

Vastuullisuusviestintää ilmastokriisin aikana

Visa Penttilä (LUT) & Meri Frig (Aalto-yliopisto)

12.2.2026

Pirkanmaan Ilmastotoimintakeskuksen työpaja

Kestämätön tehtävä

Espoo esiintyy kestävän kehityksen mallikaupunkina, mutta moni asia on pelkkää bluffia, sanoo Kestävä Espoo -ohjelmaa johtanut Meri Löyttyniemi HS:lle. Hän kertoo nyt, miten näki totuutta venytettävän.

 Tilaaajille



Kuuntele juttu

Maria Pettersson HS

10.12.2025 2:00

Lue tiivistelmä

- Espoon Kestävä Espoo -ohjelmaa johtanut vihreiden Meri Löyttyniemi sanoo, että suuri osa kaupungin ilmastotyöstä on viherpesua.
- Löyttyniemen mukaan Espoo laatii loputtomasti selvityksiä ja raportteja, mutta ei tee konkreettisia muutoksia päästöjen vähentämiseksi.
- Espoo jättää rakentamisen päästöt pois hiilijalanjälkilaskelmista ja suunnittelee kompensoivansa 20 prosenttia päästöistään ostamalla päästöoikeuksia.
- Löyttyniemi ei usko, että Espoo saavuttaa tavoitteensa olla hiilineutraali vuonna 2030.

Agenda

Vastuullisuuden
määrittelyä

Viestinnän määrittelyä

Vastuullisuusviestinnän
erityispiirteitä

Miten ymmärrämme vastuullisuuden?


- Vastuullisuus (ja kestävyys) ovat alati muuttuvia, neuvoteltuja ja kiisteltyjä käsitteitä
 - Esimerkiksi: keskustelu ilmastonmuutoksesta ja luontokadosta.
- Organisaatioissa vastuullisuusviestinnän strateginen suunnittelu auttaa oman toiminnan edistämistä, mutta ilmastonmuutoksen torjuminen edellyttää eri toimijoiden – julkisen, yksityisen ja voittoa tavoittelemattoman sektorin – yhteistyötä
 - Sidosryhmien kanssa viestimällä organisaatio saa olennaista ymmärrystä vastuullisuudestaan

Miten ymmärrämme viestinnän roolin?

- Me ymmärrämme viestinnän organisaatioita alati muokkaavana sosiaalisena toimintana
- Tutkimuksen näkökulmasta vastuullisuusviestintä ei siis rajaudu esimerkiksi raportointiin, vaan se on läsnä kaikessa organisaatioiden toiminnassa:
 - Vastuullisuuden määrittelyssä sidosryhmien kanssa
 - Vastuullisuuden toimeenpanossa
 - Vastuullisuudesta raportoinnissa
 - Yhteiskunnallista keskustelussa
- Organisaatiot ovat myös moniäänisiä ja ristiriitaisia



Vastuullisuusviestinnän
erityispiirteitä

1. Vastuullisuusviestintä on ajallisesti moniulotteista
 2. Vastuullisuusviestintään liittyy erilaisia viestintätapoja
 3. Vastuullisuusviestinnän linjakkuutta organisaation muun viestinnän kanssa arvoidaan jatkuvasti
- 

1. Viestinnän ajalliset ulottuvuudet

- Viestintä ei ole vain teoista kertomista vaan se on organisointia: ota johtajalta viestintävälineet pois, niin hän ei voi organisoida
- Vastuullisuuden suhteen viestinnällä siis paitsi kerrotaan aiemmista teoista (raportointi), sillä myös asetetaan tavoitteita ja toimeenpannaan niitä
- Näin ollen vastuullisuusviestinnän kautta rakentuu viestintätekojen ketjuja: tavoitteiden asetanta-toimeenpano-raportointi-...
- Olennaista, että vastuullisuudesta viestimistä ei jätetä yksittäisiin tilanteisiin

Sitoumus2050 – kestävän kehityksen sitoumusten kotipesä

Sitoumus2050 on ilmainen ja vapaaehtoinen työkalu organisaatioiden kestävyystyön kehittämiseen, tavoitteen asettamiseen, mittaamiseen ja raportointiin

[Lue lisää](#)



2980 Toimenpidesitoumusta

154 Green deal-sitoumusta

116 Ravitsemussitoumusta

2. Erilaiset viestinnän muodot

- Vastuullisuusviestintää tehdään monin tavoin – se voi olla yksisuuntaista informointia mutta myös dialogia
- Kohdenna siis viestintää sidosryhmille sopivin keinoin: aineistojen esilläpito voi olla riittävää useille, mutta toiminnan kehittäminen voi vaatia dialogia tarkasti valittujen tahojen kanssa
- Huomaa myös, että viestintä ulospäin näkyy myös aina sisälle; ulkoinen viestintä voi olla hyödyllistä myös organisaation itseensä päin
- Viestintä myös altistaa kritiikille, mutta ilman sitä on hankala kehittyä

Helsinki

Hiilineutraali Helsinki -päästövähennysohjelma

päivitys 2024

Julkaisija

ARVO – Viherrakenteen arviointi ja vahvistaminen kaupunkien maankayton suunnittelussa -hankkeessa (10/2023–12/2025) vahvistetaan viherrakennetta ja tunnistetaan sen tuottamia arvoja tiivistetyn rakennetuissa kaupungeissa ilmastonmuutokseen sopeutumisen edistämiseksi. Hanketta koordinoi Helsingin kaupunki. Hankekumppaneina toimivat Aalto-yliopisto, Espoon kaupunki, Vantaan kaupunki ja Green Building Council Finland.

Hanke saa rahoitusta Euroopan aluekehitysrahastosta.

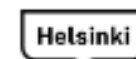
Julkaisu 11/2025.

ISBN 978-952-64-9669-6 (PDF)

<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-64-9669-6>

Raportin tekijät

Elisa Lahde, Aalto-yliopisto
Ollivia Mahilo, Aalto-yliopisto
Tuuli Kassi, Aalto-yliopisto
Merete Kempainen, Aalto-yliopisto
Teemu Jama, Aalto-yliopisto
Malja Bergstrom, Helsingin kaupunki
Antti Hannula, Helsingin kaupunki
Alli-Majju Hurmola, Helsingin kaupunki
Johanna Huttunen, Vantaan kaupunki
Anna Purslainen, Espoon kaupunki
Ella Lahtinen, FIGBC



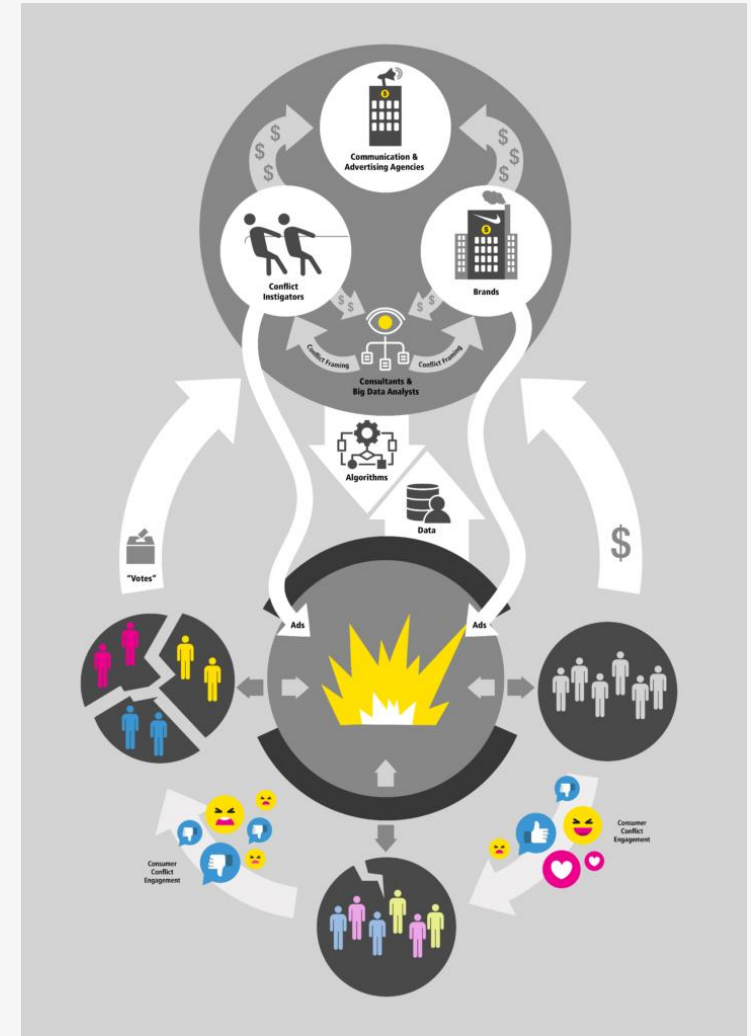
3. Linjakkuus

- Organisaatioiden vastuullisuusviestintää verrataan usein muihin organisaation viestintätekoihin ja -materiaaleihin
- Linjakkuus näiden välillä olennaista:
 - Jos vaikkapa markkinoinnissa puhutaan yhtä ja sisäisessä viestinnässä toista, ei linjakkuutta ole
- Olennaista myös, minkälaisissa teksteissä vastuullisuus tai kestävyys mainitaan: Ovatko ne esimerkiksi organisaation strategiassa?

Espoon ilmastotavoitteet

Espoon tavoitteena on olla hiilineutraali vuoteen 2030 mennessä. Hiilineutraaliudella tarkoitetaan sitä, että kaupunki aiheuttaa vuodessa vain sen verran hiilidioksidipäästöjä kuin niitä voidaan sitoa ilmakehästä hiilinieluihin. Espoon tavoite on vähentää kaupungin alueella syntyviä päästöjä 80 prosenttia vuodesta 1990 vuoteen 2030 mennessä. Jäljelle jäävä 20 prosentin osuus voidaan sitoa hiilinieluihin tai kompensoida muilla keinoilla.

- Vastuullisuusviestintä ja poliittinen vaikuttaminen kietoutuvat yhä tiiviimmin yhteen
- Kaksi kehystämisen tyyppiä korostuvat viestinnässä: *kognitiivinen*, joka perustuu yleisön uskomuksiin ja ymmärrykseen, ja *emotionaalinen*, joka perustuu yleisön tunteisiin, intohimoihin ja toiveisiin
 - Ilmastopuheen paradoksi: Miksi tieto ei johda tekoihin?
 - "Jos tarina on jaettu, faktat eivät auta"
- Ilmastoviestintä voi herättää kritiikkiä ja jakaa sidosryhmiä - edelläkävijöitä ja puolestapuhujia tarvitaan, edellyttäen päättäväistä sitoutumista.



Kuva: Sofia Ulver

SEARCH



[HOME](#) → [MEDIA CENTRE](#) → [NEWSROOM](#) → [ALL RELEASES](#)

EIP:n ilmastotutkimus: suomalaiset ilmastotietoisuuden kärjessä Euroopan unionissa

SUOMI ↓

8 JULY 2024

”Ilmastoliike on rakennettava uudestaan hyvin erilaisesta näkökulmasta, jossa pääosassa ei ole vihreys vaan ihmisten huolet epätasa-arvosta, hyvinvoinnista ja terveydestä”, hän sanoo.

Hänestä poliitikot ovat väärässä tulkitessaan, että ilmasto on lakannut kiinnostamasta kansaa.

”Ihmiset ovat kyllä huolissaan. He vain ovat menettäneet uskonsa viestintuojaan”, Tubiana sanoo.

Hänestä ympäristöjärjestöt ovat menettäneet uskottavuuttaan vääränlaisen taktiikan vuoksi.

”He ovat luultavasti olleet liian teknokraattisia. Eivät ole ottaneet riittävästi huomioon ihmisten erilaisia tulotasoja ja erilaista pääsyä teknologioihin.”

Hänestä tarvittava muutos on niin iso, että sitä ei voi toteuttaa sanellen.

”Me ilmastokuplassa eläjät emme ole ymmärtäneet, että koko yhteiskunnan on oltava osa päätöksentekoprosessia.”

Tubiana uskoo tavallisten ihmisten mukaan ottamiseen. Hän ottaa esimerkiksi Ranskan kansalaispaneelit. Ne päätyivät muun muassa suosittelemaan mainonnan rajoittamista kulutuksen vähentämiseksi.

Hän kertoo eräästä it-alan insinööristä, joka koki ennen olevansa vain maailman voimaton havainnoija. Kansalaispaneelissa hän tunsu muuttuvansa ”osaksi maailmaa”. Tällaiset voimaantumiset herkistävät ilmastokonkaria.

Kuka sitten olisi tässä hetkessä ympäristöliikettä vaikuttavampi viestinviejä? Tiedettäkin yhä kuunnellaan, mutta juuri nyt Tubiana laittaa toivonsa bisnesmaailmaan.

Lopuksi

- Viestinnällä paitsi kerrotaan aiemmista teoista sillä myös asetetaan tavoitteita ja toimeenpannaan niitä yhdessä sidosryhmien kanssa – olennaista esimerkiksi pohtia, kuka pääsee vaikuttamaan organisaation tavoitteidenasetantaan
- Ilmastotoimista viestiminen on myös tieteeseen perustuvan toiminnan päättäväistä puolustamista – ja myös oman toiminnan keskeneräisyyden tunnustamista

Luettavaa

- Eräranta, K. & Penttilä, V. (2020). *Vastuullinen viestintä*. ProCom-Viestinnän ammattilaiset ry. <https://doi.org/10.31885/2021.00001>
- Penttilä, V. & Frig, M. (2025). Vastuullisuusviestinnän strategiset käytännöt. *Strateginen viestintä* (pp. 101-120). ProCom-Viestinnän ammattilaiset ry. <https://doi.org/10.31885/9789527643037>

- visa.penttila@lut.fi | [Linkedin.com/in/visa-penttilä-ba298116](https://www.linkedin.com/in/visa-penttilä-ba298116)
- meri.frig@aalto.fi | [Linkedin.com/in/merifrig](https://www.linkedin.com/in/merifrig)