

## Pirkanmaan Ilmastotoimintakeskuksen työpaja 12.2.2026 – Kooste pienryhmäkeskusteluista ilmastoviestinnästä

### Teetkö työssäsä viestintää liittyen ilmastoon ja/tai ympäristöön? Mikä on viestinnän tavoite?

- opettajan työnkuvaan viestintä ei suoranaisesti kuulu, mutta jokapäiväinen opetus on viestintää
  - o miten tehdä asioita tehokkaasti on osa viestintää
- Ilmastoturit viestivät paljon ilmastoon liittyvistä asioista
  - o mitä ilmastolle tapahtuu ja mitä yritetään tehdä
  - o mitä elämässä voisi jokainen tehdä asialle
  - o nuorempien valistaminen
  - o kohderyhmä huomioiminen
- seurakuntayhtymällä toimikunta
  - o nykyään viestintä on osa ympäristötoimikunnan sisäistä työtä
  - o ympäristöviestintää voisi saada osaksi organisaatioiden arkea
- kunnassa päivitetään verkkosivuja ja viestitään yksittäisten kuntalaisten suuntaan
  - o some vie aikaa ja jää usein päivittämättä
- viestintä on oikea työtehtävä, johon on keskityttävä
- viestintä kuuluu työnkuvaan
  - o joskus aiheuttaa riittämättömyyden tunnetta, vaikka viestii paljon
  - o ajan puute aiheuttaa haasteita
- viestinnän tavoite = organisaation tavoite
  - o viestinnän ei pidä olla irrallista, vaan tukea konkreettisia päämääriä, joita organisaatio tavoittelee
- positiivinen, konkreettinen paikallisuus on vaikuttavaa
  - o LUMO-teemat kiinnostavat kuntalaisia enemmän kuin abstrakti ilmastonmuutos
    - ihmiset haluavat ymmärtää, mitä asiat tarkoittavat omassa arjessa ja omalla alueella
- tasapaino positiivisen ja rehellisen viestinnän välillä
  - o tarvitaan toivoa ja toimijuutta luovia viestejä, mutta myös rehellisyyttä siitä, mikä ei toimi

- ennen kuin ilmastoviestintä on osa omaa toimintaa, on ymmärrettävä, mikä osa omaa toimintaa on ilmastotyötä
- mikä kärki edellä mennään (ympäristö, terveys, hyvinvointi)
  - o vaikka puhuttaisiin ilmastönäkökulmasta, viestin kohde määrittää myös kärjen
- ihmisten kohtaaminen on tärkeä osa viestintää

### **Millaista on mielestäsi hyvä ilmasto- (tai ympäristö-) viestintä?**

- konkretia, aitous ja arjen taso
  - o "Mitä tämä tarkoittaa kuntalaisille?"
- kasvot ja tarinat
  - o ihmiset samaistuvat henkilöihin ja paikallisiin onnistumiskertomuksiin enemmän kuin isoihin globaaleihin teemoihin
- kanava, siihen liittyvä sanasto, tarkkuus, raskas vs. kevyt
- vältetään latautuneita käsitteitä
  - o esimerkiksi ilmastonmuutos voidaan kokea polarisoivaksi
    - viestintää voidaan tehdä muiden käsitteiden avulla (sään ääri-ilmiöt, ekologinen jälleenrakentaminen)
- ilmastoviestintä usein katastrofinäkökulmaista
  - o vaikea päästä toivon tielle
- reaaliaikainen tilannekuva
- kerrotaan tavoitteista ja tekemisestä
- rehellisyys
  - o kerrotaan myös epäonnistumisista
- innostetaan esimerkiksi kampanjoilla
- osallistaminen, kannustaminen ja mukaan ottaminen
- toimien vaikutusten kohdentaminen arkityössä vaikeaa
- arvot muuttuvat ja viestinnän tavoite muuttuu
- nuorekkuus ja toiminta
  - o pois lamaannuksesta
- kukaan ei voi tehdä kaikkea, mutta jokainen voi tehdä jotain
- tärkeää olisi viestiä ylipäänsä
  - o ei saisi pelätä liikaa negatiivisia reaktioita

- Voiko vakavista aiheista viestiä hauskesti?
  - o somessa voi olla kevyempää, verkkosivuilla enemmän faktoihin perustuvaa
- somessa kannustavaa viestintää, ei syyllistävää
- jyrkät mielipiteet eivät vie eteenpäin
  - o avoimuus vastakkaiselle keskustelulle
  - o mielipiteen saa myös vaihtaa

**Onko Pirkanmaalla jotain erityistä, jota voisi nostaa esiin viestinnässä? Tai joitain puutteita, joita maakunnassa on?**

- seudullinen yhteistyö toimii, mutta kuntien välinen ehkä huonommin
  - o voisi tehdä enemmän yhteistyötä yli kuntarajojen
  - o kaupunkiseudun yhteistyö ainutlaatuista koko maan tasolla
  - o pienempien kuntien näkökulmia kaivataan
- teollinen historia ja sen muutos
  - o Pirkanmaalla on vahva teollisuusperinne, ja alueella on tehty merkittäviä parannuksia ympäristövaikutusten vähentämisessä
    - tätä tarinaa voisi korostaa
- kulttuuri voimavarana
  - o Tampereen kirjallisuus- ja musiikkikulttuuri tarjoaa tarttumapintaa tarinalliseen viestintään
- paikallinen toimijuus ja liikkeet ovat voimakkaita
  - o esimerkiksi Teivaalan harjun suojeluliike
    - kun jokin asia koskettaa lähiympäristöä, ihmiset aktivoituvat helposti
- Ekokumppanit aktiivisia viestinnässä
- resurssipula vaivaa

## **Mihin toivoisit apua viestinnässä? Mitä tulevassa ilmastoviestinnän oppaassa tulisi olla?**

- kuvapankki Pirkanmaalle
  - o tarvitaan laadukkaita, aiheeseen sopivia kuvia luonnosta, ihmisistä ja eläimistä
    - suuri tarve kunnilla ja organisaatioilla
- koonti uusista tutkimustuloksista
  - o viestinnän tekijöillä ei ole resursseja seurata tuoretta ilmasto- ja ympäristötutkimusta
    - oppaaseen kaivataan tiivistettyä ja luotettavaa tietoa
- konkreettiset esimerkit ja toimintamallit
  - o esimerkiksi miten viedä ilmastoteemat osaksi olemassa olevia tapahtumia ja miten tehdä vaikuttavuuden arviointia
- linkkejä oppaaseen
- viestijän huonetaulu
- tausta-aineisto tai tietoaineisto
  - o faktat ja numerot
  - o kansantajuisuus ja selkeys

## **Missä kanavissa teet viestintää?**

- verkkosivut
- paikallislehti
- sähköiset ilmoitustaulut
- some
  - o Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn
- sähköposti