

Suosituksset maanviljelijöille kohdistettuun ympäristö- ja ilmastoviestintään

YHDESSÄ KOKEILLEN -SELVITYSHANKKEEN TULOKSET



HAASTE

Tietoa on vaikeaa soveltaa omalla maatilalla, koska viestintää ei kohdenneta erilaisille tuottajille ja tieto on kehnosti lähteytettyä.

Selvitä kohderyhmän tarpeet. Älä osoita viestiäsi kaikille maanviljelijöille, vaan mieti hyötykö viestistäsi naudanlihan tuottaja vai härkäpapuviljelijä. 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 houkuttelevuus 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 lähteistösi ja siitä, mihin faktoihin näkökulmasi pohjautuu.



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 ProAgrian 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 maatalojoja 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.

Yhdessä kokeillen -hanke selvitti, miten maanviljelijät saavat tietoa ympäristöstä ja ilmastosta ja miten he soveltavat tietoa käytännössä omassa työssään. Hanke oli maa- ja metsätalousministeriön rahoittama, ja sen toteuttivat yhdessä viestintätoimisto Kaskas Media ja ajatushautomo Demos Helsinki vuosina 2018–2019.



HAASTE

Maanviljelijät saavat eniten tietoa mediasta, jossa keskustelu maatalouden ilmasto- ja ympäristövaikutuksista on syylisävää 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. Tarjota juttuvinkkien yhteydessä haastateltavia, jotka edustavat erilaisia tuotantosuosuntia ja tekemisen tapoja. Pidä huolta myös kokonaiskuvasta. Tarkista, että tarjotut tiedot, 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 vievät.



HAASTE

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

Rahoittajan on vaadittava viestinnän määrän sijaan sen 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 kokonaiskuvaa 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 maatalousaiheissa 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 yhdistäväksi tekijöiksi.

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

