Euroopan unionin osarahoittama

Pirkanmaan Ilmastotoimintakeskuksen työpaja 12.2.2026 – Kooste pienryhmäkeskusteluista ilmastoviestinnästä

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

- opettajan työnkuvaan viestintä ei suoranaisesti kuulu, mutta jokapäiväinen opetus on viestintää
    - miten tehdä asioita tehokkaasti on osa viestintää
- Ilmastosoturit viestivät paljon ilmastoon liittyvistä asioista
    - mitä ilmastolle tapahtuu ja mitä yritetään tehdä
    - mitä elämässä voisi jokainen tehdä asialle
    - nuorempien valistaminen
    - kohderyhmä huomioiminen
- seurakuntayhtymällä toimikunta
    - nykyään viestintä on osa ympäristötoimikunnan sisäistä työtä
    - ympäristöviestintää voisi saada osaksi organisaatioiden arkea
- kunnassa päivitetään verkkosivuja ja viestitään yksittäisten kuntalaisten suuntaan
    - some vie aikaa ja jää usein päivittämättä
- viestintä on oikea työtehtävä, johon on keskityttävä
- viestintä kuuluu työnkuvaan
    - joskus aiheuttaa riittämättömyyden tunnetta, vaikka viestii paljon
    - ajan puute aiheuttaa haasteita
- viestinnän tavoite = organisaation tavoite
    - viestinnän ei pidä olla irrallista, vaan tukea konkreettisia päämääriä, joita organisaatio tavoittelee
- positiivinen, konkreettinen paikallisuus on vaikuttavaa
    - 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
    - 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)
    - vaikka puhuttaisiin ilmastonäkökulmasta, viestin kohde määrittää myös kärjen
- ihmisten kohtaaminen on tärkeä osa viestintää

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

- konkretia, aitous ja arjen taso
    - ”Mitä tämä tarkoittaa kuntalaisille?”
- kasvot ja tarinat
    - ihmiset samaistuvat henkilöihin ja paikallisiin onnistumiskertomuksiin enemmän kuin isoihin globaaleihin teemoihin
- kanava, siihen liittyvä sanasto, tarkkuus, raskas vs. kevyt
- vältetään latautuneita käsitteitä
    - esimerkiksi ilmastonmuutos voidaan kokea polarisoivaksi
        - viestintää voidaan tehdä muiden käsitteiden avulla (sään ääri-ilmiöt, ekologinen jälleenrakentaminen)
- ilmastoviestintä usein katastrofinäkökulmaista
    - vaikea päästä toivon tielle
- reaaliaikainen tilannekuva
- kerrotaan tavoitteista ja tekemisestä
- rehellisyys
    - 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
    - pois lamaannuksesta
- kukaan ei voi tehdä kaikkea, mutta jokainen voi tehdä jotain
- tärkeää olisi viestiä ylipäänsä
    - ei saisi pelätä liikaa negatiivisia reaktioita
- Voiko vakavista aiheista viestiä hauskasti?
    - somessa voi olla kevyempää, verkkosivuilla enemmän faktoihin perustuvaa
- somessa kannustavaa viestintää, ei syyllistävää
- jyrkät mielipiteet eivät vie eteenpäin
    - avoimuus vastakkaiselle keskustelulle
    - 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
    - voisi tehdä enemmän yhteistyötä yli kuntarajojen
    - kaupunkiseudun yhteistyö ainutlaatuista koko maan tasolla
    - pienempien kuntien näkökulmia kaivataan
- teollinen historia ja sen muutos
    - Pirkanmaalla on vahva teollisuusperinne, ja alueella on tehty merkittäviä parannuksia ympäristövaikutusten vähentämisessä
        - tätä tarinaa voisi korostaa
- kulttuuri voimavarana
    - Tampereen kirjallisuus- ja musiikkikulttuuri tarjoaa tarttumapintaa tarinalliseen viestintään
- paikallinen toimijuus ja liikkeet ovat voimakkaita
    - 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
    - tarvitaan laadukkaita, aiheeseen sopivia kuvia luonnosta, ihmisistä ja eläimistä
        - suuri tarve kunnilla ja organisaatioilla
- koonti uusista tutkimustuloksista
    - viestinnän tekijöillä ei ole resursseja seurata tuoretta ilmasto- ja ympäristötutkimusta
        - oppaaseen kaivataan tiivistettyä ja luotettavaa tietoa
- konkreettiset esimerkit ja toimintamallit
    - esimerkiksi miten viedä ilmastoteemat osaksi olemassa olevia tapahtumia ja miten tehdä vaikuttavuuden arviointia
- linkkejä oppaaseen
- viestijän huonetaulu
- tausta-aineisto tai tietoaineisto
    - faktat ja numerot
    - kansantajuisuus ja selkeys

Missä kanavissa teet viestintää?

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