

Sirpaleista, yleistävää ja turhan toteavaa

–

Selvitys maataloustuottajille
kohdistetusta ympäristöviestinnästä



Yhdessä kokeillen -hankkeen loppuraportti
Syyskuu 2019

Karoliina Kinnunen Mohr, Iina Ala-Kurikka, Lari Hokkanen



Maa- ja metsätalousministeriö

K kaskas
media

**DEMOS
HELSINKI**

Sisällysluettelo

1. Johdanto	5
1.1 Yhdessä kokeillen -hankkeen vaiheet	6
2. Aineisto ja menetelmät	8
2.1 Viestintämateriaalien kartoitus	8
2.2 Mediakatsaus	12
2.3 Haastattelut	12
2.4 Kysely	14
2.5 Kokeilu	15
3. Maataloustuottajien ympäristö- ja ilmastoasenteet	21
4. Tuottajille kohdistettu ympäristö- ja ilmastotieto	25
4.1 Ympäristötiedosta viestivien neljä tavoitetta	25
4.2 Viestinnän kanavat ja tavat ovat moninaisia	26
4.3 Välitetty tieto on neutraalia, mutta kokonaiskuva puuttuu	26
5. Miten maataloustuottajat saavat tällä hetkellä tietoa ympäristöstä?	29
5.1 Haasteet ja toiveet	33
6. Maatalous ja ympäristö julkisessa keskustelussa	35
6.1 Ristiriidat puidaan julkisuudessa	35
6.2 Tuottajat kokevat julkisen keskustelun syyllistäväksi	37
7. Kokeilun tulosten mukaan asenteet vaikuttavat siihen, miten viesti tulkitaan	38
8. Johtopäätökset	40
9. Kehittämisuositukset	43
Lähteet	46
Liitteet	48
Liite 1. Organisaatiot ja mediat, joiden viestintää ja sisältöjä analysoitiin	48
Liite 2. Kyselyn kysymysrunko	52
Liite 3. Haastatteluiden kysymysrunko	67
Liite 4. Kokeilun kysymysrunko ja eri tekstiversiot	69
Liite 5. Kokeilun tarkat tulokset	78

Visuaalinen suunnittelu: Jenni Viitanen ja Ulla Eronen / Kaskas Media

Kiitos myös Milla Nyssölä, Venla Monter, Ville Harjunen, Mikko Annala,
Rosa Smolander, Päivi Surakka ja Paul Hermansson.

Tiivistelmä

Maatalouden vaikutus ympäristöön ja ilmastoon puhuttaa. Tietoa aiheesta on paljon, ja monet tahot haluavat vaikuttaa siihen, miten maata viljellään tai karjaa kasvatetaan. Yhdessä kokeillen -selvityshankkeessa luotiin ensimmäistä kertaa kokonaiskuvaa siitä, mistä ja miten maanviljelijät saavat tietoa ympäristöstä ja miten he hyödyntävät tietoa työssään. Selvitys on osa maa- ja metsätalousministeriön maatalouden ympäristövaikutusten tutkimusohjelmaa (MATO).

Selvitys koostui kolmesta vaiheesta. Ensimmäisessä vaiheessa analysoitiin maataloustuottajille suunnattua viestintää, kanavia ja mediakeskustelua. Toisessa vaiheessa selvitettiin kyselylomakkeella ja haastatteluilla viljelijöiden ajatuksia ympäristötiedosta. Kolmannessa vaiheessa tehtiin käyttäytymistieteellinen kokeilu. Kokeilussa testattiin, miten viestinnän sävy vaikuttaa viljelijöiden aikomuksiin tehdä ympäristön tilaa parantavia muutoksia tilalla.

Ympäristö- ja ilmastoasiat ovat suomalaisille maanviljelijöille keskimäärin tärkeitä. Viljelijät kokevat työskentelevänsä konkreettisesti luonnon ja ympäristön kanssa, ja he näkevät ilmastonmuutoksen riskin keskimäärin korkeana. Omasta ympäristöstä huolehtiminen nähdään osana ammattitaitoa, ja haastateltavista lähes kaikki kertoivat luottavansa suomalaiseen maatalouteen ympäristöasioissa. Viljelijöillä on halua ja motivaatiota kehittää omaa ammattia, mutta tiukka taloudellinen tilanne on kehittämisen esteenä.

Maanviljelijät raportoivat selvityksessä saavansa eniten tietoa ympäristöstä ja ilmastosta median kautta. Ylivoimaisin tietolähde oli Maaseudun Tulevaisuus. Media on ongelmallinen tiedonlähde, koska selvityksen mukaan keskustelu maataloudesta ja ympäristöstä tai ilmastosta on poliittista ja kiistelevää. Viljelijät kokevat julkisen keskustelun erittäin syyllistäväksi.

Organisaatiot ja tietoa tuottavat hankkeet viestivät mitä moninaisimmilla tavoilla ympäristöasioista viljelijöille. Viljelijöillä on haasteita suodattaa valtavaa tietomassaa ja soveltaa sitä omalla tilalla. Selvityksessä tunnistettiin merkittäviä viestinnän haasteita liittyen esimerkiksi viestinnän kohdentamiseen. Kokeilun avulla selvisi, ettei sama viesti toimi kaikille. Viljelijän asenne ilmasto- ja ympäristöasioita kohtaan määräsi sitä, miten hän tulkitsi erilaiset viestit. Toteava ja faktoja korostava viesti laski aikomusta toimia ympäristöystävällisesti erityisesti niiden viljelijöiden keskuudessa, jotka olivat skeptisiä ilmastonmuutoksen uhasta. Kevyesti kannustava viesti puolestaan nosti toiminta-aikomuksia.

Viljelijät toivoivat kohdennettua, lähteytettyä ja hyvin perusteltua tutkittua tietoa, jota voi soveltaa omalla tilalla. Maatalouden harjoittajat on otettava mukaan hankkeisiin kehittämään omaa elinkeinoaan.

Summary

Agriculture's effect on the environment is a prominent topic of discussion. There's a lot of information on the subject and many parties want to influence how land is cultivated or cattle raised. Before the Yhdessä kokeillen project, there was little to no material on how farmers get information on the environment, which sources they rely on, and how they use this information in their work. The Yhdessä kokeillen project marked the first time an overview on these subjects was created. The report is a part of the R&D funding of the Ministry of Agriculture and Forestry of Finland.

The report consisted of three phases. In the first phase, the communications and channels aimed at farmers, as well as media discussion was analysed. In the second phase, farmers' views on environmental information were researched by means of a survey and interviews. The third phase was a behavioral experiment. The aim was to understand how the tone of communications affects farmers' intents to implement environmentally friendly changes at their farms.

On average, environmental and climate related issues are important to Finnish farmers. They feel that they work in a concrete way with nature and the environment, and generally think that the risk of climate change is high. Taking care of one's own surroundings is considered a part of expertise, and almost all interviewees told that they trust Finnish agriculture when it comes to environmental issues. Farmers are willing and motivated to develop their trade but the strict economic situation stands in the way of such development.

In this report, farmers explain that the media is their first source of information on environmental and climate related issues. The most popular source was Maaseudun Tulevaisuus. The media is a problematic source of information because, according to the report, the discussion around agriculture and the environment or climate is political and conflictive. The public discussion makes farmers feel guilty.

Organisations and projects that produce information communicate about environmental issues to farmers in a myriad of ways. Farmers are having a hard time filtering the massive pool of information and put it into use at their farms. In this report, significant challenges were identified for example in how communications is targeted. The behavioral experiment demonstrated that the same message doesn't work for all recipients. A farmer's attitude towards environmental and climate related issues determined how they interpreted different messages. A statement-like and factual message decreased the intent to take environmental action especially among those farmers who were sceptical about climate change to begin with. On the other hand, a lightly encouraging message increased farmers' intent to take action.

Farmers wished for targeted, well sourced, properly justified, and research-based information that they can use at their own farms. Farmers have to be included in projects so that they can develop their trade.

1. Johdanto

Maatalous vaikuttaa ympäristöön. Negatiiviset vaikutukset liittyvät esimerkiksi vesistöjen tilaan ja ilmastopäästöihin, ja positiiviset puolestaan esimerkiksi perinnemaisemien ja -biotooppien säilyttämiseen. Maatalouden ympäristövaikutuksista on tehty paljon luonnontieteellistä tutkimusta. Monet tahot haluavat vaikuttaa siihen, miten maata tulevaisuudessa viljellään tai karjaa kasvatetaan. Suomessa on kuitenkin tehty verrattain vähän käyttäytymistieteellistä tutkimusta maanviljelijöiden tavoista ja motiiveista omaksua uusia ympäristöystävällisempiä tuotantomenetelmiä ja viljelytapoja. Jotta ympäristötieto pääsee käyttöön, sen tuottamisessa ja viestinnässä on tutustuttava siihen, millaista tietoa maanviljelijä pystyy työssään hyödyntämään.

Maanviljelijöiden tiedonhankintatapoja on tutkittu kansainvälisesti. Tutkimukset osoittavat, että maanviljelyyn liittyvän tiedon tehokas ja vaikuttava viestiminen tarvitsee taustakseen tietoa maanviljelijöiden tiedonhankintastrategioista. Strategioihin vaikuttavat monet tekijät (Babu ym., 2011). Esimerkiksi Yhdysvalloissa ja Kanadassa tehdyn tutkimuksen perusteella maanviljelijöiden tärkeimpiä tiedonsaannin kanavia olivat vertaiset, eli sosiaalisilla suhteilla on suuri merkitys tiedon leviämässä. (Tarnoczi, Berkez 2009; Druschke, Secchi 2014) Maanviljelijöiden halukkuuteen omaksua informaatiota vaikuttavat myös esimerkiksi ikä, koulutus, työkokemus ja asuinpaikka (Babu ym., 2011).

Tässä selvitys- ja kehityshankkeessa pyrittiin ymmärtämään, miten suomalaiset maanviljelijät kokevat heille välitetyn ympäristötiedon. Työssä haluttiin selvittää, mistä maanviljelijät saavat tietoa ympäristöstä ja ilmastosta ja miten tietoa sovelletaan omalla tilalla. Hankkeen tavoitteena on edistää vuorovaikutusta tiedon tuottajien ja ammatinharjoittajien välillä niin, että tutkittu ja ajantasainen tieto hyödyttää molempia osapuolia. Selvityksen kohteena olivat kaikki maatalouden tuotantosuunnat. Termillä "maanviljelijä" tarkoitetaan tässä raportissa niin kasvinviljelijää, karjankasvattajaa kuin omenatarhuria.

Hankkeen ensimmäinen lähtökohta oli lähestyä aihetta kokeilun kautta. Käyttäytymistieteellisen kokeilun tarkoitus oli tuottaa perinteisen selvityksen ohella ymmärrystä kohderyhmän tavasta ajatella ja toimia. Hankkeen ensimmäisessä vaiheessa tehtyjä johtopäätöksiä kokeiltiin käytännössä käyttäytymistieteellisen kokeilun avulla.

Käyttäytymistieteiden ja kokeilujen hyödyntäminen on yleistynyt viime vuosina muun muassa isobritannialaisen The Behaviour Insights Teamin työn myötä. Kokeilut ovat nousseet merkittävään asemaan yhteiskunnan kehittämisessä, ja niiden merkitys on tunnustettu esimerkiksi Suomen hallituksen 2015–2019 hallitusohjelmassa. Myös Euroopan komissio, OECD ja Valkoinen talo ovat suosittelleet kokeiluja yhteiskunnallisen muutoksen mahdollisuuksien tutkimisessa (EU Science Hub 2016; OECD 2017; The White House 2015).

Hankkeen toisena lähtökohtana oli ajatus vuorovaikutuksen, dialogin ja jaetun ymmärryksen merkityksestä. Ratkaisujen löytäminen monimutkaisiin ongelmiin vaatii tulkintaa, yhteistyötä ja keskusteluja eri osapuolten kanssa. Parempi dialogi ja vuorovaikutus mahdollistavat uuden tiedon luomisen ja tiedon tulkitsemisen yli organisaatioiden ja instituutioiden raja-aitojen (Heikka 2018). Asiantuntijuuden käsitys on muutoksessa: perinteinen akateeminen ja asemaan perustuva asiantuntijuus haastetaan, kun teknologia ja julkinen keskusteluympäristö muuttuvat monipuolisemmiksi (Jakonen 2017). Maanviljelijöitä ei nähdä tässä selvityshankkeessa yksipuolisesti tutkimuskohteina ja tiedon vastaanottajina, vaan yhteisen ymmärryksen synnyttäjinä ja toimijoina.

1.1 Yhdessä kokeillen -hankkeen vaiheet

Yhdessä kokeillen -hankkeessa selvitettiin, miten maataloustuottajat saavat tietoa ympäristöstä ja millaista ympäristötietoa he työssään tarvitsevat. Selvitys- ja kehityshankkeessa kartoitettiin tämänhetkistä maataloustuottajille kohdistettua ympäristöviestintää ja haastateltiin tuottajia. Kartoituksen ja haastatteluiden perusteella valittiin yksi tärkeä viestinnän elementti, josta suunniteltiin ja toteutettiin kokeilu. Kokeilussa testattiin kartoituksessa ja haastatteluissa syntyneitä oletuksia siitä, millainen viestintä on vaikuttavinta.

Selvitys- ja kehityshankkeessa ratkaistiin kahta pääkysymystä:

- 1. Miten maataloustuottaja saa tietoa ympäristöstä ja ilmastosta?**
- 2. Miten tieto muuttaa maataloustuottajan käyttäytymistä?**

Hankkeen pyrkimyksenä oli parantaa vuorovaikutusta ja maatalouden ympäristövaikutuksia koskevan tiedon vaikuttavuutta. Tavoite oli, että hankkeessa tuotettava tieto ja toimenpidesuositukset saadaan aidosti käyttöön tahoille, jotka toimivat maanviljelijöiden kanssa.

Selvitys koostui kolmesta vaiheesta. Ensimmäisessä vaiheessa analysoitiin maataloustuottajille suunnattua viestintää ja heidän käyttämiään kanavia. Toisessa vaiheessa selvitettiin kyselylomakkeella ja haastatteluilla tuottajien ajatuksia ympäristötiedosta. Kolmannessa vaiheessa tehtiin käyttäytymistieteellinen kokeilu. Sen tavoite oli luoda ymmärrystä maanviljelijöiden ajatusmaailmasta sekä tuottaa käytännönläheisiä ehdotuksia siitä, miten viestintää maanviljelijöille voidaan kehittää. Hankkeen tuloksia käsiteltiin lopuksi työpajassa, jonne osallistui sekä maataloustuottajia että heille viestivien organisaatioiden edustajia.

Viestintämateriaalien analyysi ja media-analyysi tehtiin elo–syyskuussa 2018. Kohderyhmäanalyysi, eli haastatteluaineiston ja kyselylomakkeen kautta kerätyn aineiston analyysi, suoritettiin loka–marraskuussa 2018. Kokeilu suunniteltiin keväällä 2019 ja toteutettiin kesällä 2019.

Hankkeen toteuttivat yhteistyössä Kaskas Media Oy ja Demos Helsinki Oy. Kaskas Media oli päävastuussa ensimmäisestä vaiheesta eli viestintämateriaalien ja kohderyhmän analyysistä, Demos Helsinki Oy kokeilun suunnittelusta ja toteutuksesta. Molemmat tahot osallistuivat kuitenkin koko hankkeen suunnitteluun ja toteutukseen ja vastasivat yhdessä toimenpidesuosituksen ja loppuraportin laatimisesta.

SYKSY 2018

1. vaihe	TIEDONKERUU	ANALYYSI
	Tutkittu tieto Kumppanuudet	Viestintämateriaalien ja median analyysi

SYKSY 2018

2. vaihe	SELVITYS	
	Puolistrukturoidut haastattelut	Kysely

KEVÄT & KESÄ 2019

3. vaihe	KOKEILU	
	Oletusten testaaminen	

SYKSY 2018

	RAPORTOINTI	
	Työpaja: suositusten rakentaminen	Loppuraportti

KUVA 1: Yhdessä kokeillen -hankkeen vaiheet

2. Aineisto ja menetelmät

Selvityksen jokainen vaihe ja vaiheen aikana kerätty aineisto esitellään seuraavaksi omilla alaluvuissaan.

2.1 Viestintämateriaalien kartoitus

Viestintämateriaaleja analysoitiin laadullisen sisällönanalyysin keinoin elo–syyskuussa 2018. Analyysissä käytiin läpi viestintämateriaaleja, joiden avulla eri tahot viestivät viljelijöille maatalouden ympäristövaikutuksista ja erilaisista ympäristön tilaa parantavista toimista.

Tarkasteltavia viestintämateriaaleja olivat muun muassa verkkosivut, esitteet, oppaat, kirjelmät, videot, tiedotteet ja viestintäkampanjat. Lisäksi tarkasteltiin viestintää tekevien tahojen viestinnän strategisia tavoitteita, aktiivisuutta sekä viestinnän sävyä heidän omien verkkoaineistojensa perusteella. Analyysiin valittiin vain aineistoja, jotka olivat vapaasti saatavilla verkossa, joten varmasti osa tärkeästä aineistosta jäi puuttumaan.

Viestintämateriaalien analyysissä tarkasteltiin suomalaisten toimijoiden verkkosivuilta löytyneitä sisältöjä seuraaviin teemoihin liittyen: ilmasto, ympäristönsuojelu, kasvinsuojelu, vesiensuojelu, luonnonsuojelu, energia, maisemansuojelu, luomu, kiertotalous, biotalous ja maatalouden ympäristöpolitiikka. Verkkosivuilta löytyviä päivättyjä uutisia ja tiedotteita tarkasteltiin kuluneen vuoden 2018 ajalta.



KUVA 2: Organisaatiot, joiden viestintää analysoitiin hankkeen ensimmäisessä vaiheessa

Analysissä oli mukana viestintämateriaalia seuraavilta tahoilta:

- alan ammattilehdet 3 kpl
- maatalouden ympäristövaikutuksiin liittyvät hankkeet 11 kpl
- Järjestöt, jotka liittyvät ympäristönsuojeluun tai viljelijän ammattiin 7 kpl
- Kansalliset edunvalvontajärjestöt 2 kpl
- ministeriöt ja virastot 5 kpl
- tutkimuslaitokset 2 kpl
- verkkosivut, jotka on perustettu välittämään maanviljelijöille tietoa 6 kpl
- keskustelufoorumit 2 kpl
- maaseutuverkosto, maaseudun kehittämisohjelma ja kehittämisohjelmasta rahoitetut hankkeet
- EU:n erillisvirasto Euroopan ympäristökeskus
- Neuvo2020-ympäristöneuvojat
- maatalousalan yritykset 9 kpl

Tarkka lista analyysissä mukana olleista organisaatioista ja medioista löytyy tämän tutkimusraportin liitteestä 1. Viestintämateriaalien analyysin aikaan Ruokavirastoa ei oltu vielä perustettu. Elintarviketurvallisuusvirasto (Evira) ja Maaseutuvirasto olivat toisistaan erillisiä virastoja, joten niiden viestintämateriaalit käytiin läpi erikseen.

Kartoituksen perusteella muodostettiin kuva siitä, mikä taho viljelijöitä lähestyy tällä hetkellä, millaisin viestinnän keinoin ja millä sävyllä. Analyysissä tutustuttiin yhteensä noin 600 erilaiseen viestintätuotteeseen:

• Artikkelit, uutiset ja tiedotteet	170 kpl
• Staattiset verkkotekstit ja uutiskirjeet	200 kpl
• Sosiaalisen median kanavat	40 kpl
• Oppaat, esitteet, julkaisut	100 kpl
• Videot, podcastit ja etäluennot	70 kpl
• Blogit	10 kpl

Viestintämateriaalien sisältöä analysoitiin seuraavien tutkimuskysymysten kautta:

- Millainen organisaatio, hanke tai verkosto on kyseessä? Määrittele kuvaus, tehtävä ja merkittävät kumppanit.
- Miksi tämä taho viestii maanviljelijöille ympäristöasioista? Mitä viestinnällä tavoitellaan? Määrittele tavoitteet ja strategia suoraan tai tulkittuna aineistosta.
- Mitkä teemat maanviljelijöille kohdistetussa ympäristöviestinnässä toistuvat? Mistä puolestaan ei puhuta? Hahmottuuko viestinnässä selkeitä pääviestejä?
- Mitä tiedonvälityksen ja viestinnän keinoja ja kanavia viestijät käyttävät? Tiedonvälityksen tapoja ja onnistumista arvioitiin seuraavin kriteerein: laatu, seuraajamäärät, ajankohtaisuus, löydettävyyys ja luotettavuus.
- Mitä sävyä viestintämateriaaleissa käytetään?

Viestinnän sävyä arvioitiin Rogersin ja Hildebrandtin (1993) kehittämän viitekehyksen avulla. Rogersin ja Hildebrandtin (1993) mukaan viestit voidaan jakaa neljään kategoriaan niiden tavoitteiden perusteella: suhteiden luominen (relational message), muutosten aikaansaaminen (transformational message), tiedon välittäminen (informational message) ja asian tai ajatuksen myyminen (promotional message).

TAVOITE

Suhteiden luominen (relational message)	Suhteita luovat viestit pyrkivät luomaan uskottavuutta ja synnyttämään luottamusta. Viestit ovat enemmän puhuttelevia kuin muodollisia, ja niissä käytetään alan termistöä ja osallistavia pronomineja kuten "me".
Muutosten aikaansaaminen (transformational message)	Muutosten aikaansaamiseen tähtäävät viestit käsittelevät asiaa tai teemaa usein odottamattomasta näkökulmasta. Viesteissä käytetään värikästä kieltä ja visuaalisia elementtejä. Viestillä voidaan pyrkiä muuttamaan asenteita ja käyttäytymistä.
Tiedon välittäminen (informational message)	Tietoa välittävät viestit ovat tarkkoja, ja ne keskittyvät välittämään yksityiskohdat ymmärrettävästi. Viestin sisältö on neutraalia ja kontrolloitua ja noudattaa usein viestijätahon virallisia ohjeita.
Asian tai ajatuksen myyminen (promotional message)	Asiaa tai ajatusta myyvät viestit ovat suostuttelevia ja argumenttikeskeisiä. Niissä käytetään perusteluita, joilla herätetään luottamusta. Myymiseen tähtäävissä viesteissä voidaan käyttää värikästä kieltä.

TAULUKKO 1: Viestinnän sävyn analyysi (Rogersin ja Hildebrandtin, 1993, viitekehyksen mukaan)

2.2 Mediakatsaus

Media-analyysissä tarkasteltiin edellisen vuoden aikana (6.9.2017–6.9.2018) suomalaisessa mediassa käytyä keskustelua maatalouteen ja ympäristöön sekä maatalouteen ja ilmastoon liittyen. Analyysissä huomioitiin merkittävimmät suomalaiset tiedotusvälineet, eli kansalliset mediat, alueelliset mediat, aikakauslehdet ja ammattilehdet. Lista medioista löytyy kokonaisuudessaan liitteestä 1. Analyysissä huomioitiin jokaisen tarkasteltavan kuukauden 14 ensimmäistä vuorokautta, ja työssä hyödynnettiin STT:n Retriever-työkalua.

Hakulausekkeina käytettiin:

- Maatalou* AND ympäristö*
- Maatalou* AND (ilmasto* OR ilmastonmuoto*)

Media-analyysin aineisto käytiin läpi seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

- Millaisia maatalous-, ympäristö- ja ilmastoteemoja artikkeli tai uutinen käsittelee?
- Kuka artikkelissa tai uutisessa puhuu?
- Millainen artikkelin tai uutisen sävy ja näkökulma on?

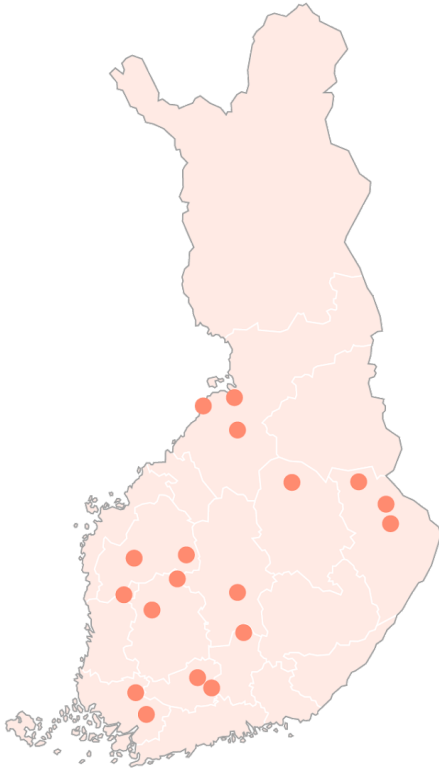
Media-analyysissä käytiin läpi yhteensä yli 1500 mediaosumaa.

2.3 Haastattelut

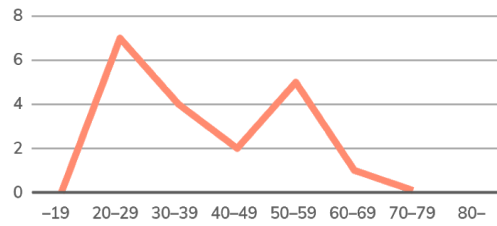
Viljelijöiden haastattelut tehtiin puolistrukturoituna haastatteluina. Suurin osa haastateltavista ilmoittautui mukaan hankkeeseen KoneAgria 2018 -messujen yhteydessä, mutta muutama haastateltava kutsuttiin kohdistetusti tuotantosuuntien ja alueellisen jakauman tasapainottamiseksi. Selvitykseen tehtiin lisäksi yksi ryhmähaastattelu nuorille maataloustuottajille, jotka ilmoittautuivat mukaan MTK ry:n kautta. Haastattelut tehtiin lokakuussa 2018.

Hankkeessa haastateltiin yhteensä 19 viljelijää, jotka edustivat tasaisesti erilaisia tuotantosuuntia. Mukana oli 8 kasvinviljelijää ja 11 maito- tai karjatalouden harjoittajaa. Kuusi karjatilallista viljeli myös nurmirehua tai muita kasvilajeja. Yksilöhaastateltujen keski-ikä oli 43 vuotta. Nuorten maataloustuottajien ryhmähaastattelussa keski-ikä oli 30 vuotta. Kaiken kaikkiaan nuorin haastateltava oli 20-vuotias ja vanhin 67-vuotias. Haastateltavat olivat kotoisin eri puolilta Suomea ja 15 heistä oli miehiä ja 4 naisia.

Haastateltujen asuinpaikkakunnat



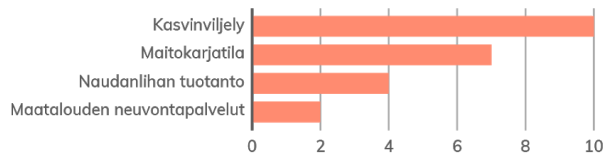
Haastateltujen iät



Haastateltujen sukupuoli



Haastateltujen tuotantosuunnat



KUVA 3: Haastateltujen taustatiedot

Yksilöhaastattelut tehtiin puhelinhaastatteluina ja ryhmähaastattelu kasvokkain. Haastattelukysymysten runko löytyy liitteestä 3. Kaikki haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin, jonka jälkeen ne analysoitiin. Haastatteluaineistosta analysoitiin teemoja, lähestymistapoja ja kanavia, joita viljelijät pitävät viestinnässä toimivina ja tärkeinä. Lisäksi tarkasteltiin viestinnän reunaehtoja ja mahdollisuuksia sekä toiveita ja odotuksia viestinnälle ja ympäristötiedolle. Haastattelussa kysyttiin tuottajien arvioita siitä, kuinka tärkeitä ympäristö- ja ilmastoasiat ovat heille itselleen.

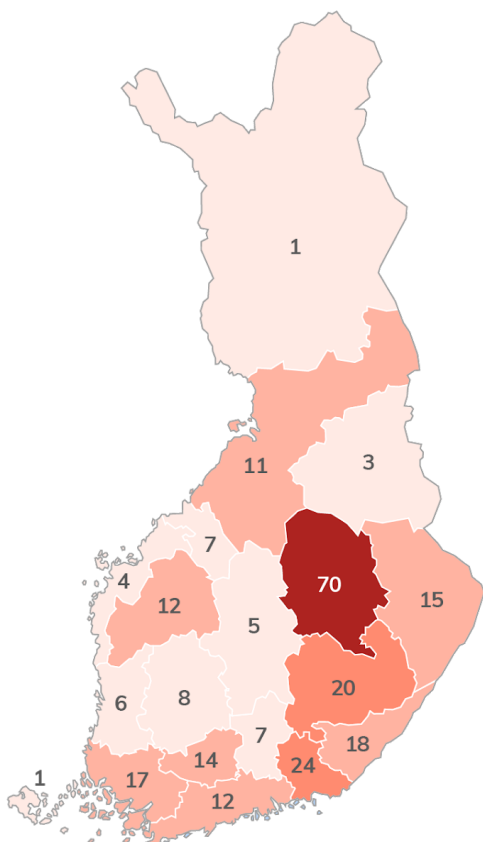
2.4 Kysely

Haastattelun lisäksi tuottajilta kerättiin aineistoa kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake toteutettiin suomen- ja ruotsinkielisinä versioina Google Forms -alustalla. Kyselyä levitettiin hankkeen ohjausryhmän jäsenten omien viestintäkanavien kautta sekä Maajussit- ja Maaseutuohjelman viestijät -nimisissä Facebook-ryhmissä. Lomake oli avoinna noin kolme viikkoa loka–marraskuussa 2018.

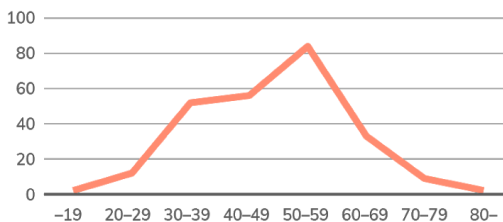
Kyselyn avulla selvitettiin mitä viestintäkanavia, medioita tai maatalousyrittäjille viestiviä organisaatioita maatalousyrittäjät seuraavat. Lisäksi kyselyssä kartoitettiin tuottajien ympäristö- ja ilmastoasenteita sekä kokemuksia ympäristö- ja ilmastoviestinnän sävyistä ja teemoista. Kyselyn kysymysrunko on esitetty kokonaisuudessaan liitteessä 2.

Kyselyyn vastaajia oli 260, joista kaksi vastasi ruotsinkieliseen kyselyyn. Vastauksista 11 kappaletta poistettiin. Vastaus poistettiin, jos vastaaja oli lähettänyt vastauksensa kaksi kertaa, ilmoitti harjoittavansa maatalouden sijaan pelkkää metsätaloutta tai kertoi maatilansa lopettaneen jo aiemmin. Lopullinen vastausmäärä oli 249 kappaletta.

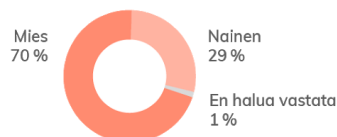
Vastaajien asuinmaakunnat



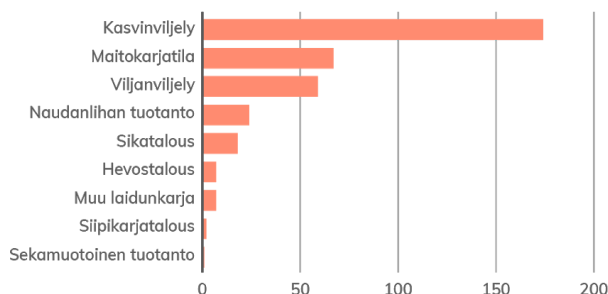
Vastaajien iät



Vastaajien sukupuoli



Vastaajien tuotantosuunnat



KUVA 4: Kyselyyn vastanneiden taustatiedot

Keskimääräinen vastaaja oli 51-vuotias. Eri ikäluokat olivat kuitenkin tasaisesti edustettuina, sillä 50 % vastaajista asettui ikähaarukkaan 38–64. Nuorin vastaaja oli 18-vuotias ja vanhin 83-vuotias. Suurin osa vastaajista oli miehiä (175 kappaletta eli 70 %). Se on hyvin lähellä [Luonnonvarakeskuksen vuoden 2016 laskelmaa](#), jolloin maa- ja puutarhayrityksen työvoimasta 68 % oli miehiä. Vastaajien enemmistö (70 vastaajaa, 28 %) asui Pohjois-Savossa. Muuten kyselyyn vastasi monipuolisesti tuottajia eri puolilta Suomea (karttakuva). Suurin osa vastaajista oli kasvinviljelijöitä (174 vastaajaa, 70 %). Toiseksi suurin tuotantosuunta oli lypsykarjatalous (67 vastaajaa, 27 %). Merkittävä osa lypsykarjatilallisista viljeli lisäksi maata.

2.5 Kokeilu

Hankkeen kokeilu toteutettiin kesällä 2019. Kokeilu suunniteltiin hankkeen aiempien vaiheiden tulosten avulla, mutta toteutettiin niin, että sen tulokset ovat käytettävissä itsenäisenä tutkimustuloksena.

Kokeilu esirekisteröitiin avoimen tieteen periaatteiden mukaisesti. Kokeilu toteutettiin kyselynä, ja siinä selvitettiin positiivisen viestinnän vaikutusta maanviljelijöiden aikomuksiin tehdä tilallaan ympäristöystävällisiä muutoksia.

Kyselykokeilu tarkoittaa kokeellista tutkimusta, joka tehdään kyselylomakkeen avulla. Kyselykokeilut ovat nostaneet suosiotaan viime aikoina (Metz, 2011), koska ne yhdistävät kokeellisen tutkimuksen hyviä puolia perinteiseen kyselymenetelmään. Kokeellisen tutkimuksen avulla on mahdollista päätellä tutkittavan ilmiön syy-seuraussuhteita, koska viljelijät jaetaan tutkittaviin ryhmiin satunnaisesti. Kyselyn vastaajat valikoituivat satunnaisella otantamenetelmällä, ja tarpeeksi suuret ryhmäkoot takaavat edustavan aineiston. Kokeilun tavoitteena oli tehdä johtopäätöksiä positiivisen sävyn vaikutuksesta viestinnässä ja yleistää tulos suomalaisten maanviljelijöiden joukkoon.

Tavallisissa kyselytutkimuksissa on huomattu, että muun muassa kysymysten muotoilulla ja järjestyksellä on merkitystä siihen, miten kysymykseen vastataan. Aihetta on tutkittu myös käyttäytymistaloustieteen parissa. Kyselykokeiluja onkin tietoisesti käytetty kyselyiden kehittämiseen. Tällöin on tutkittu, miten eri kysymysten asettelut vaikuttavat vastaamiseen tai miten eri tavoin kehystetyt saatetekstit houkuttelevat vastaamaan. Kyselykokeilulla voidaankin tutkia sisällöllisiä teorioita, kuten sitä, miten positiivinen viestintä vaikuttaa vastauksiin.

Viestinnällä on aina kehys. Kehyksellä tarkoitetaan tietoista tai tiedostamatonta valintaa siitä, minkälaisia puolia ilmiöstä tuodaan esiin viestinnällä. Kehys näkyy esimerkiksi näkökulmassa, sanavalinnoissa tai siinä, mitä jätetään kertomatta. Yksi hankkeen kyselykokeilun lähtökohdista oli kehystämisteoria (Chong, 2007). Se, miten ilmiö kehystetään viestinnässä, vaikuttaa viestin vastaanottajan tulkintoihin ja mielipiteisiin. Kehystämisen vaikutuksia voi vertailla toisiinsa.

Hankkeen aiemmissa vaiheissa huomattiin, että maatalouden ympäristö- ja ilmastovaikutuksia käsittelevä toteava viestintä koetaan maanviljelijöiden parissa syyllistäväksi. Kokeilussa haluttiin testata, miten kannustavampi ja positiivinen viesti vaikuttaa verrattuna yleiseen toteavaan sävyyn. Kokeilu pyrkii osaltaan myös osallistumaan keskusteluun syyllistämisen vaikutuksista. Mikä on pelottelun vaikutus ihmisten mielipiteisiin ja käyttäytymiseen erityisesti, kun puhutaan ilmastonmuutoksesta (Lähde, 2018)? Keskustelu syyllistämisen ja pelottelun vaikutuksesta on kiivasta, ja empiirinen tutkimus antaa aiheesta hyvin ristiriitaisia tuloksia.

Kokeilua varten hankittiin Ruokavirastolta 20 000 maataloustuottajan sähköpostit. Ruokavirasto valitsi jaettavat sähköpostiosoitteet satunnaisesti kaikkien maataloustuottajien joukosta. Nämä 20 000 tuottajien osoitetta jaettiin satunnaisesti neljään ryhmään. Kukin ryhmä sai sähköpostiinsa linkin kyselyyn. Kokeilu tehtiin vain suomeksi, mutta joukossa oli myös ruotsia äidinkielenään puhuvia viljelijöitä. Kysely oli auki heinäkuun, ja vastanneiden kesken arvottiin palkinnoksi kamerakopteri ja kaksi tablettia.

Eri tuottajien saamat versiot kyselystä erosivat toisistaan kyselyn tekstin perusteella. Teksti käsitteli maataloutta ja ilmastonmuutosta, koska tema on ajankohtainen ja hankkeen ensimmäisissä vaiheissa aiheesta tunnistettiin viestinnällisiä haasteita. Ensimmäinen ryhmä, eli kokeilun kontrolliryhmä, ei saanut kyselyssä minkäänlaista tekstiä. Toisen ryhmän teksti oli toteava, ja teksti jäljitteli sävyiltään hankkeen ensimmäisessä vaiheessa kartoitettuja faktapitoisia viestejä. Kolmannen ryhmän tekstissä oli toteavia ja maatalouden näkökulmasta samoja negatiivisia viestejä kuin edellisen ryhmän tekstissä, mutta tämän ryhmän viestiin oli lisätty kevyesti kannustavia virkkeitä. Neljäs tekstiversio oli vahvasti positiivinen ja kannustava.

Osallistujat eivät tienneet, että vastaajat saavat keskenään erilaisen tekstin ja että vastauksia verrataan version mukaan. Tiedon kertominen olisi vääristänyt tuloksia, eikä sen kertomatta jättäminen aiheuttanut riskejä kokeiluun vastanneille.

Toteava



Yhteensä:	163 sanaa	
Tsemppaava	0 sanaa	0 %
Positiivinen	9 sanaa	6 %
Neutraali	59 sanaa	36 %
Negatiivinen	95 sanaa	58 %

Esimerkkilainaus:

Ruoantuotanto on merkittävä päästölähde suomalaisten hiilijalanjäljessä. -- Maataloudesta peräisin olevat päästöt muodostavat jopa viidenneksen kasvihuonekaasupäästöistä.

Kevyesti positiivinen



Yhteensä:	183 sanaa	
Tsemppaava	33 sanaa	19 %
Positiivinen	72 sanaa	39 %
Neutraali	30 sanaa	16 %
Negatiivinen	48 sanaa	26 %

Esimerkkilainaus:

Maatalous nojaa fossiiliseen energiaan esimerkiksi maatalouskoneiden käytössä. Karjan ruoansulatus ja lanta sekä lannoitteiden käyttö ovat myös haitallisia ilmastolle. -- Monet maatalouden tuottajat panostavat jo nyt ympäristöystävällisiin toimiin, ja merkittävä osa heistä hakee myös ympäristötukia.

Vahvasti positiivinen



Yhteensä:	192 sanaa	
Tsemppaava	72 sanaa	38 %
Positiivinen	114 sanaa	59 %
Neutraali	6 sanaa	3 %
Negatiivinen	0 sanaa	0 %

Esimerkkilainaus:

Suomalaiset maataloustuottajat tekevät paljon työtä luonnon ja ympäristön eteen. -- Maataloudella on tärkeä rooli ilmastotyössä, sillä metsät ja maaperä sitovat runsaasti hiiltä ja niillä on huomattava potentiaali hillitä erilaisia ympäristövaikutuksia.

- Tsemppaava eli maanviljelijää puhutteleva sävy, joka ei esitä asiaa suoraan faktana
- Positiivinen eli maatalouden hyviä vaikutuksia ja kestäviä muutoksia korostava sävy
- Neutraali
- Negatiivinen eli maatalouden haitallisia ilmasto- ja ympäristövaikutuksia korostava sävy

KUVA 5: Kokeilussa käytettyjen tekstien sävyerot

Tekstin lukemisen jälkeen tuottajien tuli arvioida, olivatko he kahden väitteen kanssa samaa mieltä. Vastausten avulla mitattiin tuottajien aikomuksia tehdä muutoksia omalla tilalla. Väitteet olivat seuraavat:

- Aion tehdä toimintaani seuraavan vuoden aikana muutoksia, jotka voisivat parantaa ympäristön tilaa tai torjua ilmastomuutosta.
- Minun tulisi kiinnittää enemmän huomiota siihen, millaisia ympäristöystävällisiä käytäntöjä voisin toteuttaa omalla tilallani.

Tämän jälkeen tuottajat arvioivat, pitivätkö he tekstistä. Tekstien laatua arvioitiin kahden väitteen avulla:

- Äsken lukemani teksti oli mielestäni hyvä.
- Haluaisitko saada lukemasi tekstin tyylistä tietoa jatkossa?

Kyselykokeilun lopussa kaikilta vastaajilta kysyttiin samat taustoittavat kysymykset. Taustamuuttujia olivat muun muassa ikä, sukupuoli, taloudellinen tilanne ja koulutustausta (koko kyselykokeilun kysymysrunko on liitteessä 4). Maataloustuottajien ympäristö- ja ilmastoasenteita mitattiin kahdella vahvistetulla mittarilla. Ensimmäinen niistä tarkasteli maanviljelijöiden identiteettiä (Arbuckle,

2013), ja toinen keskittyi arvioimaan ilmastonmuutoksen havaittua riskiä (SASSY-mittari, Chryst ym., 2018.). Identiteettipatteristo sisälsi kaksikymmentä väitettä, joihin peilaten tuottajat määrittelivät, minkälainen heidän mielestään on hyvä maanviljelijä. Patteriston kysymykset perustuvat muun muassa Burtonin (2004) työhön ja mittaa, kuinka suuntautunut maanviljelijä on tilan tuottavuuteen tai ympäristön hyvän tilan säilyttämiseen. SASSY puolestaan sisältää neljä kysymystä, joiden avulla arvioidaan, kuinka suurena riskinä tuottaja pitää ilmastonmuutosta.

Kokeilun oletus oli, että verrattuna tyypilliseen toteavaan ja negatiiviseksi tulkittavaan viestiin positiiviset viestit lisäävät aikomuksia muuttaa toimia omalla tilalla. Oletuksena oli myös, että niistä pidetään enemmän.

Kyselykokeiluun saatiin yhteensä 1561 vastausta (vastausprosentti oli kokonaisuudessaan 7,8 %). Vastaajista 84 % oli miehiä, ja vastaajien keski-ikä oli 51 vuotta. Suurin osa viljeli ensisijaisesti kasveja (66 % vastaajista) ja eläintilallisia aineistossa oli 23 %. Aineisto vastaa keskiarvoiltaan varsin hyvin kaikkia suomalaisia maanviljelijöitä, joten otosta voidaan pitää edustavana.

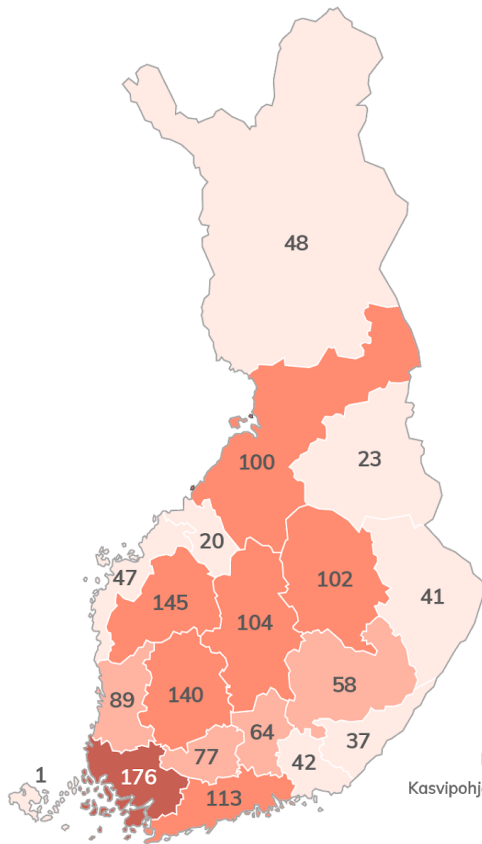
Vastaajat jakautuivat tasaisesti kaikkiin neljään ryhmään.

OTOS	NELJÄ RYHMÄÄ jaettu satunnaisesti	KYSELY LÄHETETTY kpl	SAADUT VASTAUKSET kpl	VASTAUS-% suhteessa kaikkiin vastauksiin
	Toteava	4966	315	20 %
20 000 satunnaisesti valittua maanviljelijää	Kevyesti positiivinen	4957	491	31 %
	Vahvasti positiivinen	5046	419	27 %
	Tyhjä kontrolli (ei tekstiä)	5022	336	22 %

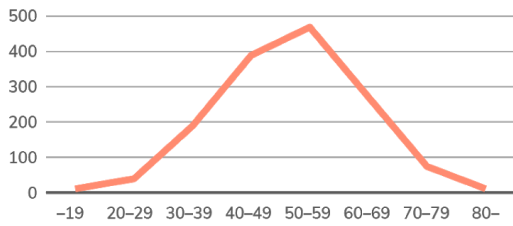
TAULUKKO 2: Viljelijät jaettiin satunnaisesti neljään eri ryhmään kyselykokeilua varten

Kyselyn aloittaneista 82 % teki sen loppuun asti. Luku kertoo siitä, että kysely ei ollut liian pitkä tai vaikea. Vastauksista poistettiin vain ne, jotka eivät olleet tehneet kyselyä kokonaan. Lopulta analyysiin sisällytettiin 1434 vastausta.

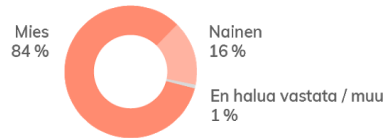
Vastaajien asuinmaakunnat



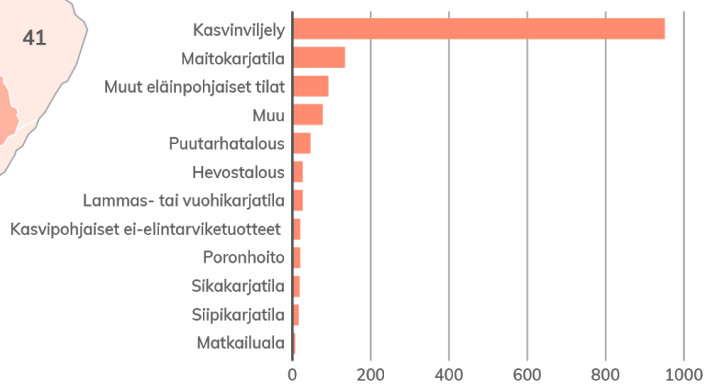
Vastaajien iät



Vastaajien sukupuoli



Vastaajien tuotantosuunnat



Tuotantosuuntien jaottelusta kyselykokeilussa puuttui naudanlihan tuotanto.

KUVA 6: Kokeiluun osallistuneiden taustatiedot

Avoimissa vastauksissa kritisoitiin kyselyä tarkoitushakuisuudesta ja jonkin verran myös siitä, että naudanlihatuotantoa ei oltu eritelty omaksi tuotantosuunnakseen. Kritiikkiä oli kuitenkin vähän verrattuna vastaajien määrään.

Kyselykokeilun tulosten analyysi sisälsi useita vaiheita. Ympäristö- ja ilmastoasenteita mittaavien kysymyspatteristojen osalta tarkistettiin, että kysymykset mittasivat todella samaa ilmiötä. Identiteettipatteristo vahvistettiin faktorianalysilla (liite 5), ja SASSY:n Cronbachin alfan avulla (arvo > .89). Mittareita ei ole aiemmin käytetty Suomessa, mutta tulos vahvistaa niiden olevan käyttökelpoisia täälläkin. Molemmista mittareista muodostettiin summamuuttuja, eli yksi luku, joka tiivistää tuottajan vastaukset seuraavia analyysivaiheita varten.

Analysissä keskityttiin ensin kaikkiin vastaajiin suurena joukkona. Näin saatiin tietää, mitä suomalaiset maataloustuottajat ajattelevat ympäristöstä ja ilmastosta keskimäärin. Keskiarvot löytyvät liitteestä 5.

Seuraavaksi analyysissä rakennettiin kolme erilaista tilastollista mallia, joita testattiin regressioanalyysin avulla. Tilastollisissa malleissa testattiin, mitkä tekijät vaikuttavat tuottajan aikomukseen tehdä muutoksia omalla tilalla tai kiinnittää enemmän huomiota ympäristöystävällisiin käytäntöihin. Jokaisessa näistä malleista otettiin huomioon ympäristö- ja ilmastoasenteet. Ensimmäisessä mallissa tarkasteltiin, miten aikomus tehdä muutoksia omalla tilalla muuttuu eri tekstin saaneiden välillä. Toisessa mallissa tarkasteltiin, miten aikomus kiinnittää huomiota ympäristöystävällisiin käytäntöihin muuttuu eri tekstin saaneiden välillä. Kolmannessa mallissa nämä kaksi muuttujaa, aikomus tehdä muutoksia ja aikomus kiinnittää huomiota, yhdistettiin. Kolmannessa mallissa otettiin myös huomioon vastaajien ikä ja sukupuoli.

3. Maataloustuottajien ympäristö- ja ilmastoasenteet

”Ei se ympäristö oo kuitenkaan ikuinen, jos siitä ei piä huolta.”

– Haastateltava

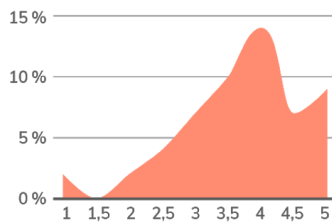
Ympäristö- ja ilmastoasiat ovat maataloustuottajille tärkeitä. Tuottajat kokevat työskentelevänsä konkreettisesti luonnon ja ympäristön kanssa, ja he näkevät vahvan suhteen ympäristön kunnon ja oman elinkeinonsa välillä.

Kun kokeiluun vastanneita tarkasteltiin yhtenä joukkona, huomattiin, että suurin osa aikoo tehdä seuraavan vuoden aikana tilallaan muutoksia kohti ympäristö- ja ilmastoystävällisempää toimintaa. Lisäksi suurin osa kertoi pyrkivänsä kiinnittämään enemmän huomiota työnsä ilmastovaikutuksiin.

Kokeilussa kartoitettiin vastaajien ympäristö- ja ilmastoasenteita identiteettipatteriston ja SASSY-mittarin avulla (tarkka kokeilun kysymysrunko löytyy liitteestä 4). Tulokset paljastavat, että keskimäärin viljelijät näkevät ilmastonmuutoksen kohtalaisena tai suurena riskinä. Suurin osa vastaajista oli huolissaan ilmastonmuutoksen vaikutuksista ja uskoi omiin vaikutusmahdollisuuksiin kriisin hoitamisessa. Ihmisen vaikutus ilmastonmuutoksen aiheuttajana tunnistettiin.

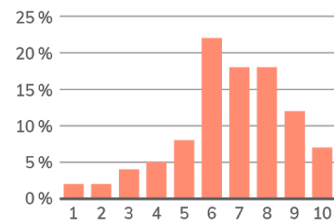
Kokeilun tuloksista havaittiin, että ilmastonmuutoksen suurena riskinä kokevat tuottajat kertoivat muita useammin aikovansa muokata oman tilan toimintaa ympäristöystävälliseksi. Myös tuottajat, jotka pitävät ympäristön hyvän tilan säilyttämistä tärkeänä osana maanviljelijän ammattia, näkivät muutokset omalla tilallaan tarpeellisiksi.

Kuinka suurena riskinä näen ilmastonmuutoksen



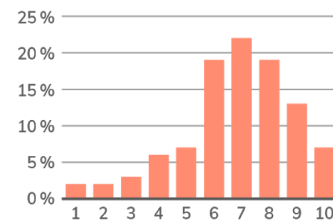
1 = ei näe ilmastonmuutosta lainkaan riskinä
5 = näkee ilmastonmuutoksen merkittävänä riskinä

Aion tehdä toimintaani seuraavan vuoden aikana muutoksia, jotka voisivat parantaa ympäristön tilaa tai torjua ilmastonmuutosta.



1 = erittäin vahvasti eri mieltä
10 = erittäin vahvasti samaa mieltä

Minun tulisi kiinnittää enemmän huomiota siihen, millaisia ympäristöystävällisiä käytäntöjä voisin toteuttaa omalla tilallani.



1 = erittäin vahvasti eri mieltä
10 = erittäin vahvasti samaa mieltä

(Neljästä kysymyksessä muodostettu patteristo, mittarin pohjana toimi Chryst et al. 2018. Six Americas Short Survey)

KUVA 7: Maanviljelijöiden ympäristö- ja ilmastoasenteet kokeilun tulosten mukaan

Myös hankkeen ensimmäisen vaiheen haastattelut ja kyselyvastaukset tukevat kokeilun tuloksia. Selvitykseen haastatelluista 13 tuottajaa kertoi ympäristö- ja ilmastoasioiden olevan itselle joko erittäin tai jokseenkin tärkeitä. Vain yksi tuottajista kertoi pitävänsä ympäristöasioita turhina. Tarkentavien kysymysten jälkeen kävi kuitenkin ilmi, että hän arvostaa luontoa ja haluaa pitää siitä huolta, mutta kokee ympäristöasioihin liittyvän keskustelun "turhana vouhotuksena".

Selvitysvaiheen kyselyyn vastanneista 59 % piti ympäristö- ja ilmastoasioita itselleen joko erittäin tärkeänä tai tärkeänä. Sen lisäksi 31 % piti ympäristö- ja ilmastoasioita jokseenkin tärkeinä. Vastanneista 10 % ei pitänyt ympäristö- tai ilmastoasioita tärkeinä.

"Eihän meidän ammattikuntaa oo olemassa, jos luonto ei pysy terveenä, sehän on ihan selkeä asia."

– Kyselyvastaaja

"No kyllähän ne tietysti on [tärkeitä asioita], kun täällä luonnossa elää tavallaan tai luonnon kanssa käsi kädessä. -- Olisin varmaan keskiverto sellanen, et en mikään ympäristön tuhoaja ja yritän ettiä aina jonkun ratkaisun. En oo oikeen kumpaakaan ääripäätä. Käytännönläheinen luonnonsuojelija."

– Haastateltava

Ympäristön ja ilmaston vaikutus maatalouteen nähdään selkeänä syy-seuraussuhteena. Omasta ympäristöstä huolehtiminen on osa maataloustuottajan ammattitaitoa. Tuottajat totesivat, ettei pilattu ympäristö tuota

satoja tai tuloja. Enemmistö tuottajista ei ollut kuitenkaan huolissaan suomalaisen maatalouden ympäristövaikutuksista. Kyselyyn vastanneista 53 % ilmoitti, ettei ole huolissaan kotimaisen maatalouden ympäristövaikutuksista. Haastateltavista lähes kaikki kertoivat luottavansa suomalaiseen maatalouteen ympäristöasioissa. Tuottajat kertoivat, että viimeisten vuosikymmenten aikana on tehty isoja harppauksia kohti ympäristöystävällisempää maataloutta. Suomalaista maataloutta verrattiin myös maatalouden globaaleihin ympäristövaikutuksiin. Haastateltavat painottivat sitä, että suomalaiset tuottajat noudattavat tiukkoja ohjeita niin hyvin kuin pystyvät.

”Ei todella yhtään [huolestuta]. Sillon, kun minä olin pikkupoika ja ajettiin EU-jäsenyyttä, niin me ajettiin karjan lantaa lumisille pelloille. EU on mukanaan tuonut paljon hyvää ja kaikki tällänen hullutus on loppunut. Nykymaatalous on niin kliinistä ympäristön suhteen, että voivoi.”

– Haastateltava

Erojakin on, sillä 27 % kertoi olevansa jokseenkin huolissaan maatalouden ympäristövaikutuksista ja 5 % erittäin huolissaan. Haastateltavat, jotka olivat huolissaan ympäristön puolesta, kertoivat itse kärsineensä esimerkiksi Itämeren runsaista sinileväkeseistä.

Lähes kaikki haastateltavat ja suurin osa kyselyyn vastanneista osasivat kuvailla parannuksia, joita voisivat tehdä omalla tilallaan ympäristön ja luonnon kannalta. Moni oli tehnyt muutoksia parempaan viimeisen kahden vuoden aikana. Muutokset ja kehityskohteet olivat keskenään erilaisia eri tiloilla. Esimerkiksi maan rakenteen ja kasvukunnon kohentaminen, hiilensidonta, ravinteiden käytön tehostaminen, ojitus, energian kulutuksen vähentäminen ja uusiutuviin energiamuotoihin siirtyminen olivat tuottajien mielestä kiinnostavia seuraavia askelia.

”Yleisesti viljelijät aika hyvin huolehtii niistä säädöksistä. Ei sen sanktion pelossa, tai totta kai joutuu sitä miettimään, et jos tulee tarkastaja tai asioita ruvetaan käymään läpi, että ne on paperilla kunnossa. Mutta se paperilla tehty työ ei millään tavalla vastaa sitä todellista viljelytyötä. Se yleinen asenne ja minunkin mielipide on kyllä siihen, että me tehään niin hyvin kun tilalla on mahdollista. Että ei, hyvin harva viljelijä halua tietten tahtoen pilata sitä omaa ympäristöä. Se on myös kustannuskysymys, et jos huolimattomasti viljelee niin ei se tuota tulostakaan.”

– Haastateltava

Suurin este muutosten ja kehitysideoiden toteuttamiseen on niukka taloustilanne. Kaikki haastateltavat ja 82 % kyselyyn vastanneista sanoivat, että taloudelliset seikat vaikuttavat keskeisesti tilalla tehtäviin päätöksiin. Useat osallistujat surivat sitä, että huonossa taloudellisessa tilanteessa kädet ovat sidotut, eikä riskejä voi ottaa. Toinen keskeinen päätöksiin vaikuttava tekijä on halu pitää ympäristöstä huolta (78 % vastaajista oli tätä mieltä). Vastauksissa korostui erityisesti tilan

lähiympäristö, kuten oma pihapiiri tai lähivesistöt. Myös viranomaisten ohjeilla ja tuilla on suuri vaikutus siihen, miten maataloutta harjoitetaan.

”Enemmänkin voisi tehdä ympäristön hyväksi, jos olisi paremmat resurssit, kaikkeen ei aika, rahat ja työvoima riitä. Aurinkopaneelisysteemin viivästymisen oikeasti harmittaa, meillä olisi hyvä paikka valmiina ja saisimme siitä laskelmien mukaan sähköä niin paljon, että myyntiinkin voisi riittää.”

– Kyselyvastaaja

”Kukapa ei haluaisi pitää huolta ympäristöstään. Jos kuitenkin ympäristön tilaa parantavat toimenpiteet vaativat rahaa, sitä ei välttämättä ole. Aina ei muutoksia voi myöskään toteuttaa sormia napsauttamalla. Aikaa kuluu tiedon etsimiseen, rahan keräämiseen, jo tehtyjen investointien kuolettamiseen ennen uusia investointeja jne.”

– Kyselyvastaaja

4. Tuottajille kohdistettu ympäristö- ja ilmastotieto

Maatalouden ympäristövaikutuksia ja -toimia koskevaa tietoa on valtavasti. Tämä käy ilmi sekä viestintäaineistojen analyysistä että maataloustuottajien haastatteluista. Viestintäaineistojen analyysissä käytiin läpi noin 600 erilaista viestintätuotetta verkkosivuista tietopaketteihin, podcasteihin ja Youtube-videoihin. Sen lisäksi, että aiheen parissa työskenteleviä instituutioita ja organisaatioita on monia, Suomi on pullollaan maatalouden ympäristövaikutuksia tutkivia hankkeita, jotka haluavat viestiä viljelijöille ja karjankasvattajille. Hankkeet kestävät usein vain muutaman vuoden, joten niiden tiedonvälitys ja viestintä on väistämättä lyhytjänteistä.

Käsitteet 'ympäristö' ja 'ilmasto' kattavat paljon erilaisia teemoja ja tutkimustietoa. Viestintämateriaaleissa toistuvat ympäristöaiheet olivat vesiensuojelu, ilmastonmuutos, kierto- ja biotalous sekä kasvien- ja luonnonsuojelu. Ympäristöteemat voitiin luokitella karkeasti monimutkaiseen ympäristön, ilmaston ja luonnon ilmiöihin (kuten ilmastonmuutos, rehevöityminen tai kuudes sukupuuttoaalto), maatalouden käytännön asioihin ja niiden ympäristövaikutuksiin (kuten viljelytekniikat, lannoitteet, kasvinsuojeluaineet tai luomu) ja yhteiskunnallisiin järjestelmiin (kuten ympäristöpolitiikka, lainsäädäntö tai maatalous- ja ympäristötuet).

4.1 Ympäristötiedosta viestivien neljä tavoitetta

Maanviljelijöille viestivät valtionhallinto ja sen virastot, yritykset, tutkimuslaitokset, erilaiset hankkeet, ammattiliitot ja järjestöt. Tunnistimme, että tuottajille viestivillä organisaatioilla on neljä erilaista viestinnän tavoitetta: (1) tiedon välittäminen, (2) asenteiden muuttaminen, (3) yhteistyön lisääminen ja (4) markkinointi.

Kaikkien tahojen ensisijainen tavoite on välittää tietoa. Tieto perustuu joko asiantuntemukseen, tutkimukseen tai käytännön kokemukseen. Lisäksi maatalouspolitiikasta ja tuista välitetään hallinnollista ja poliittista tietoa.

Ympäristön- ja luonnonsuojeluun keskittyvät järjestöt **pyrkivät muuttamaan tiedon vastaanottajan asenteita ja näkemyksiä.** Asenteiden muuttamiseen pyrittiin antamalla esimerkkejä ja kertomalla kiteytetysti maatalouden ympäristövaikutuksista. Ympäristö- ja luonnonsuojelujärjestöt viestivät harvoin suoraan maataloustuottajalle. Heidän viestintänsä on usein kohdennettu kuluttajalle: "Näin syöt ilmastoystävällisesti".

Tiedonvälityksessä tavoitteena oli usein myös **yhteistyön ja yhteisöllisyyden rakentaminen.** Yhteistyötä lisätään ennen kaikkea yhteisten termien ja käsitteiden kautta sekä jakamalla tarinoita viljelijöiden kokeiluista ja onnistumisista.

Viestintämateriaalin analyysissä kartoitetut maatalousalan yritykset välittivät ympäristötietoa **markkinoidakseen tuotteita**. Ympäristöön viitattiin, mikäli se toi myynnillistä lisäarvoa.

4.2 Viestinnän kanavat ja tavat ovat moninaisia

Organisaatiot käyttivät monipuolisesti erilaisia viestintäkanavia ympäristötiedon välittämiseen. Lisäksi hankeviestintä on erittäin kattavaa ja runsasta. Tyypillisin kanava on perinteiset verkkosivut, jotka kokoavat muita viestintämateriaaleja yhteen paikkaan. Ympäristötietoa kootaan usein tiiviiseen ja yleistajuiseen muotoon esimerkiksi tietopaketeiksi, uutiskirjeiksi, ajankohtaisiksi tiedotteiksi tai blogiteksteiksi.

Tyypillisiä viestintätapoja ovat myös koulutukset, neuvonta, pellonpiennartapahtumat ja erilaiset alueelliset tilaisuudet. Koulutuksista osa videoidaan ja esitysmateriaalit jaetaan avoimesti verkkosivuilla.

Organisaatiot ovat löytäneet tehokkaasti tiensä sosiaaliseen mediaan. Sosiaalisen median kanavista erityisesti Facebook on suosittu. Organisaatiot käyttävät viestintäänsä lisäksi Twitteriä ja satunnaisesti myös Instagramia. Useat tahot lataavat erilaisia tietoa välittäviä videoita YouTubeen. Valitettavasti sosiaalisen median tilit eivät seuraajamäärien perusteella tavoita kovin suurta yleisöä.

4.3 Välitetty tieto on neutraalia, mutta kokonaiskuva puuttuu

Tiedon taso vaihtelee suuresti. Maataloutta, ympäristöä ja ilmastoa käsiteltiin analysoiduissa viestintämateriaaleissa usein joko erittäin yleisellä tai todella yksityiskohtaisella tasolla. Mitä teknisemmistä asioista, kuten ympäristökorvauksien ehdoista tai lannoitetuotteista, keskusteltiin, sitä tarkemmin pureuduttiin yksityiskohtiin. Toisaalta kun puhuttiin laajemmista ja monimutkaisemmista ilmiöistä, kuten paikallisen vesistön rehevöitymisestä, maatalouden käytännön ympäristövaikutukset käsiteltiin hyvin yleisellä tasolla. Monimutkaisten ilmiöiden aikajänteestä oli hyvin vaikeaa saada käsitystä: kuinka nopeasti rehevöitynyt lähivesistö korjaantuu, jos viljelijä työskentelee kuten suositellaan?

Esimerkki: Ymparisto.fi

”Maatalouden vesiensuojelua ohjaavat ympäristönsuojelulaki, nitraattiasetus, vesilaki sekä useat muut lait ja asetukset kuten kasvinsuojeluaaineiden ja lannoitevalmisteiden käyttöä koskevat säädökset. Lisäksi vesien- ja merenhoidon suunnitelmissa ja toimenpideohjelmassa on maataloudelle omat toimenpiteensä toteutumistavoitteineen. Euroopan unionin yhteisen maatalouspolitiikan (CAP) säädöksissä on myös mukana ympäristönäkökulma.”

Viestinnässä ympäristöstä puhuttiin hyvin usein taloudellisessa kontekstissa. Tämä on luonnollista, koska maataloutta ohjataan ympäristöystävällisempään suuntaan taloudellisesti maataloustukien ja ympäristökorvausten avulla. Maataloustuet ja ympäristökorvaukset ovat monimutkainen järjestelmä, ja toimenpiteillä ja muutoksilla voi olla isoja vaikutuksia maatalon saamiin tukiin. Ympäristö- ja ilmastoystävällisiä keinoja peilataan rahaan ja siihen, kuinka paljon toimenpiteet säästävät viljelijän kukkaroa pitkällä aikavälillä.

Esimerkki: [ProAgria](#)

”Separoinnissa säästöä tulee myös kuljetuskustannuksissa, sillä nestemäinen lannoite voidaan käyttää lähellä, kun taas ravinteiltaan rikkaampi kuivaosa voidaan ajaa kauemmas. -- Esimerkiksi jos tilalla syntyy 3000 tonnia lietelantaa, veisi 8 m³/tunnissa lietelantaa separoiva separaattori vain 825 kwh sähköä, mikä on euroissa saman verran.”

Organisaatioiden ja hankkeiden viestinnän sävy oli ympäristö- ja ilmastoasioissa lähes yksinomaan tietoa välittävä ja neutraali. Asiat esitettiin lähes korostetun objektiivisesti, vaikka ne olisivat edustaneet pitkälti viestivän organisaation omaa näkökantaa. Ympäristö- ja luonnonsuojelujärjestöt puolestaan viestivät muutokseen pyrkivällä ja suhteita luovalla sävyllä. Tällöin materiaaleissa korostettiin yhteistyötä ja käytettiin muutokseen motivoivaa kieltä.

Esimerkki: [Biotalous.fi](#)

”Biotalouden avulla tavoitellaan entistä turvallisempaa ruokaa, joka on viljelty, lannoitettu ja jalostettu vähentämällä ilmastokuormitusta ja lisäämällä terveysvaikutuksia.”

Suurimmasta osasta analysoitua viestintämateriaalia on vaikeaa tunnistaa, kenelle viestintä ja tieto on kohdistettu. Analysoidussa viestintämateriaalissa asiantuntijatiedon rooli on korostunut. Maatalouden ympäristövaikutuksista pääsevät ääneen tutkijat, viranomaiset ja muut asiantuntijat, mutta eivät maataloustuottajat. Maataloutta käsitellään abstraktina kokonaisuutena siitä huolimatta, että Suomessa on paljon erilaisia tuotantosuuntia tai alueellisia eroja. Ainoastaan luomuviljely erotetaan perinteisestä, ja viestintää kohdennetaan jonkin verran eri tavalla perinteisille viljelijöille kuin luomuviljelijöille.

Asiantuntijatiedon rinnalla viestinnässä tuodaan esille käytännön esimerkkejä: onnistuneita kokeiluja, toimivia käytäntöjä ja jonkin yksittäisen muutoksen viljelykäytännöissään tehneitä viljelijöitä. tarinat jäivät usein yksityiskohdiksi, eikä yksittäisiä onnistumisia linkitetä kokonaiskuvaan. Kokeilujen vaikutuksia ei arvioida tai linkitetä keskimääräisen viljelijän arkeen. Poikkeuksia toki on. Esimerkiksi Svenska Lantbruksproducenternas Centralförbund (SLC) on tuottanut [Hellre Bonde än Jordbrukare -julkaisun](#), joka antaa kasvot ja äänen suomenruotsalaisille tuottajille.

Tietoa on paljon, ja intressit sen välittämiseen maataloustuottajille ovat suuret. Viestijöitä ja myös näkökulmia ympäristö- ja ilmastoaiheisiin on lukemattomia. Siksi maatalouden ympäristö- ja ilmastotieto on varsin pirstaleista, ja tietoa etsivän on vaikeaa saada monimutkaisista ilmiöistä kokonaiskuvaa. Tieto esitetään näkökulmaeroista huolimatta neutraalilla tavalla faktana, ja väitteet ovat kehnosti lähteytettyjä. Verkkosivuista on lisäksi vaikeaa arvioida, milloin tietoa on viimeksi päivitetty.

Esimerkki: [Elintarviketurvallisuusvirasto Evira](#)

(analyysi tehtiin ennen Ruokaviraston perustamista)

”Luomuviljely edistää luonnonvarojen suojelua ja luonnon monimuotoisuutta. Luonnonmukaisessa viljelyssä kasviravitsemuksen ja -suojelun perustana on monivuotinen viljelykierto, jossa eri kasvilajit vuorottelevat. Syväjuuristen kasvien viljelyllä parannetaan maan viljavuutta ja estetään eroosiota. Viljelykasvien vuorottelulla ehkäistään kasvintuhoojien säilymistä ja lisääntymistä kasvustossa.”

5. Miten maataloustuottajat saavat tällä hetkellä tietoa ympäristöstä?

”Kun tietoa tulee joka tuutista, alkaa olla ähky asioiden suhteen. Mikään ei enää säväytä. Kaikki hukkuu massaan ja tulee tutustuttua vasemmalla kädellä.”

– Kyselyvastaaja

Kyselyyn vastanneet tuottajat olivat sitä mieltä, että maataloustuottajien on tärkeää saada tietoa ympäristöstä ja ilmastosta (75 % vastaajista), ja että he saavat tällä hetkellä tietoa riittävästi (68 % vastaajista). Aikaa ja resursseja on kuitenkin rajoitetusti tiedon suodattamiseen ja soveltamiseen – etenkin kun tiedon määrä on valtava. Maataloustuottajat ovat erittäin kriittisiä etsimänsä tiedon suhteen. He haluavat löytää luotettavaa tietoa, josta käy selkeästi ilmi, mihin se perustuu.

Tuottajat saavat tietoa lukuisista eri kanavista ja jokaisella on omat tapansa tiedon hakemiseen ja vastaanottamiseen. Tuottajat korostavat, että tietoa kyllä löytyy, mutta sitä täytyy osata etsiä. Tuottajat pitävät luotettavana valtionhallintoa ja virastoja, tutkijoita sekä kokeneita ja menestyneitä kollegoita. Mitä paremmin tieto on sovellettavissa käytännön työhön, sitä enemmän sitä arvostetaan. Kyselyyn vastanneista jopa yli puolet halusi saada lisää käytäntöön sovellettavissa olevaa tietoa.

Tänä päivänä tyypillinen tapa hakea tietoa on hyödyntää verkossa hakukoneita. Sama pätee maataloustuottajien ympäristötietoon. Sekä haastattelujen että kyselyn vastausten mukaan tavallisin tapa hakea ympäristöä koskevaa tietoa on etsiä sitä internetistä sopivilla hakusanoilla. Tuottajat ovat lähdekriittisiä ja tarkkoja tiedon taustalla olevista perusteluista. He luottavat omiin kykyihinsä hankkia tietoa. Harva kuitenkaan osasi nimetä luotettavia lähteitä, vaikka haastateltavat sanoivatkin, että tiedon tuottajan luotettavuus on erittäin tärkeää.

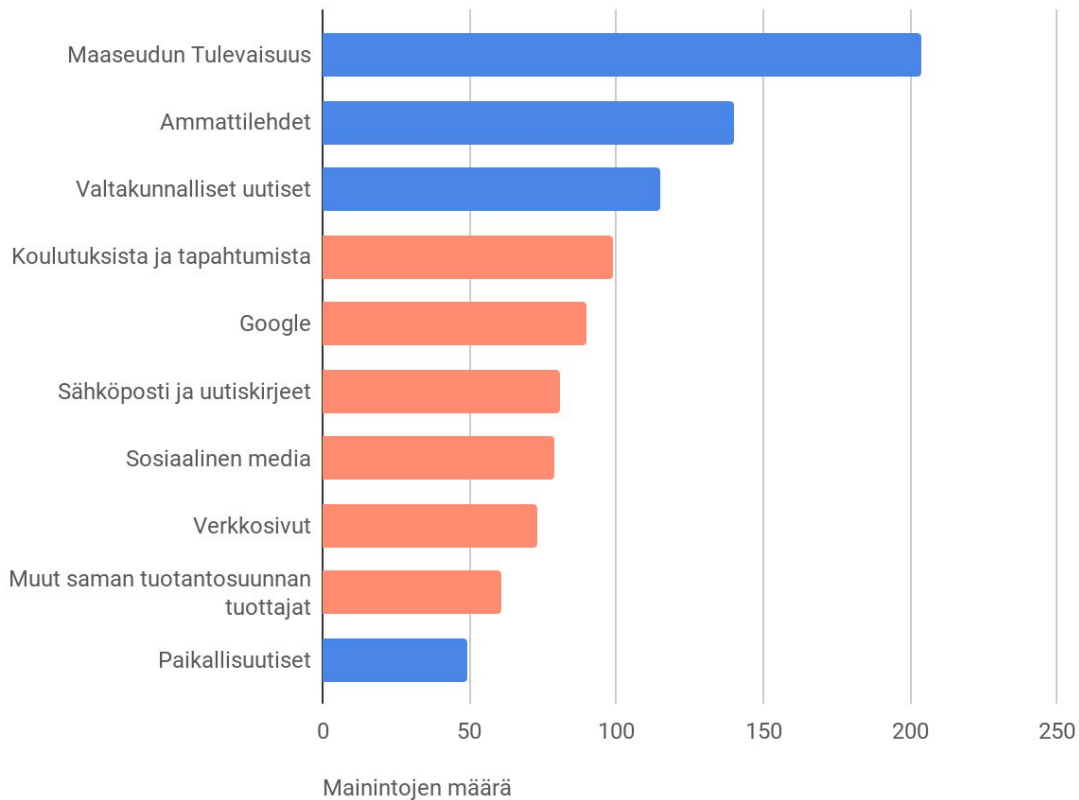
Tiedon etsimisen motiivi on haastattelujen perusteella usein julkinen keskustelu ja siitä nouseva syyllisyyden tunne. Myös käytännön vinkkien hankkiminen oman elinkeinon harjoittamisen tueksi kannustaa hakemaan tietoa. Tulosten perusteella voidaan tosin kysyä, etsitäänkö hakukoneiden avulla ennen kaikkea jo olemassa olevaa ja omia näkemyksiä tukevaa tietoa, vai tutustutaanko eri näkökulmiin monipuolisesti. Tähän kysymykseen ei tämän selvityksen aineiston perusteella voida vastata.

”Enemmänkin se on semmoista, että uutismyllystä ihan valtakunnan medioista, ei ammattimediaista, niin tulee joku aihe ja sitten rupee miettimään, että onkohan tämä näin. Mun pitäis saada lisää tietoa, mun pitää saada lisää taustoja. Sitten lähtee sitä selvittämään.”

– Haastateltava

Kaikista tärkein ympäristötiedon lähde on media. Tiedotusvälineistä ylivoimaisesti merkittävin oli sekä kyselyn että haastattelujen perusteella Maaseudun Tulevaisuus. 82 % kyselyyn vastanneista nimesi sen tärkeäksi ympäristöä ja ilmastoa koskevan tiedon lähteeksi. Sen lisäksi maataloustuottajat saavat ympäristötietoa omista ammattilehdistään, valtakunnallisista uutisista sekä koulutuksista ja tapahtumista.

KUVA 8: Mistä kanavista viljelijät saavat tietoa maatalouden vaikutuksesta ympäristöön ja ilmastoon tai ympäristöystävällisistä käytännöistä?



Ympäristöä koskevaa tietoa tuottavista organisaatioista maataloustuottajat mainitsivat haastatteluissa ja kyselyissä tärkeimmiksi MTK:n, Maaseutuviraston¹, ProAgrarian ja Luonnonvarakeskuksen. Haastattelujen ja kyselyn perusteella ne eivät kuitenkaan nousseet tietolähteinä lähellekään mediaa.

¹ Maaseutuvirasto on kyselyn jälkeen siirtynyt osaksi Ruokavirastoa.

Muista tiedonvälityksen kanavista esille nousi sosiaalinen media. Monet organisaatiot tuottavat sisältöä sosiaaliseen mediaan, mutta keskustelu kanavissa on vähäistä. Niissä lähinnä jaetaan uutisia ja muissa kanavissa tuotettua tietoa. Haastatteluissa osa nosti tärkeäksi tiedonlähteeksi Facebookin suljetun Maajussit-ryhmän. Osa haastateltavista puolestaan suhtautui ryhmään ja siellä jaettuun tietoon varauksella.

”No joo siis, siis kyllähän sitä näistä asioista keskustellaan, ja kyllähän sitte, kyllähän niitä kollegoitten kanssa sitä, niistä keskustellaan, noista asioista. Ja en mä sitte tiiä, ainahan se ny, jos joku on jotakin, jos jotakin on tapetilla, niin siitä yleensä sitte keskustellaan enempiä. Mutta yleensä kyllä hyvin monesti se juttu on esimerkiks sieltä Maajussi-ryhmästä hypänny silmille. Että siinä pitää ruveta spekuloimaan, mihin tämä maailma taas mennee.”

– Haastateltava

”Kyllä mä oon aika kriittinen kaikennäkösiin somekanaviin ja semmosiin asioihin. -- Ehkä on pikkusen iäkäsikin siihen maailmaan, että en oikeen hyvää tykkää siitä negatiivisuuden levittämisestä.”

– Haastateltava

Monet haastateltavista kertoivat saavansa tietoa kollegoilta. Kyselylomakkeessa puolestaan harva vastasi saavansa tietoa kollegoiltaan. Voi olla, että vaikka tuottajat keskustelevat ja jakavat tietoa toisilleen, kyselyvastaajat eivät nähneet näiden keskusteluiden liittyvän juuri ympäristötiedon vaihtamiseen.

Maataloustuottajat saavat ympäristöstä tietoa myös koulutuksen ja neuvonnan avulla. Kyselyyn vastanneista 40 % nimesi ne ympäristöä ja ilmastoja koskevan tiedon lähteeksi. Kasvokkaiset tapaamiset koetaan arvokkaiksi, mutta tietolähteen on oltava luotettava. Haastattelujen perusteella neuvonta ja koulutukset nähdään luotettaviksi tiedonvälityksen tavoiksi erityisesti, jos neuvoja on itse maatalousyrittäjä. Koulutusten ja tapahtumien haasteena on, että maataloustuottajilla on hyvin vähän aikaa osallistua tapahtumiin.

”Jos mietityttää, että onko luvallista toimia jonkun ruiskutuksen tai lannoituksen suhteen, niin voin kysyä tuolta, mulla on tuo lohkokirjanpito ja viljelysuunnitelma, niin teen yhdessä tuon ProAgrian kanssa. Voin kysyä sieltä neuvojalta ja sitten tuo maataloussihteeri on toinen, jolta voin kysyä. -- Ehkä osittain sen hyvän neuvojankin kautta, niin minusta ympäristötuen tämän päivän tavanomaisessa viljelyssä on mahdollisuudet tuottaa hyviäkin satoja.”

– Haastateltava

Kyselyn perusteella eniten tietoa saadaan uusiutuvista energiamuodoista (70 % kyselyyn vastanneista) ja ravinnevalumista (68 % kyselyyn vastanneista). Lisäksi ilmastomuutoksesta on paljon tietoa saatavilla. Tukisäädökset ja julkinen

keskustelu määrittelevät paljon sitä, millaisista ympäristöasioista tuottajat saavat tietoa. Haastatteluissa nousi esille, että ilmastonmuutosta ja eläinten hyvinvointia koskeva keskustelu lihansyönnistä on tuottajien mukaan viime aikoina lisääntynyt.

Tuottajat saavat eniten tietoa seuraavista teemoista:	Tuottajat haluavat saada lisää tietoa seuraavista teemoista:
<ul style="list-style-type: none">• Uusiutuvat energiamuodot• Ravinnevalumat• Kasvihuonekaasupäästöt• Ympäristö- ja ilmastopolitiikka	<ul style="list-style-type: none">• Uusiutuvat energiamuodot• Ympäristötiedon soveltaminen käytännössä• Hiilensidonta• Pellon vesihuolto• Maaperän hyvä kasvukunto

KUVA 9: Teemat, joista tuottajat saavat tällä hetkellä tietoa ja teemat, joista he haluaisivat tulevaisuudessa tietää enemmän

Viljelijät kaipaavat lisää tietoa maatalouden hiilensidonnasta, pellon vesihuollosta ja maaperän hyvän kunnon turvaamisesta. Lisäksi maataloustuottajat toivovat, että Itämeren ravinnekuormasta olisi monipuolisempaa ja jäsennellympää tietoa.

Yli puolet kyselyyn vastanneista arvioi viestinnän ja julkisen keskustelun sävyn syyllistäväksi, 35 % puolestaan kuvasi viestintää asialliseksi ja 27 % tietoa välittäväksi. Viranomaiset viestivät ympäristöasioista neutraalisti ja neuvonta koettiin kannustavaksi. Viestintä tukiasioissa on asiapitoista, mutta yhden haastateltavan mukaan myös pakottavaa. Haastateltavan mukaan tukiohjeiden pääpaino on sanktioissa, joten tukiohjeet voivat aiheuttaa vastaanottajissa negatiivisia reaktioita. Toisen haastateltavan mukaan viljelijöille suoraan kohdistettu viestintä on neutraalia, mutta silloin kun maataloudesta ja ympäristöstä tiedotetaan muille kuin viljelijöille, sävy muuttuu tuottajia syyllistäväksi. Tätä ja erityisesti mediassa käytävää keskustelua tarkastellaan tarkemmin kappaleessa 6.

5.1 Haasteet ja toiveet

”Vaikeaa on löytää luotettavaa tietoa, ja haastetta on siinäkin, että asioita yleistetään, eri puolilla maata, eri maalajeilla, erilaisilla tiloilla jne. Toimenpiteet eivät ole samanlaisia.”

– Kyselyvastaaja

Viestintämateriaalien kartoituksessa kävi ilmi, että maataloustuottajille kohdistettu viestintä on voimakkaasti yleistettyä. Haastattelut ja kyselyt tukivat huomiota, sillä maataloustuottajat itse toivoivat kohdennetumpaa tietoa ja paikallista näkökulmaa. Viestintämateriaalien kartoituksessa huomasimme, ettei maataloustuottajien heterogeenisuus näy heille viestityssä ympäristötiedossa. Yleisestä ja kaikille soveltuvasta tiedosta jäi joillekin haastatelluille olo, että heitä pidetään tyhminä.

Kuten aiemmin todettiin, maataloustuottajien kannalta olennaista on sellainen tieto, jota voidaan soveltaa käytännössä omassa työssä ja omalla pellolla. Hiilensidonta, pellon kasvukunto, maan rakenne ja uusiutuvat energiamuodot olivat nousevia teemoja, joista maataloustuottajat toivoivat jatkossa saavansa enemmän tietoa.

Lisäksi haastatteluissa ja kyselyssä nousi esille tarve saada enemmän vertailtavaa tietoa. Haastatellut maataloustuottajat kokivat, että heille välitettävässä tiedossa hyödynnetään joskus valikoivasti lähteitä ja tarjolla on myös tarkoitushakuista tietoa. Kokoavalle, hyvin viestitylle ja sovellettavissa olevalle kotimaiselle tutkimustiedolle on paljon kysyntää. Sekä haastattelujen että kyselyn mukaan kotimaiseen tutkimukseen luotetaan, mutta sitä on vaikea soveltaa omaan työhön. Tuottajat haluavat tietää, miten tutkimukset on tehty, mihin erilaisissa viestintämateriaaleissa ja mediassa esitetyt väitteet perustuvat ja miten tietoa voisi soveltaa omalla pellolla.

Viestintämateriaaleissa korostui, että maatalouden ympäristötoimista viestitään usein talouden ja taloudellisen kannattavuuden näkökulmasta. Haastattelujen ja kyselyn perusteella näiden tekijöiden korostaminen on maataloustuottajille tärkeää. He ovat kiinnostuneita tekemään ympäristöä parantavia muutoksia, mutta taloudellinen tilanne on usein käytännön ratkaisujen esteenä.

Useita maataloustuottajille ympäristöviestintää tekeviä organisaatiota kritisoitiin haastatteluissa verkkoviestinnästä. Verkkosivut ovat sekavia ja epä johdonmukaisia ja tiedon hakeminen on vaikeaa. Viestintämateriaalien kartoituksessa kävi myös ilmi, että maataloustuottajien peräänkuuluttamia tiedon lähteitä ei ole selkeästi tuotu esille. Monet tekstit verkossa ovat neutraalilta kuulostavaa faktaa, vaikka asioihin olisi useampia näkökulmia. Organisaatioiden postitse tai sähköpostilla

lähettämä tieto taas koetaan haastattelujen perusteella tehottomaksi ja päätty useiin roskakoriin.

Tässä selvityksessä haastatellut tuottajat toivoivat, ettei viestintä olisi niin yksisuuntaista kuin se tällä hetkellä on. He haluaisivat itse osallistua tiedon tuotantoon ja oman ammattinsa kehittämiseen. Tällä hetkellä heidän mukaansa mikään organisaatio ei edistä riittävästi yhteistyötä esimerkiksi maataloustuottajien ja kuluttajien välillä. Tehokkaimpia viestintämateriaaleja ovat ne, joiden laatimisessa maataloustuottajat ovat itse olleet alusta saakka mukana.

”Suurin ongelma mielestäni oikeilla toimivilla tiloilla on oikean tieteellisen tiedon puute. Etujärjestöt, kuten MTK sekä interwebsin toimijat, vähättelevät ilmastonmuutoksen todellisuutta sekä sen tulevia ongelmia ja kustannuksia maataloudelle sekä koko Suomelle. Kuitenkin jokainen tilallinen tietää luontoa ja peltojaan tarkastelevana, etteivät asiat ole kuten ennen eivätkä ne tule valitettavasti siihen palaamaan. Siksi tarvitaankin puolueetonta tietoa ja koulutusta sekä poliittista pitkäjänteisyyttä, jotta luottamus päättäjiin palautuu. Myös rahoituksen pitää olla kunnossa, jotta voidaan siirtyä puhtaampaan tuotantoon sekä vähäpäästöisempiin peltoihin. Neljän vuoden sykleissä teutaroiva maatalous ja ympäristöpolitiikka on historialtaan myrkyä puhtaampia investointeja pohtiville maanviljelijöille.”

– Kyselyvastaaja

6. Maatalous ja ympäristö julkisessa keskustelussa

Sitä, miten maatalouden ympäristö- ja ilmastoasiat näkyvät julkisessa keskustelussa, selvitettiin media-analyysin avulla. Lisäksi tuottajilta kysyttiin haastatteluissa ja kyselyssä, miten heidän ammattinsa näkyy mediassa.

6.1 Ristiriidat puidaan julkisuudessa

Maatalouden ja ympäristön suhdetta puidaan mediassa säännöllisesti. Aiheet nousevat mediaan usein politiikassa tai tieteessä tapahtuvista muutoksista. Maaseudun Tulevaisuus uutisoi tarkastellulla ajanjaksolla selkeästi aktiivisimmin ympäristö- ja ilmastoaiheista maatalouden näkökulmasta. Myös paikallissanomissa ja -lehdissä maatalous ja ympäristö saavat säännöllisesti palstatilaa. Yleisradio ja Helsingin Sanomat käsittelevät aihetta huomattavasti harvemmin.

Loppuvuodesta 2017 ja vuoden 2018 ensimmäisellä puolikkaalla Itämeren rehevöityminen, ympäristö- ja maatalouspolitiikka sekä kansallisella että EU-tasolla ja ilmastonmuutos olivat mediassa kauttaaltaan näkyvimpiä teemoja. Ilmastonmuutosta ja maataloutta käsiteltiin karkeasti kolmesta eri näkökulmasta: maatalous kärsii ilmastonmuutoksesta, maatalous hyötyy ilmastonmuutoksesta tai maatalous on ilmastonmuutoksen yksi suuri aiheuttaja. Myös biotalous, ruokaturva ja ruoantuotannon kannattavuus ja luonnon monimuotoisuus (erityisesti lintujen kato) näkyivät otsikoissa.

Sekä paikallisissa että valtakunnallisissa uutismedioissa äänessä ovat eniten poliitikot, kun puhutaan maataloudesta ja ympäristöstä. Myös MTK ry on näkyvä keskustelija mediassa edunvalvontatehtäviensä ansiosta, ja tieteen tekijät tuovat uutta tietoa keskusteluun. Erityisesti Luonnonvarakeskuksen ja Suomen ympäristökeskuksen tutkijat ja heidän hankkeensa näkyvät uutisissa. Tosin vaikka tutkimushankkeita on monipuolisesti ja paljon, usein samojen tutkijoiden nimet toistuvat artikkeleissa ja uutisissa.

Maataloustuottajat päinvastoin näkyvät mediassa hyvin harvoin, näkyessään paikallisuutisissa enemmän kuin valtakunnallisissa. Esiin pääsevät tuottajat ovat usein ympäristöasioiden edelläkävijöitä, ja artikkeleissa esitellään heidän hyviä ratkaisujaan esimerkinomaisesti.

Esimerkki: [Maaseudun Tulevaisuus 10.6.2018](#)

*”Maatilyrittäjät rakensivat nestekaasulla käyvän kuivurin Urjalassa –
‘Edullisin vaihtoehto’”*

Esimerkki: [Etelä-Suomen Sanomat 7.6.2018](#)

”Satoja talkootunteja luonnon hyväksi – ‘Maatilat tekevät paljon työtä, jota ympäristöehdot eivät vaadi’”

Ympäristöaiheet maataloudessa ovat julkisessa keskustelussa tavallisesti poliittisia teemoja. Siksi uutisointi näistä aiheista on usein kiistelevää. Organisaatioiden näkökulmaerot nousevat esiin vasta mediassa, eikä niiden omassa viestinnässä, joka pääsääntöisesti on neutraalia ja asiallista tiedonvälitystä.

Esimerkki: [YLE 1.6.2018](#)

”‘Me emme tätä hyväksy’ – Suomen viljelijärintamalta tuli heti täystyrmäys komission maatalouspaketille”

Kun ilmasto- ja ympäristöongelmista uutisoidaan, maanviljelijät tuodaan esiin usein joko syyllisinä tai uhreina. Mediassa kuitenkin muistutetaan säännöllisesti, että syypäitä on maatalouden ulkopuolellakin ja että myös “hyviä viljelijöitä” on olemassa. Yleisempi tapa on silti todeta, että kuvatut ympäristö- ja ilmasto-ongelmat johtuvat maatalouden päästöistä. Tällöin maataloudesta puhutaan yksikkönä huolimatta siitä, että on olemassa paljon erilaisia tapoja harjoittaa maataloutta.

Esimerkki: [Etelä-Saimaa 11.2.2018](#)

”Kanat ja lehmät vievät villieläinten tilan — Ihmisen toiminta on romahduttanut eläinten määrän sadassa vuodessa”

Maaseudun asioihin paneutunut Maaseudun Tulevaisuus oli luonnollisesti poikkeus verrattuna muihin media-analyysin lähteisiin. Maaseudun Tulevaisuudessa oli erittäin monipuolinen kattaus erilaisia ympäristö- ja ilmastoteemoja. Sen uutisissa käsiteltiin esimerkiksi tuoreita tutkimuksia maatalouden ympäristövaikutuksista ja uusia maatalouspolitiikan tuulia. Myös tuottajat pääsivät useammin ääneen kuin esimerkiksi Yleisradion kanavissa tai Helsingin Sanomissa. Toisaalta Maaseudun tulevaisuus nosti herkästi ja jopa kärkkäästi esiin poliittisia mielipiteitä, joissa maataloutta kritisoidaan.

Esimerkki: [Maaseudun Tulevaisuus 7.7.2018](#)

”YK:n kestävän kehityksen tavoitteet eivät toteudu ilman maanviljelijöitä: ‘Moni ei näe, miten tuottajien työ koituu ympäristön hyväksi’”

Esimerkki: [Maaseudun tulevaisuus 8.8.2018](#)

”Kokoomuksen Sarkomaa: ‘Suomen maatalous on erityinen häpeätahra’”

Esimerkki: [Maaseudun tulevaisuus 20.3.2019](#)

”Suomalaismepit kyseenalaistivat lihantuotannon EU-tukia: ‘Ei voi olla mahdotonta muuttaa maatalouden tuotantosuuntaa tai kauhea uhraus syödä vähän vähemmän lihaa’”

Julkisessa keskustelussa on ollut aistittavissa muutoksia hankkeen kuluessa. Syksyllä 2018 tehdyn media-analyysin jälkeen maatalouden ympäristövaikutukset ovat puhuttaneet mediaa runsaasti. Elokuussa 2019 IPCC julkaisi erikoisraporttinsa [Climate Change and Land](#), joka käsitteli maankäytön suhdetta ilmastomuutokseen. Raportti herätti runsaasti keskustelua sekä Suomessa että maailmalla maatalouden ilmastovaikutuksista. Myös maatalousyrittäjien näkemyksistä aiheeseen liittyen uutisoitiin ([Maaseudun Tulevaisuus 3.8.2019](#), [YLE 19.8.2019](#)). Hiiliviljely eli toimenpiteet, joilla lisätään peltojen hiilensidontaa, ovat puhuttaneet koko hankkeen ajan tasaisesti. Esimerkiksi [CarbonAction-hanke](#) on onnistuneesti kutsunut maanviljelijät osaksi tutkimusta sekä tuottamaan tietoa että kehittämään omaa ammattia. Lisäksi olemme saaneet nähdä uusia ulostuloja viljelijöiltä itseltään. Tällaisia ovat esimerkiksi [Maanviljelijän tietobaari -podcast](#) ja [viljelijä Sakari Peltolan Youtubeen lataamat videot](#).

6.2 Tuottajat kokevat julkisen keskustelun syyllistäväksi

Haastatteluiden perusteella voidaan sanoa, että maataloustuottajat kokevat maatalouden ympäristötoimia ja -vaikutuksia koskevan julkisen keskustelun hyvin syyllistävänä. Tuottajat leimataan mediassa “ympäristörikollisiksi”, “pahantekijöiksi” ja “saastuttajiksi”. Kuva maataloustuottajasta on yksipuolinen ja yksittäiset virheet yleistetään. Erityisesti tietyt julkiset keskustelijat, tietyt puolueet tai ympäristöjärjestöt, nähdään vastakkainasettelijoina, väärän tiedon levittäjinä ja maatalouden arvostuksen rapauttajina.

Tuottajat kokevat syyllistämisen epäreiluksi erityisesti siksi, että ympäristöasioissa on tapahtunut viimeisten vuosikymmenien aikana isoja kehitysaskelaita ja useimmat tuottajat ottavat ympäristötuen ehdot ja säännökset vakavasti. Syyllistävä keskustelu saa tuottajan ihmettelemään, mitä vielä voi tehdä lisää. Maataloustuottajan arjesta ei kerrota monipuolisesti ja totuudenmukaisesti ja varsinkin keskimääräisen viljelijän ääni jää mediassa usein kuulematta. Usein tiedotusvälineissä ääneen pääsee maataloustuottajan sijaan poliitikko, tutkija tai etujärjestö.

Haastateltavien mielestä oli tärkeää tuoda esiin innovaatioita ja positiivisia esimerkkejä, mutta niiden rinnalle haluttiin keskimääräisen tuottajan arjen ja mahdollisuuksien tunnistamista. Maataloustuottajien ympäristön eteen jo tekemät ponnistelut eivät nouse julkisessa keskustelussa riittävästi esille. Haastateltavien mielestä esimerkeistä on tärkeää viestiä ennen kaikkea kuluttajille, jotta maatalouden ympäristöponnistukset nousevat nykyistä paremmin esille.

Kaupungeissa asuvien kuluttajien on heidän mukaansa ymmärrettävä paremmin, millaista työtä tuottajat tekevät jo nyt ympäristön eteen. Tämä näkökulma puuttui haastateltavien ja kyselyyn vastanneiden mukaan viestinnästä lähes kokonaan.

7. Kokeilun tulosten mukaan asenteet vaikuttavat siihen, miten viesti tulkitaan

Ilmastoasenteet vaikuttavat siihen, miten viljelijä tulkitsee viestin ja millaisiin toimiin hän on mahdollisesti valmis ryhtymään viestin lukemisen jälkeen. Kokeilun viestit, joissa positiivisten ja kannustavien sävyjen määrä vaihteli, eivät vaikuttaneet kaikkiin vastaajiin samalla tavalla. Viestien vaikutus vaihteli sen mukaan, millainen asenne vastaajalla oli ympäristöön ja ilmastoon jo etukäteen. Tekstin sävyllä oli suurin vaikutus niihin tuottajiin, jotka arvioivat ilmastonmuutoksen uhan pieneksi.

Kokeilun tuloksia analysoitiin kolmen tilastollisen mallin avulla². Tilastolliset mallit kertoivat, mitkä tekijät vaikuttavat tuottajan aikomukseen tehdä muutoksia omalla tilalla tai kiinnittää enemmän huomiota ympäristöystävällisiin käytäntöihin. Jokaisessa näistä malleista otettiin huomioon ympäristö- ja ilmastoasenteet, ikä ja sukupuoli. Kuvaus käytetyistä malleista löytyy kappaleesta 2.5.

Yhdessäkään kolmesta tilastollisesta mallista pelkällä tekstillä ei itsessään ollut aikomuksiin tilastollisesti merkitsevää vaikutusta. Se tarkoittaa sitä, ettei teksti vaikuttanut systemaattisesti kaikkiin vastaajiin samalla tavalla. Sen sijaan tilastollisissa malleissa huomattiin, että aiemmat ilmasto- ja ympäristöasenteet vaikuttavat siihen, miten teksti otetaan vastaan ja miten se muuttaa viljelijän aikomuksia.

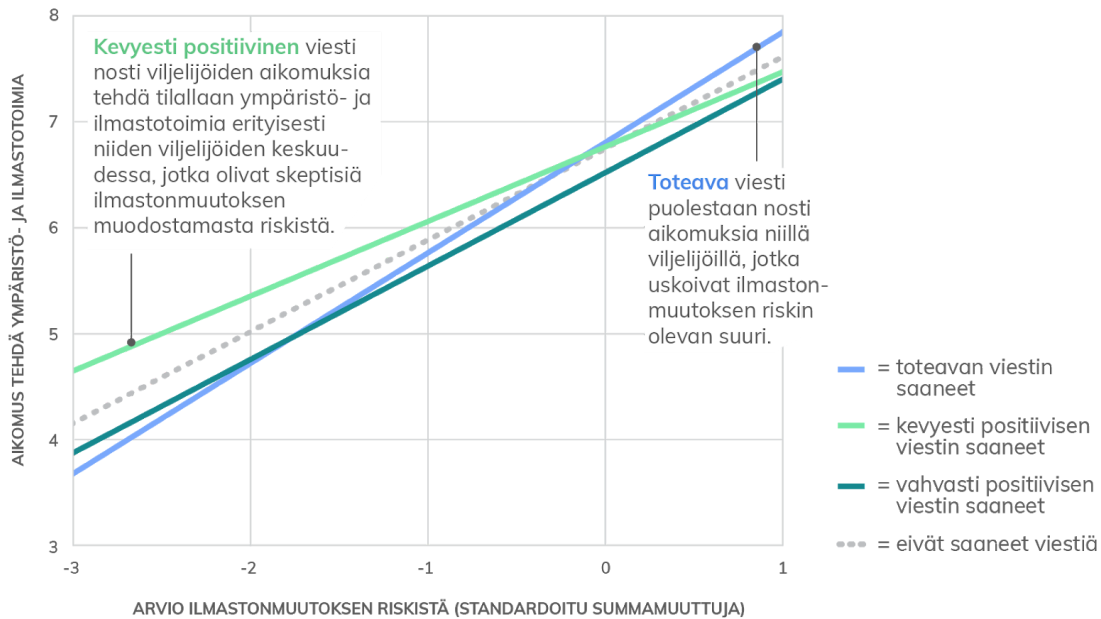
Ensimmäinen tilastollinen malli kertoi, miten aikomus tehdä konkreettisia muutoksia omalla tilalla muuttuu sen mukaan, millaisen tekstin tuottaja on juuri lukenut. Kevyesti kannustava teksti näytti lisäävän erityisesti ilmastokeskeisten viljelijöiden aikomuksia tehdä omalla tilalla muutoksia kohti ilmastoystävällisempiä käytäntöjä. Kevyesti kannustava viesti sai ilmastonmuutosta kohtaan skeptisesti suhtautuvat viljelijät raportoimaan aikovansa toimia ilmastoystävällisesti useammin kuin toteava viesti. Tilastollisissa malleissa tulos näkyi niin, että tekstin ja havaitun ilmastonmuutosriskin yhteinen interaktiovaikutus oli tilastollisesti merkitsevä (tarkat kokeilun tuloskaaviot löytyvät liitteestä 5). Myös viljelijät, jotka näkivät ympäristön hyvän tilan säilyttämisen arvokkaana osana ammattia, halusivat toimia hanakammin saatuaan kevyesti kannustavan viestin.

Toinen tilastollinen malli keskittyi toiminta-aikomuksen sijaan siihen, kokeeko viljelijä tarpeelliseksi kiinnittää ympäristöystävällisiin käytäntöihin huomiota. Toteava ja negatiiviseksi tulkittava sävy kannusti erityisesti ilmastonmuutoksen korkeaksi riskiksi tunnistavia viljelijöitä kiinnittämään enemmän huomiota ympäristöystävällisiin käytäntöihin. Toisaalta ilmastokeskeisten joukossa toteava viesti laskee tarvetta hakea uusia ratkaisuja, ja kevyesti kannustava viesti toimii paremmin. Vahvasti kannustava ja positiivinen viesti puolestaan laskee tarvetta etsiä

² Tarkat analyysit ja koodit kokonaisuudessaan löytyvät osf.io -sivustolta nimellä "MATO".

uusia ympäristöystävällisiä ratkaisuja. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että viestin mukaan asiat ovat hyvin jo nyt, eikä mitään tarvitse tehdä toisin.

Kolmannessa mallissa yhdistettiin toiminta-aikomukset ja tarve kiinnittää huomiota ympäristöystävällisyyteen. Kolmas tilastollinen malli tuki edellisiä tuloksia, sillä kevyesti kannustava viesti toimi jälleen parhaiten erityisesti ilmastonmuutoksesta skeptisesti ajatteleville. Iällä ja sukupuolella ei ollut vaikutusta siihen, millaiset valmiudet ja motivaatio tuottajalla on toimia ympäristö- ja ilmastoystävällisesti.



KUVA 10: Maanviljelijän arvio ilmastomuutoksen riskistä vaikuttaa siihen, miten keskenään eri sävyä olevat tekstit otetaan vastaan ja miten tekstit muokkaavat aikomuksia tehdä ympäristö- ja ilmastotoimia (kolmas tilastollinen malli)

Käyttäytymisaikomusten lisäksi kyselykokeilussa selvitettiin, mitä mieltä vastaajat olivat tekstistä ja haluaisivatko he lukea samanlaisia tekstejä tulevaisuudessa lisää. Vahvasti kannustava ja positiivinen viesti pärjäsikin parhaiten verrattuna muihin teksteihin. Voi olla, että vahvasta viestistä pidettiin erityisen paljon siksi, että se sopii omaan maailmankuvaan. Erityisesti viljelijät, joiden mielestä ilmastonmuutos ei ole merkittävä riski, pitivät toteavaa ja negatiiviseksi tulkittavaa tekstiä huonoimpana. Tämä voi myös selittää osittain eroa toiminta-aikomuksissa.

Hankkeen ensimmäisissä vaiheissa kävi ilmi, että maanviljelijät toivovat saavansa kohdistetumpaa viestintää, jota on helpompi soveltaa omassa työssä. Kokeilu tukee tätä tulosta, koska viestit vastaanotettiin eri tavoin riippuen taustalla vaikuttavista ilmastoasenteista. Myös aikaisemmassa tutkimuksessa on todettu, ettei sama informaatio ilmastonmuutoksesta vaikuta samalla tavalla, kun verrataan eri kulttuuritaustoista tulevia tai eri maailmankuvan jakavia ihmisiä (Adger ym. 2013, Persson ym. 2015). Kokeilun perusteella tämä näyttää pätevän myös suomalaisiin maataloustuottajiin.

8. Johtopäätökset

Tuottajat näkevät kaiken maatalouden olevan kytköksissä ympäristöön ja sen suojeluun. **Pilattu luonto ei tuota satoja, ja ympäristö on tuottajille henkilökohtaisesti tärkeä.** Ammattilypeys on vahva, ja viljelijät luottavat toistensa osaamiseen. Viime vuosikymmenten kehitysaskeleet ympäristöasioissa ovat mielessä, ja viljelijät ovat ylpeitä suomalaisesta maataloudesta.

Maanviljelijät pitävät ilmastonmuutosta todellisena riskinä. Lähes kaikki hankkeeseen osallistuneet osasivat nimetä toimenpiteitä, joita omalla tilalla tulisi tehdä ympäristön suojelemiseksi tai päästöjen vähentämiseksi. **Motivaatio ja halu oman ammatin kehittämiseen on kova, mutta taloudellinen tilanne ja tiedon tai osaamisen epävarmuus ovat kehittämisen tiellä.** Taloudelliset seikat vaikuttavat merkittävästi siihen, miten tilalla voidaan kehittää toimintaa ja työtapoja ympäristöystävällisempään suuntaan. Nämä realiteetit on ymmärrettävä, jos maatalouden kehitystä halutaan ohjata elinkeinon ulkopuolelta. Isoa osaa ongelmista ei ratkaista viilaamalla viestinnän sävyä tai kanavia.

Tuottajat uskovat, että ilmastonmuutos muuttaa suomalaista maataloutta, mutta enemmistön mielestä suomalaisen maatalouden ympäristövaikutukset eivät ole merkittäviä. **Ruoan tuottaminen on viljelijöille tärkeä arvo, joka usein oikeuttaa prosessin ja sen synnyttämät päästöt.** Enemmistö hankkeeseen osallistuneista koki, että maatalous on kehittynyt ja edistynyt viimeisinä vuosikymmeninä huomasti. Suomen tilanne nähdään muihin maihin verrattuna erinomaisena ja valvonta erittäin tiukkana.

Maanviljelijät eivät kuitenkaan ole yhtenäinen ryhmä, vaan ammattinimikkeen alle mahtuu valtava määrä erilaisia tuotantosuuntia, Suomen paikkakuntia ja ihmisiä, jotka ovat keskenään eri-ikäisiä tai joilla on erilainen koulutustausta. **Kokeilu osoitti, että maanviljelijän asenteet ympäristöä ja ilmastoa kohtaan vaikuttavat siihen, miten tietoa vastaanotetaan.**

Maatalouden ympäristövaikutuksista on valtavasti tietoa, ja sitä välitetään mitä moninaisimmissa viestintäkanavissa. **Viljelijän kohtaamat haasteet ovat olennaisten asioiden suodattaminen suuresta tietomassasta, tiedon luotettavuuden varmistaminen ja tiedon soveltaminen omalla tilalla.** Tieto verkkosivuilla on huonosti lähteytettyä ja perusteltua, mikä tekee tiedon hakemisesta entistä vaikeampaa.

Nykyistä ympäristö- ja ilmastoviestintää ei ole kohdennettu käytännössä juuri lainkaan. **Mitä lähemmäs paikallistasoa ympäristötieto voidaan tuoda, sitä helpompaa tietoa on soveltaa käytännön työhön. Tilakohtaisen neuvonnan ja tutkimustiedon linkki on siksi erittäin olennainen.** On tärkeää varmistaa, että ympäristöneuvojien tietotaso pysyy päivitettyinä ja tasalaatuisena, ja että yhä useammat maataloustuottajat löytävät neuvonnan piiriin.

Maataloustuottajat ovat aktiivisia tiedon hakijoita, ja he ovat tiedon suhteen erittäin kriittisiä. Tyypillisin tapa hakea tietoa on kirjoittaa Googleen sopivat hakusanat ja aloittaa tiedon kartoittaminen ensimmäisistä tuloksista. Siksi ympäristötietoa maanviljelijöille välittävien tahojen olisi hyödyllistä keskittyä hakukoneoptimointiin ja näin varmistaa, että viestintä löytää yleisönsä.

Maataloustuottajat toivovat hyvin jäsennettyä ja kiteytettyä tietoa. Liian yksinkertaistamisen sijaan on kuitenkin tärkeää asettaa uusi tieto kontekstiin ja avata, miten tulokseen on päädytty. Ympäristöön ja ilmastoon liittyvät ilmiöt ja asiat eivät ole yksinkertaisia tai mustavalkoisia. Tuottajilla ei ole intressejä ottaa taloudellisia riskejä ja tehdä työssään muutoksia, ellei niille löydy vankkoja perusteluita. Tuottajat haluavat kuulla erityisesti vertailevaa tietoa, johon on yhdistetty tietoa taloudellisista vaikutuksista.

Yksi hankkeen keskeisimmistä tuloksista oli, että **maataloustuottajat saavat ympäristöstä ja ilmastosta eniten tietoa median kautta.** Maaseudun Tulevaisuudella on erityisen tärkeä rooli tiedon välittäjänä. Valitettavasti media-analyysissä havaittiin, että julkinen keskustelu on kiistelevää ja tavallisten maataloustuottajien ääni jää useimmiten kuulematta. Koska julkinen keskustelu maatalouden ympäristövaikutuksista on riitaisaa ja politisoitunutta, on ongelmallista, että tuottajat saavat ympäristötietoa enimmäkseen sen kautta.

Median rinnalle olisi tärkeää saada luotettava ja tutkimustietoa kokoava kanava, joka korostaisi vuoropuhelun ja yhteistyön merkitystä maatalouden ympäristöasioissa. Tuottajat toivat esiin tarpeen erityisesti luotettavalle tiedolle. Yksittäisten tutkimusten tuloksista uutisoidaan ja tiedotetaan usein faktoina. Mediasta aihetta seuraavalle syntyy helposti kuva, ettei kenelläkään ole varmuutta, miten maatalous tarkalleen vaikuttaa ympäristöön.

Hankkeessa huomattiin, että **kevyesti kannustava viestintä on kaikista tehokkain tapa viestiä erityisesti niille, jotka eivät pidä ilmastonmuutosta riskinä.** Toteava ja yksinkertaistava viestintä maatalouden ympäristövaikutuksista koetaan syyllistävänä. Syyllistävä sävy ei kannusta toimimaan. Tuottajat kokevat tekevänsä jo nyt paljon ympäristön puolesta, ja he toivovat näitä positiivisia tekoja enemmän näkyviin valtakunnalliseen mediaan ja organisaatioiden viestintään. **Haastateltavien mielestä erityisesti kuluttajat ovat ryhmä, jonka olisi tärkeää saada todenmukainen kuva maataloustuottajien tekemästä työstä.** Kuluttajista yhä suurempi osa asuu kaupungeissa ja kaukana paikoista, joissa ruoka tuotetaan.

Selvityksessä havaittiin, että tuottajilla on voimakas halu kehittää omaa elinkeinoaan eteenpäin. Aivan hiljattain keskusteluun on noussut uudenlainen näkökulma maatalouteen: maanviljelijät ovat uusine viljelytekniikoineen ja työtapoineen eturintamassa torjumassa ilmastonmuutosta. Haastatellut tuottajat toivoivat pääsevänsä mukaan hankkeisiin tuottamaan tietoa ja kertomaan omista näkemyksistään maatalouden kehittämiseksi. Vuorovaikutteiset hankkeet ovat avain siihen, että ympäristöystävälliset työtavat leviävät aidosti tuottajien keskuuteen.

Mitä vielä voisi tutkia?

- Millaisia erilaisia tietotarpeita ja kanavia eri tuotantosuuntien viljelijöillä on verrattuna toisiinsa?
- Onko kokeilussa kerätyssä aineistossa tunnistettavissa erilaisia viljelijöiden profiileja ilmasto- ja ympäristöasenteiden mukaan?
- Miten maatalouden tukijärjestelmää tulisi uudistaa niin, että se tukisi maatalouden muutosta kestävämpään ja ympäristöystävällisempään suuntaan?
- Mitkä ovat hanketoimijoiden parhaat käytännöt maanviljelijöiden tavoittamiseksi? Miten näitä käytäntöjä jaetaan muille?
- Miten tilakohtaista neuvontaa uudistetaan niin, että neuvojat pääsevät käsiksi yleistajuistettuun tutkimustietoon?

9. Kehittämissuosituksset

Haaste: *Tietoa on vaikeaa soveltaa omalla maatilalla, koska viestintää ei kohdenneta erilaisille tuottajille ja tieto on kehnosti lähteettyä.*

Selvitä kohderyhmän tarpeet. Älä osoita viestiäsi kaikille maanviljelijöille, vaan mieti hyötykö viestistäsi nautanlihan tuottaja vai härkäpapurviljelijä. Ota huomioon, että ilmastovaikutukset esimerkiksi turve- ja kivennäismaiden pelloilla ovat erilaiset, joten puhu päästöistä eri näkökulmista.

Hyödynnä jo olemassa olevia kanavia. Selvitä, mitä kanavia kohderyhmäsi seuraa ja painota viestintäponnistukset sinne. Voit myös tehdä yhteistyötä kohderyhmäsi kannalta tärkeiden kanavien ja niitä kanavia hallinnoivien toimijoiden kanssa. Uusien kanavien, esimerkiksi verkkosivujen, perustaminen ja kohderyhmän houkuttelemisen niiden äärelle vaatii huomattavasti enemmän resursseja kuin jo olemassa oleviin kanaviin keskittyminen.

Perustele faktasi ja näkökulmasi. Viljelijät haluavat tietää, mihin tieto perustuu. Jotta tietoa voi hyödyntää omalla pellolla, viljelijän on tiedettävä, miten tulokseen on päästy. Ole avoin lähteistäsi ja siitä, mihin faktoihin näkökulmasi pohjautuu.

Haaste: *Maanviljelijät saavat eniten tietoa mediasta, jossa keskustelu maatalouden ilmasto- ja ympäristövaikutuksista on syyllistävä ja riitaisaa.*

Tarjoo aktiivisesti taustoja, faktoja ja esimerkkejä toimittajille. Oma aktiivisuus palkitaan. Haastateltavia ja juttuvinkkejä kannattaa tarjota sekä valtakunnalliseen että paikalliseen mediaan ja lisäksi erilaisiin ammattilehtiin. Maatalousaiheita voisi käsitellä uutisten ohessa esimerkiksi ruokasivuilla ja henkilöjutuissa.

Tee mediaviestintää yhdessä muiden organisaatioiden kanssa. Yhteistyö voi tarkoittaa yhteisiä mediatilaisuuksia tai tiedotteita. Maataloustoimijat voisivat järjestää yhteisiä toimittajien koulutuspäiviä, joissa pureudutaan ajankohtaisiin kysymyksiin ja taustoitetaan niitä. Viranomaiset voivat tehdä yhteistyötä esimerkiksi tutkijoiden tai elintarviketuottajien kanssa.

Pidä huoli siitä, että viljelijän ääni kuuluu. Maatalousaiheista viestivien organisaatioiden on tehtävä kaikkensa, jotta maataloustuottajan kuva mediassa olisi nykyistä moniulotteisempi. Tarjoo juttuvinkkien yhteydessä haastateltavia, jotka edustavat erilaisia tuotantosuuntia ja tekemisen tapoja. Pidä huolta myös kokonaiskuvasta. Tarkista, että tarjoat tietoa, jossa näkyvät tutkittu tieto, asiayhteydet, tukien ja politiikan rooli sekä viljelijän näkökulma.

Piirrä realistinen aikajänne. Media keskittyy usein yksittäisten esimerkkien ja uutisten kertomiseen, ja historiallinen konteksti unohtuu. Mediassa kerrotaan harvoin, miten ajan kuluessa tehdyt parannukset ovat vaikuttaneet ympäristöön. Kerro, miten nykytilaan on päädytty, milloin tehtyjen parannusten pitäisi näkyä ympäristössä ja miten toimintaa voidaan edelleen kehittää.

Kuluttajille on kerrottava, miten ruokaa Suomessa tänään tuotetaan. Läpinäkyvä tuotantoketju alkutuotannosta alkaen vaikuttaa ostopäätöksiin. Kuluttajat kaupungeissa ovat huolestuneita ruoantuotannon päästöistä, ja heidän ostopäätöksensä vaikuttavat maatalouden kehittämiseen. Kuluttajien ja tuottajien välistä kuilua on pienennettävä ja media tarjoaa tähän luontevan areenan. Mediaviestinnän lisäksi ruoantuotantoa voi tehdä tutuksi kuluttajille ideoimalla omia viestinnällisiä avauksia. Sosiaalisessa mediassa ovat jo levinneet maataloudesta kertovat YouTube-videot ja podcastit. Vie siis viestiä myös tiedotusvälineiden ulkopuolelle, sinne, missä kuluttajat aikaansa viettävät.

Haaste: *Hankkeet tuottavat paljon tietoa, mutta niiden viestintä on sirpaleista ja lyhytjänteistä.*

Rahoittajan on vaadittava hankkeilta viestintätuotteiden määrän sijaan viestinnän vaikuttavuutta. Sen sijaan, että keskitytään kanaviin ja niiden määrään, on siirrettävä katse viestinnän vaikuttavuuteen. Vähemmän verkkosivuja, sosiaalisen median kanavia ja videoita, enemmän yhteisesti koordinoitua viestintää ja yhteisiä viestintäkanavia.

Rahoittajien täytyy tehdä keskenään yhteistyötä. Rahoittajien on tärkeää olla tietoisia siitä, mitä muissa rahoitusinstrumenteissa tapahtuu samojen teemojen parissa. Rahoittajien välinen yhteistyö ja viestintä luovat kokonaisuutena tiedon tuotannosta maataloustalalla. Rahoittaja voi tuoda hankkeita yhteen.

Hankkeiden ohjausryhmässä pitää kuulua tiedon hyödyntäjien ääni. Hyvin ja ajatuksella koottu ohjausryhmä voi tukea hankkeen viestintää ja vaikuttavuutta. Tieto saadaan käyttöön ketterästi, jos ohjausryhmässä on tiedon hyödyntäjien edustajia. Esimerkiksi maatalousaiheisissa hankkeissa ohjausryhmissä tulisi istua viljelijöitä.

Hankkeiden on tärkeää tehdä keskenään yhteistyötä. Hankkeet hyötyvät yhteistyöstä saman teeman parissa työskentelevien kanssa. Yhteistyö tekee tiedon vaihtamisen mahdolliseksi, ja samalla voidaan suunnitella yhteisiä viestinnän ulostuloja. Maaseutuverkostossa ja maaseutuohjelman rahoittamisessa alueiden viestintähankkeissa on potentiaalia hankkeita yhdistäviksi tekijöiksi.

Maatalouden ympäristö- ja ilmastoaiheet tarvitsevat yhteisen tietopankin. Tietopankin ei ole tarpeen olla uusi verkkosivu muiden joukossa. Tietoa voidaan alkaa koota systemaattisesti esimerkiksi Wikipediaan. Wikipedia on

tavoittavuudeltaan ylivoimainen verkon tietosanakirja. Väärän tiedon korjaaminen Wikipediassa on tärkeää, koska se leviää sieltä muualle helposti. Tietopankkia voisivat koota Ruokavirasto, Luke ja muut tutkijat sekä ehdottomasti viljelijät itse.

Haaste: *Tilakohtainen neuvonta ja ajankohtainen tutkimustieto eivät linkity riittävästi.*

Neuvonta kaipaa uudistamista. Tilakohtainen neuvonta on monelle tuottajalle tärkeä tiedonsaantikanava. Neuvontaa on kehitetty viime vuosina, mutta ei riittävästi. Neuvonnassa voisi esim. hyödyntää uusia digitaalisia menetelmiä, joilla kahdenväliset kohtaamiset voisi jakaa tai skaalata isommille ryhmille.

Neuvojen tietotarpeet pitää selvittää ja järjestää niiden pohjalta koulutuksia. Neuvojat ovat tiedon hakemisessa usein oman aktiivisuutensa varassa. Esimerkiksi Ruokaviraston tai ProAgrarian olisi hyvä selvittää, mistä aiheista neuvojat kaipaavat lisätietoa ja millaisia neuvonnan tarpeita viljelijöillä on. Koulutuksen pitää sisältää myös vuorovaikutus- ja johtamistaitojen harjoittelua. Viljelijäneuvojat hyötyisivät myös vertaisoppimisesta.

Tutkimuksiin on saatava maataloja mukaan. Viljelijät haluavat olla mukana kehittämässä omaa ammattiaan. Tutkimukset, joissa maanviljelijät pääsevät osaksi tiedon tuottamista, saavat tuloksensa käyttöön heti. Samalla maanviljelijät saavat kertoa, millaiselle tiedolle heillä olisi tarvetta.

Lähteet

Adger, W. Neil; Barnett, Jon; Brown, Katrina; Marshall, Nadine; O'Brien, Karen (2013): Cultural dimensions of climate change impacts and adaptation. *Nature Climate Change* 3, 112-117.

Arubuckle, Gordon J. (2013): Farmer support for extending conservation compliance beyond soil erosion: evidence from Iowa. *Journal of Soil Water Conservation* (68), 99-109.

Babu, Suresh Chandra; Glendenning, Claire; Asenso-Okyere, Kwadwo; Govindarajan, Senthil Kumar (2011): Farmers' information needs and search behaviors: Case study in Tamil Nadu, India. IFPRI.

Burton J.F., Rob (2004) Seeing Through the 'Good Farmer's' Eyes: Towards Developing an Understanding of the Social Symbolic Value of 'Productivist' Behaviour. *Sociologia Ruralis* (44) 2, 195-215.

Chong, Dennis; Druckman N., James (2007): Framing Theory. *Annual Review of Political Science* (10), 103-126.

Chryst, Breanne; Marlon, Jennifer; van der Linden, Sander; Leiserowitz, Anthony; Maibach, Edward; Roser-Renouf, Connie (2018): Global Warming's "Six Americas Short Survey": Audience Segmentation of Climate Change Views Using a Four Question Instrument. *Environmental Communication* (12) 8, 1109-1122.

Druschke, Caroline Gottschalk; Secchi, Silvia (2015): The impact of gender on agricultural conservation knowledge and attitudes in an Iowa watershed. *Journal of Soil and Water Conservation* (69) 2, 95-106.

EU Science Hub (2016): Policy labs: innovative take of public administrations for better policies. Saatavilla:
<https://ec.europa.eu/jrc/en/news/policy-labs-innovative-take-public-administrations-better-policies> (Avattu 16.4.2018)

Heikka Taneli (2018): Dialogin vuoro. Viisi teesiä päättäjille rakentavasta yhteiskunnallisesta keskustelusta. Sitran selvityksiä 129. Saatavilla:
<https://media.sitra.fi/2018/03/23120710/dialogin-vuoro1.pdf> (Avattu 16.4.2018)

Jakonen, Mikko (2017): Vastatieto: tulevaisuuden asiantuntijuutta etsimässä. Helsinki, Eduskunta. 131 s. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 1/2017.

Lähde, Ville (2018): Saako ilmastonmuutoksella pelotella? Niin & näin, 1/18.

Mutz, Diana (2011) *Population-Based Survey Experiments*. Princeton University Press.

OECD (2017), Systems Approaches to Public Sector Challenges: Working with Change. OECD Publishing, Pariisi.

Persson, Johannes; Sahlin, Nils-Eric; Wallin, Annika (2015): Climate change, values, and the cultural cognition thesis. Environmental Science & Policy (52), 1-5.

Rogers, P. S., & Hildebrandt, H. W. (1993). Competing values instruments for analyzing written and spoken management messages. Human Resource Management, 32(1), 121-142.

Tarnoczi, Tyler Joseph; Berkez, Fikret (2009): Sources of information for farmers' adaptation practices in Canada's Prairie agro-ecosystem. Climatic Change (98), 299.

The White House (2015): Executive order: Using behavioral science insights to better serve the American people. Saatavilla:
<https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2015/09/15/executiveorder-using-behavioral-science-insights-better-serve-american>. (Avattu 16.4.2018)

Liitteet

Liite 1. Organisaatiot ja mediat, joiden viestintää ja sisältöjä analysoitiin

Organisaatiot, joiden viestintää analysoitiin

Maatalouden ympäristövaikutuksiin liittyvät hankkeet:

- Järki-hanke
- Teho Plus
- VILKKU-hanke
- VILMA-hanke
- LOHKO II -hanke
- Baltic Deal
- Ravinteet kiertoon -hanke (hallituksen 2015–2019 kärkihanke)
- RavinneRenki
- Kestävä ja ilmastoystävällinen aluetason elintarvikeketju (KESTI)
- OSMO – Osaamista maan kasvukunnon hoitoon 2015–2018
- CarbonAction

Järjestöt, jotka liittyvät ympäristönsuojeluun tai viljelijän ammattiin

- Greenpeace
- Maa- ja kotitalousnaiset
- Maaseutunuoret
- Natur och Miljö -järjestö
- ProAgria
- Suomen Luonnonsuojeluliitto
- WWF

Kansalliset edunvalvontajärjestöt

- Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto (MTK ry) ja sen alaiset liitot
- Svenska lantbruksproducenternas centralförbund SLC r.f.

Ministeriöt ja virastot

- Maa- ja metsätalousministeriö
- Ympäristöministeriö
- Maaseutuvirasto (selvitys tehtiin ennen Ruokaviraston perustamista)
- Elintarviketurvallisuusvirasto Evira (selvitys tehtiin ennen Ruokaviraston perustamista)
- ELY-keskukset

Tutkimuslaitokset

- Suomen ympäristökeskus
- Luonnonvarakeskus

Verkkosivut, jotka on perustettu välittämään maanviljelijöille tietoa

- Farmit.net
- Ilmase.fi (valtakunnallisen VILLE-hankkeen ylläpitämä sivusto)
- Ilmasto-opas.fi
- Luomu.fi
- Ympäristö.fi
- Biotalous.fi

Keskustelufoorumit

- Agronet.fi
- Maatalousfoorum.fi

Maaseutuverkosto, maaseudun kehittämisohjelma ja kehittämisohjelmasta rahoitetut hankkeet

- Maaseutu.fi
- Maakaista.fi
- Uusimaaseutu.fi
- Kaakonkantri.fi
- Lounaistieto.fi

Maatalousalan yritykset

- A-Rehu
- Hankkija
- Belor Agro
- Cemagro
- K-maatalous
- Lantmännen Agro
- Tigoteam
- Yara
- Viljelijän Berner

EU:n erillisvirasto Euroopan ympäristökeskus

Neuvo2020-ympäristöneuvojat

Mediat, jotka sisällytettiin analyysiin

Ammattilehdet

- Kehittyvä elintarvike
- Käytännön maamies
- Maatilan Pellervo

Valtakunnalliset mediat ja aikakauslehdet

- Apu
- Helsingin Sanomat
- Iltalehti
- Ilta-Sanomat
- Kauppalehti
- Maaseudun tulevaisuus
- Suomen Kuvalehti
- Talouselämä
- Tekniikka & Talous
- Tekniikan maailma
- YLE Uutiset

Paikallismediat

- Aamulehti
- Etelä-Saimaa
- Etelä-Suomen Sanomat
- Hämeen Sanomat
- Ilkka
- Kainuun Sanomat
- Kaleva
- Karjalainen
- Keskipohjanmaa
- Keski-suomalainen
- Kouvolan Sanomat
- Kymen Sanomat
- Lapin Kansa
- Pohjalainen
- Satakunnan Kansa
- Savon Sanomat
- Turun Sanomat
- Vantaan Sanomat

Poliittiset puolueiden mediat

- Demokraatti
- Kansan Uutiset
- KD-lehti
- Suomenmaa
- Verkkouutiset
- Vihreä Lanka

Lisäksi analyysiin sisällytettiin pieniä kuntien, kaupunkien tai kylien medioita hakuosumien mukaan.

Liite 2. Kyselyn kysymysrunko

Kyselyn saateviesti suomeksi

Tietoa on, mutta onko siitä hyötyä maataloustuottajalle?
Kerro ajatuksesi tuottajille välitetystä ympäristötiedosta ja osallistu lahjakortin arvontaan

Monet haluavat vaikuttaa siihen, miten ruokaa tuotetaan. Tietoa on paljon, mutta onko se maataloustuottajalle hyödyllistä? Haluamme kuulla, mitä tuottajat itse ajattelevat saamastaan ympäristötiedosta ja miten sitä tulisi muuttaa.

Oletko maatalousyrittäjä? Vastaa kyselyymme osoitteessa: [linkki]. Sekä myönteiset että kriittiset ajatuksesi ovat meille erittäin arvokkaita. Kyselyyn vastaaminen vie noin 20 minuuttia ja vastaamalla voit parantaa saamasi viestinnän laatua.

Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan 150€ lahjakortti VerkkoKauppa.comiin. Vastaa kyselyyn viimeistään 11.11.2018!

Yhdessä kokeillen -hanke selvittää, miten maataloustuottajat saavat tietoa ympäristöstä ja millaista tietoa he työssään tarvitsevat. Hanke on maa- ja metsätalousministeriön rahoittama. Hankkeen toteuttavat tiede- ja asiantuntijaviestintään erikoistunut Kaskas Media ja ajatushautomo Demos Helsinki. Lisätietoja hankkeesta antaa [nimi], [sähköpostiosoite].

Yhteenveto hankkeesta suomeksi

Kyselyn tavoite on selvittää, miten saat maataloustuottajana tietoa ympäristöstä. Monet toimijat haluavat vaikuttaa siihen, miten maata viljellään ja karjaa kasvatetaan. Tietoa on paljon, mutta onko se tuottajalle hyödyllistä? Haluamme kuulla, mitä viljelijät ja karjankasvattajat itse ajattelevat saamastaan ympäristötiedosta ja miten sitä tulisi muuttaa.

Ympäristöllä ja ympäristötiedolla tarkoitetaan tässä kyselyssä teemoja kuten vesistöjen kuntoa, ravinnetehokkuutta, päästöjä ja ilmastoa. Ympäristöystävällisillä käytännöillä tarkoitetaan keinoja ja työtapoja, joilla vähennetään maatalan ravinnetai päästökuormitusta.

Kysymykset

Pakolliset kysymykset on merkitty *.

Vastaajan perustiedot

3. Syntymävuosi *

4. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies
- En halua vastata

5. Asuinpaikka *

6. Kuvaile maatilaasi: (Kerro esimerkiksi tuotantosuunta ja tilan koko hehtaareissa) *

Maataloustuottajille kohdistettu ympäristötieto

7. Kuinka aktiivisesti seuraat seuraavien organisaatioiden tai medioiden viestintää? (vaihtoehdot jokaisen organisaation tai median kohdalla: en lainkaan, vain satunnaisesti, kerran kuussa tai enemmän, kerran viikossa tai enemmän, päivittäin)

- Alueelliset tiedotushankkeet, esimerkiksi Uusimaaseutu.fi tai Kaakonkantri.fi
- Asuinkuntasi- tai kaupunkisi
- Birdlife Suomi
- ELY-keskukset
- Evira
- Farmit.net
- Greenpeace
- Ilmase.fi
- Ilmasto-opas.fi
- Kehittyvä elintarvike
- Koneviesti
- Käytännön Maamies
- Luonnonvarakeskus
- Maa- ja metsätalousministeriö
- Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry
- Maa- ja kotitalousnaiset
- Maaseudun Tulevaisuus
- Maaseutunuoret
- Maaseutuvirasto
- Maaseutu.fi
- Maatalousalan yritykset
- Maatilan Pellervo
- Paikallislehti
- ProAgria
- Suomen luonnonsuojeluliitto
- Suomen ympäristökeskus

- Tilakohtaiset ympäristöneuvojat
- WWF
- Yleisradio
- Ympäristöministeriö
- Ympäristö.fi

8. Puuttuuko listasta jokin tärkeä organisaatio, jota seuraat aktiivisesti? Jos kyllä, niin mikä?

9. Miltä organisaatioilta saat tietoa ympäristöstä, ilmastosta tai ympäristöystävällisistä käytännöistä? Valitse korkeintaan viisi tärkeintä.

- Alueelliset tiedotushankkeet, esimerkiksi Uusimaaseutu.fi tai Kaakonkantri.fi
- Asuinkuntasi- tai kaupunkisi
- Birdlife Suomi
- ELY-keskukset
- Evira
- Farmit.net
- Greenpeace
- Ilmase.fi
- Ilmasto-opas.fi
- Kehittyvä elintarvike
- Koneviesti
- Käytännön Maamies
- Luonnonvarakeskus
- Maa- ja metsätalousministeriö
- Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry
- Maa- ja kotitalousnaiset
- Maaseudun Tulevaisuus
- Maaseutunuoret
- Maaseutuvirasto
- Maaseutu.fi
- Maatalousalan yritykset
- Maatilan Pellervo
- Paikallislehti
- ProAgria
- Suomen luonnonsuojeluliitto
- Suomen ympäristökeskus
- Tilakohtaiset ympäristöneuvojat
- WWF
- Yleisradio
- Ympäristöministeriö
- Ympäristö.fi

10. Saatko työtäsi varten riittävästi tietoa ympäristöstä ja ilmastosta?

- Saan tietoa ympäristöstä liikaakin.
- Saan tarpeeksi tietoa ympäristöstä.
- Kaipaen enemmän tietoa ympäristöstä.
- En saa tietoa ympäristöstä lainkaan.

11. Mistä kanavista ja missä muodossa saat tietoa maatalouden vaikutuksesta ympäristöön ja ilmastoon tai ympäristöystävällisistä käytännöistä? Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Aihetta käsittelevät kirjat
- Ammattilehdet kuten Maatilan Pellervo tai Käytännön Maamies
- Google
- Koulutukset ja tapahtumat
- Maaseudun Tulevaisuus
- Muut eri tuotantosuuntien tuottajat
- Muut saman tuotantosuunnan tuottajat
- Paikallisuutiset
- Podcastit
- Sosiaalinen media
- Sähköpostit ja uutiskirjeet
- Tilakohtainen ympäristöneuvonta
- Valtakunnalliset uutiset
- Verkkosivut
- Videot
- Muu, mikä?

12. Jos sinun tarvitsee löytää tietoa ympäristöstä, ilmastosta tai ympäristöystävällisistä käytännöistä, mistä etsit sitä ensimmäisenä?

13. Millainen sävy maataloustuottajille tarkoitettussa ympäristöön ja ilmastoon liittyvässä viestinnässä sinun mielestäsi on? Valitse kaikki kuvaavat vaihtoehdot. (Maataloustuottajille tarkoitettua viestintää ovat esimerkiksi saamasi uutiskirjeet, mainokset, esitteet, tietopaketit, tukiohjeet, neuvonta ja koulutukset.)

- Alentuva
- Asiallinen
- Epäkäytännöllinen
- Faktapitoinen
- Hyödyllinen
- Liian yleinen
- Liian yksityiskohtainen

- Neutraali
- Syllistävä
- Tietoa välittävä
- Tylsä
- Muu, mikä?

14. Perustele edellisiä valintojasi. Onko eri tietolähteiden sävyissä eroja?

15. Mistä seuraavista ympäristöön ja ilmastoon liittyvistä teemoista saat tietoa?
Valitse viisi yleisintä teemaa.

- Kasvihuonekaasupäästöt
- Kierrätyslannoitteet
- Luomu
- Ravinnevalumat
- Uusiutuvat energiamuodot
- Ympäristö- ja ilmastopolitiikka
- Ympäristöön liittyvän tiedon soveltaminen käytännön maataloustyössä
- Muu, mikä?

16. Mistä ympäristöön ja ilmastoon liittyvistä teemoista haluaisit saada lisää tietoa? Valitse kolme sinua eniten kiinnostavaa.

- Kasvihuonekaasupäästöt
- Kierrätyslannoitteet
- Luomu
- Ravinnevalumat
- Uusiutuvat energiamuodot
- Ympäristö- ja ilmastopolitiikka
- Ympäristöön liittyvän tiedon soveltaminen käytännön maataloustyössä
- Muu, mikä?

Miten haluaisit vastaanottaa tietoa ympäristöstä?

17. Tarvitsevatko maataloustuottajat mielestäsi tietoa ympäristöstä ja ilmastosta?

- Kyllä
- Jonkin verran
- Vain hieman
- Ei

En osaa sanoa

18. Miten tietoa ympäristöstä ja ilmastosta voitaisiin mielestäsi välittää maataloustuottajille paremmin?

19. Mistä kanavista haluaisit saada nykyistä enemmän tietoa ympäristöstä ja ilmastosta?

- Aihetta käsittelevät kirjat
- Ammattilehdet kuten Maatilan Pellervo tai Käytännön Maamies
- Google
- Koulutukset ja tapahtumat
- Maaseudun Tulevaisuus
- Muut eri tuotantosuuntien tuottajat
- Muut saman tuotantosuunnan tuottajat
- Paikallisuutiset
- Podcastit
- Sosiaalinen media
- Sähköpostit ja uutiskirjeet
- Tilakohtainen ympäristöneuvonta
- Valtakunnalliset uutiset
- Verkkosivut
- Videot
- Muu, mikä?

Tiedosta pellolle

20. Onko omalla tilallasi mielestäsi parannettavia asioita ympäristön näkökulmasta? Mitkä ovat tärkeimmät asiat, joihin haluat puuttua?

21. Oletko tehnyt viimeisen kahden vuoden aikana tilallasi muutoksia tai investointeja, jotka ovat vaikuttaneet ympäristöön tai tilan päästöihin? Jos olet, niin kuvaile lyhyesti millaisia.

22. Mitkä asiat vaikuttavat päätöksiisi ympäristöystävällisistä käytännöistä? Valitse kolme tärkeintä asiaa.

- Alueen muiden viljelijöiden käytännöt
- Halu pitää huolta ympäristöstä
- Muutosten laajuus
- Muutosten vaatima aika
- Muutosten vaatima osaaminen
- Taloudelliset seikat
- Tilan perinteet

Muu, mikä?

23. Perustele edellisiä vastauksiasi.

24. Kuinka paljon ajattelet maataloudella olevan vaikutusta ympäristöön ja ilmastoon Suomessa?

- Ei lainkaan
- Vain vähän
- Jonkin verran
- Merkittävästi
- En osaa sanoa

25. Kuinka tärkeitä ympäristöön ja ilmastoon liittyvät asiat ovat sinulle henkilökohtaisesti?

- Eivät lainkaan tärkeitä
- Eivät kovin tärkeitä
- Jokseenkin tärkeitä
- Tärkeitä
- Erittäin tärkeitä

26. Kuinka huolissasi olet maatalouden vaikutuksista ympäristöön ja ilmastoon Suomessa?

- En ole lainkaan huolissani
- En ole kovin huolissani
- Olen jokseenkin huolissani
- Olen erittäin huolissani

27. Kuinka paljon luulet ilmastonmuutoksen vaikuttavan sinuun ja elinkeinoosi?

- Ei lainkaan
- Vain vähän
- Jonkin verran
- Merkittävästi
- En osaa sanoa

28. Miten paljon arvioit ilmastonmuutoksen vaikuttavan maatalouteen tulevaisuudessa?

- Ei lainkaan
- Vain vähän
- Jonkin verran
- Merkittävästi

En osaa sanoa

29. Miten paljon arvioit ilmastonmuutoksen vaikuttavan elämään Suomessa tulevaisuudessa?

- Ei lainkaan
 Vain vähän
 Jonkin verran
 Merkittävästi
 En osaa sanoa

Kyselyn saateviesti ruotsiksi

Information finns, men är den lantbrukarna till nytta? Dela med dig av dina tankar om den miljöinformation som förmedlas till producenterna och delta i utlottningen av ett gåvokort

Projektet Yhdessä kokeillen utreder hur miljöinformation förmedlas till lantbruksproducenterna och vilken information som gynnar yrkesgruppen.

Många aktörer vill påverka boskapshållningen och hur jorden brukas. Det finns gott om information, men är den till nytta för jordbrukarna? Vi vill höra vad producenterna själva tankar om miljöinformationen som riktas till dem och hur den borde ändras.

Är du jordbruksidkare? Svara på vår enkät på adressen [link]. Både positiva och negativa åsikter är mycket värdefulla för oss. Det tar cirka 20–30 minuter att svara på enkäten.

Bland alla svarande lottas det ett gåvokort till Verkkokauppa.com, värt 150 euro. Besvara enkäten senast 11.11.2018!

Projektet finansieras av jord- och skogsbruksministeriet. Arbetet genomförs av Kaskas Media, en mediebyrå för vetenskaps- och expertkommunikation, och tankesmedjan Demos Helsinki. För ytterligare information, kontakta [namn], [e-postaddress].

Yhteenveto hankkeesta ruotsiksi

Målet med enkäten är att utreda hur du som jordbrukare får information om din miljö. Många aktörer vill påverka boskapshållningen och hur jorden brukas. Det finns en uppsjö av information, men är den till nytta för jordbrukarna? Vi vill höra vad producenterna själva tänker om den miljöinformation som riktas till dem och hur den borde ändras.

Med miljö och miljöinformation avses i den här enkäten teman som vattendragens skick, näringseffektivitet, utsläpp och klimatet. Miljövänlig praxis syftar på olika metoder och arbetssätt för att minska på gårdars närings- och utsläppsbelastning.

Bland alla svarande lottas det ett gåvokort till Verkkokauppa.com, värt 150 euro. Det är frivilligt att svara på enkäten.

Besvara enkäten senast 11.11.2018!

Kysymykset ruotsiksi

Svarandes grunduppgifter

1. Födelseår *

2. Kön *

- Kvinna
- Man
- Vill ej svara

3. Bostadsort *

4. Beskriv din gård: (Du kan exempelvis uppge produktionsinriktning och gårdens storlek i hektar) *

Miljöinformation som riktas till jordbrukare

5. Hur aktivt följer du med följande organisationer eller medier (till exempel webbplatser, nyhetsbrev, sociala medier)? (Inte alls, Bara sporadiskt, En gång om månaden eller oftare, En gång i veckan eller oftare. Dagligen)

- Regionala informationsprojekt, så som Nylandsbygd.fi eller Kaakonkantri.fi
- Birdlife Finland
- Din bostadsort eller -stad
- NTM-centralerna
- Evira
- Farmit.net
- Greenpeace
- Ilmase.fi
- Klimatguiden.fi
- Kehittyvä elintarvike
- Koneviesti
- Käytännön Maamies
- Naturresursinstitutet

- Jord- och skogsbruksministeriet
- Centralförbundet för lant- och skogsbruksproducenter MTK
- Maa- ja kotitalousnaiset (/Lantbruks- och hushållskvinnorna)
- Maaseudun tulevaisuus
- Maaseutunuoret (/Unga producenterna)
- Landsbygdsverket
- Landsbygd.fi
- Lantbruksföretag (t.ex. Yara)
- Maatilan Pellervo
- Lokaltidningar
- ProAgria
- Finlands naturskyddsförbund
- Finlands miljöcentral
- Gårdarnas miljörådgivare
- WWF
- Rundradion
- Miljöministeriet
- Miljo.fi

6. Finns det någon organisation, som du aktivt följer, som fattas på listan? Om ja, vilken?

7. Vilka organisationer ger dig information om miljön, klimatet och miljövänlig praxis? Välj högst fem viktigaste.

- Regionala informationsprojekt, så som Nylandsbygd.fi eller Kaakonkantri.fi
- Birdlife Finland
- Din bostadsort eller -stad
- NTM-centralerna
- Evira
- Farmit.net
- Greenpeace
- Ilmase.fi
- Klimatguiden.fi
- Kehittyvä elintarvike
- Koneviesti
- Käytännön Maamies
- Naturresursinstitutet
- Jord- och skogsbruksministeriet
- Centralförbundet för lant- och skogsbruksproducenter MTK
- Maa- ja kotitalousnaiset (/Lantbruks- och hushållskvinnorna)
- Maaseudun tulevaisuus
- Maaseutunuoret (/Unga producenterna)
- Landsbygdsverket
- Landsbygd.fi
- Lantbruksföretag (t.ex. Yara)

- Maatilan Pellervo
- Lokaltidningar
- ProAgria
- Finlands naturskyddsförbund
- Finlands miljöcentral
- Gårdarnas miljörådgivare
- WWF
- Rundradion
- Miljöministeriet
- Miljo.fi

8. Anser du att du får tillräckligt med information om miljön och klimatet med tanke på ditt jobb?

- Jag får väl mycket information om miljön.
- Jag får tillräckligt med information om miljön.
- Jag önskar att jag fick mer information om miljön.
- Jag får ingen information om miljön.

9. Via vilka kanaler och i vilken form får du information om jordbrukets inverkan på miljön och klimatet, eller om miljövänlig praxis? Välj alla lämpliga alternativ.

- Böcker om ämnet
- Branschtidningar som Maatilan Pellervo eller Käytännön Maamies
- Google
- Utbildningar och evenemang
- Maaseudun Tulevaisuus
- Producenter inom andra produktionsinriktningar
- Producenter inom samma produktionsinriktning
- Lokalnyheter
- Podcasts
- Sociala medier
- E-mail och nyhetsbrev
- Gårdsvisa miljörådgivare
- Riksnyheter
- Webbsidor
- Videor
- Något annat, vad?

10. Om du behöver information om miljön, klimatet eller miljövänlig praxis, var söker du först?

11. Hurdant är tonfallet den kommunikation som anknyter sig till miljö och klimat och riktas till lantbruksproducenter? Välj alla beskrivande alternativ. (Med kommunikation som riktas till lantbruksproducenter avses nyhetsbrev, reklam, broschyrer, informationspaket, anvisningar, rådgivning och utbildningar.)

- Nedvärderande
- Saklig
- Opraktisk
- Faktabetonad
- Nyttig
- Alltför generell
- Alltför detaljerad
- Neutral
- Skuldbeläggande
- Informationsförmedlande
- Tråkig
- Något annat, vad?

12. Motivera dina val. Finns det skillnad mellan olika informationskällor när det gäller tonfallet?

13. Vilka teman i anknytning till miljö och klimat får du mest information om? Välj fem vanligaste.

- Växthusgasutsläpp
- Återvunnen gödsel
- Ekologisk produktion
- Näringsläckage
- Förnybara energiformer
- Miljö- och klimatpolitik
- Att tillämpa miljöinformation i det praktiska jordbruksarbetet
- Något annat, vad?

14. Vilka teman i anknytning till miljö och klimat önskar du få mer information om? Välj tre som intresserar dig mest.

- Växthusgasutsläpp
- Återvunnen gödsel
- Ekologisk produktion
- Näringsläckage
- Förnybara energiformer

- Miljö- och klimatpolitik
- Att tillämpa miljöinformation i det praktiska jordbruksarbetet
- Något annat, vad?

På vilket sätt skulle du vilja ta del av information om miljön?

15. Anser du att lantbruksproducenterna behöver information om miljön och klimatet?

- Ja
- Till en del
- Bara lite
- Nej
- Har ingen åsikt

16. Hur anser du att man bättre kunde förmedla information om miljö och klimat till lantbruksproducenter?

17. Från vilka kanaler önskar du få mer information om miljö och klimat? Välj högst fem effektivaste kanaler.

- Böcker om ämnet
- Branschtidningar som Maatilan Pellervo eller Käytännön Maamies
- Google
- Utbildningar och evenemang
- Maaseudun Tulevaisuus
- Producenter inom andra produktionsinriktningar
- Producenter inom samma produktionsinriktning
- Lokalnyheter
- Podcasts
- Sociala medier
- E-mail och nyhetsbrev
- Gårdsvisa miljörådgivare
- Riksnyheter
- Websidor
- Videor
- Något annat, vad?

Från information till praxis på åkern

18. Finns det saker på din gård som kunde förbättras ur miljösynvinkel? Vilka är de viktigaste faktorerna som du vill påverka?

19. Har du under de två senaste åren gjort ändringar eller investeringar på din gård, som påverkat miljön eller gårdens utsläpp? Om ja, beskriv kort vilka ändringar du gjort.
20. Vilka faktorer påverkar dina beslut om miljövänlig praxis? Välj tre viktigaste faktorer.
- Praxis hos andra lantbrukare i regionen
 - Viljan att ta hand om miljön
 - Omfattningen av ändringarna
 - Den tid som krävs att genomföra ändringarna
 - Den kunskap som krävs för att genomföra ändringar
 - Ekonomiska faktorer
 - Gårdens traditioner
 - Något annat, vad?

21. Motivera dina föregående svar.

Klimat- och miljöattityder

22. Hur stor inverkan anser du att jordbruket har på Finlands miljö och klimat?
- Ingen alls
 - Marginell inverkan
 - Påverkar delvis
 - Betydande inverkan
 - Har ingen åsikt
23. Hur viktiga är miljö- och klimatfrågor för dig personligen?
- Inte alls viktiga
 - Inte särdeles viktiga
 - Rätt viktiga
 - Viktiga
 - Mycket viktiga
24. Hur oroad är du över jordbrukets inverkan på miljön och klimatet i Finland?
- Inte alls oroad
 - Inte särdeles oroad
 - Någorlunda oroad
 - Mycket oroad
25. Hur stor inverkan tror du att klimatförändringen har på dig och din försörjning?

- Ingen alls
- Bara liten
- En del inverkan
- Betydande inverkan
- Har ingen åsikt

26. Hur stor inverkan tror du att klimatförändringen har på jordbruket i framtiden?

- Ingen alls
- Bara liten
- En del inverkan
- Betydande inverkan
- Har ingen åsikt

27. Hur mycket tror du att klimatförändringen påverkar livet i Finland i framtiden?

- Ingen alls
- Bara liten
- En del inverkan
- Betydande inverkan
- Har ingen åsikt

Liite 3. Haastatteluiden kysymysrunko

Haastattelut tehtiin puolistrukturoidusti. Kysymysrunko toimi pohjana kaikille haastatteluille, mutta sekä haastattelija että haastateltava pystyivät syventämään teemojen käsittelyä niin halutessaan.

Haastattelukutsu

Tietoa on, mutta onko siitä maataloustuottajalle hyötyä? Kerro näkemyksesi tuottajille välitetystä ympäristötiedosta

Yhdessä kokeillen -hanke etsii maanviljelijöitä ja karjankasvattajia haastateltavaksi. Maa- ja metsätalousministeriön rahoittamassa hankkeessa selvitetään, miten maataloustuottajat saavat tietoa ympäristöstä ja millaista tietoa he työssään tarvitsevat.

Monet toimijat haluavat vaikuttaa siihen, miten maata viljellään ja karjaa kasvatetaan. Tietoa on paljon, mutta onko se maataloustuottajalle hyödyllistä? Haluamme kuulla, mitä tuottajat itse ajattelevat saamastaan ympäristötiedosta ja miten sitä tulisi muuttaa.

Etsimme hankkeeseen viljelijöitä ja karjankasvattajia haastateltavaksi. Sekä myönteiset että kriittiset ajatukset ovat meille erittäin arvokkaita. Haastattelut tehdään puhelimitse, ja niihin kannattaa varata aikaa noin tunnin verran.

Ilmoittaudu mukaan sähköpostilla osoitteeseen [osoite]. Kerro viestissä lyhyesti, missä asut ja millaista maataloustoimintaa tilallasi harjoitetaan.

Yhteenveto hankkeesta

Haastattelussa ympäristötiedolla ja ympäristöasioilla viitataan teemoihin kuten vesistöjen kuntoon, ravinnetehokkuuteen, päästöihin ja ilmastoon. Haastateltava saa tuoda ilmi myös muita ympäristöteemoja, jotka ovat keskeisiä hänen tilallaan.

Maataloustuottajalle kohdistetulla ympäristöviestinnällä tarkoitetaan sellaisia sähköposteja, uutiskirjeitä, mainoslehtisiä, esitteitä, tapahtumia, koulutuksia, neuvontaa ja tietopaketteja, jotka käsittelevät maatalouden ympäristövaikutuksia.

Kysymykset

Viljelijän profiili ja taustatiedot

1. Kerro ikäsi, kotipaikkakuntasi ja sukupuolesi.
2. Kerro työstäsi: mitä tuotantosuuntaa edustat ja millainen tilasi on? Kuinka kauan olet toiminut ammatissa? Oletko luomu- vai perinteinen viljelijä?

Ympäristötiedon virta

3. Kuvaile vapaasti, mistä saat tietoa maatalouden vaikutuksista ympäristöön ja ilmastoon tai ympäristöystävällisistä käytännöistä?
4. Jos sinun tarvitsee löytää tietoa ympäristöstä, ilmastosta tai ympäristöystävällisistä käytännöistä, mistä etsit sitä ensimmäisenä?
5. Mistä ympäristöön liittyvistä teemoista saat eniten tietoa?
6. Mistä teemoista saat tietoa liian vähän?
7. Millainen sävy maataloustuottajille kohdistetussa ympäristöviestinnässä sinun mielestäsi on? (Maataloustuottajille kohdistettua viestintää ovat esimerkiksi saamasi uutiskirjeet, mainokset, esitteet, tietopakettit, tukiohjeet, neuvonta ja koulutukset.) Kerro esimerkkejä.
8. Miten maataloustuottajat näkyvät mielestäsi mediassa?
9. Miten tietoa ympäristöstä ja ilmastosta voitaisiin mielestäsi välittää maanviljelijöille paremmin?
10. Millainen viestintä ei ainakaan toimi? Kerro esimerkkejä.

Ympäristö- ja ilmastoasenteet

11. Kuinka tärkeitä ympäristöön ja ilmastoon liittyvät asiat ovat sinulle henkilökohtaisesti?
12. Kuinka huolissasi olet maatalouden vaikutuksista ympäristöön ja ilmastoon Suomessa?
13. Onko omalla tilallasi mielestäsi parannettavia asioita ympäristön näkökulmasta? Mitkä ovat tärkeimmät asiat, joihin haluat puuttua?
14. Oletko tehnyt viimeisen kahden vuoden tilallasi muutoksia, jotka ovat parantaneet ympäristön tilaa tai vähentäneet päästöjä? Jos olet, niin kuvaile lyhyesti millaisia.
15. Jos investoit tai laajennat, millaiset asiat vaikuttavat päätöksiisi?
16. Jotain muuta, mitä haluaisit vielä sanoa?

Liite 4. Kokeilun kysymysrunko ja eri tekstiversiot

Sähköpostin saateteksti:

Hyvä maatalouden harjoittaja,

maatalouden vaikutuksista ympäristöön puhutaan tänä päivänä paljon, ja monet haluavat vaikuttaa siihen, miten maata viljellään. Olemme kiinnostuneita siitä, minkälaisia ajatuksia sinulla maatalouden harjoittajana on asiasta. Toivomme sinun vastaavan lyhyeen ympäristö- ja ilmastoaiheiseen kyselyyn, joka löytyy alla olevasta linkistä. Kysely on osa Maa- ja metsätalousministeriön rahoittamaa Yhdessä kokeillen -tutkimus- ja selvityshanketta maataloustuottajien saamasta ympäristötiedosta. Kokeilullisen kyselyn avulla selvitetään osaltaan sitä, kuinka hyvin ympäristötieto vaikuttaa.

Vastaamisessa menee noin kymmenen minuuttia. Kaikkien vastaajien kesken arvotaan 900 euron arvoinen kameralla varustettu drone eli lennokki (DJI Mavic Pro Platinum) sekä kaksi tablet-tietokonetta (Samsung Galaxy Tab A 10.1"). Kysely on avoinna 31.7.2019 saakka. Kiitämme sinua jo etukäteen vastauksesta! Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti eikä yksittäisiä vastauksia pystytä tunnistamaan jälkikäteen.

Mikäli mieleesi nousee kyselyyn tai tutkimushankkeeseen liittyviä kysymyksiä, ole yhteydessä osoitteeseen kysely@mmm.fi. Kyselyn toteutuksesta vastaa Demos Helsinki, Lari Hokkanen.

Kyselyn saateteksti (Qualtrics-palvelussa):

Tämä tutkimus selvittää, minkälaisia ajatuksia sinulla maataloustuottajana on maatalouden vaikutuksista ympäristöön ja ilmastoon.

Kysely on osa Maa- ja metsätalousministeriön rahoittamaa Yhdessä kokeillen -tutkimus- ja selvityshanketta maataloustuottajien saamasta ympäristötiedosta. Koko hankkeen tulosten pohjalta työstetään viestinnän toimitusosuudet niille tahoille, jotka tuottavat ympäristötietoa maataloustuottajille. Näin sinä voit tulevaisuudessa saada hyödyllisempää ja helpommin sovellettavaa tietoa työtäsi varten. Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti eikä yksittäisiä vastauksia pystytä tunnistamaan jälkikäteen.

Lomakkeen rauhalliseen täyttämiseen menee noin 10 minuuttia. Vastauksesi on arvokas, joten lämpimät kiitokset osallistumisesta!

Q2: Vastaathan seuraaviin väitteisiin. Mielestäni hyvä maataloudenharjoittaja on sellainen, joka (Asteikko: täysin samaa mieltä - jokseenkin samaa mieltä - ei samaa eikä eri mieltä - jokseenkin eri mieltä - täysin eri mieltä):

Kokee, että hänen omien maidensa läpi virtaavien vesistöjen kunto on osaltaan myös hänen vastuullaan.

Minimoi maan eroosiota ja maaperän laadun heikkenemistä.

Huolehtii sekä tuottavuudesta että ympäristöhaittojen vähentämisestä.

Asettaa pitkän aikavälin ympäristönsuojelulliset tavoitteet lyhyen aikavälin voittojen tavoittelun edelle.

Selvittää kasvinsuojeluaineiden, antibioottien tai erilaisten lannoitteiden ympäristövaikutuksia ennen käyttöönottoa.

Ottaa vastuuta oman tuotantonsa sosiaalisista ja ekologisista vaikutuksista ympäröivään luontoon ja vesistöihin.

Toimii erittäin tehokkaalla ja tuottavalla tavalla.

Käyttää uusimpia ja tuotannollisesti tehokkaimpia laitteita ja koneita.

Hyödyntää uusinta tuotantoteknologiaa ja kemiallista osaamista.

Tuottaa paljon taloudellista voittoa tuotantoyksikköä kohden.

Suhtautuu tuotantoon kilpailullisesti.

Maksimoi saadut taloudelliset hyödyt kuten esimerkiksi maataloustuet.

Pitää huolta, että tuotannossa vaalitaan ja noudatetaan perinteitä ja säilytetään tila ja maat mahdollisimman muuttumattomana seuraaville sukupolville. (Tätä ei ole alkuperäisessä.)

Q3 Kerro halutessasi oma näkemyksesi siitä, millainen on hyvä maataloudenharjoittaja. (vapaa kenttä)

Q4 Vastaathan seuraaviin ilmastonmuutokseen liittyviin väitteisiin. Asteikko: täysin samaa mieltä - jokseenkin samaa mieltä - ei samaa eikä eri mieltä - jokseenkin eri mieltä - täysin eri mieltä. (Q5-Q8 SASSY.):

Q5 Ilmastonmuutos on minulle henkilökohtaisesti tärkeä asia.

Q6 Olen huolissani ilmastonmuutoksesta.

Q7 Ilmastonmuutos tulee aiheuttamaan minulle haittoja.

Q8 Ilmastonmuutos vahingoittaa tulevien sukupolvien elämää.

Q9 Ilmastonmuutos on ihmisten toiminnan seurausta.

Q10 Voin vaikuttaa ilmastonmuutokseen omilla teoillani.

Q 11 Lue seuraavaksi huolellisesti alla oleva teksti ja vastaa jatkokysymyksiin:

1) Tyhjä kontrolli - ei mitään

2) Toteava:

Maatalouden vaikutuksista ympäristöön puhutaan nykyään paljon. Yksi tärkeä teema keskustelussa on ilmastonmuutos, jolla tulee olemaan moninaisia vaikutuksia maatalouden toimintaolosuhteisiin myös Suomessa. Muun muassa sään vaihtelevuus sekä ääri-ilmiöt, kuten kuivuus ja rankkasateet, tulevat tutkimusten mukaan lisääntymään. Erilaiset riskit, kuten kasvintuhooja- ja eroosioriskit, kasvavat. Elinkeinojen harjoittaminen voi muuttua hankalaksi tai epävarmaksi.

Ilmastonmuutosta aiheuttaa kasvihuonekaasupäästöjen, kuten hiilidioksidin, lisääntyminen ilmakehässä, mikä johtaa maapallon lämpötilan kohoamiseen ja ilmasto-olojen muutokseen. Ilmakehään vapautetuneen hiilen määrää mitataan hiilijalanjäljellä. Ruoantuotanto on merkittävä päästölähde suomalaisten hiilijalanjäljessä.

Maataloudesta peräisin olevat päästöt muodostavat jopa viidenneksen kasvihuonekaasupäästöistä. Tilastokeskuksen mukaan maatalouden suhteellinen osuus päästöistä ei näytä pienentyneen viime vuosikymmeninä. Koko Suomen kasvihuonekaasupäästöt ovat puolestaan pienentyneet hieman viime vuosina, kun erityisesti fossiilisten polttoaineiden käyttöä on vähennetty ja liikenteen biopolttoaineita lisätty.

Maatalous nojaa fossiiliseen energiaan esimerkiksi maatalouskoneiden käytössä. Karjan ruoansulatus ja lanta sekä lannoitteiden käyttö ovat myös haitallisia ilmastolle. Maatalous tuottaa erityisesti metaania ja dityppioksidia, jotka hiilidioksidin tavoin lämmittävät ilmakehää. Pellon raivaaminen ja tietyt viljelytoimet, kuten avokesannointi, vapauttavat hiilidioksidia ilmakehään. Maatalouden tulisikin monipuolisoin toimenpitein siirtyä kohti entistä kestävämpää tuotantoa.

3) Kevyesti positiivinen:

Maatalouden vaikutuksista ympäristöön ja ilmastoon puhutaan tänä päivänä paljon. On selvää, että ilmastonmuutoksella tulee olemaan vaikutuksia myös maatalouden toimintaolosuhteisiin Suomessa. Esimerkiksi sään ääri-ilmiöt, kuten kuivuus ja rankkasateet, tulevat lisääntymään.

Kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia tekemään ympäristöystävällisiä kulutusvalintoja. Useat kotimaiset maataloustuottajat ovat vastanneet tähän kehitykseen tuottamalla markkinoille lähi- ja luomuruokaa. He ovat lähteneet myös rohkeasti mukaan erilaisiin hankkeisiin, tutkimuksiin ja kokeiluihin: maataloudessa luodaan urauurtavia innovaatioita esimerkiksi kasvihuoneviljelyssä, viherlannoitteissa, hiilensidonnassa, kestävässä viljelyssä ja ravinteiden kierrättämisessä. Innovaatiot vahvistavat maatalouden tuottajien kykyä pärjätä ilmastonmuutoksen aiheuttamia haasteita vastaan.

Energia- ja kuljetussektorin ohella ruoantuotanto on merkittävä päästölähde suomalaisten hiilijalanjäljessä. Maatalous nojaa fossiiliseen energiaan esimerkiksi maatalouskoneiden käytössä. Karjan ruoansulatus ja lanta sekä lannoitteiden käyttö ovat myös haitallisia ilmastolle. Maatalous tuottaakin erityisesti metaania ja dityppioksidia, jotka hiilidioksidin tavoin lämmittävät ilmakehää. Pellon raivaaminen ja tietyt viljelytoimet, kuten avokesannointi, vapauttavat hiilidioksidia ilmakehään.

Monet maatalouden tuottajat panostavat jo nyt ympäristöystävällisiin toimiin, ja merkittävä osa heistä hakee myös ympäristötukia. Lisäksi maataloustuottajat noudattavat Suomen ympäristölainsäädäntöä tunnollisesti. Esimerkit kertovat valmiudesta ja tahdosta panostaa ympäristöön, mistä on perusteltua olla tyytyväinen. Sama potentiaali piilee myös maatalouden ilmastotoimissa. Koko ruokaketjun yhteistyö ja monipuoliset toimenpiteet mahdollistavat maatalouden siirtymisen kohti entistä kestävämpää tuotantoa.

4) Vahvasti positiivinen:

Maatalouden ympäristövaikutuksista puhutaan tänä päivänä paljon. Suomalaiset maataloustuottajat tekevät paljon työtä luonnon ja ympäristön eteen. Maataloudella on tärkeä rooli ilmastotyössä, sillä metsät ja maaperä sitovat runsaasti hiiltä ja niillä on huomattava potentiaali hillitä erilaisia ympäristövaikutuksia.

Monet kotimaiset tuottajat ovat lähteneet rohkeasti mukaan erilaisiin hankkeisiin, tutkimuksiin ja kokeiluihin. Maataloudessa esimerkiksi luodaan urauurtavia innovaatioita kasvihuoneviljelyssä, viherlannoitteissa, hiilensidonnassa ja kestävässä viljelyssä sekä ravinteiden kierrättämisessä. Innovaatiot vahvistavat maatalouden tuottajien kykyä pärjätä ilmastonmuutoksen aiheuttamia haasteita vastaan sekä hillitä sitä. Hyvin

hoidetut resurssit ovat kestävästi tuottavia sekä eettisiä, olivat ne sitten peltoja, tuotantoeläimiä tai metsää. Maataloustuottajat noudattavat Suomen ympäristölainsäädäntöä tunnollisesti ja suurin osa tuottajista teki vuonna 2015 ympäristötukia varten viisivuotisen ympäristösitoumuksen. Muun muassa nämä esimerkit osoittavat, että tuottajilla on valmiuksia ja tahtoa panostaa ympäristöön ja ilmastoon.

Myös kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia tuotteiden ympäristöystävällisyydestä ja luonnonmukaisuudesta. Kuljetuspäästöjä minimoiva, lähellä tuotettu, puhdas kotimainen ruoka on monelle suomalaiselle kuluttajalle tärkeä arvovalinta. Useat kotimaiset maataloustuottajat ovat vastanneet tähän kehitykseen tuottamalla markkinoille tuoretta lähiruokaa sekä siirtymällä luomutuotantoon.

Koko ruokaketjun yhteistyö ja monipuoliset toimenpiteet mahdollistavat maatalouden siirtymisen kohti entistä kestävämpää tuotantoa. Keinoit ilmastonmuutoksen torjumiseksi ovat moninaiset, jolloin pienilläkin teoilla voi olla kertautuessaan paljon merkitystä. Ilmaston ja ympäristön eteen tehtävästä työstä on perusteltua olla tyytyväinen.

Q12 Aion tehdä toimintaani seuraavan vuoden aikana muutoksia, jotka voisivat parantaa ympäristön tilaa tai torjua ilmastonmuutosta. (1: Erittäin vahvasti samaa mieltä - 10: Erittäin vahvasti eri mieltä)

Q13 Minun tulisi kiinnittää enemmän huomiota siihen, millaisia ympäristöystävällisiä käytäntöjä voisin toteuttaa omalla tilallani. (1: Erittäin vahvasti samaa mieltä - 10: Erittäin vahvasti eri mieltä)

Q14 Äsken lukemani teksti oli mielestäni hyvä. (1: Erittäin vahvasti samaa mieltä - 10: Erittäin vahvasti eri mieltä)

Q15 Haluaisitko saada lukemasi tekstin tyylistä tietoa jatkossa? (1: Erittäin vahvasti samaa mieltä - 10: Erittäin vahvasti eri mieltä)

Q16 Olisiko sinusta tärkeää tehdä maatalouteen kohdistuvia välittömiä poliittisia päätöksiä, jotka tähtäävät ympäristön ja ilmaston tilan paranemiseen?

Q17 Ympäristöystävällisten käytäntöjen omaksuminen vaatii aikaa ja vaivaa. Millaista tukea tai resursseja kaipaisit uusien käytäntöjen omaksumiseen? (vapaa kenttä)

Q18 Seuraavaksi esitämme muutamia taustakysymyksiä:

Q19 Syntymävuosi (2003 - 1918)

Q20 Sukupuoli

Mies

Nainen

Muu

En halua vastata

Q21 Elämänvaihe

Yksin asuva

Kaksin puolison kanssa

Lapsiperhe

Muu

Q22 Kunta (kaikki kunnat valikossa)

Q23 Postinumero (vapaa kenttä)

Q24 Mikä on ensisijainen tuotannonalasi?

Valitse

Kasvintuotanto

Puutarhatalous

Kasvipohjaiset ei- elintarviketuotteet rehu, sekatilat, elintarvikkeiden jatkojalostus

Maitokarjatila

Siipikarjatila

Sikakarjatila

Turkistarhaus

Hevostalous

Lammas tai vuohikarjatila

Poronhoito

Muut eläinpohjaiset tilat

Eläinpohjaiset ei-elintarviketuotteet

Energiantuotanto (mm. bioenergia)

Puutavaran jatkojalostus

Matkailuala

Hoito- ja hoiva-ala

Palveluala (päätoimisena, mm. urakointi)

Muu

Q25 Mikä on toiseksi tärkein tuotannonalasi? (samat kuin edellä)

Q26 Mikä on kolmanneksi tärkein tuotannonalasi? (samat kuin edellä)

Q27 Kuinka suuri osa tuotannostasi on luomua? Pyöristä lähimpään kymmenykseen.

- 0%
- 10 %
- 20 %
- 30%
- 40%
- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100%

Q28 Koulutusaste

- Ei koulutusta
- Peruskoulu kesken
- Peruskoulu
- Toinen aste
- Alempi korkeakoulututkinto
- Ylempi korkeakoulututkinto
- Jatkokoulutettava
- Lisensiaatti
- Tohtori

Q29 Kuinka monta vuotta olet harjoittanut maataloutta?

- 0-4
- 5-9
- 10-14
- 15-19

20-24

25-29

30-34

35-39

40-44

45-49

50-54

55-59

60-64

65+

Q30 Löytyykö tilallesi tulevaisuudessa jatkajaa?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

Asia ei ole ajankohtainen (esim. sukupolven vaihdos on juuri tehty)

Q31 Oletko tuotannon koon ja laajuuden osalta:

Pientuottaja

Keskisuuri tuottaja

Suurtuottaja

En osaa sanoa

Q32 Miten kuvailisit taloudellista tilannettasi?

Toimeentuloni on erinomainen

Toimeentuloni on melko hyvä

Pärjään, kun teen osto- ja muut päätökset harkiten

Joudun ajoittain tinkimään menoista

Joudun tinkimään kaikesta

Q32 Miten kuvailisit taloudellista tilannettasi?

Toimeentuloni on erinomainen

Toimeentuloni on melko hyvä

Pärjään, kun teen osto- ja muut päätökset harkiten

Joudun ajoittain tinkimään menoista

Joudun tinkimään kaikesta

Q34 Oletko tehnyt viimeisen kahden vuoden aikana tilallasi muutoksia tai investointeja, jotka ovat vaikuttaneet positiivisesti ympäristöön tai luontoon?

Kyllä

En

En osaa sanoa

Q35 Lisäkommentteja kyselyyn tai selventäviä tietoja annettuihin vastauksiin.
(vapaa kenttä)

Q36 Kirjoita alle sähköpostiosoitteesi Drone-lennokin ja tabletin arvontaa varten.

Q37 Vapaaehtoinen puhelinnumero arvontaa varten (mikäli voittajaa ei tavoiteta sähköpostitse)

Q39 Kiitos vastauksista!

Liite 5. Kokeilun tarkat tulokset

Analyysit, koodit ja alkuperäiset datat, kuten mallien vertailut eri aikomusten sisällä ja subjektiivisten arvioiden testaukset, löytyvät osf.io -sivustolta nimellä MATO (suurin osa analyysistä tiedostoista DEMOS-mato.Rmd/docx). Eksploratiivisia analyyseja tullaan jatkamaan mm. muiden taustamuuttujien osalta tutkimusartikkelissa.

Muuttujien selitykset:

KonditioB_tyhja = tyhjä versio, ei tekstiä
KonditioC_kevyt.treatment = kevyesti positiivinen versio
KonditioD_vahva.treatment = vahvasti positiivinen versio
Fic_totalZ = identiteettipatteriston “ympäristösuuntautunut” osuus
Fip_total = identiteettipatteriston “tuottavuussuuntautunut” osuus
sassy_totalZ = ilmastonmuutosriski
age = ikä
gender = sukupuoli

Faktorianalyysi identiteettipatteristosta:

```
Factor Analysis using method = ml  
Call: fa(r = select(fd, one_of("Fic_1", "Fic_2", "Fic_3", "Fic_4",  
"Fic_5", "Fic_6", "Fic_7", "Fip_8", "Fip_9", "Fip_10", "Fip_11",  
"Fip_12", "Fip_13")), nfactors = 2, rotate = "varimax", fm = "ml")
```

Standardized loadings (pattern matrix) based upon correlation matrix

	item	ML1	ML2	h2	u2	com
Fic_3	3	0.76		0.58	0.42	1.0
Fic_4	4	0.74		0.57	0.43	1.1
Fic_2	2	0.74		0.55	0.45	1.0
Fic_7	7	0.73		0.53	0.47	1.0
Fic_1	1	0.67		0.44	0.56	1.0
Fic_5	5	0.65		0.43	0.57	1.0
Fic_6	6	0.61		0.37	0.63	1.0
Fip_11	11		0.78	0.62	0.38	1.0
Fip_12	12		0.72	0.53	0.47	1.0
Fip_8	8		0.67	0.45	0.55	1.0
Fip_10	10		0.66	0.46	0.54	1.1
Fip_9	9		0.64	0.43	0.57	1.0
Fip_13	13		0.54	0.29	0.71	1.0

	ML1	ML2
SS loadings	3.48	2.76
Proportion Var	0.27	0.21
Cumulative Var	0.27	0.48
Proportion Explained	0.56	0.44

Cumulative Proportion 0.56 1.00

Cronbachin alfa SASSY:sta:

Reliability analysis

Call: psych::alpha(x = SASSY)

```
raw_alpha std.alpha G6(smc) average_r S/N ase mean sd median_r
  0.89      0.89      0.87      0.67  8 0.0048  3.7 0.9      0.66
```

```
lower alpha upper      95% confidence boundaries
0.88  0.89  0.9
```

Kuvailevat tiedot aikomuksia mittaavista muuttujista:

Konditio / versio	Keskiarvo (SD)	Keskiarvo (SD)
	<i>Toiminta-aikomus</i>	<i>Huomio ratkaisuihin</i>
Toteava	6.618834 (2.13752)	6.977578 (2.049815)
Tyhjä	6.744966 (2.068375)	6.741611 (2.097862)
Kevyesti positiivinen	6.676393 (2.042448)	6.748011 (1.938593)
Vahvasti positiivinen	6.744409 (2.045596)	6.607029 (2.035474)

Lineaarinen malli toimintaintentiosta.

Call:

```
lm(formula = Intention_to_act ~ Konditio + FIc_totalZ + FIp_total +
    sassy_totalZ + Konditio:sassy_totalZ, data = fd)
```

Residuals:

```
      Min       1Q   Median       3Q      Max
-6.3858 -0.9966  0.1062  1.1645  5.9483
```

Coefficients:

```

              Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)      6.77477    0.23379  28.978 < 2e-16
***
KonditioB_tyhja    0.21746    0.13143   1.655  0.09824 .
KonditioC_kevyt.treatment 0.21723    0.12325   1.762  0.07821 .
```



```

KonditioD_vahva.treatment      0.17973    0.12936    1.389    0.16495
FIC_totalZ                      0.47219    0.05122    9.219    < 2e-16
***
FIp_total                       -0.12481    0.11684   -1.068    0.28562
sassy_totalZ                    1.01182    0.08958   11.295    < 2e-16
***
KonditioB_tyhja:sassy_totalZ   -0.10780    0.13406   -0.804    0.42147
KonditioC_kevyt.treatment:sassy_totalZ -0.39745    0.12091   -3.287    0.00104 **
KonditioD_vahva.treatment:sassy_totalZ -0.20798    0.13434   -1.548    0.12181
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
    
```

Residual standard error: 1.753 on 1424 degrees of freedom
 Multiple R-squared: 0.2923, Adjusted R-squared: 0.2878
 F-statistic: 65.34 on 9 and 1424 DF, p-value: < 2.2e-16

Lineaarinen malli aikomuksesta etsiä uusia ratkaisuja.

```

Call:
lm(formula = Intention_to_seach_new_solutions ~ Konditio + FIC_totalZ +
    FIp_total + sassy_totalZ + Konditio:sassy_totalZ, data = fd)
    
```

```

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-7.6223 -0.9322  0.1757  1.1363  5.8185
    
```

```

Coefficients:
                Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)         7.18556    0.22299  32.224 < 2e-16
***
KonditioB_tyhja     -0.14655    0.12536  -1.169  0.24257
KonditioC_kevyt.treatment -0.05565    0.11756  -0.473  0.63604
KonditioD_vahva.treatment -0.32070    0.12339  -2.599  0.00944 **
FIC_totalZ          0.38140    0.04885   7.807 1.13e-14
***
FIp_total           -0.15261    0.11144  -1.369  0.17108
sassy_totalZ        1.11420    0.08544  13.041 < 2e-16
***
KonditioB_tyhja:sassy_totalZ -0.27032    0.12786  -2.114  0.03468 *
KonditioC_kevyt.treatment:sassy_totalZ -0.33131    0.11532  -2.873  0.00413 **
KonditioD_vahva.treatment:sassy_totalZ -0.13088    0.12813  -1.021  0.30720
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
    
```

Residual standard error: 1.672 on 1424 degrees of freedom
 Multiple R-squared: 0.3265, Adjusted R-squared: 0.3223
 F-statistic: 76.71 on 9 and 1424 DF, p-value: < 2.2e-16

Lineaarinen malli yhdistetyistä aikomuksista.

Call:

```
lm(formula = IntentionToChange ~ Konditio + FIc_totalZ + FIp_total +  
    sassy_totalZ + Konditio:sassy_totalZ + gender + age, data = fd)
```

Residuals:

```
      Min       1Q   Median       3Q      Max  
-6.2882 -0.8129  0.1316  1.0097  5.5266
```

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	7.1463382	0.6073701	11.766	< 2e-16

KonditioB_tyhja	0.0388460	0.1152947	0.337	0.736221
KonditioC_kevyt.treatment	0.0882622	0.1081080	0.816	0.414394
KonditioD_vahva.treatment	-0.0799118	0.1135972	-0.703	0.481881
FIc_totalZ	0.4297748	0.0453410	9.479	< 2e-16

FIp_total	-0.1280426	0.1034399	-1.238	0.215979
sassy_totalZ	1.0572701	0.0789250	13.396	< 2e-16

genderMies	-0.1477147	0.5485566	-0.269	0.787754
genderMuu	-0.3070630	1.6354445	-0.188	0.851096
genderNainen	-0.0681953	0.5572067	-0.122	0.902609
age	-0.0009776	0.0036549	-0.267	0.789139
KonditioB_tyhja:sassy_totalZ	-0.1924759	0.1176715	-1.636	0.102123
KonditioC_kevyt.treatment:sassy_totalZ	-0.3595583	0.1061005	-3.389	0.000721

KonditioD_vahva.treatment:sassy_totalZ	-0.1645688	0.1181768	-1.393	0.163970

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 1.534 on 1417 degrees of freedom

(3 observations deleted due to missingness)

Multiple R-squared: 0.3568, Adjusted R-squared: 0.3509

F-statistic: 60.48 on 13 and 1417 DF, p-value: < 2.2e-16