ja halusivat uskoa,

että jatkossakin koulu jatkaa menestystään. Kolme vanhemmista toi esiin ajatuksensa siitä, ettei koulun olemassaolo ole välttämättä itsestäänselvyys, kuinka koulun olemassaolo vaatii paljon työtä hyvinkin erilaisilla tasoilla, päätöksenteosta koulurakennuksen huoltamiseen.

...se rukoustukikin on niin kuin oleellista, että kun ei sitä tiedä missä voi hommat mennä pieleen, mutta sen mä tiedän, että kyllä me ihmiset osataan pistää hommat pieleen. (H3)

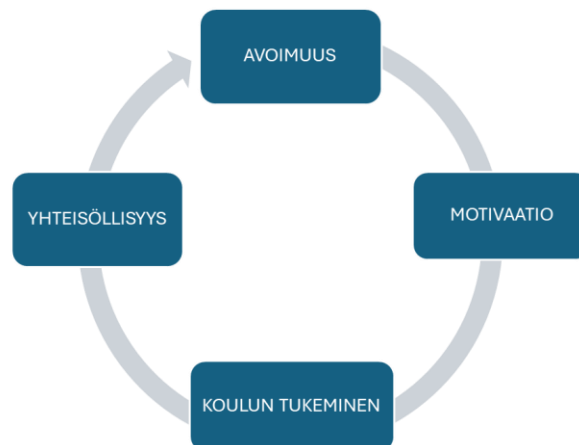
Tästähän voisi lyhyesti sanoa, että en olisi samaa mieltä...että ihan itsestään se ei mene. (H6)

## 5 Toimenpidesuosituksen kehittäminen

Kvantitatiivisessa kyselyssä, sekä kvalitatiivisissa haastatteluissa vanhempien esiin tuomien asioiden perusteella annetaan koululle toimenpidesuositus koulun tukemisen vahvistamiseksi. Alla vanhempien näkemyksiä avoimuuden, motivaation ja yhteisöllisyyden näkökulmista, sekä EAST-kehityksen avulla hahmotellun tukemisen vuosikellon esittely. Vuosikello ja sitä tukeva tilannekatsaus löytyvät liitteinä (liite 3 ja 4).

### **Avoimuus**

Alla (kuvio 7) kuvataan avoimuuden vaikutusta motivaatioon, koulun tukemiseen ja yhteisöllisyyteen. Haastatteluaineiston perusteella avoimuus koulun tukemisen tilanteesta luo motivaatiota lahjoittaa ja tukea koulua. Kun vanhempien on helpompi löytää itselleen sopivia tukemisen keinoja ja nähdä miten heidän rahallinen, ajallinen tai aineellinen lahjoituksensa osaltaan tukee koulua, lisää tämä motivaatiota koulun tukemista kohtaan. Koulun tukemisen toimet, yhteinen tekeminen ja toiminta luovat yhteisöllisyyttä, jossa kaikki työskentelevät yhteisen tavoitteen eteen. Yhteinen toiminta luodessaan yhteisöllisyyttä, kasvattaa myös luottamusta. Yhteisöllisyyden syntymisen edellytykseksi on esitetty osallistumisen mahdollistamista, toiminnan läpinäkyvyyttä, luonnollista välittämistä ja huolenpitoa, erilaisuuden hyödyntämistä ja yhteisiä pelisääntöjä (Raina, 2012, 28). Kaikki edellä mainitut toimet ovat mukana luottamuksen rakentumisessa, joka osaltaan luo avoimuutta yhteisössä.



Kuvio 7: Avoimuus, yhteisöllisyys, koulun tukeminen ja motivaatio

Vanhempien haastatteluiden perusteella kaikki suhtautuivat koulun tukemiseen tai lahjoittamiseen positiivisesti ja erilaiset vaihtoehdot osallistua nähtiin tarpeellisiksi. Vanhempien näkemys lahjoittamisen osalta oli selkeä; selkeää ja säännönmukaista tietoa tarvitaan lisää ja koulun tulisi kertoa varallisuustilanteestaan mahdollisimman avoimesti ja oikea-aikaisesti. On mahdollisesti tietoja, joita koulu ei koe jaettavaksi, mutta oleelliset perustiedot olisivat vanhemmille tärkeitä. Kvartaaliraporttia tai puolivuosisikatsausta ehdotettiin taloustilanteen esittelyyn. Erilaisten tukemismuotojen läpikäyntiä vanhemmille ajoittain toivottiin, sekä myös aktiivista muistuttamista koulun tukemisesta. Koettiin myös, että koulu suhtautuu hienman varovasti koulun tukemiseen liittyvään kommunikointiin, kukaan ei tuonut esille, että olisi kokenut koulun millään tavalla painostavan tai liikaa tuovan tukemisen vaihtoehtoja esille, päinvastoin. Vanhemmat huomioivat sen, ettei kaikilla ole varaa rahallisesti auttaa, kenen tahansa taloudellinen tilanne voi vaihdella, eikä kenenkään toivottu lahjoittavan viimeisistä rahoistaan.

Se, miten ja millä kanavalla vanhemmille tulisi koulun tukemisesta ja varallisuustilanteesta raportoida, vaatii myös yhteistä keskustelua. Voisi olla hyödyllistä tehdä jonkinlainen selvitys siitä, miten viestintä pitäisi koulussa järjestää, jotta tärkeimmät viestit eivät hukkuisi valtaavan informaatio- ja viestimäärän sekaan. Pohdintaa viestinnän osalta aiheutti myös koulussa järjestettävien tapahtumien markkinointi. Vanhemmat kokivat, että koululla järjestettävät tapahtumat ovat olleet hienoja, mutta osallistujien määrä olisi voinut olla suurempikin. He-räskin kysymys, markkinoidaanko tapahtumia koulun ulkopuolelle ja jos markkinoidaan, onko kanava sellainen, joka saavuttaa toivotun kohderyhmän? Viestintää kokonaisuudessaan on syytä jatkossa selvittää koulun tukemiseen liittyen. Toimia avoimuuden ja tämän kautta yhteisöllisyyden lisäämiseksi esitellään myöhemmin.

### Motivaatio

Vanhempien tukemista ja lahjoittamista motivoivat auttamisen halu, tukemisen kohteen merkityksellisyys, mahdollisuus vaikuttaa, sekä koulun kaikkien lasten auttaminen. Vanhempien vastauksista nousivat esiin Ryanin ja Decin motivaatioteorian omaehtoisuus, kyvykkyys, yhteisöllisyys, sekä hyvántahtoisuus (taulukko 3).

<b>OMAETTOISUUS</b>	Heillä on sisäinen motiivi olla antamassa oma panoksensa. Ilman sitä niin ei ketään voi pakottaa. Kaikilla on omat kiireet. Se täytyy olla niinku sisäinen motiivi. (H2)
<b>KYVYKKYYS</b>	...mutta että mitä, mikä se tapa nyt onkaan, mitä sä annat aikaa, resursseja mitä tahansa niin, että sä niinku selkeästi näet sen tuloksen, että mitä sillä tehdään. (H3)
<b>YHTEISÖLLISYYS</b>	En osaa sanoa silleen tarkasti, että mikä se on, mutta se niin kun tuossa aikaisemminkin niin se niinku se miellyttävä fiilis tuo sen, että haluaakin osallistua. (H1)
<b>HYVÄNTAHTOISUUS</b>	Mä ajattelen niin, että mä oon saanut itse niin paljon hyvää, että mä haluan antaa sitä niinku muille ja varsinkin omille lapsille ja lasten kavereille, että se on, mä koen sen niin tärkeänä. (H2)

Taulukko 3: Motivaation näkyminen vanhempien vastauksissa

Julkisuuden henkilöiden lahjoittamisella eikä mahdollisella valinnaisaineiden supistamisella ollut motivoivaa vaikutusta vanhempiin. Siinä missä teorian mukaan julkisuuden henkilöiden lahjoitukset voivat vahvistaa hyväntekeväisyyskohteen tärkeyttä, vanhemmat peräänkuuluttivat julkisuuden henkilöiden motiiveja ja vanhempien omaa vastuuta. Valinnaisaineiden supistaminen ei ajatuksena aiheuttanut huolta, mutta mahdollisten pätevien opettajien puute olisi toiminut motivaattorina koulun tukemiselle. Näin ollen teoria niukkuudesta ja menetyksen mahdollisuudesta vaikuttaa toimivan, joskin tulee olla tietoinen minkä asian menetyksellä on merkitystä vanhemmille.

Suurimpana motivaation lähteenä toimii kuitenkin tieto, tieto koulun varallisuustilanteesta, tieto kerätyistä lahjoitusmääristä ja niiden kohteista. Koulu jo sinänsä on selvästi vanhemmille arvokas kohde, mutta motivaation vahvistamisen kannalta tarkemmin yksilöity tieto on vanhemmille tärkeää. Koettiin, että koulua tukiessa vanhemmat kaipaavat merkityksellisyttä, tarkempaa tietoa mihin lahjoitus tarkalleen menee, miten keräys etenee, jotta voi konkreettisesti nähdä oman lahjoituksensa tulokset. Tämä kuvastaa vahvasti

motivaatioteorian kyvykkyyttä, ihmisen tarvetta kokea kyvykkyyttä onnistuessaan ja suoriutuessaan tehtävistään.

Tieto toisten vanhempien lahjoittamisesta koettiin mahdollisesti motivoivaksi, joskin koulun tukeminen voisi ajautua jopa hieman kilpailumaiseksi. Koulun toiminnan ja arvojen näkökulmasta tämä ei ole ideaali tilanne eikä tavoite. Tieto toisten lahjoittamisesta voisi kuitenkin auttaa tilanteessa, jossa osa vanhemmista kokee epävarmuutta, jolloin toisten käytöksen näkeminen helpottaa ja ohjaa toimimaan oikein. Ihmiset kaipaavat myös sosiaalista hyväksyntää ja samankaltaisten ihmisten toiminnan seuraaminen vahvistaa, että toiminta on sopivaa ja sosiaalisesti hyväksyttävää.

### **Yhteisöllisyys**

Vanhemmat kokivat yhteisöllisyyden näkyvän lämpimänä ilmapiirinä, niin lasten kuin aikuistenkin kuvailtiin kokevan ystävällisyyttä ja välittämistä. Tämä lämmin ilmapiiri tuotiin esiin myös muihin kouluihin verrattuna ja erityisesti mainittiin koulun kansainvälisyys, sekä maahanmuuttajaperheiden aktiivinen osallistuminen koulun toimintaan. Myös koulun toiminnan aktiivisuus niin opettajien kuin vanhempien puolesta nostettiin esiin.

Vanhemmat kokivat, että yhteisöllisyyttä on kovin vaikea mitata ja ovat tässä varmasti oikeassa. Yhteisöllisyyttä koettiin riittävästi, mutta löytyi tarvetta myös sen lisäämiseksi, koulu on kasvanut valtavasti sen 25 toimintavuoden aikana. Koulussa on ilmeisesti pohdittu yhteisökoordinaattorin palkkaamista, tämä voisi olla mahdollisuus tarkastella koulun tilannetta ulkopuolisena ja tuoda esiin ajatuksia, joilla yhteisöllisyydelle voidaan luoda pohjaa. Itsessään yhteisöllisyyttä ei voi pakottaa tai asentaa, se syntyy itsestään.

Vaikutusta yhteisöllisyyteen tuovat osaltaan koulun itsenäisyys, ketään ei ohjata suoraan ko. itsenäiseen kouluun vaan sinne tulee hakeutua omasta aloitteesta. Tämä omaehtoinen valinta jo sinänsä luo mahdollisuuksia yhteisöllisyydelle ja lisää motivaatiota koulun tukemiseen. Koulun kristilliset arvot ennustavat jo itsessään auttamiskäyttäytymistä. Koulut luetaan niin sanotuiksi keinotekoisiksi yhteisöiksi ja onkin nähty, että niiden kohdalla yhteisöllisyyden saavuttaminen vaatii enemmän työtä. Normaalisti kouluissa oppilaita ja vanhempia yhdistää alue, jolta kouluun ohjataan oppilaita ja tämä on se pohja, yhteinen asuinalue, jolle yhteisöllisyyttä rakentaa. Kyseessä olevan koulun kohdalla osa oppilaista tulee kouluun lähialueilta, mutta heitä yhdistävät myös koulun arvot, omavalintainen hakeutuminen kouluun, sekä vanhempien kuvaama ystävällinen ja välittävä ilmapiiri. Näin ollen ko. koululla on laajempi pohja, jolle yhteisöllisyyttä rakentaa.

Jotta vanhemmat saisivat koulun tukemiseen kaipaamansa tietoa, on jatkossa tärkeä pohtia miten ja missä tietoa vanhemmille tuodaan esiin. Toimenpidesuosituksena koulun tukemisen vaihtoehtoja voisi tuoda esiin ”tukemisen vuosikellon” (liite 3) avulla, sekä vanhemmiltakin

ehdotuksena nousseena kvartaaliraporttina. Myös erityisesti aineellisten lahjoituspyyntöjen edistymistä tulisi tuoda aktiivisemmin esille, jotta jo aiemmin mainittu sivustakatsoja efekti ei toteutuisi. Alla esitellään tukemisen vuosikello (liite 3) ja sitä tukeva tilannekatsaus (liite 4) EAST-kehiksen neljän teeman avulla.

### Tukemisen vuosikello ja tilannekatsaus

Koulun tukemisen vuosikello (liite 3) vastaa Behavioral insights teamin EAST-kehiksen (kuviot 8) neljään teemaan helppous, houkuttelevuus, sosiaalisuus ja oikea-aikaisuus.

HELPPOUS	HOUKUTTELEVUUS	SOSIAALISUUS	OIKEA-AIKAISUUS
TIETO YHDESSÄ PAIKASSA	ERI TAPOJA OSALLISTUA	NÄKYVYYS	KALENTEROIMINEN
TAVOITTEEN ASETTAMINEN	NIUKKUUS	JULKINEN SITOUTUMINEN	TÄRKEÄT AJANKOHDAT
		PALAUTE	

Kuvio 8: EAST-kehys ja koulun tukemisen vuosikello (tiedot: Behavioural Insights Team, 2014; 2023)

#### Helppous

Tukemisen vuosikellon (liite 3) on tarkoitus kerätä yhteen dokumenttiin vuoden aikana järjestettävien tapahtumien tiedot, jolloin lahjoittamiseen ja aikatauluihin liittyvä tieto olisi yhdessä paikassa kaikille saatavilla. Tärkeitä asioita tiedottaa ovat päivämäärä ja kellonaika, paikka, lahjoituksen saaja (koulu, luokka, vanhempainverkosto, muu taho), tapahtuman sisältö, sekä tavat auttaa. Myös selkeä tavoitteen asettaminen parantaa tuloksia, näin ollen vanhemmille on tärkeä viestiä mihin summaan tai määrään ollaan pyrkimässä, oli kyseessä rahaa tai hyödykkeiden kerääminen. Luokkien varainkeruuta helpottamaan, voi vuosikelloon liittää myös ohjeita ja vinkkejä luokkien hyväksi havainnoimista varainhankinnan keinoista. Tärkeää on pyrkiä viestimään selkeästi ja yksinkertaisesti ja pitäytymään lahjoittamisen tukemisen kannalta välttämättömässä informaatiossa.

#### Houkuttelevuus

Jotta koulun tukeminen vetoaisi mahdollisimman moneen koulun vanhempaan, tulisi viestintään olla mahdollisimman personoitua. Koulun resurssit ja mahdolliset viestintäkanavat huomioidaan ottaen, hyvin personoitua viestintää on mahdotonta toteuttaa. Houkuttelevuutta ja personointia voidaan edistää tuomalla esiin erilaisia mahdollisuuksia osallistua, jolloin jokainen

vanhempi voi valita itselleen sopivimman tavan tukemiseen. Myös visuaalisuus on tärkeää huomioida, sillä on positiivinen merkitys, jolla saadaan ihmisten huomio kiinnitettyä. Ajan lahjoittaminen mahdollistuu paremmin, kun ihmisillä on tiedossa tapahtumien aikataulut koko vuodelle, osa vanhemmista pystyy reagoimaan lyhyemmälläkin varoitusajalla. Rahan lahjoittamisen mahdollisuudesta tiedotettaessa on tärkeää, että tieto lahjoituksen kohteesta, jossain tilanteissa myös rahamäärästä (esimerkiksi lippujen hinta) tuodaan esiin. Aineellisten lahjoitusten, kuten liikuntavälineiden, kirjojen jne. lahjoittamista voidaan tukea lisäämällä tukemisen vuosikelloon linkki, josta pääsee tarkastelemaan aineellisten lahjoitusten (liite 4) etenemistä. Aineellisten lahjoitusten osalta on hyvä huomioida lahjoittamisen aikataulu, jos aikataulu on avoin, voi se aiheuttaa vanhemmissa viivästelyä, eikä välineitä saada tuotua koululle koskaan. Tietyn aikataulun asettaminen voi luoda paineen ja niukkuuden tunnetta, jolloin ihmiset saadaan aktiivisemmin lahjoittamaan tarpeettomia välineitään koululle. Myös tieto keräyksien etenemisestä on tärkeää, jottei synny ajatusta, että muut ovat varmasti lahjoittaneet, minun ei kannata toimia (sivustakatsoja efekti).

#### Sosiaalisuus

Sosiaalisuuden merkitys on ihmisten toiminnalle hyvin tärkeää, jolloin muiden toiminnan näkeminen ohjaa myös omaa toimintaa. Koulun järjestäessä konsertteja, joissa koulua voi tukea vapaaehtoisesti ohjelman ostamalla, on tärkeää varmistaa, että ohjelmia myydään kaikkien nähtävissä, jolloin muiden toiminta on kaikille esillä. Tapahtumissa, kuten konserteissa voi ohjelmia myydessä myös informoida vanhempia seuraavasta konsertista ja kysyä tulevatko he paikalle. Julkisesti, muiden kuullen tehty lupaus on vaikeampi perua. Vanhempainilloissa ja muissa sopivissa tilaisuuksissa joku vanhemmista voisi kertoa kokemuksistaan koulun tukemisesta, tähän on muiden vanhempien helpompi samaistua, kuin koulun henkilökunnan kertomaan. Koulun tukemisesta, rahalahjoitusten tai aineellisten lahjoitusten etenemisestä palautteen saaminen tasaisin väliajoin parantaa tavoitteeseen pääsyn todennäköisyyttä, johon tilannekatsaus (liite 4) vastaisi.

#### Oikea-aikaisuus

Lahjoittamiseen liittyy myös oikea-aikaisuus, ihmisten taipuvaisuus priorisoida nykyhetkeä ja kytkeä tärkeitä päätöksiä elämän tärkeisiin hetkiin. Yksi tärkeistä tapahtumista ihmisten elämässä on lapsen koulunaloitus, syksyisin koulun alkaessa onkin yksi otollisimmista hetkistä järjestää koulun tukemiseen liittyvä tapahtuma. Monesti lupauksia annetaan myös uuden vuoden alkaessa, jolloin vuoden alku voi myös olla otollista aikaa erilaisten tempausten järjestämiseen. On tärkeä huomioida, että ihmisten aikomukset ja toteutuva käytös eivät usein kulje käsi kädessä, jolloin ihmisten sitouttaminen ja julkinen sitoutuminen ovat toimivia tapoja, joskin usein vaikeitakin toteuttaa. Vanhempia on tärkeä kannustaa kirjaamaan tärkeitä koulun



tukemiseen liittyviä päivämääriä kalenteriin, kun ihmiset kirjaavat ylös, milloin ja mitä aikovat tehdä, todennäköisyys toimia aiotusti nousee.

## 6 Johtopäätökset

Tutkimuksissa pyritään virheettömään tietoon ja onnistuneessa tutkimuksessa huomioidaan tutkimuksen uskottavuuden, luotettavuuden ja eettisyyden näkökulmat. Näitä kolmea elementtiä voidaan mitata eri tavoin. Tutkimuksen onnistumista arvioitaessa on tärkeää pitää mielessä, että tämäkään opinnäytetyö ei kata kaikkia näkökulmia lahjoittamiseen liittyen vaan esittelee yhden näkökulman aiheeseen. Tuloksia tarkastellessa on tärkeää pitää mielessä kvantitatiivisen tutkimuksen alhainen vastaajamäärä, jolloin tulos ei edusta koko koulun vanhempien näkökulmia kattavasti. Alhaisesta vastaajamäärästä huolimatta haastatteluita tehtiin tyydyttävä määrä ja niiden tuloksena nousi selkeä kehitystarve. Opinnäytetyön luotettavuutta, uskottavuutta, eettisyyttä ja haasteita käsitellään alla, päätyen loppupohdintaan.

### 6.1 Luotettavuus, uskottavuus ja eettisyys

Reliabelius tarkoittaa tutkimuksen toistettavuuden arviointia. (Hirsjärvi ym. 2000, 232.) Tutkijan tulee pystyä kuvaamaan tutkimuksen tuloksia, aineiston analysointia ja keruuta, sekä avaamaan vieraampikin aihe sillä tavoin, että sen sisältö on ymmärrettävissä ja arvioitavissa (Juuti ym. 2020, 175). Tämän opinnäytetyön osalta vanhempien osallistumisen aktiivisuus kvantitatiiviseen kyselyyn jäi hyvin matalaksi. Muistutusviesti kyselyn osalta olisi voinut nostaa aktiivisuutta jossain määrin. Muistutusviestiä ei lähetetty, koska kysely asetui haasteellisesti juuri ennen hiihtolomaa ja vastausaikaa vanhemmilla oli noin puolitoista viikkoa. Jos vastauksia olisi saatu enemmän, olisivat vastukset kyselyyn voineet olla vieläkin monipuolisempia, mutta haastateltavien määrään suurempi vastausmäärä kvantitatiiviseen kyselyyn ei olisi suuresti vaikuttanut, sillä aikataulullisesti haastatteluja ei olisi montaa enempää pystynyt toteuttamaan. Toteutuneet kuusi teemahaastattelua tuottivat paljon tietoa vanhempien aktiivisella osallistumisella haastattelutilanteissa. Haastateltavat edustivat hyvin koulun vanhempia, joukossa oli miehiä ja naisia, eri ikäisiä ja eri taustaisia ihmisiä. Vanhemmilla oli myös vaihtelevasti kokemusta koulun toiminnasta ajallisesti ja sisällöllisesti.

Kvantitatiivisen kyselyn teemat valikoituivat teoriapohjan ja koulun rehtorin kanssa käytyjen keskusteluiden pohjalta. Ne myös mukailivat tutkimuskysymysten aiheita. Teemahaastattelussa teemat ovat ennalta valittuja, mutta kysymysten muoto ei tarvitse olla ennalta päätetty. Tässä tutkimuksessa kysymykset oli ennalta laadittu, jolloin ne myös esitettiin haastateltaville hyvin samanmuotoisina. Haastateltavilta ei kysytty kaikilta samoja kysymyksiä, tämä mahdollisti suuremman määrän kysymyksiä. Haastatteluaineisto analysoitiin teemanalyysin avulla. Haastattelun vastaukset järjestettiin vastauksista nousseiden teemojen

perusteella päätyen lopuksi yhteen kaiken kattavaan teemaan. Tässä vaiheessa tutkijoiden näkemykset voivat erota ja lopputulos olla erilainen. Tietopohjaa kirjoittaessa muodostui ajatus, että tutkimuksen tulos olisi motivaation puute, joka paljastuikin täysin vääräksi ja lopullinen tulos olikin kirjoittajalle yllättävä.

Validius eli tutkimuksen pätevyys arvioi onko tutkimuksessa mitattu niitä asioita, joita on pitänytkin mitata (Hirsjärvi ym. 2000, 232). Tutkimuksen pätevyys tai luotettavuus osoitetaan lukijalle käymällä tutkimuksen vaiheet ja niissä tehdyt valinnat, menetelmät ja niiden perustelut läpi, epäonnistumisia unohtamatta (Juuti ym. 2020, 175). Tutkimuksen tarkoitus oli käsitellä vanhempien näkemystä lahjoittamiseen, motivaation lähteitä ja yhteisöllisyyttä koulussa. Kaikkiin asetettuihin kysymyksiin pystyttiin vastaamaan, joskin aina voi pohtia olisiko tieto voinut olla vielä syvällisempää. Teoriaosuudesta olisi löytynyt paljon kiinnostavia näkökulmia haastatteluun, jotka jälkikäteen pohdituttivat. Kuitenkin työn rajaamisen kannalta valintoja on pystyttävä tekemään, jotta lopputulos ei jää laajaksi, mutta pintapuoliseksi (Juuti ym. 2020, 146.) Aineiston koko, kuten usein opinnäytetöissä ja pro gradu-tutkimuksissa jää tässäkin opinnäytetyössä pieneksi. Sivumäärällisesti haastatteluaineistoa on paljon, mutta on myös pohdittava, olisiko ollut mahdollista saada myös kriittisiä näkemyksiä koulun tukemisen suhteen. Toki omaehtoinen hakeutuminen ko. kouluun varmasti vähentää kriittistä suhtautumista. Kvalitatiiviseen kyselyyn vastasi vanhempia, jotka eivät ole osallistuneet koulun tukemiseen, haastatelluista kaikki olivat tavalla tai toisella osallistuneet koulun tukemiseen. Tulokset ja mielipiteet olivat koulun suhteen hyvin positiivisia ja esiin tuodut epäkohdat koulun toiminnan kehittämistä ajatellen esitetty.

Sekä reliabelius, että validius yhdistetään vahvasti kvantitatiivisiin tutkimuksiin ja onkin kiisteltä, voidaanko kvalitatiivisen tutkimuksen tulosten luotettavuutta ja toistettavuutta arvioida lainkaan. Tämä ajatus syntyy siitä, että ihmisiin ja kulttuuriin liittyvien laadullisten tutkimusten koetaan olevan hyvin ainutkertaisia ja näin mahdotonta toistaa. Laadullisten tutkimusten mittaamisen haasteisiin voidaan vastata hyvin yksityiskohtaisella raportoinnilla tutkimuksen kulusta. (Hirsjärvi ym. 2000, 232.) Laadullisen tutkimukseen on suhtauduttu epäilevästi määrälliseen tutkimukseen verrattuna ja on nähtävissä muun muassa siinä, kuinka tutkimusohjeistuksia kirjoitetaan useimmiten määrällisen tutkimuksen näkökulmasta. On tärkeä huomioida, että laadullinen tutkimus ei ole automaattisesti laadukasta, tutkijan tulee varmistaa, että tutkimuksen suunnitelma, asetelma ja raportointi ovat tasokkaita. (Sarajärvi, 2018, 148-149.)

On tärkeä varmistaa, että tutkimukseen osallistuva ymmärtää hänelle annettavan informaation ja on tietoinen, että on osallistumassa tutkimukseen. (Boeije, 2010, 45.) Haastattelutilanteet olivat avoimia ja haastattelijan oli helppo viedä haastattelua eteenpäin. Haastateltaville kerrottiin haastatteluiden liittyvän opinnäytetyön ja haastattelumateriaalien muodostuvan osaksi opinnäytetyötä. Haastattelutilanteiden alussa käytiin läpi tekniset toteutustavat ja

haastateltavien anonyyminen, osa haastateltavista ilmoitti, ettei anonyyminen ole heille tärkeää. Haastattelututkimusten eettiset kysymykset liittyvät vahvasti myös haastattelijan ja haastateltavan suhteeseen. Jotta haastattelutilanne olisi onnistunut tulee haastattelijan pystyä kerrtoon haastattelun tavoitteista ja tarkoituksesta, sekä vakuuttaa haastateltavat tietojen turvallisesta käsittelystä ja siitä ettei haastateltava ei ole tunnistettavissa tutkimuksesta. (Ruusuvoori ym. 2005, 17.)

Haastattelututkimuksissa yksi haasteista on, että haastattelija mahdollisesti johdattelee haastateltavia, tätä ongelmaa ei ollut havaittavissa sillä haastateltavilla oli paljon asiaa, jolloin keskustelua ei tarvinnut kannatella tai johdatella lainkaan. Laadullisten tutkimusten ongelmana esiintyy usein haastateltavien taipumus näyttäytyä tietynlaisina. Kyseisen aiheen osalta haastateltavat olisivat voineet tuoda itseään esille suurina hyväntekijöinä ja aktiivisina toimijoina koulun hyväksi. Tällaista taipumusta ei ollut havaittavissa, päinvastoin, vanhemmat ennemminkin vähätelivät toimiaan koulun hyväksi. Eettiseltä kannalta tarkastellessa, tutkimukselle ei tarvittu tutkimuslupaa, vaikka tutkimuksen kohteena olikin peruskoulu. Tutkimukseen osallistujat olivat vanhempia, eikä tutkimuksessa käsitelty lasten koulunkäyntiin liittyviä asioita, joskin toiminta koulun hyväksi mahdollistaa omalta osaltaan koulun toimintaa. Osallistuminen oli täysin vapaaehtoista, eikä tutkimukseen osallistumisesta maksettu palkkiota. Osallistumalla tutkimukseen vanhemmat olivat tukemassa koulua ja tämä voi palkita heitä mm. lämpimällä tunteella, jota tarkastelunäkökulmasta riippuen voidaan tulkita epäpuhtaaksi altruismiksi, joskaan tutkimuksen lopputuloksen kannalta sillä on vaikea nähdä olevan merkitystä.

## 6.2 Haasteet

Tietopohjan lähteet olivat suurimmaksi osaksi englanninkielistä kansainvälistä materiaalia. Tietoa lahjoittamisesta suomen kielellä tai suomessa oli haastavaa löytää. Pessin ja Saaren 2008 julkaisema teos oli hyvin kattava katsaus suomalaisten lahjoittamiseen, mutta vuonna 2024 tilaa olisi jo uudemmalle tiedolle. Suomessa löytyy useampia tahoja, jotka tuottavat tietoa lahjoittamiseen liittyen, mutta tieto on hajallaan, jolloin selkeää kokonaiskuvaa haastavampi muodostaa. Tietopohjassa käytettyjä tutkimuksia on toteutettu eri maissa, silloin kun kulttuurilla on nähty olevan merkittäviä vaikutuksia ihmisten käyttäytymiseen, on tämä myös tuotu esille. Tietopohjassa käsiteltiin niitä asioita, joiden koettiin olevan olennaisia vanhempien motivaation, lahjoittamisen ja yhteisöllisyyden kannalta. Toinen tutkija olisi voinut painottaa erilaisia asioita ihmisten käyttäytymisen taustalla, jolla olisi ollut vaikutusta kysyttyihin kysymyksiin ja tätä kautta koko lopputulokseen.

Kokenut tutkija olisi osannut aikatauluttaa kyselyiden ja haastatteluiden kokonaisuuden hyvinkin tarkasti, tämä tutkimus eteni askel kerrallaan, jolloin aikaa hukkaantui jonkin verran odotteluun. Kirjoittajan omassa työskentelyssä pystyi myös huomioimaan tiettyjen

ajatusvinoumien läsnäolon, kuten jälkiviisuusvinouma ja ajoittainen aliluottamus omaan tekemiseen, sekä prokrastinointi.

Toimenpidesuositukset esitellään koulun hallituksen kokouksessa. Alustavat keskustelut rehtorin kanssa viittaavat siihen, ettei tutkimuksen tulos ole täysin yllättävä, mutta vahvistaa koululle ajatusta siitä, että vanhemmat kaipaavat enemmän tietoa koulun tukemisen tilanteesta. Haasteeksi nousevat resurssit, mutta toimenpidesuositusten ollessa valmiina, resurssin järjestyessä, voidaan toimiin ryhtyä mahdollisimman pian. Tärkeä on myös huomioida vanhempien osaamisen käyttäminen, joka tuotiin esiin myös kvantitatiivisen kyselyn vastauksissa. Toki on hyvä myös pohtia mitä voidaan tehdä matalalla kynnyksellä, kun resurssia ei ole, jotta vanhempien kaipaama tieto saadaan heille helposti saataville.

### 6.3 Pohdinta

Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia koulun vanhempien näkemyksiä koulun tukemisesta, lahjoitustoiminnan motiiveja ja pohtia miten yhteisöllisyyttä koulussa voisi lisätä. Haastatteluiden perusteella kaikilla vanhemmilla oli selkeästi vahva kiinnostus koulun toimintaa ja sen olemassaoloa kohtaan. Useamman kerran tuotiin esiin, että vastaavaa kiinnostusta ei ole ollut aiempien koulujen toimintaa kohtaan. Yleisestä ilmapiiristä puhuttaessa erityisesti naispuoliset vastaajat toivat esiin, kuinka ystävällisesti heidät on otettu koulussa vastaan. Vanhempien halukkuus koulun tukemista kohtaan oli aistittavissa ja heidän puheestaan ja vastuksistaan välittyi aito kiinnostus olla mukana kehittämässä koulua ja sen toimintaa. Avoimuutta ei tuotu esiin negatiivisessa sävyssä, vaan nimenomaan avaimena parempaan ymmärtämiseen koulun tilanteesta, joka myös vaikuttaa motivaatioon toimia koulun hyväksi. Koulusta vanhemmat puhuivat erittäin positiiviseen sävyyn ja heitä selvästi motivoi ajatus koulusta, jossa on lämmin ilmapiiri, jossa otetaan kaikki huomioon. Haastattelukysymysten teemoina olivat yhteisöllisyys, motivaatio ja lahjoittaminen. Haastatteluaineiston analysointi nosti vastauksista esille uuden teeman ja yläkäsitteen, avoimuuden, joka motivaation ja yhteisöllisyyden teemojen kanssa vastaa tutkimukselle asetettuihin kysymyksiin.

Avoimuus johtaa usein ajatukseen, että jotain on pyritty salaamaan, kyseessä on kuitenkin vanhempien esiin tuoma informaation tarve koulun tukemiseen liittyen. Sana avoimuus valikoitui kuvaamaan informaation tarvetta, koska se toistui useamman kerran eri vanhempien vastauksissa. Avoimuus, jolla tässä tarkoitetaan vanhempien informointia koulun varallisuustilanteesta, sekä koulun tukemisen tilanteesta, toimii motivaation lähteenä koulun tukemiselle. Motivoituneena vanhemmat lähtevät mukaan koulua tukevaan toimintaan tai tekevät tahtoeseensa rahalahjoituksia. Tämän toiminnan myötä syntyy yhteisöllisyyttä, mikä taas luo yhteishenkeä ja luottamusta.

Yhteisöllisyys koulussa välittyy hyvänä ilmapiirinä, aktiivisena toimintana ja lämpimänä tunteena. Koulussa koetaan olevan hyvä yhteisöllinen ilmapiiri, joskin yhteisöllisyyden on todettu

sekä laskeneen, että kasvaneen eri vanhempien kertomana. Tähän voivat vaikuttaa miten laajasti asiaa tarkastelee, millaisella aikajänteellä ja se miten kukin yhteisöllisyyden määrittelee. Tärkeänä huomiona tuotiin esiin se, että koulussa on onnistuttu saamaan maahanmuuttajataustaiset perheet hyvin mukaan koulun toimintaan, siinä missä kokemus muista kouluista on päinvastainen. Toki omaehtoinen hakeutuminen kouluun voi selittää tätäkin.

Vanhemmat ovat motivoituneita koulun tukemiseen ja tärkeintä motivaation kannalta vanhemmille on avoimuus eli tieto koulun tukemisen tilanteesta. Vanhempia motivoi omaehtoisuus, kyvykkyys, yhteisöllisyys, sekä hyväntahtoisuus. Koulun tukemiseen järjestetään mahdollisuuksia ja eri tapoja osallistua, joista jokainen voi valita oman tapansa olla mukana, tämä mahdollistaa omaehtoisen toiminnan. On tärkeää voida nähdä oman työnsä tulokset ja vanhemmat kokevatkin tärkeäksi tiedon koulun tilanteesta, jotta voivat suhteuttaa omia toimiaan siihen, sekä nähdä oman tekemisensä vaikutukset. Yhteisöllisyys luo ystävällistä ja lämmintä ilmapiiriä, joka vahvistaa luottamusta ja omalta osaltaan motivoi ihmisiä osallistumaan, hyvän asian puolesta ollaan valmiita työskentelemään. Hyväntahtoisuus on toimintaa toisten hyväksi, vanhemmat näkivät kaikkien auttamisen tärkeänä toimintana, joka tuottaa itselle ja ympärille hyvää mieltä.

Toimenpidesuosituksena esitetään lahjoittamisen vuosikelloa, josta vanhemmat näkevät yhdestä paikkaa kaikki koulussa järjestettävät tapahtumat ja mahdollisuudet tukea koulua. Lisäksi suositellaan aktiivisesti päivittämään tietoa erilaisten hyödykekeräysten etenemisestä, jotta ajatusvinoumat, kuten sivustakatsoja efekti eivät pääse valloilleen. Koulussa tullaan järjestämään koulun 25-vuotisjuhla kuluvan vuoden keväällä. Koulun olemassaolo ei ole itsestään selvyyttä, onkin toivottavaa, että juhla saisi ihmiset tarkastelemaan koulun monivaiheista historiaa ja näkemään sen eteen tehdyn työn arvon ja kenties sitä kautta myös motivoitumaan koulun tukemiseen.

Jatkossa tutkimuksissa tulisi selvittää koulujen viestintää ja yksityiskoulujen hyviä oppimistuloksia. Koulujen viestintä tapahtuu Wilma-järjestelmän kautta, viestintä on hyvin runsasta ja tärkeät viestit sekoittuvat vähemmän tärkeiden viestien sekaan. Yksityiskoulujen keskiarvot Helsingin ja Espoon osalta ovat parhaiden koulujen joukossa, tutkimus voisi selvittää mitkä tekijät vaikuttavat yksityiskoulujen osalta hyviin oppimistuloksiin.

Tämä opinnäytetyö tarkasteli yksityisen koulun tukemisen motivaatiota ja yhteisöllisyyttä. Vanhempien kertoman mukaan halukkuutta koulun tukemiseksi on, jatkossa koulun tulee tiedottaa vanhempia tavoista tukea koulua mahdollisimman selkeästi ja aktiivisesti, avoimesti. Opinnäytetyön tietopohjaa ja tuloksia voi hyödyntää yksityisten koulujen sekä erilaisten harrastustoimijoiden varainkeruuta suunniteltaessa, kun päämääränä on varojen kerääminen voittoa tavoittelematta, sekä yhteisöllisyyden tukeminen.

## Lähteet

### Painetut

Bazerman, M., Moore, D. 2013. *Judgement in Managerial Decision Making*. 8. painos. New Jersey: Wiley.

Boeije, H. 2010. *Analysis in Qualitative Research*. Great Britain: CPI.

Cialdini, R. 2021. Influence, new and expanded: the psychology of persuasion. New York: Harper Business.

Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu- Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Junnilainen, L. 2019. Lähiökylä, tutkimus yhteisöllisyydestä ja eriarvoisuudesta. Tampere: Vastapaino.

Juuti, P., Puusa, A. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudemus.

Kahneman, D. 2011. Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus, and Giroux.

Paakkanen, M. 2022. Empatian voima työssä. Helsinki: WSOY.

Pessi, A., Saari, J. 2008. Hyvä tahto; auttamisen asenteet ja rakenteet suomessa. Vantaa: Hansaprint.

Pessi, A., Saari, J. 2011. Hyvien ihmisten maa, auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Helsinki: Diakonia-ammattikorkeakoulu.

Raina, L. 2012. Uusi yhteisöllisyys- kasvatusyhteisön rakentamisen ammattitaito. Tampere: Tampereen yliopistopaino.

Ruusuvuori, J., Tiittula, L. 2005. Haastattelu - tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

Sarajärvi, A., Tuomi, J. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Sunstein, C., Thaler, R. 2021. Nudge, the Final Edition. Suffolk: Clays.

#### Sähköiset

Ahlroth, J. 28.1.2024. Suomi on romahtamassa sisäänpäin. Helsingin Sanomat. B12-B13.

Amin, H., Rizal, H. 2017. Perceived ihsan, Islamic egalitarianism and Islamic religiosity towards charitable giving of cash waqf. Journal of Islamic Marketing, 8 (4), 669-685. Viitattu 28.10.2023. DOI:10.1108/JIMA-05-2015-0037

Behavioural Insights Team. 2024. The Behavioural Insights Team. Viitattu 7.5.2024.  
<https://www.bi.team/>

Behavioural Insights Team. 2023. Applying behavioural insights to charitable giving. Viitattu 14.12.2023. [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7516a1ed915d6faf2b228b/BIT\\_Charitable\\_Giving\\_Paper.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7516a1ed915d6faf2b228b/BIT_Charitable_Giving_Paper.pdf)

Behavioural Insights Team. 2014. Four Simple Ways to Apply EAST Framework to Behavioural Insights. Viitattu 14.12.2023. [https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST\\_FA\\_WEB.pdf](https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf)

Bekkers, R., Wiepking, P. 2011. A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving. *Sage Journal*, 40 (5), 924-973. Viitattu 26.10.2023. <https://doi.org/10.1177/0899764010380927>

Berman, J., Silver, I. 2022. Prosocial behaviour and reputation: When does doing good lead to looking good? *Current Opinion in Psychology* 43, 102-107. Viitattu 11.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.06.021>

Burroughs, M., Do, K.T., Kwon, S.J., Telzer, E.H., Van Hoorn, J. 2023. Neural Representation of Donating Time and Money. *The Journal of neuroscience: the official journal of the Society for Neuroscience* 43 (36), 6297-6305. Viitattu 5.11.2023. DOI:10.1523/JNEUROSCI.0480-23.2023

Bjälkebring, P., Dickert, S., Slovic, P., Västfjäll, D. 2016. Greater Emotional Gain from Giving in Older Adults: Age-Related Positivity Bias in Charitable Giving. *Frontiers in Psychology* 7, 1-8. Viitattu 5.11.2023. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00846>

Cai, M., Caskey, G., Cowen, N., Murtazashvili, I., Brick Murtazashvili, J., Salahodjaeva, R. 2022. Individualism, economic freedom, and charitable giving. *Journal of Economic Behavior and Organization* 200, 868-884. Viitattu 26.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2022.06.037>

Choi, J., Choi, Y., Raymond, M., Siemensa, J. 2020. The influence of message appeal, social norms and donation social context on charitable giving: investigating the role of cultural tightness-looseness. *Journal of Marketing Theory and Practice* 28 (2) 187-195. Viitattu 25.11.2023. <https://doi.org/10.1080/10696679.2020.1717968>

Chung, A., Rimal, R. 2016. Social norms: a review. *Review of Communication Research*, 4. 1-29. Viitattu 25.11.2023. doi: 10.12840/issn.2255-4165.2016.04.01.008



- Cialdini, R., Schroeder, D. 1976. Increasing Compliance by Legitimizing Paltry Contributions: When Even a Penny Helps. *Journal of Personality and Social Psychology* 34 (4), 599-604. Viitattu 5.11.2023. <http://dx.doi.org.nelli.laurea.fi/10.1037/0022-3514.34.4.599>
- Costello, J., Malkoc, S. 2022. Why Are Donors More Generous with Time Than Money? The Role of Perceived Control over Donations on Charitable Giving. *Journal of Consumer Research*, 49 (4), 678-696. Viitattu 26.10.2023. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucac011>
- Croson, R., Shang, J. 2008. The impact of downward social information on contribution decisions. *Experimental Economics*, 11: 221-233. Viitattu 3.11.2023. DOI 10.1007/s10683-007-9191-z
- Cui, Y., Das, G., Esch, P., Jain, S. 2021. Donor happiness comes from afar: The role of donation beneficiary social distance and benevolence. *International Journal of Research in Marketing*. Viitattu 11.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2023.08.005>
- Dannenberg, A., Johansson-Stenman, O., Wetzel, H. 2021. Status for the good guys: An experiment on charitable giving. *Economic Inquiry*, 60 (2), 721-740. Viitattu 27.10.2023. <https://doi.org/10.1111/ecin.13039>
- Dittrich, M., Mey, B. 2021. Giving time or giving money? On the relationship between charitable contributions. *Journal of Economic Psychology*, 85, 1-16. Viitattu 31.10.2023. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2021.102396>
- Ellingsen, T., Johannesson, M. 2009. Time is not money. *Journal of Economic Behavior & Organization* 72, 96-102. Viitattu 28.10.2023. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2009.05.010>
- Feine, G., Groh, E., Loessl, V., Wetzel, H. 2023. The double dividend of social information in charitable giving: evidence from a framed field experiment. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*. Viitattu 11.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2023.101991>
- Fooks, J., Messer, K. Schulze, D., Wu, S., Yan, J., Zaghamee, H. 2017. Nudging charitable giving: Three field experiments. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 66, 137-149. Viitattu 11.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2016.04.008>
- Forss, H., Kempainen, I., Lampén, M., Malminen, U., Terävä, H. 2023. Kone näyttää, millaista taustoista sinun lähikoulusi oppilaat tulevat. *Yle*. Viitattu 19.10.2023. <https://yle.fi/a/74-20018233>
- Fosgaard, T., Soetevent, A. 2022. I will donate later! A field experiment on cell phone donations to charity. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 202, 549-565. Viitattu 11.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2022.08.025>

- Francis, J., Giles-Corti, B., Knuiiman, M., Wood, L. 2012. Creating sense of community: The role of public space. *Journal of Environmental Psychology* 32, 401-409. Viitattu 29.1.2024. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.07.002>
- Fung, H., Gong, X., Zhang, F. 2017. Are Older Adults More Willing to Donate? The Roles of Donation Form and Social Relationship. *Journals of Gerontology: Psychological Sciences* 74 (3), 440-448. Viitattu 5.11.2023. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbx099>
- Gall-Ely, M., Gonzalez, C., Urbain, C. 2013. What does the future hold for giving? An approach using the social representations of generation y. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 18, 159-171. Viitattu 6.11.2023. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1448>
- Gaube, T. 2005. Altruism and charitable giving in a fully replicated economy. *Journal of Public Economics* 90, 1649 - 1667. Viitattu 26.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2005.10.003>
- Gorczyca, M., Hartman, R. 2017. The New Face of Philanthropy: The Role of Intrinsic Motivation in Millennials' Attitudes and Intent to Donate to Charitable Organizations. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* 29 (4), 415-433. Viitattu 6.11.2023. <https://doi.org/10.1080/10495142.2017.1326349>
- Greve, B., Martela, F., Rothstein, B., Saari, J. 2020. The Nordic Exceptionalism: What Explains Why the Nordic Countries are Constantly Among the Happiest in the World. *Sustainable Development Solutions Network*. Viitattu 25.11.2023. <https://www.jstor.org/stable/pdf/resrep25851.10.pdf>
- Handy, F., Neumayr, M. 2017. Charitable giving: What Influences Donors' Choice Among Different Causes? *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 30, 783-799. Viitattu 23.11.2023. <https://doi.org/10.1007/s11266-017-9843-3>
- Henley, W., Ranganathan, S. 2008. Determinants of charitable donation intentions: A structural equation model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 13, 1-11. <https://doi.org/10.1002/nvsm.297>
- Hoolwerf, B., Schuyt, T. 2017. Giving in Europe: The state of research on giving in 20 European countries. *European Research Network on Philanthropy*, 1-14. Viitattu 23.11.2023. <https://ernop.eu/wp-content/uploads/2017/10/Giving-in-Europe-country-report-Finland.pdf>
- Jiang, Y., Wang, P., Wang, Y. 2022. Gift or Donation? Increase the Effectiveness of Charitable Solicitation Through Framing Charitable Giving as a Gift. *Journal of Marketing*, 87 (1), 133-147. Viitattu 28.10.2023. <https://doi.org/10.1177/00222429221081506>

- Kalliokoski, T. 2020. Yhteisöllisyyden rajat yhteistoiminnan ja ihmisen perushyvien näkökulmasta. Akateeminen väitöskirja, Teologinen tiedekunta, Helsingin yliopisto. Viitattu 4.2.2024. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/7d7f5ad3-ab43-46b1-9c64-156d95f78b13/content>
- Lin-Healy, F., Small, D. 2012. Cheapened altruism: Discounting personally affected prosocial actors. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 117 (2), 269-274. Viitattu 15.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2011.11.006>
- List, J., Lucking-Reiley, D. 2002. The Effects of Seed Money and Refunds on Charitable Giving: Experimental Evidence from a University Capital Campaign. *Journal of Political Economy* 110 (1), 215-233. Viitattu 6.1.2004. <https://doi.org/10.1086/324392>
- Liu, C-J., Hao, F. 2017. Reciprocity belief and gratitude as moderators of the association between social status and charitable giving. *Personality and Individual Differences* 111, 46-50. Viitattu 11.11.2023. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.02.003>
- Lusardi, A., Scheresberg, C. Yakoboski, P. 2014. College-Educated Millennials: An Overview of Their Personal Finances. TIAA-CREF Institute, 1-38. Viitattu 7.11.2023. <https://www.tiaa.org/content/dam/tiaa/institute/pdf/full-report/2017-02/gflec-overview-millennials-personal-finances-feb2014.pdf>
- Martela, F. 2014. Itseohjautuvuusteoria- Eli onnellisen elämän kolme keskeistä tekijää. Viitattu 7.1.2024. <https://frankmartela.fi/2014/04/04/itseohjautuvuusteoria-eli-kolme-vas-tausta-siihen-mika-tekee-ihmisen-onnelliseksi/>
- Martela, F. 2024. Itseohjautuvuusteoria/motivaatioteoria. Sähköposti 22.2.2024.
- Martela, F., Ryan, R., Steger, M. 2017. Meaningfulness as Satisfaction of Autonomy, Competence, Relatedness, and Beneficence: Comparing the Four Satisfactions and Positive Affect as Predictors of Meaning in Life. *Journal of Happiness Studies*, 1261-1282. Viitattu 7.1.2024. <https://doi.org/10.1007/s10902-017-9869-7>
- National Philanthropic Trust UK Limited. 2023. Viitattu 26.11.2023. <https://www.nptuk.org/charitable-giving-principles/>
- Sánchez, Á. 2022. Group identity and charitable contributions: Experimental evidence. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 194, 542-549. Viitattu 31.10.2023. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.12.032>
- Yksityiskoulujen liitto ry, 2024. Yksityiskoulut Suomessa Millainen on suomalainen yksityiskoulu? Viitattu 8.4.2024. <https://www.yksityiskoulut.fi/yksityiskoulut-suomessa/>

## Kuviot

Kuvio 1: Itseohjautuvuuden kolme (ja pohdittu neljäs) perustarvetta (tiedot: Deci & Ryan, 2015, Martela, 2014). .....	19
Kuvio 2: Behavioural Insights Team; EAST-kehys (tiedot: Behavioural Insights Team, 2014; 2023, kuvat PowerPoint stock images) .....	26
Kuvio 3: Kvantitatiivisen kyselyn toisen kysymyksen vastausjakauma .....	32
Kuvio 4: Kvantitatiivisen kyselyn kolmannen kysymyksen vastausjakauma .....	32
Kuvio 5: Kvantitatiivisen kyselyn neljännen kysymyksen vastausjakauma .....	33
Kuvio 6: Teemahaatattelun teemoista aineiston teemoitteluun.....	36

Kuvio 7: Avoimuus, yhteisöllisyys, koulun tukeminen ja motivaatio .....	44
Kuvio 8: EAST-kehys ja koulun tukemisen vuosikello (tiedot: Behavioural Insights Team, 2014; 2023) .....	47
Taulukot	
Taulukko 1: Reaktanssi teorian kiertäminen tietoa lisäämällä (Cialdini, 2021, 267) .....	24
Taulukko 2: Avoimesta kysymyksestä nousseet vastaukset aihealueittain .....	34
Taulukko 3: Motivaation näkyminen vanhempien vastauksissa.....	45

## Liitteet

Liite 1: Kvantitatiivinen kysely.....	63
Liite 2: Kvalitatiivisen haastattelun kysymykset .....	64
Liite 3: Tukemisen vuosikello.....	65
Liite 4: Tilannekatsaus.....	66

Liite 1: Kvantitatiivinen kysely

**1. Oletko ollut mukana tukemassa koulun toimintaa jollain tavoin viimeisen vuoden aikana?**

Kyllä

Ei

**2a. Jos vastasit KYLLÄ kysymykseen 1, millä tavoin olet tukenut?**

- Rahalahjoituksella
- Toiminut vapaaehtoisena (leiponut, auttanut, jne.)
- Lahjoittanut tavaraa/hyödykkeitä
- Muu tapa

**2b. Jos vastasit EI kysymykseen 1, onko jokin syy, miksi et ole tukenut?**

- En tue muitakaan kohteita
- En koe tarvetta koulun tukemiselle
- Ei resursseja tukea koulua
- En ole ollut tietoinen mahdollisuudesta tukea koulua
- Muu syy

**3. Koetko koulun tukemisen (rahalahjoitukset, vapaaehtoisuus, tavaralahjoitukset) tärkeäksi?**

1 Koulun tukeminen on erittäin tärkeää

2 Koulun tukeminen on tärkeää

3 Koulun tukeminen on vähemmän tärkeää

4 Koulun tukeminen ei ole lainkaan tärkeää

**4. Nousiko mieleesi ajatuksia koulun tukemiseen liittyen, kerro niistä tässä.**

**5. Oletko kiinnostunut haastattelusta asiaan liittyen? Tähän voit jättää yhteystietosi haastattelun sopimista varten.**

## Liite 2: Kvalitatiivinen haastattelu

### ALKUUN

1. Miten pitkältä ajalta sinulla on kokemusta koulun toiminnasta?
2. Olitko tietoinen koulun olevan itsenäinen koulu ja toimivan osittain lahjoitusten varassa, kun lapsesi aloitti koulussa?
3. Oletko osallistunut koulun tukemiseen millään tavoin viimeisen vuoden aikana?

### YHTEISÖLLISYYS

1. Miten yhteisöllisyys näkyy koulussa? Mitä ovat ne asiat, jotka yhdistävät perheitä/vanhempia?
2. Onko yhteisöllisyys lisääntynyt vai vähentynyt koulun historian aikana, miksi?
3. Miten yhteisöllisyyttä voisi mielestäsi lisätä? Mistä yhteisöllisyys syntyy? Voiko sitä mitata? Mistä tietää, että koulussa on yhteisöllisyyttä?
4. Osallistuiko lapsuuden perheesi lahjoittamiseen tai hyväntekeväisyyteen? Osallistuiko perheesi johonkin yhteiseen tekemiseen, esim. jonkin kerhon tms. kautta? Onko tällä ollut merkitystä/vaikutusta omaan toimintaasi?

### MOTIVAATIO

1. Mitkä asiat vaikuttavat lahjoituspäätökseesi?

Onko päätöksenteon prosessisi pitkä ja hidas vai teetkö päätöksiä hyvin nopeasti ja intuitiivisesti?

Mikä tai mitkä ovat suurimmat esteet lahjoittamisellesi?

2. Mitkä asiat motivoivat lahjoittamaan?

Mikä on tärkeintä lahjoittamisessa, mikä motivoi eniten; omaehtoisuus, kyvykkyys, yhteisöllisyys vai hyväntahtoisuus?

3. Jos tulotasosi nousisi tai laskisi vaikuttaisiko se lahjoittamiseesi suuntaan tai toiseen?
4. Jos olisit tietoisempi lahjoitusmäärien kehityksestä vaikuttaisiko se lahjoitusintoosi?

Jos olisit tietoinen mihin lahjoittaminen kohdistuu, vaikuttaisiko se lahjoitusintoosi?



Jos tietäisit enemmän muiden lahjoittamisesta, vaikuttaisiko se halukkuuteesi lahjoittaa? Jos (kohta) entinen presidentti Sauli Niinistö ja NHL-tähti Teemu Selänne lahjoittaisivat koululle, vaikuttaisiko se lahjoittamispäätökseesi?

5. Sukulaisvalinnan teorian mukaan ihmiset lahjoittavat lähiomaisilleen/heidän hyväksi innokkaimmin, kuitenkin koulun lahjoitukset jäävät vähäisiksi, miksi?
6. Miten vaikuttaisi tieto koulun toiminnan supistamisesta, jos esimerkiksi valinnaisia-aineita jouduttaisiin karsimaan, motivoisiko tämä lahjoittamaan enemmän?

### LAHJOITTAMINEN

1. Miten lahjoittaminen pitäisi mielestäsi järjestää?

Rahakeräyksiä korostamalla?

Yhteisen tekemisen kautta?

Hyödykkeitä lahjoittamalla? Kirjat, urheiluvälineet jne.

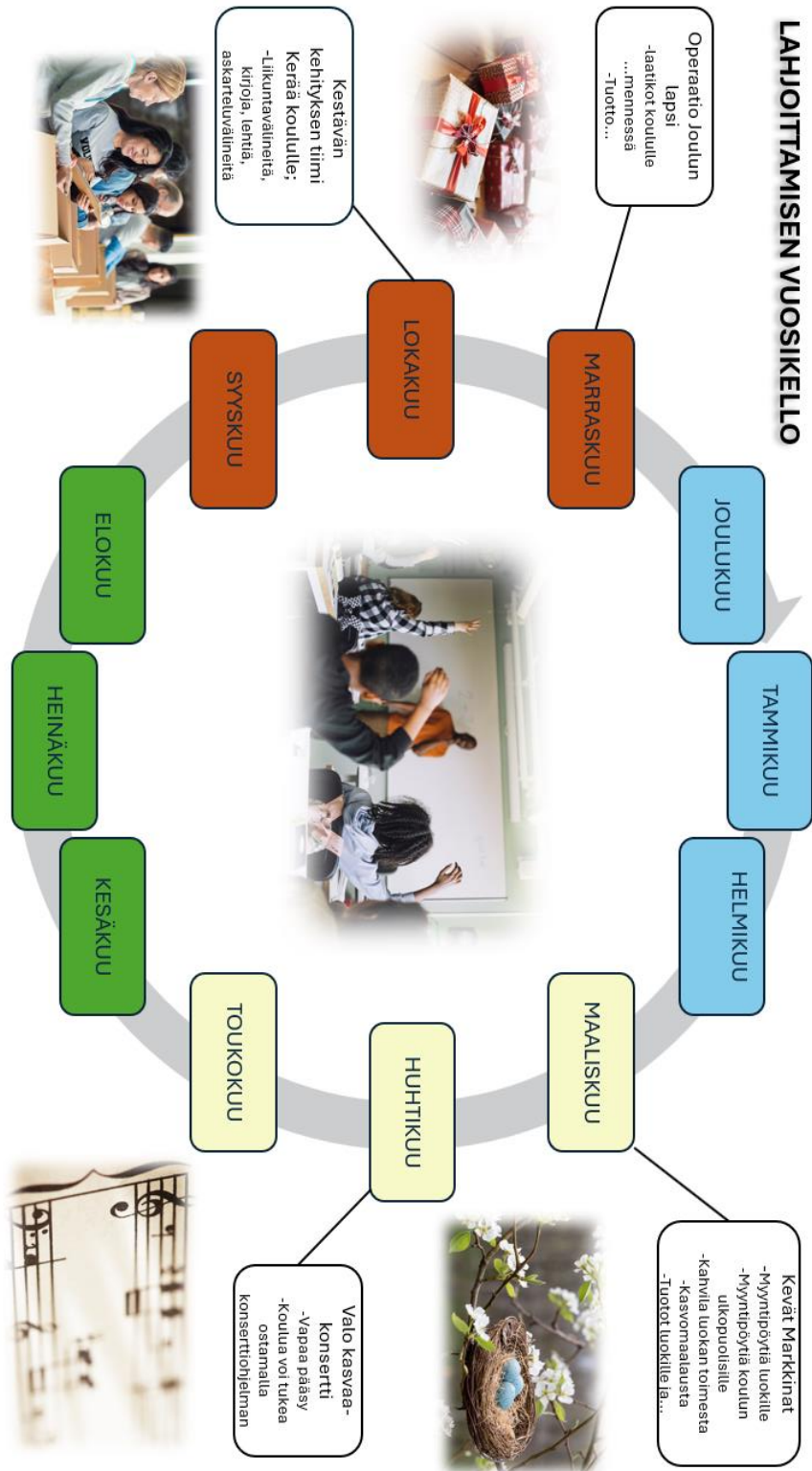
2. Johtuuko vähäinen lahjoitusten määrä vähäisestä osanotosta tapahtumien järjestämiseen vai vähäisestä osanotosta tapahtumiin?
3. Lahjoitatko muihin hyväntekeväisyyskeräyksiin? Miksi muihin, mutta ei kouluun? Miksi juuri kouluun, mutta ei muihin?
4. Jos kaikki koulut keräisivät lahjoituksia, kokisitko lahjoittamisen mielekkäämmäksi/hyväksyttävämmäksi?
5. Mikä on mielestäsi parhaiten toteutettu hyväntekeväisyyskampanja, miksi?

### VÄITTÄMÄT

Millaisia ajatuksia seuraavat lauseet/väittämät herättävät?

- En osallistu/lahjoita, koska moni muu varmasti osallistuu/lahjoittaa. (Bystander effect)
- En lahjoita periaatteesta, koska koulun tulee olla maksuton, vaikka lahjoittaminen auttaisikin lastani ja olisi kiva tutustua muihin vanhempiin. (Commitment bias)
- Lahjoittamalla mahdollistat koulun oppilaille parhaat työvälineet TAI lahjoittamalla mahdollistat lapsellesi parhaat työvälineet (Framing effect)
- Koulu on onnistunut rakennuttamaan uuden koulurakennuksen, oppilaita riittää jonnoksi, kaikki on uutta ja hienoa. Miksei näin olisi jatkossakin. (Hot hand fallacy)

Liite 3: Tukemisen vuosikello



# TILANNEKATSAUS

KERÄYKSEN KOHDE	AIKA/KERÄYSAIKAVÄLI	TAVOITE/KUSTANNUS	TILANNE KATSAUSPÄIVÄNÄ
KIRJOJEN LAHJOITUS -Tuntematon sotilas	1-28.1.2024	60 kirjaa	36 kirjaa
UUSI MIKROSKOOPPI	4-29.3.2024	250€	140€
URHEILUVÄLINEET	4.9.2024, 13.9.2024, 24.9.2024	10 kpl suksipareja, monoja ja luistimia	Toivottu määrä toteutunut
JNE.			
JNE.			

Liite 4: Tilannekatsaus