

**TEOLLISUUSLAITOKSEN EKOLOGINEN
JULKISUUSKUVA**

**Ympäristökeskeinen haastattelututkimus Rautaruukki Raahen
Steelin ulkoisten sidosryhmien tehtaaseen liittämistä mielikuvista**

**JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
Humanistinen tiedekunta
Viestintätieteiden laitos
Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma
23.1.1998**

Päivi Tervonen

TIIVISTELMÄ

Tämän tutkielman tavoitteena oli selvittää Rautaruukki Raahen Steelin julki-suuskuvan erityisesti ympäristöasioiden osalta. Raahen Steelin ympäristö-imagolla on laajalti merkitystä, sillä tehdas on lähialueensa talouden ja työllisyyden kannalta elintärkeä ja samalla suurin yksittäinen ilmansaastuttaja Pohjois-Pohjanmaalla. Tärkeimpiä tutkimuskysymyksiä olivat: 1) Mitä mielikuvia tehtaalla ulkoisilla sidosryhmillä on Raahen Steelistä yleisellä tasolla? 2) Minkälaisia ekologisia mielikuvia eri sidosryhmillä on? 3) Miten Raahen Steelin ympäristöviestinnän tavoitteet ovat toteutuneet suhteessa tehtaasta oleviin mielikuviiin? Päämenetelmänä olivat teemahaastattelut, joihin valittiin yhteensä 42 haastateltavaa. Heistä pääosa oli raahelaisia, mutta mukaan valittiin myös vertailuryhmiä muualta Suomesta. Haastatteluaineiston tueksi haastateltaville jaettiin kyselylomake, jonka tilastollisessa analyysissä ei ilmennyt merkittäviä eroja haastateltavien taustatietojen suhteen. Sitoutuminen tehtaaseen sen sijaan vaikutti mielikuvan laatuun. Positiivisimmat mielikuvat tehtaasta olivat henkilökohtaisessa kontaktissa tehtaaseen olleilla, negatiivisimmat tai neutraalit ulkopaikkakuntalaisilla tai niillä, joilla oli vain välillisiä kontakteja tehtaaseen. Keskimäärin mielikuvien laatu oli hyvä; 3.61 asteikolla yhdestä viiteen. Yhtenä haastattelumenetelmänä olleessa personifikaatiossa tehdas kuvattiin kuitenkin yleisimmin keski-ikäiseksi, nuhjuiseksi, persoonattomaksi, hitaaksi ja konservatiiviseksi suomalaiseksi mieheksi, vaikkakin mieheksi parhaassa iässään. Tehtaalla ympäristöviestintä puolestaan koettiin rehelliseksi ja jokseenkin avoimeksi, mutta riittävän aktiivisena sitä ei pidetty, mikä kuitenkin on yksi tehtaalla tavoitteista. Yllättävää olikin, kuinka vähän ympäristöasiat tuloksissa esiin, vaikka haastattelukysymyksissä niitä painotettiin. Mielikuvat tehtaalla ympäristöasioista eivät siis olleet kovin vahvoja vaan tehtaaseen liitettiin pikemminkin sen tuotannolliseen toimintaan liittyviä mielikuvia. Ympäristöasiat koettiin kuitenkin tärkeiksi ja niistä haluttiin tietää enemmän. Jatkossa mielikuviiin voidaan vaikuttaa panostamalla enemmän ympäristöviestintään. Julki-suuskuvan muuttumista voidaan tutkia säännöllisellä seurannalla tekemällä esimerkiksi kyselylomaketutkimuksia, joiden suunnittelussa voidaan käyttää hyväksi tämän tutkielman haastatteluissa esille tulleita asioita.

Asiasanat: imago, mielikuva, sidosryhmä, ympäristö, laatujohtaminen, ympäristöjohtaminen

Tiedekunta HUMANISTINEN		Laitos Viestintätieteiden laitos	
Tekijä Tervonen Päivi Maarit		Työn valvoja Professori Jaakko Lehtonen	
Työn nimi TEOLLISUUSLAITOKSEN EKOLOGINEN JULKISUUSKUVA. Ympäristökeskeinen haastattelututkimus Rautaruukki Raahe Steelin ulkoisten sidosryhmien tehtaaseen liittämistä mielikuvista.			
Oppiaine Yhteisöviestintä	Työn laji Pro gradu -tutkielma	Aika Tammikuu 1998	Sivumäärä 118 + 25
<p>Abstract</p> <p>The aim of this study was to carry out research on the public image of the Rautaruukki Raahe Steel focusing on environmental issues. As being a biggest steel works unit in Nordic countries studying the ecological image of Raahe Steel has far-reaching interest; the factory is all-important to the employment and economy of it's surroundings while it is also the most remarkable air pollutant in Northern Finland. This thesis proposes the following research questions: 1) What are the images of the Raahe Steel Works among external stakeholders in general? 2) What kind of ecological images exist among different stakeholders? 3) How have the goals of environmental communication of the Raahe Steel been fulfilled with regard to images towards the factory? The main method used in this thesis was half-structured interviews in which 42 interviewees were chosen. The interviewees were mainly from Raahe, but there were also included control groups from elsewhere in Finland. As support to the qualitative analysis of the results interviewees were given a questionnaire which was analysed quantitatively. There were no differences between the interviewees as to their background information, but the amount of personal contacts had an influence on images. The most positive images of the Raahe Steel were among interviewees who had been personally related to the steel factory; the most negative or neutral images among people outside Raahe or among those who had only indirect contacts with the factory. On the average images were positive; 3.61 on the scale from one to five. However, in personification which was one of the methods used in interviews, Raahe Steel was usually described as middle-aged, shabby, impersonal, slow and conservative Finnish man, although as a man at his best age. The environmental communication of the steel factory was seen as honest and somewhat undisguised, but not active enough which was one of the Raahe Steel's own aims in communication. Surprising in this study was, how little environmental issues came out of the results although the interview questions were focused on them. Images towards the environmental issues of the Raahe Steel were not thereby strong, but the factory was rather seen through its productional activities. Anyhow, the environmental issues were seen important and more information about them was wanted. In the future, the images of the Raahe Steel can be influenced by increasing the amount of environmental communication. Development of the public image of the factory can be followed regularly, for instance, by questionnaires on foundation of this thesis.</p>			
Asiasanat - Keywords image, stakeholder, public, environment, quality management, environmental management			
Säilytyspaikka Tourulan kirjasto			

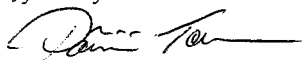
ESIPUHE

Tämän tutkielman aineisto on kerätty keväällä 1995, jolloin Rautaruukki Raabe Steel hyväksyi ehdotukseni tehdä heille ympäristöimagotutkimus opinnäytetyönä Jyväskylän yliopistoon. Tutkimustuloksista luovutettiin Raabe Steelille loppuraportti saman vuoden elokuussa, jolloin tulokset myös julkaistiin Raabe Steelin järjestämässä tiedotustilaisuudessa. Haastattelututkimuksena tehty selvitys katsottiin tärkeäksi, sillä ulkoiset vaatimukset teollisuuden ympäristöhoitoa kohtaan ovat selvästi lisääntyneet viime vuosina.

Ympäristöviestintä on erittäin tärkeä ja ajankohtainen viestinnän osa-alue, jossa on paljon työsarkaa vielä jäljellä. Yrityskuvatutkimusten näkökulma on tavallisesti keskittynyt yritysten rahavirtoihin liittyviin sidosryhmiin; tutkimusta ympäristöviestinnästä ja -markkinoinnista tarvitaan lisää. Tämän tutkielman tekeminen opetti minua ajattelemaan luonnonympäristöä yhtenä yrityksen sidosryhmänä. Ennenkaikkea se herätti kiinnostukseni ympäristöasioita kohtaan, minkä vuoksi halusin syventää tietojani ympäristötieteiden opinnoilla sekä työharjoittelulla YK:n ympäristöohjelmassa ennen opinnäytetyöni viimeistelyä. Tutkimustulosten nopea käsittely ja raportointi yritykselle oli kuitenkin tarpeen, jotta yritys kykeni vastaamaan talouselämän ja ympäristön tuomiin haasteisiin mahdollisimman aikaisessa vaiheessa.

Lämpimät kiitokseni haluan lausua Rautaruukki Raabe Steelin henkilökunnalle sekä Raahen kaupungin ympäristövastaaville, joista moni osallistui tämän tutkielman suunnitteluvaiheeseen. Erityisen kiitollinen olen työni valvojalle, Raabe Steelin viestintäpäällikkö Kirsti Hintikalle, jonka kanssa oli ilo tehdä yhteistyötä ja jolta sain aina tarvittaessa tukea, sekä tehdaspalvelujohtaja Vesa Pihlajalle, joka kokemuksellaan avartsi näkemystäni ympäristöasioiden hallitsemisesta.

Jyväskylässä 16.1.1998



Päivi Tervonen

SISÄLLYS

ABSTRACT

TIIVISTELMÄ

ESIPUHE

1 JOHDANTO	1
2 MIELIKUVAT JA NIIDEN TUTKIMINEN	6
2.1 Julkisuuskuvan käsite	6
2.2 Yrityskuva ja ympäristönsuojelu aiempien tutkimusten valossa	9
2.3 Mielikuvien vaikutusvalta	12
2.4 Mielikuviin vaikuttaminen	14
2.6 Julkisuuskuvan tutkiminen	18
2.6.1 Yritys ja sen ympäristöt	20
2.6.2 Ympäristöviestintä ja viestinnän mallit	26
2.6.3 Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusnäkökulma	29
2.6.3.1 Tutkimuksen objektiivisuus	30
2.6.3.2 Menetelmien luonne ja käyttötapoja	32
2.6.3.3 Haastattelu tutkimusmenetelmänä	37
2.7 Tutkimustehtävä	39
2.7.1 Yrityksen esittely	39
2.7.2 Tutkielman tavoitteet	41
2.7.3 Tutkielmassa käytetyt menetelmät	43
2.7.4 Toteutus ja haastateltavat	47
3 TUTKIMUSTULOKSET	50
3.1 Mielikuvien keskimääräinen laatu	50
3.1.1 Kyselylomakkeen tilastollinen analyysi	50
3.1.2 Ryhmien väliset erot	52
3.1.3 Personifikaation avulla selvitetty mielikuvat	54
3.1.4 Eläinanalogan avulla selvitetty mielikuvat	62
3.2 Mielikuvat tehtaan ympäristöviestinnästä ja ympäristövaikutuksista	68
3.2.1 Ympäristöviestintä	68
3.2.2 Tehtaan ympäristöongelmat	73
3.2.3 Tehtaan vastuu ympäristöasioissa	80

3.2.4 Tehtaan vaikutus asumiseen	84
3.2.5 Tehtaan ympäristöongelmien vakavuus kansainvälisellä tasolla	89
3.2.6 Tulevaisuuden skenaario	92
3.3 Mielikuvat tehtaan tuotannollisesta toiminnasta ja työympäristöstä	95
4 RAUTARUUKKI RAAHE STEELIN EKOLOGINEN JULKISUUSKUVA	103
5 KESKUSTELU	108
KIRJALLISUUS	112
LIITE 1 Haastattelurunko	
LIITE 2 Kyselylomake	
LIITE 3 Kyselylomakkeen keskiarvojakauma	
LIITE 4 Haastateltavien keskiarvot ja taustatiedot	
LIITE 5 Faktoreiden reliabiliteetti	
LIITE 6 Klustereiden varianssianalyysi	
LIITE 7 Dendrogrammi	
LIITE 8 Kyselylomakkeen vastausprosentit	

1 JOHDANTO

Ympäristöekologia tutkii ihmistoiminnan välitöntä ja välillistä vaikutusta eliöiden määriin ja alueelliseen jakautumiseen (Vuorisalo 1993, 8). On tarpeellista sisällyttää ihminen toimintoineen ekologisiin järjestelmiin ja tutkia hänen sekä elävän ja elottoman ympäristön välistä vuorovaikutusta. Samoin kiinnostavaa on ihmisten ja ihmisryhmien välisten suhteiden tutkimus eli sosiologia sekä energian ja hyödykkeiden käyttöekonomia. (Erat 1994, 54). Tämän tutkielman otsakkeessa käytetty käsite "ekologinen julkisuuskuva" tarkoittaa tässä työssä ympäristöasioihin keskittyvää julkisuuskuva eli imagoa. Yrityksen julkisuuskuva voidaan tutkia selvittämällä ihmisten mielikuvia yrityksestä. Mielikuvat ovat ihmisten mielissä, mutta Bernsteinin (1985, 233) mukaan ne ovat vaikutusvaltaisia. Yritys on hänen mukaansa sitä, mitä ihmiset tuntevat ja uskovat sen omien tietojensa mukaan olevan, millä voi olla vaikutusta asenteisiin ja sitä kautta käyttäytymiseen. Imago-termiä on Kotlerin (1975, 130) mukaan käytetty vaihtelevissa merkityksissä jo 1950-luvulta asti ja imagotutkimusta tehty erityisesti taloustieteiden parissa jo pitkään. Ympäristöasioihin keskittyvää imago-tutkimusta ei kuitenkaan juuri löydy. Siitä tarvitaankin enemmän kokemusta, sillä ihmisten kiinnostus ja vaatimukset ympäristönsuojelua kohtaan ovat selvästi lisääntyneet viime vuosina (ks. esim. Lappalainen 1991, 60).

Tämän tutkielman tavoitteena oli selvittää Rautaruukki Raahe Steelin tiettyjen ulkoisten sidosryhmien mielikuvia siitä, minkälainen vaikutus teollisuuslaitoksella on luonnonympäristöönsä sekä muuhun ympäröivään yhteiskuntaan. Tutkielmassa ei keskitytä mielikuvien muodostumisen vaikutusprosesseihin tai siihen, miten tehdas todellisuudessa vaikuttaa ympäristöönsä vaan päätavoitteena oli selvittää minkälaisia *mielikuvia* haastateltavilla on Raahe Steelistä. Raahan terästehtaan ympäristöimagon selvittämisellä on laajalti merkitystä, sillä tehdas on lähialueensa kuntien talouden ja työllisyyden kannalta elintärkeä ja samalla suurin yksittäinen ilmansaastuttaja Pohjois-Pohjanmaalla. Raahe

Steelin imagolla voi siten olla vaikutusta Raahen kaupungin ja sen lähiympäristöjen imagoille ja päinvastoin. Sitä ei tässä tutkielmassa kuitenkaan tarkemmin selvitetä muuten kuin kysymällä vaikuttaako terästehdas halukkuuteen asua Raahen tienoolla. Tärkeimpiä tutkimuskysymyksiä olivat: 1) Mitä mielikuvia tehtaan ulkoisilla sidosryhmillä on Raahen Steelistä yleisellä tasolla? 2) Minkälaisia ekologisia mielikuvia eri sidosryhmillä on? 3) Miten Raahen Steelin ympäristöviestinnän tavoitteet ovat toteutuneet suhteessa tehtaasta oleviin mielikuviin? Työssä keskityttiin tiettyjen Raahen Steelin ulkoisten sidosryhmien mielikuvien selvittämiseen, koska esimerkiksi tehtaan henkilöstön mielikuvia tehtaan ympäristöasioista oli jo aiemmin tutkittu (ks. esim. Pikkarainen 1995 ja Holopainen 1994). Pikkaraisen tutkimustulosten mukaan Raahen terästehtaan henkilöstö on sitä mieltä, että tehtaan tiedotusta ja avoimuutta ympäristöasioiden suhteen oli lisätty, mutta jotkut kokivat kuitenkin jääneensä ilman ympäristötietoutta tai suhtautuivat annettuun tietoon epäillen. Tämän tutkielman tuloksia verrattiin sekä henkilöstön mielikuviin tehtaasta että muiden suomalaisten ympäristöasenteita mittaavien tutkimusten (ks. esim. Suhonen 1994) tuloksiin. Raahen Steelin ulkoisista sidosryhmistä haastateltaviksi valittiin yrityksen kanssa käydyissä neuvotteluissa tärkeiksi koettuja *ympäristö-asiiantuntijoita* (vesistöjen-, ilman- ja maaperän saastumiseen erikoistuneita tutkijoita), *toimittajia* (ympäristötoimittajia paikallisista ja valtakunnallisista sanomalehdistä, televisiosta ja radiosta), *ympäristövaikuttajia* (esim. luonnontieteiden opettajia, kunnanvaltuutettuja, nuorison neuvontatyöntekijä ja kalastusseuran toiminnasta vastaava henkilö), *luonnonsuojelijoita* (eri järjestöjen, kuten Greenpeacen toiminnanjohtajia) sekä *kansalaisia* (lähialueen asukkaita ja opiskelijoita).

Ympäristökysymykset osaksi laatujohtamista

Tämän vuosisadan viimeisellä neljänneksellä yhteiskuntamme on muuttunut teollisesta jälkiteolliseksi. Kun teollinen yhteiskunta keskittyi pääasiassa hyvinvoinnin luomiseen teknologian laajentumisen myötä, niin jälkiteollisen yhteiskunnan huolena ovat olleet teollistumisen aiheuttamat teknologiset ja ympäristön riskit. Modernisaation riskit ovat lisääntyneet väestönkasvun, teollisuuden

saasteiden ja ympäristön turmeltumisen takia sekä instituutioiden puutteesta hallita riskejä. Ihmiset kokevat riskien negatiiviset vaikutukset hyvin näkyvästi elämänlaadussaan ympäri maailman. Organisaatioissa puhutaan *ekologisesta turmeluksesta*. Yhteiskunta ja julkinen keskustelu ovat luoneet paineita radikaleille muutoksille yrityksissä. Tarvitaan johtamistapa, joka painottuu keskeisesti teknologisiin ja ympäristön riskeihin, joita ei pidetä ulkonaisina vaan olennaisina osina johtamisen ongelmaa. (Shrivastava 1995). Esimerkiksi amerikkalaisyritysten pääasiallisena ongelmana eivät nykyään ole väliaikaiset taloudelliset laskusuhdanteet vaan pikemminkin se, että yritykset ovat vanhanaikaisia kohtaamaan tämän päivän ja huomisen haasteita. Perinteiset yrityksen toiminnat ovat riittämättömiä vastaamaan sellaisiin ympäristön tuomiin haasteisiin, kuten kriisijohtamiseen, kiistanalaisten kysymysten hallintaan ('issues management'), globaaliin kilpailuun, kokonaisvaltaiseen laatujohtamiseen, vaatimukseen luonnon suojelemisesta ('environmentalism') sekä erilaisiin eettisiin ongelmiin. (Mitroff 1994).

Ympäristökysymykset ovat vasta viime vuosina tulleet tärkeäksi osaksi laatujohtamista ja niistä on ollut runsaasti julkista keskustelua. Aiemmin laatua tavoiteltiin tarkastamalla lopullinen tuote ja korjaamalla sitten virheet. Nykyään laadun määrittävät asiakkaan odotukset; tuotteiden ja palvelujen laatua rakennetaan alusta asti ja laatujohtaminen on erottamaton osa yrityksen muuta strategista johtamista. (ks. esim. Beam 1994). Kotlerin (1997, 54) määritelmän mukaan organisaation kokonaisvaltainen laatujohtaminen tarkoittaa koko organisaation laajuista jatkuvaa laadun parantamista kaikissa organisaatioon liittyvissä prosesseissa, tuotteissa ja palveluissa. Kansainvälisen kauppakamarin (ICC) peruskirjassa on julkaistu vuonna 1991 kuusitoista ympäristöjohtamisen periaatetta (ks. Linnanen et al. 1994, 80) kestävän kehityksen aikaansaamiseksi. Periaatteissa korostetaan ympäristönäkökohtien huomioimista osana yrityksen strategista johtamista. Näihin periaatteisiin myös Rautaruukki-konserni on sitoutunut (ks. Sivonen 1995).

Ympäristönsuojelua edistettiin pitkään hallinnon ja lainsäädännön keinoin. Näillä keinoin onkin saavutettu hyviä tuloksia: päästöt ilmaan ja vesiin ovat vähentyneet selvästi. Yrityksissä on viime vuosina rakennettu erilaisia laatujärjestelmiä tuotannon tehostamiseksi ja tuotteiden laadun parantamiseksi. Nyt rakennetaan *ympäristöjärjestelmiä*, jotka ovat hyvin pitkälle analogisia laatujärjestelmien kanssa. Erona niissä on selvä sitoutuminen ympäristönsuojelun jatkuvan tason parantamiseen. Tämä edellyttää toimintaan, tuotteisiin ja palveluihin liittyvien ympäristönäkökohtien tunnistamista ja niiden merkittävyyden arvioimista. Tarkoituksena on edistää vapaaehtoista ympäristönsuojelua. Ympäristönsuojelussa siirrytään siis vähitellen päästöjen käsittelystä päästöjen syntyyn ehkäisemiseen. (Välikylä 1996). Ympäristövaikutuksen arvioinnissa kaikki aspektit tuotteen elinkaaren ajalta on arvioitava jalostusvaiheesta valmistukseen ja lopulta tuotteen hävittämiseen asti. Esimerkiksi materiaaleilla voi olla merkittävä vaikutus yrityksen 'ympäristö-performanssiin' kuten energian kulutukseen, päästöjen syntyyn sekä jätehuoltoon. (Lenel & Smith 1990, ks. myös Lenel 1992, IISI Policy statement ja Life cycle assessment 1996). Teräksen elinkaari on pitkä ja keskustelua siitä, onko teräs "vihreä materiaali" vai ei, on käyty paljon. Muun muassa teräksen kierrätettävyyden on suuri, mutta sen valmistusprosesseissa syntyy edelleen paljon haitallisia päästöjä ilmaan. (ks. esim. Szekely 1996, Arponen 1996, Karjalahti 1992, 1996). Puunjalostusteollisuuden tapaan myös terästeollisuuden on ollut alistuminen siihen, että koko tuotantoketjun raaka-aineista aina lopputuotteisiin asti on oltava ekologisesti kestävä (Tapio 1997).

Ympäristönhallintajärjestelmät tukevat ympäristöjohtamista. Ympäristöjohtamisen tavoitteena on soveltaa tarkoituksenmukaisesti ja taloudellisesti parasta saatavilla olevaa tekniikkaa ja kehittää tuotteita ja tuotantoa askel askeleelta ympäristöystävällisempään suuntaan. (Lähtenmäki 1995, 7, ks. myös ISO 14001 - ympäristöjärjestelmä 1997). Raahe Steelkin on rakentanut ympäristöasioiden hallintajärjestelmää parin viime vuoden ajan eurooppalaisen ja kansainvälisen standardin mukaiseksi ja saanut äskettäin ulkopuolisen arvioijan hyväksynnän järjestelmälleen (ks. Teräs kestää tulevaisuuden 1996). Järjestelmä on

liitetty kiinteäksi osaksi yrityksessä olevaa ISO 9001 -laatujärjestelmää. Ympäristöasioiden hallintajärjestelmä koostuu ympäristöpolitiikasta ja -päämääristä, organisaatiosta ja henkilöstöstä, ympäristövaikutusten arvioinnista, ympäristörekisteristä ja -säännöksistä, ympäristönsuojelutavoitteista, auditoinneista eli riippumattomista arvioinneista sekä johdon katselmuksesta (Ympäristökatsaus 1995). Ympäristöjärjestelmien sisäänajo teollisuuslaitoksiin ei ole kuitenkaan sujunut ihan kivuttomasti. Esimerkiksi Euroopan Unionin EMAS-asetus ('Eco-Management and Audit Scheme') kohtasi alkuvaiheessaan suurta vastustusta teollisuuden parissa. Erityisesti kooltaan pienemmissä yrityksissä asetuksen koettiin aiheuttavan turhaa byrokratiaa ja myös päällekkäisyyttä valmisteilla olevan kansainvälisen ISO-ympäristöstandardin kanssa. (Paasikivi et al. 1994, 10). Ympäristöimagon tutkiminen onkin mielekästä ja tärkeää ensinnäkin teollisuudessa vallitsevien ristiriitaisten käsitysten vuoksi ja toisekseen siksi, että ympäristönsuojelua pidetään muun muassa suomalaisten asenteita luotaavien tutkimusten mukaan (Lappalainen 1991, 60) varsin yksimielisesti tärkeänä ja osana teollisuuden laatujohtamista.

2 MIELIKUVAT JA NIIDEN TUTKIMINEN

2.1 Julkisuuskuvan käsite

Imago-termiä on käytetty yleisesti jo 1950-luvulta lähtien. Termiä käytetään vaihtelevissa konteksteissa, kuten puhuttaessa organisaation tai yrityksen imagosta, valtion imagosta ('national image'), tavaramerkin imagosta ('brand image'), julkisuuskuvasta ('public image'), minäkuvasta jne. *Imago*-sanan laaja käyttö on myös sumentanut sanan merkitystä. On helpompi sanoa mitä imago ei ole kuin määrittää mitä se on. (Kotler 1975, 130). Termin epätarkkuuden takia esimerkiksi Grunig (1992, 33) käyttää asiayhteydestä riippuen imagoon viittavia, mutta täsmällisempiä termejä *maine* ('reputation'), *havainto* ('perception') ja *arvostelu* ('evaluation'). Suomen kielessä termit tuntuvat kuitenkin imagon tavoin epäselviltä, joten jatkossa tässä työssä käytetäänkin termejä *imago* ja *mielikuva* synonyymeinä, kun niiden merkitys on ensin selvitetty.

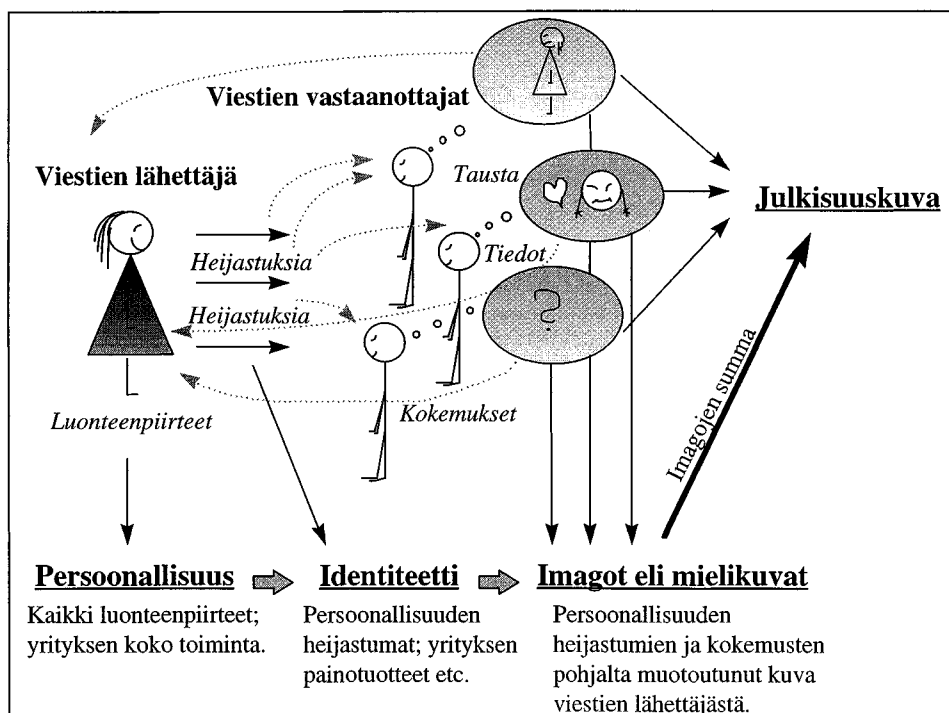
Rope ja Vahvaselän (1992) mukaan *imago* on jonkin henkilön subjektiivinen käsitys jostakin asiasta ja muodostuu ihmisen tietojen, kokemusten, asenteiden ja tuntemusten summasta tarkasteltavaa asiaa kohtaan. Kotler (1975, 131) puolestaan tekee selvän eron asenteiden ja imagon välille. Hänen mukaansa kahdella ihmisellä voi olla samanlainen mielikuva samasta kohteesta, mutta heidän asenteensa sitä kohtaan voivat olla erilaiset. Asenne on kohteeseen suuntautunut mielenlaatu, johon sisältyy kognitiivisia (tiedollisia, tajunnan sisältöön liittyviä¹), affektiivisia (tunnepitoisia) ja behavioristisia (käyttäytymiseen liittyviä) komponentteja. Imagot puolestaan ovat pääasiassa perseptiivisiä (aistimuksellisia, havainnollisia) ja kognitiivisia; niiltä puuttuvat affektiiviset ja behavioristiset puolet. Stereotypiasta, joka myöskin orientoituu kohteeseen kognitiivisesti, *imago* eroaa siten, että stereotypia viittaa laajasti otettavaan

imagoon, mikä on vääristynyt ja liiaksi yksinkertaistettu ja kantaa myönteistä tai kielteistä asennetta kohteesta. Imago on henkilökohtaisempi käsitys kohteesta ja voi vaihdella suuresti eri ihmisillä. Imago on siis uskomusten, ajatusten ja vaikutelmien summa, joka henkilöllä on jostakin kohteesta. Ihmisten uskomukset, ajatukset ja vaikutelmat johtuvat puolestaan taustasta, tarpeista ja aikaisemmista kokemuksista, jonka vuoksi ihmisten mielikuvat kohteesta vaihtelevat. (Kotler 1975, 131).

Yrityskuvatutkimuksen avaintermiä kuten imago, identiteetti, persoonallisuus, olemus ('character') ja vaikutelma käytetään Bernsteinin (1985) mukaan umpimähkäisesti, vaihtoehtoisesti, vaikka jokaisella termillä on oma erillinen merkityksensä. Bernstein (1985, 24) hahmottaa psykologian teorioista yrityskuvatutkimukseen lainattujen termien merkityksen helppotajuisesti yksilötasolla: Jokaisella ihmisellä on *persoonallisuus*, joka on yksilön kaikkien luonteenpiirteiden summa. Luonteenpiirteet - behavioristiset ja intellektuelliset - erottavat yksilön toisesta. Sitä, miten yksilö heijastaa persoonallisuuttaan joko tietoisesti (esim. vaatteillaan) tai tiedostamatta (esim. pituudellaan), Bernstein kutsuu yksilön *identiteetiksi*. Identiteetti antaa informaation, jonka avulla vastaanottaja määrittelee lähettäjän persoonallisuuden. Yksilön heijastamista vihjeistä vastaanottajalle muotoutunutta vaikutelmaa Bernstein kutsuu *imagoksi* (ks. kuva 1). Ranta ja Törnroos (1993) selventävät identiteetin käsitettä vielä siten, että identiteetillä tarkoitetaan kaikkia niitä tapoja, joilla organisaatio tai sen jäsen liittyy yleisöön. Identiteetti eroaa heidän mukaansa imagosta siten, että identiteetti liittyy lähettäjän ja imago vastaanottajan havaintoihin. Oleellista on, että yritys voi itse luoda identiteetin näkyvät elementit, joista vastaanottajalle syntyy mielikuva yrityksestä (Rope & Vahvaselkä, 1992). Yrityskuvan selvittämisessä on tärkeää tehdä selvä ero edellä mainittujen käsitteiden välille. Persoonallisuus on siis sitä, mitä yritys todellisuudessa on kaikkine toimintoineen ja visuaalisine ilmeineen. Identiteetti puolestaan muodostuu niistä persoonallisuuden heijastuksista, jotka havainnoija kykenee näkemään, kuulemaan tai muuten aistimaan. Heijastukset eivät välttämättä kuvasta koko totuutta eli persoonallisuutta,

¹ Kaikki termien merkitykset ovat Nykysuomen sivistyssanakirjasta (ks. tarkemmin kirjallisuusluettelo).

vaikka niihin voidaankin pyrkiä vaikuttamaan, jotta ne vastaisivat totuutta mahdollisimman pitkälle. Imagoa ei niin ikään voida pitää synonyyminä heijastusten eli identiteetin kanssa, sillä imago voi muodostua vain osasta heijastuksia ja lisäksi havainnoijan muusta taustatiedosta yhteensä (ks. kuva 1). Yrityksen identiteetti voi Bernsteinin (1985, 10) mukaan muotoutua vastaanottajalle esimerkiksi painotuotteista kuten erilaisista ilmoituksista, mainoksista tai esitteistä, visuaalisista ilmauksista kuten tavaramerkistä, univormuista, käytettävistä kulkuneuvoista, yrityksen tuotteiden fyysisestä suorituskyvystä tai tuotteiden kestävydestä. Keskeinen tuotteeseen liittyvä käsite on Mannermaan (1993) mukaan *tuotekuva*, joka tarkoittaa asiakkaan mielikuvaa tuotteesta. Usein tuotekuva ja *yrityskuva* (mielikuva yrityksestä) ovat toisiinsa vaikuttavia tekijöitä. Ongelmana tuotteisiin ja yritykseen liittyvissä mielikuvissa on yrityksen ja asiakkaan näkemysten ja maailmojen erilaisuus. (Mannermaa, 1993).



Kuva 1. Julkisuuskuvan muodostavat tekijät Bernsteinin (1985, 24) imagoteorian pohjalta.

Tässä tutkielmassa julkisuuskuvan selvittämiseksi on käytetty Bernsteinin (1985) ja Kotlerin (1975) määritelmiin perustuvaa imagon käsitettä, joka on laajennettu yksilötasolta koskemaan teollisuuslaitosta ja sitä ympäröivää yhteiskuntaa seuraavasti:

Imago eli mielikuva tässä tutkielmassa tarkoittaa teollisuuslaitoksen heijastamasta persoonallisuudesta vastaanottajalle muotoutunutta vaikutelmaa. Teollisuuslaitoksen persoonallisuus koostuu kaikesta sen sekä tietoisista että tiedostamattomista toimista sekä ulkoisesta olemuksesta. Persoonallisuuttaan tehdas heijastaa tietoisesti viestinnän avulla ja osin tiedostamatta kaikessa muussa toiminnassaan. Imago eli mielikuva on uskomusten, ajatusten ja vaikutelmien summa, joka henkilölle on muodostunut teollisuuslaitoksesta laitoksen heijastamien vihjeiden perusteella. Teollisuuslaitoksen julkisuuskuva puolestaan muodostuu laitoksen sidosryhmien sekä muiden yleisöjen yhteenlasketuista mielikuvista teollisuuslaitoksesta.

On hyvä huomata, että mielikuva ja imago ovat sanoina tietyllä tavalla harhaanjohtavia; ne antavat ymmärtää, että ajattelun 'kuvat' olisivat jonkinlaisella mielen silmällä katseltavia visuaalisia kuvia. Kuitenkin mielikuviin voi yhtä hyvin sisältyä myös ääniä, hajuja, tilaan liittyvää tietoa tai tapahtumia. Jotkut 'kuvat' voivat olla selkeitä ja voimakkaita, toiset epämääräisiä. (Lehtonen 1989). Tässä tutkielmassa otettiin huomioon ihmisten erilaiset tavat ilmaista itseään, erityisesti tiedostamattomalla tasolla, ja käytettiin useita luovia, ilmaisua helpottavia projektiivisiä tekniikoita. Haastateltavan mielikuvan ulottuvuuksia mitattiin muun muassa personifikaation avulla, jossa haastateltavaa pyydettiin kuvittelemaan tehdas ihmiseksi ja kuvailemaan, minkälainen tämä silloin olisi sekä etsimään syitä näylleen.

2.2 Yrityskuva ja ympäristönsuojelu aiempien tutkimusten valossa

Yhteiskunta on kehittynyt siten, että eturyhmät ovat tulleet tietoisemmiksi ja vaativimmiksi suhteessaan yrityksiin. Nykyään ihmiset vaativat yrityksiltä korkeaa laatua, moraalista käyttäytymistä ja avointa julkaisutoimintaa yrityksen aktiviteeteista. Nämä vaatimukset tarkoittavat, että yritysten täytyy analysoida ympäristönsä tarkemmin kuin ennen ja varautua kaikenlaisiin mahdoli-

suuksiin. (ks. esim. Kettunen 1987 ja Näsi 1995, 30). Väestön uskomukset ympäristönsuojelusta ovat Lappalaisen (1991, 60) mukaan huomattavasti todellisuutta synkempiä. Hänen mukaansa myönteisistä asioista kertominen onkin tärkeää, jotta suuren yleisön mielikuva ympäristöstä ei olisi aiheettoman synkkä. Jos ihmisten mielikuva yrityksestä on kielteinen, se voi vaikuttaa Lappalaisen mukaan sekä ihmisten haluun hankkia yrityksen tuotteita että hakeutua töihin yritykseen. Yrityksen imago eli yrityskuva ja ympäristönsuojelu ovat siis Lappalaisen mukaan yhä enemmän sidoksissa toisiinsa. Toisaalta on huomattava, että ajateltiinpa esimerkiksi Raahe Steelin ympäristönhoidosta mitä hyvänsä, sillä ei välttämättä ole ollut vaikutusta yrityksen menestykseen. Tehdas on yksi Suomen suurimmista yksittäisistä ilmansaastuttajista ja kuitenkin sen taloudellinen menestys on jo pitkään ollut nousujohteista ja henkilökunnan asenteet tehtaan ympäristönhoitoa kohtaan myönteisiä. Kansalaisten negatiivisilla asenteilla teollisuuden ympäristönsuojelua kohtaan ei siis välttämättä ole suurta vaikutusta esimerkiksi ostokäyttäytymiseen. Ympäristöimagojen vaikutus voi kuitenkin vaihdella eri aloilla ja lisääntyä tulevaisuudessa, joten niitä on tarpeen tutkia.

Ympäristönsuojeluun omilla päätöksillään vaikuttavat toimijat voidaan Suhosen (1994) mukaan jakaa kansallisella tasolla kolmeen pääryhmään: kansalaiset, talouselämä ja julkinen valta. Suomalaisten käsitykset oman maan erilaisten ympäristöongelmien merkityksestä näyttävät eroavan kansalaisten ja asiantuntijoiden kesken. Asiantuntijoiden mukaan "kaivinkoneen kauha rasittaa Suomen luontoa enemmän kuin myrkkytehdas. Luonnon monimuotoisuus on joutunut paljon kovemmalle koetukselle maaperään, kosteikkoihin, kasvillisuuteen ja eläimistöön kohdistuneiden mekaanisten muutosten vuoksi kuin konsanaan tehtaiden savupiippujen ja viemäriputkien vuoksi". Kansalaiset näyttävät olevan puolestaan eniten huolissaan kemiallisesta ja radioaktiivisesta saastumisesta. (Suhonen 1994, 131). Vaikka suomalaisten valtaenemmistö onkin tyytyväinen oman maamme ympäristön tilaan ja ekologiset ongelmat huolestuttavat vain pientä osaa kansalaisista, ovat tulevaisuuden odotukset kuitenkin pessimistisempiä. Siksi ympäristönsuojelua pidetäänkin varsin yksimielisesti tärkeä-

nä. "Planeetan terveys" -tutkimuksessa (ks. Suhonen 1994, 136) vuonna 1992 70 prosenttia suomalaisista oli sitä mieltä, että "ympäristönsuojelu tulee asettaa etusijalle, vaikka se hidastaisi kansantalouden kasvua". Päinvastaisella kannalla oli vain 10 prosenttia vastaajista. Vuoden 1992 tutkimuksen mukaan ensisijainen vastuu ympäristönsuojeluun liittyvissä asioissa Suomessa tulisi olla teollisuudella, koska muun muassa "Liike-elämä ja teollisuus välittävät kasvusta enemmän kuin ympäristön suojelemisesta", "Teknologia käyttää tavaroiden tuottamisessa liikaa luonnonvaroja ja saastuttaa liikaa." Varsin yhtenäinen kansalaismielipide vallitsee siitä, että valtion tulee verotuksella, lainsäädännöllä, rangaistuksilla ja muulla sääntelyllä puuttua teollisuuden toimintaan sekä ohjata kuluttamista. (Suhonen 1994, 136). Esimerkiksi väittämän "Saastepäästöille olisi määrättävä tiukat rajat, vaikka siitä aiheutuisi ongelmia yrityksille" hyväksyi täysin 55 prosenttia ja jokseenkin 33 prosenttia. Eri mieltä väittämän kanssa oli vain noin kymmenesosa suomalaisista. (Tulokas 1990, 40). Kansalaisten mielipiteitä mittaavien tutkimusesimerkkien valossa on selvää, että teollisuuslaitoksen on syytä olla huolissaan yrityskuvastaan ja ympäristönsuojelustaan. Edellä esiteltyjen tutkimusten tulokset ovat olleet hieman ristiriitaisia siinä suhteessa, että kansalaisten kuva teollisuuden aiheuttamista haitoista on todellisuutta negatiivisempi ja kuitenkin valtaenemmistö suomalaisista on tyytyväinen ympäristön tämänhetkiseen tilaan. Koska julkisuus ei myöskään yleensä toimi suoraviivaisesti eikä sanoman vaikuttavuus ole ennakkoon arvioitavissa (Ikävalko 1996, 173) vaan positiivisiksi tarkoitetut viestit voivat saada negatiivisen vastaanoton ja päinvastoin, teollisuusyritykselle onkin tärkeää olla tietoinen sen ympäristöasioihin liittyvistä mielikuvista ja niiden mahdollisesta vaikutuksesta käyttäytymiseen.

Lehdistö on Suhosen (1994, 47) mukaan tärkeä kääntäessään huomion tiettyihin asioihin. Lehdistö ei varsinaisesti muodosta yleistä mielipidettä vaan toimii osoittavana sormena. Myös Åberg (1989, 165) korostaa lehdistön merkitystä tiedotuksessa. Hänen mukaansa ulkoinen tiedotus on välitettyä viestintää; työyhteisön ja vastaanottajien - kohderyhmän - välissä on portinvartija: uutistointimittaja. Ulkoisen tiedotuksen suurimmat ongelmat johtuvat Åbergin mukaan

siitä, että lehdistötiedotetta laatiessaan tiedottaja joutuu kirjoittamaan samaan aikaan kaksi kohderyhmää mielessään: uutistoimittajat ja se kohderyhmä, jolle viesti halutaan välittää. Yrityksen ympäristökuvan muodostumisessa media on poikkeuksellinen kohde organisaation profiloitumisessa siksi, koska media on paitsi sidosryhmä myös *suodatin* ja *kanava* muiden sidosryhmien tavoittamiseen (Ikävalko 1996, 205). Tässä tutkielmassa oli alusta asti selvää, että haluttiin tietää lehdistön sekä muiden joukkoviestinten mielikuvat tutkimuksen kohteena olevan yrityksen ympäristötoiminnasta, selvittää niiden tietämyksen taso ja mahdolliset toiveet saatavan tiedon määrästä sekä laadusta.

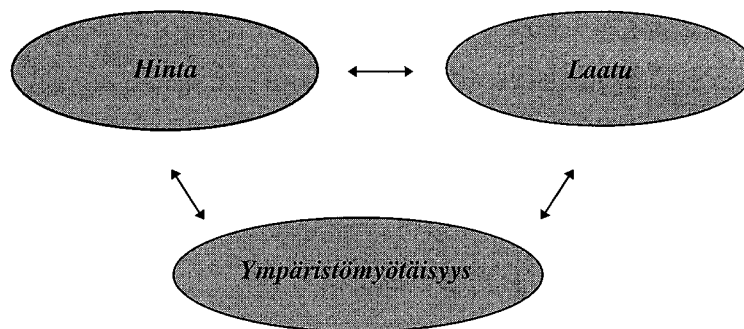
2.3 Mielikuvien vaikutusvalta

Mielikuvat ovat ihmisten mielissä, mutta Bernsteinin mukaan ne ovat vaikutusvaltaisia. Yritys on sitä, mitä ihmiset tuntevat ja uskovat sen omien tietojensa mukaan olevan. Ihmisten mielikuva yrityksestä voi vaikuttaa asenteisiin, jotka vuorostaan voivat vaikuttaa käyttäytymiseen. Millään yrityksellä ei ole varaa laiminlyödä imagoaan. Vaikutelma, jonka yritys luo - tietoisesti tai tiedostamatta, toivoi se sitä sitten tai ei - väistämättä vaikuttaa ihmisiin, jotka käyvät yrityksen kanssa kauppaa. Yritykselle on tärkeää tietää, minkälaisena se havaitaan. Sen täytyy olla vastuussa imagostaan. (Bernstein 1985, 233).

Hyvä yrityskuva on tärkeä taustatuki laajennuttaessa uusille toimialoille, auttaa onnistumaan uusilla markkinoilla, on puskuri negatiiviselle julkisuudelle, vaikuttaa sijoittajien arvostukseen, helpottaa pätevän henkilöstön saantia, tukee henkilöstöä sen sosiaalisessa roolissa yrityksessä ja sen ulkopuolella, vetoaa asiakkaisiin, helpottaa ja nopeuttaa kaupantekoa. Se liitetään tuotteiden korkealaatuisuuteen, ammattitaitoiseen palveluun ja yrityksen luotettavuuteen. Se mahdollistaa korkeamman hinnan tuotteelle sekä auttaa myymään tuotteita, joita ei voida mainostaa. (ks. Westermarck 1991 ja Siukosaari 1988). Esimerkiksi suomalainen metsäteollisuus on joutunut katkerasti kokemaan ympäristövies-

tintänsä tehottomuuden seuraukset huonona yrityskuvana. Myrntisen (ks. Ekholm 1995) tutkimuksen mukaan saksalaisten mielestä suomalainen metsäteollisuus ei esimerkiksi ole vielä valmis kohtaamaan ympäristökysymyksiä Saksassa ja olisi vetäytymässä markkinoilta tämän vuoksi, vaikka paperinvalmistajat eivät omasta mielestään ansaitse näin tyyä tuomiota. Passiivisuus ja keskustelun välttäminen ovat Myrntisen mukaan pahinta, mihin suomalaiset metsäyritykset voivat syyllistyä.

Teollisuuden ja työnantajain keskusliiton ympäristölinjausten (ks. Yritys ja ympäristöosaaminen 1996, 1) mukaan ympäristönsuojelusta on kehittymässä teollisuudelle entistä tärkeämpi kilpailutekijä. Yritysten reaalinen kilpailukyky on saanut hinta- ja laatukilpailukyvyn rinnalle kolmannen ulottuvuuden, jota voidaan kutsua vaikkapa *ekokilpailukyvyksi*. Yrityksen ekokilpailukykyyn vaikuttaa yrityksen tuotteiden ympäristömyötäisyys (ks. kuvio 1). *Ympäristömyötäiset tuotteet* käyttävät luonnonvaroja säästävästi ja tehokkaasti sekä kuormittavat mahdollisimman vähän ympäristöä. Ympäristömyötäisyyttä tulee tarkastella tuotteen koko elinkaaren (raaka-aineiden hankinnasta tuotteen käytöstä poistumiseen) ympäristövaikutusten perusteella. (Yritys ja ympäristöosaaminen 1996, 1).



Kuvio 1. Yrityksen kilpailutekijät Teollisuuden ja työnantajain keskusliiton ympäristölinjausten (Yritys ja ympäristöosaaminen 1996) mukaan.

Tiedetään, että ihmiset käsittelevät viestejä sekä tiedostetulla että tiedostamattomalla tasolla. Markkinointi pyrkii nostamaan piilevät tarpeet toiminnan tasolle niiden tekijöiden kautta, joihin voidaan vaikuttaa, kuten tunteet, asenteet,

tieto ja kokemukset. (Rope & Methner 1991). Asenteita ei tässä tutkielmassa kuitenkaan pidetä Kotlerin (1975, 131) määritelmän mukaisesti mielikuvan kanssa synonyymeina tai mielikuvan muodostajina, vaikka mielikuvilla voikin Bernsteinin (1985, 233) teorian mukaisesti olla vaikutusta asenteisiin ja sitä kautta käyttäytymiseen. Rope ja Methner (1991) esittävät väitteen, että muiden psykologisten imagon muodostajien kohdalla vaikutusprosessi on epäsuora, eri tekijöiden yhteisvaikutuksen tulos. He eivät näitä muita tekijöitä kuitenkaan tarkemmin määrittele. Lienee kuitenkin niin, että imagoonvaikuttamisprosessi on useimmiten epäsuora ja eri tekijöiden yhteisvaikutuksen tulos. Varmasti ei voida sanoa, onko henkilön mielikuva jostakin asiasta muuttunut tunteisiin vetoamisen ansiosta vai tiedon lisääntyessä. Imagon muodostumisen vaikutusprosessien tutkiminen on hankala ja joskus mahdotonkin tehtävä ja se jätetäänkin tämän tutkielman ulkopuolelle. Sen sijaan keskitytään tutkimaan itse mielikuvia ja niihin liittyviä piirteitä.

2.4 Mielikuviin vaikuttaminen

Halutunlaisen mielikuvan aikaansaamiseksi yrityksen on tiedettävä, mitkä seikat ovat muodostaneet mielikuvan, kuinka mielikuvaa voidaan muuntaa ja henkilön mielikuvan sekä käyttäytymisen välinen suhde kohteeseen (Kotler, 1975, 157). Mielikuviin on pyritty vaikuttamaan muun muassa markkinointiviestinnällä. Siukosaaren (1997, 17) mukaan *markkinointiviestintä on jatkuvaa, pitkäjännitteistä ja kokonaisvaltaisesti johdettua markkinoivan yrityksen tuotteen tai palvelun käyttäjiin eli ostopäätöksen tekijöihin kohdistuvaa toimintaa*. Markkinointiviestinnän tarkoituksena on kertoa tuotteesta, palvelusta sekä niiden ominaisuuksista tai aikaansaada niihin tai yritykseen liittyviä myönteisiä mielikuvia siten, että kuluttaja tekee myönteisen ostopäätöksen (Siukosaari 1997, 17).

Jotta yrityksen tavoitekuva voitaisiin määrittää, olisi tiedettävä, mitkä laadulliset yritystä koskevat ominaisuudet synnyttävät myönteisyyttä ja yhteistyöha-

lukkuutta potentiaalisissa asiakkaissa. Luovatko sitä esimerkiksi mielikuvat yrityksen suuruudesta, kehittyvyydestä, kotimaisuudesta tai asiakassuuntaisuudesta vai ovatko tässä suhteessa merkityksellisempiä valoisuuden, lämpimyiden tai inhimillisyyden mielikuvat? Yrityskuvan kehittäminen on Särkisillan (1976) mukaan aiemmin pohjautunut ensiksi mainitun tyyppisiin yritykseen liitettäviin ominaisuuksiin. Kun ihmisten suhtautumisessa yrityksiin ja yleensä organisaatioihin on todettavissa ihmisten välisten suhteiden kaltaisia piirteitä, ovat viimeksi luetellun laiset yrityksen laadulliset ominaisuudet osoittautuneet varsin merkityksellisiksi yrityskuvan ulottuvuuksiksi. Yrityskuvan kehittäminen ja siten myös yrityskuvapohjainen markkinointi on pitkäjännitteistä toimintaa. Toiminnan tulokset ja siten myös valittujen yrityskuvaulottuvuuksien toimivuus ovat näin ollen todettavissa yleensä pitkällä aikaviiveellä. (ks. Särkisilta 1976).

Markkinointiviestintä ei ole suinkaan ainoa keino, jolla mielikuviin voidaan vaikuttaa. Mielikuviinvaikuttamisprosessi on kokonaisvaltaista toimintaa. Vastanottajalle muotoutunut imago on lopputulos, joka syntyy paitsi lähettäjän pyrkimyksistä myös lukuisasta määrästä muita havaintoja, joita syntyy vastaanottajan tajunnassa imagonluojasta riippumatta (Ikävalko 1996, 189). Tavoitete kuva ja imago vastaavat todennäköisimmin silloin, kun yhteisön luoma imago vastaa mahdollisimman pitkälle todellisuutta. Imago todentuu teoissa ja sanoissa. Organisaation viestinnässä teot puhuvat omaa kieltään, jota viestintä vahvistaa sanoilla. Jos teot ja sanat ovat ristiriidassa, viesti saa aikaan hämmennystä, jolloin imago jää sekavaksi ja epämääräiseksi. Varsin usein juuri kielteinen kokemus ja mielikuva jää elämään pidempään kuin myönteinen. (Ikävalko 1996).

Mielikuviin vaikuttavan viestinnän onnistuminen riippuu monista eri tekijöistä, jotka on hyvä ymmärtää, jotta viestintä vaikuttaisi oikealla tavalla. Mikään viestintätapahtuma ei Wiion (1994, 69) mukaan ole irrallinen ilmiö vaan jokaiseen tilanteeseen on vaikuttamassa joukko yksilöstä ja hänen ympäristöstään johtuvia taustatekijöitä. Viestintään sisältyy aina myös väärinymmärryksen riski;

sanoma ei menekään perille toivotulla tavalla. Erholmin (1986, 142) mukaan *sanoman perillemenolla* tarkoitetaan prosessia, jossa sama sanoma voi tuottaa erilaisen lopputuloksen erilaisten edellytysten vallitessa ja jossa sanoman vastaanottaja itse aktiivisesti vaikuttaa lopputuloksen muodostumiseen. Prosessiin vaikuttavat Erholmin mukaan sekä vastaanottajan sisäiset että ulkoiset edellytykset. Sisäiset edellytykset ovat hänen mukaansa vastaanottajan kyvyt ja tavat käsitellä sanomia. Ulkoiset edellytykset puolestaan muodostuvat vastaanottajan ympäristön olosuhteista, elinoloista. Koska yksilöiden sisäiset ja ulkoiset edellytykset poikkeavat toisistaan, niin sanoman perillemeno poikkeaa yksilöstä toiseen. Myös itse viestin on väliintuleva muuttuja, joka voi muuttaa alkuperäistä sanomaa välineeseen sopivaksi. Wiio (1994) on jakanut viestinnän taustatekijät kolmeen osaan (kuvio 2). Ensinnäkin, viestinnän onnistumisen *edellytyksinä* ovat kuvion mukaan viestinten saatavillaolo, yhteinen kieli, psykologiset edellytykset jne. Toisekseen, viestinnän perillemenoon voivat kuvion mukaan vaikuttaa myös muut *taustatekijät*, kuten yksilön tai yhteisön taustatekijät: ikä, sukupuoli, yhteiskuntajärjestys, viiteryhvät jne. Kolmanneksi, viestinnän *virikkeillä* on merkitystä viestinnän perillemenoon. Näitä ovat kuvion mukaan esimerkiksi tarvetila, odotukset, tavat, tottumukset jne.

Erholmin (1986, 147) mukaan viestinnällä voidaan pyrkiä vaikuttamaan tai toisaalta yrittää olla vaikuttamatta mitenkään erityisesti, mutta silti lopputulos ei välttämättä ole odotetun mukainen. Kuten neuvottelun teorioissa on todettu, mitä sitoutuneempi henkilö on kantaansa, sitä vaikeampi häneen on vaikuttaa (Lehtonen & Kortetjärvi-Nurmi 1993, 62). Sama pätee myös mielikuviin vaikuttamisen ollessa kyseessä. Kemira Oy:n kalvosarjassa (Ympäristöviestintä - miksi niin vaikeaa?) pohditaan ympäristöviestinnän vaikeutta ja todetaan, että viestintä on vaikeaa muun muassa siksi, koska ihmisillä on "arvot pelissä", ennestään vahvat asenteet ja luottamuspula teollisuutta kohtaan, "vihreyden psykologian" takia eli maailmanlopusta maalailtaan uhkakuvia ja "äiti-maata" verratetaan "pahaan isään" eli teollisuuteen, "vihreys" on tullut kansainvälispoliittiseksi pelinappulaksi ja vallankäyttötavaksi jne. Erholmin (1986) mukaan



Kuvio 2. Viestinnän taustatekijät Wiion (1994) mukaan.

sanoman muoto vaikuttaa suostutteluun. Esimerkiksi herättämällä yleisön myötätuntonen asenne mahdollisimman aikaisin onnistuu suostuttelu paremmin. Sama vaikutus on mahdollisten vastaväitteiden ennakkoon torjumisella, kun taas pelko- ja kauhuefektien käytöllä saattaa olla suostuttelun kannalta kielteinen vaikutus. (Erholm 1986, 147). Keskeisiä periaatteita viestinnän vaikuttavuuden onnistumisessa monien tutkimusten mukaan ovat (Erholm 1986, 147):

1. Ihmisillä on taipumus kuunnella tai lukea mieluummin entisten asenteiden ja mielipiteiden mukaisia tietoja.
2. Viestintä vahvistaa aikaisempia asenteita, mutta luo harvoin uusia tai muuttaa entisiä. Viestintä saattaa myös tuoda esille piileviä taipumuksia (esimerkiksi musiikkiin), mutta harvoin luo uusia.
3. Pelkkä tosiasioiden tiedottaminen muuttaa harvoin asenteita.
4. Aktiivinen osallistuminen tiedon välittämiseen lisää alttiutta suostutteluun ts. suullinen ja henkilökohtainen suostuttelu on yleensä tehokkaampaa kuin viestinten kautta tapahtuva.

Joskus henkilöt ovat menestyviä heidän niinkutsutun imagonsa tai karismansa takia. Uskomme heitä, koska heidän esiintymisensä on hyvin vakuuttavaa ja

dynaamista tai koska heillä on rehellisen ja tietävän ihmisen maine. Uskottavuuden ulottuvuuksiksi tutkijat ovat löytäneet *varmuuden* ('safety'), *pätevyyden* ('qualification') ja *dynaamisuuuden*. Pätevyys tarkoittaa samaa kuin asiantunteisuus, varmuus yhdistetään luotettavuuteen ja rehellisyyteen kun taas dynaamisuus on se yleisön ihailun ja samaistuksen aste, minkä se yhdistää puhujan viehätysvoimaan, määrätietoisuuteen ja energiaan. Dynaamisuutta on mitattu muun muassa seuraavien vastakohtaparien avulla: aggressiivinen vastakohtana nöyrälle, ehdoton epävarman vastakohtana, rehellinen ja aito vastakohtana pidättyvyydelle ja etäiselle, uskalias vastakohtana passiivisuudelle, energinen väsyneen vastakohtana ja nopea hitaan vastakohtana. Nämä ominaisuudet liittyvät selvästi karismaan, ja vaikka siihen yleensä vaikuttaakin puhujan viehätysvoima, myös vähemmän kiinnostavat tai viehätysvoimaiset ihmiset voivat olla karismaattisia ja dynaamisia. (Larson 1992, 225). Samoin kuin yksittäisen henkilön uskottavuutta ja vakuuttavuutta mitataan varmuuden, pätevyyden ja dynaamisuuuden ulottuvuuksilla, myös yrityksen imagon ulottuvuudet voidaan jakaa ainakin kolmeen osaan. Haastatteluisissa esiin tulevia ulottuvuuksia ei kuitenkaan tässä tutkielmassa haluttu etukäteen rajata kyseisen mallin mukaisesti vaan haastattelukysymykset pidettiin mahdollisimman avoimina kuitenkin etukäteen mietittyjen teemojen puitteissa. Varsinaisten avointen kysymysten jälkeen tehtiin tarpeen tullen lisäkysymyksiä ja tarkennuksia, jotta saatiin myös mielikuvaan vaikuttaneita syitä selville.

2.6 Julkisuuskuvan tutkiminen

Julkisuuskuvan tutkiminen ei ole ihan ongelmaton. Yrityksen julkisuuskuva voidaan tutkia selvittämällä ihmisten mielikuvia yrityksestä ja muodostamalla niistä kokonaiskuva yrityksen imagosta. Kotlerin (1975, 131) mukaan mielikuvat eroavat helppotajuisuudessaan tai monimutkaisuudessaan. Joillakin ihmisillä saattaa hänen mukaansa olla hyvin vähän tai epäselviä vaikutelmia kohteesta ja toisilla hyvin yksityiskohtaisia vaikutelmia. Kahden tai useamman

henkilön mielikuvia voidaan Kotlerin mukaan vertailla tutkimalla heidän mielikuvansa dimensioiden eli ulottuvuuksien määrää, hyvyyttä ja kompleksisuutta.

Mielikuvan käsite on niin laaja ja vaikeasti määriteltävä, että sen mittaamiseksi on kehitetty lukuisia erilaisia tekniikoita. Päätekniikat jakautuvat kahteen luokkaan. *Vastausmenetelmät* ('response methods') eivät erittele etukäteen mielikuvan ominaisuuksia vastaajille vaan vastaajia pyydetään kuvaamaan mielikuvansa verbaalisesti (sanallisesti) tai esittämään tehtävä, josta mielikuvan piirteet voidaan päätellä. Tällaisia menetelmiä ovat esimerkiksi strukturoimattomat haastattelut, kohteiden ryhmittely samankaltaisuuksien tai eroavaisuuksien mukaan ja moniulotteinen skaalaus. Sitä vastoin *tuomitsemismenetelmät* ('judgement methods') käytettäessä mielikuvan ominaisuudet eritellään etukäteen ja vastaajia pyydetään järjestämään ja arvostelemaan ominaisuuksia sekä reagoimaan niihin. Parhaiten tunnettuja esimerkkejä tällaisista menetelmistä ovat esimerkiksi erilaisia väittämiä sisältävät luettelot ja semanttinen differentiointi, joka sisältää yrityksen imagon kannalta olennaisia vastakkaisia adjektiivipareja, jotka vastaajat asettavat käsitystään vastaavaan järjestykseen. (Kotler 1975, 132).

Mielikuvat eivät ole kaikilla samalla tavoin kuvallisia. Se, onko ajattelussa, muistamisessa, ongelmien ratkaisussa tai monimutkaisten asioiden ymmärtämisessä vallitsevana tyylinä sanallinen eli verbaalinen vai kuvallinen eli visuaalinen ajattelu, jakaa ihmiset karkeasti kahtia: edellisten työkaluja ovat sanat, jälkimmäisten imagot. Kummallakin on tyypilliset ominaisuutensa: verbaalinen ajattelu on analysoivaa, vaiheesta toiseen etenevää, kuvallinen ajattelu puolestaan intuitiivista, kokonaisvaltaista ja samanaikaista. (Lehtonen 1989). Mielikuvien tutkimisessa on tärkeää huomioida ihmisten erilaiset tavat havainnoida ja ymmärtää ympäristöään ja lähestyä tutkimusongelmaa vastaajalle sopivalla tavalla, jotta myös heikosti tiedostetut, käytökseen mahdollisesti vaikuttavat mielikuvat tulisivat esille. Lannon ja Thompson (1986) luettelevat artikkelissaan erilaisia luovia ja ilmaisua helpottavia projektiivisiä tekniikoita yrityksen asiakkaiden mielen ymmärtämiseksi, kuten roolileikit, tulevaisuuden skenaario, eri-

laiset piirtämistehtävät, adjektivisaatio, personifikaatio, analogiat tai tarinoiden täydentämistehtävät, joista osa on valittu myös tämän tutkielman menetelmiksi (ks. kappale 2.6.3).

2.6.1 Yritys ja sen ympäristöt

Mikroperspektiivistä makroperspektiiviin

Yrityksen julkisuuskuva tutkittaessa on tarpeen määritellä ensin yritys ja sen sidosryhmät sekä tutkimuksen kannalta mahdollisesti tärkeät muut yleisöt tai ympäristöt. Yrityksen teorioita on lukuisia ja ne ovat ratkaisevasti muuttuneet viime vuosikymmeninä. Perinteisesti on keskitytty suppeampaan tapaan tarkastella organisaatiota sen sisäisistä rakenteista käsin, minkä on nykyisessä alati globalistuvassa maailmassa huomattu olevan riittämätöntä sekä organisaation että organisaation ympäristön tarpeiden tyydytyksessä. Yhä useammin organisaatiota tarkasteltaessa on otettava huomioon niin kutsuttu **makroympäristö**, organisaation ulkoinen ympäristö eli yhteiskunta (ks. esim. Carroll 1993, 6), johon käsitetään nykyään usein kuuluvaksi myös luonnonympäristö (ks. esim. Kotler 1997, 157).

Aiemmin yritystä on lähestytty ja se on pyritty määrittelemään mm. *taloudellisenä, juridisena, sosiaalisena tai teknisenä* yksikkönä. Työnjakoon ja vaihdantaan perustuen yritys määritellään aluksi hyvin lavasti: yritys on pysyväksi tarkoitettua ja organisoitua ihmisten yhteistoimintaa jonka tavoitteena on tarpeiden tyydyttäminen ja jonka tulokset ohjataan ihmisille vaihdannan eli markkinoiden kautta. Yrityksen ja sen johonkin toiminnan piirteeseen perustuvista määritelmistä on erotettavissa kaksi toisistaan poikkeavaa perusnäkemystä, toisaalta *tuotantokeskeinen* ja toisaalta *ihmiskeskeinen* näkemys yrityksestä. Lehtovuori (ks. Kettunen 1987, 16) on luonnehtinut nämä määritelmien perustyyppit lyhyesti ns. synteettisenä ja toiminnallisena yrityksen määritelmänä seuraavasti: **1) Yrityksen synteettinen määritelmä:** sosiaalisessa yhteisössä yritys on se yksikkö, joka

huolehtii tuotannosta. 2) **Yrityksen toiminnallinen määritelmä**: yritys on tavoite-orientoitunut sosiaalinen järjestelmä. (Kettunen 1987, 15).

Perinteinen taloustieteessäkin omaksuttu näkemys yrityksen tavoitteesta yrityksen ja yksittäisten henkilöiden tasolla on ollut voiton tuottamistehtävä. Yrityksen tehtävä on tuottaa (mahdollisimman) hyvä taloudellinen tulos omistajilleen. Voiton tuottamistehtävä merkitsee kuitenkin vain yhden sidosryhmän tavoitteiden korostamista koko yritystoiminnan tavoitteina. Yhä enemmän ja laajemmin puhutaan yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta, siitä, että yrityksen on toiminnassaan otettava huomioon muutkin tavoitteet kuin voitto. Voiton tavoittelu ei tämän näkemyksen mukaan enää nykyisessä yhteiskunnassa johda välttämättä kaikkien osapuolten kannalta parhaaseen mahdolliseen tulokseen. Tämän mukaisesti yrityksen tavoitteita on laajennettava koskemaan myös **työllisyys- ja toimeentulotehtävää** sekä **elämisen laadun parantamistehtävää**. Yrityksen tehtävänä on siis turvata työntekijöiden työllisyys ja toimeentulo. Tehtäviin kuuluu myös osallistuminen yhteiskunnan kehittämiseen ihmisten elämisen laatua parantaen mm. eriarvoisuutta vähentämällä ja estämällä elinympäristön pilaantuminen. (Kettunen 1987, ks. myös Näsi 1995, 131).

Myös Baronin ja Greenbergin (1990, 521) organisaatiota koskevat määritelmät sopivat hyvin yritystäkin koskeviksi määritelmiksi. Heidän mukaansa organisaatioita käsitellään nykyisin niiden ulkoisten tekijöiden ja tapahtumien kautta. Siten siirrytään **mikroperspektiivistä makroperspektiiviin**, joka pyrkii ymmärtämään organisaatioita käsittämällä toimintatavan (‘manner’), johon ne sopivat ja johon vaikuttavat ulkoiset tapahtumat ja laajemmat sosiaaliset järjestelmät. Eri aikoina ja eri olosuhteissa useat ulkoisen ympäristön tekijät voivat vaikuttaa organisaatioon. Tuotteiden, tavoitteiden, menettelytapojen, markkinarakojen ja muiden tekijöiden erilaisuuden takia kaksi organisaatiota ei voi koskaan esiintyä täysin samanlaisessa ulkoisen ympäristön kontekstissa (Baron & Greenberg 1990, 533).

Organisaation **ympäristö** koostuu Krepsin (1990, 226) mukaan kaikista organisaation ulkoisista faktoreista, joilla on eri asteinen vaikutus organisaatioon. Organisaation *relevantit ympäristöt* puolestaan ovat niitä ympäristöjä, joilla on suora vaikutus organisaatioon ja sen jäseniin (Kreps 1990, 226). Organisaatiota ja sen ympäristöjä on usein pidetty erillisinä ilmiöinä. Morgan (1986, 69) kuitenkin pitää yritystä osana sitä ympäröivää ekosysteemiä, jonka olemassaolo riippuu koko ekosysteemin toiminnasta. Organisaatiota tai yritystä ja sen toimintaan vaikuttavia ulkoisia tekijöitä, ekosysteemiä, on tärkeää tutkia. Yhtä oikeaa kaavaa organisaation toimintaan vaikuttavista ulkoisista tekijöistä ja niiden merkityksestä tai suhteista toisiinsa nähden ei ole. Baron ja Greenberg (1990, 533) kuitenkin listaavat huolellisen tutkimuksen tuloksena yhdeksän mielestään tärkeintä organisaation toimintaan vaikuttavaa tekijää ulkoisesta ympäristöstä:

- 1) teollisuus,
- 2) raaka-aineet,
- 3) raha-varat,
- 4) työvoima,
- 5) markkinat,
- 6) valtio,
- 7) yleinen talouskehitys,
- 8) kulttuuri tai yhteiskunta ja
- 9) teknologia.

Sosiaaliset yritysteoriat

Globaalistuminen luo tarpeen sosiaalisille yritysteorioille. Yritykset ja niiden henkilökunta ovat kansainvälistyneet. Maailma "kutistuu" kommunikaation nopean kehittymisen myötä ja rajat avautuvat. Yhä useamman yrityksen markkinat tarkoittavat enemmän tai vähemmän koko maailmaa. Samaan aikaan edellä mainitun trendin leviämisen kanssa on tullut ilmeiseksi, että yritykset ovat tekemisissä erilaisten eturyhmien, kulttuurien, osakulttuurien, organisaatioiden ja instituutioiden kanssa, joilla on suuresti vaihtelevat motiivit. Tarve

identifioida, ymmärtää ja tulla toimeen valtavan määrän kanssa erilaisia sidosryhmiä on strateginen. Lisäksi yhteiskunta on kehittynyt siten, että eturyhmät ovat tulleet tietoisemmiksi ja vaativimmiksi suhteessaan yrityksiin. Nykyään ihmiset vaativat yrityksiltä korkeaa laatua, moraalista käyttäytymistä ja avointa julkaisutoimintaa yrityksen aktiviteeteista. Nämä vaatimukset tarkoittavat, että yritysten täytyy analysoida ympäristönsä tarkemmin kuin ennen ja varautua kaikenlaisiin mahdollisuuksiin. Nykyään vallitsevissa olosuhteissa on sosiaalinen tarve sosiaalisille yritysteorioille, joista muun muassa sidosryhmäajattelu on yksi. (Näsi 1995, 30).

Tilintarkastajat ovat perinteisesti perustaneet käsityksensä yrityksestä neoklassiseen teoriaan. He ovat nähneet yrityksen 'input-output' ('otto-anto') -prosessina, resurssi-pohjaisena tuotantoyksikkönä. Näkökulma on ollut hyvin osakaskeskeinen; johtajat nähdään yrityksen omistajien "palvelijoina". Sidosryhmäajattelussa johtajat puolestaan edustavat moninkertaisia sidosryhmiä pelkästään yhtiön osakkaiden sijasta. Johtajien ja omistajien välinen liitos on vain yksi yrityksen muodostavien liitosten joukossa. Yritys tai organisaatio koostuu tavallisesti moninkertaisista sidosryhmistä ja mutkikkaista sidosryhmäsuhteista. (ks. Näsi 1995, 131).

Sidosryhmät ovat individuaaleja tai ryhmiä, joiden kanssa yrityksellä on kanssakäymistä ja joiden ansiosta yritys pysyy pystyssä. Niitä voisi kutsua myös "yleisöiksi", mitkä Baskinin ja Aronoffin (1992, 160) mukaan tarkoittavat ryhmää ihmisiä, jotka jakavat yhteisen tehtävän tai tavoitteen ja tunnistavat yhteisen intressinsä. Termi saattaa kuitenkin viitata niiden olevan liiketoimien ulkopuolella ja että niitä tulisi käsitellä ulkoisina tekijöinä pikemmin kuin keskeisinä liiketoimien ja yhteisön välisinä komponentteina. Itse asiassa sidosryhmät muodostavat tärkeimmät elementit laajasta yhteisöksi kutsutusta ryhmittelystä. (Carroll 1993, 22).

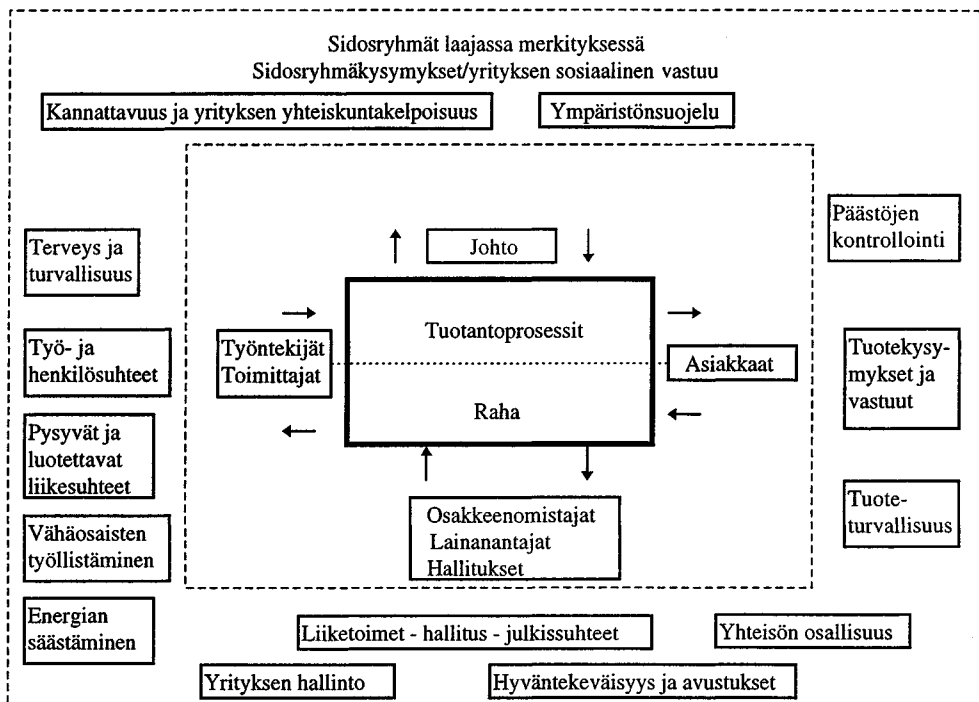
Sidosryhmäajattelulla tarkoitetaan tapaa nähdä yritys ja sen aktiviteetit sidosryhmäkäsitteiden ja kysymysten kautta. Ideana on, että "ryhmät", joilla on "sidoksia" ovat vuorovaikutussuhteessa yrityksen kanssa ja tekevät siten sen toiminnan mahdolliseksi. (Näsi 1995, 27). Jerry Hendrix (ks. Newsom et al. 1993, 24) on jaotellut mihin tahansa organisaatioon liittyvät pääryhmät eli yleisöt seuraavalla tavalla:

- 1) *mediat* (paikalliset ja kansalliset joukkoviestimet sekä erikoisviestimet),
- 2) *organisaatioon kuuluvat jäsenet* (organisaation pääkonttorin työntekijät, organisaation virkamiehet, muut jäsenet),
- 3) *organisaation toimihenkilöt* (johto, muu henkilökunta, yhdistysten edustajat),
- 4) *lähiympäristö* (organisaation ulkoisen yhteisön joukkoviestimet, yhteisön "johtajat": virkamiehet, kouluttajat, pankkiirit jne., yhteisössä vaikuttavat muut organisaatiot, esim. uskonnolliset, poliittiset, kunnalliset ja sosiaaliset organisaatiot),
- 5) *sijoittajat* (osakkeenomistajat, sijoitusneuvojat jne.),
- 6) *hallitukset* (esim. liittovaltio, osavaltio, kaupunki),
- 7) *kuluttajat* (yrityksen työntekijät, asiakkaat, kuluttajajulkaisut jne.) ja
- 8) *erityisryhmät* (tietyn poliittisen, uskonnollisen tms. erityisryhmän käyttämät mediat, erityisryhmän johtajat ja organisaatiot, jotka erityisryhmän muodostavat).

Tähän tutkielmaan valittiin Hendrixin jaottelusta haastateltavia medioista sekä Raahe Steelin lähiympäristöstä. Erityisryhmänä tässä tutkielmassa voidaan pitää luonnonsuojelijoita ja ympäristöasiantuntijoita, joiden mielikuvat ovat ekologisen julkisuuskuvan selvittämisessä erityisen tärkeitä. Tarkempi sidosryhmien jaottelu on esitetty kappaleessa 2.7.4.

Tuotanto on se tekijä, miksi yrityksiä perustetaan, mutta samalla ne muodostuvat erilaisista sidosryhmistä, jotka ovat sitoutuneet yrityksen rahavirtoihin ('exchange transaction'), mutta myös niistä, jotka eivät ole, kuten edellä on tullut ilmi. Kuvion n:o 3 sidosryhmämalli kirjanpidon runkona koostuu kahdesta tasosta tai kerroksesta. Sisimmäinen kerros muodostuu sidosryhmistä kapeassa merkityksessä; siinä on yrityksen rahavirtoihin sitoutuneet sidosryhmät. Toinen kerros laajentaa näkemystämme yrityksestä huomattavasti. Se kattaa sidosryhmät laajassa merkityksessä; ei vain rahavirtoihin sitoutuneet sidosryhmät vaan myös ne sidosryhmät, joiden panos ('stake') ja etu ('vested interest') perustuvat

tekojen vaikutukseen tai esimerkiksi yrityksen moraaliseen vastuuseen. (ks. Näsi 1995, 129).



Kuvio 3. Sidosryhmämalli kirjanpidon runkona Näsin (1995, 130) mukaan.

Yrityksellä on loputon määrä rahavirtoihin sitoutumattomia sidosryhmiä (tai yleisöjä tai ympäristöjä). Näissä yritysten tekojen vaikutukset ja moraalinen vastuu realisoituvat usein ongelmien tai kiistanalaisten kysymysten muodossa. Sidosryhmillä on ongelmia ja yritykset, tai organisaatiot yleensä, ovat yksikköjä, jotka kysymyksiä aiheuttavat sekä vaikuttavat niihin; kysymyksen ollessa tuotannon tehokkuudesta, rahakorvauksesta tai minkä tahansa sidosryhmän ostovoimasta, elämänlaadun parantamisesta, työntekijöiden tarpeiden tyydyttämisestä, ympäristön hyvinvoinnista jne. Yrityksen näkökulmasta sidosryhmien ongelmat voidaan ymmärtää yrityksen sosiaalisina velvollisuuksina, joista yrityksen johdon täytyy tai se haluaa puhua, olivatpa ne sitten taloudellisia, laillisia, eettisiä tai harkinnanvaraisia. Sidosryhmien ongelmat tai yrityksen sosiaaliset velvollisuudet ovat liian moninaiset ja muuttuvat, jotta niitä voisi ha-

vainnollistaa tai luetteloida yksiselitteisellä tavalla. Siten kuviossa n:o 3 on nimetty vain tiettyjä esimerkkejä ongelmista tai ongelmanasettelusta. (ks. Näsi 1995, 130).

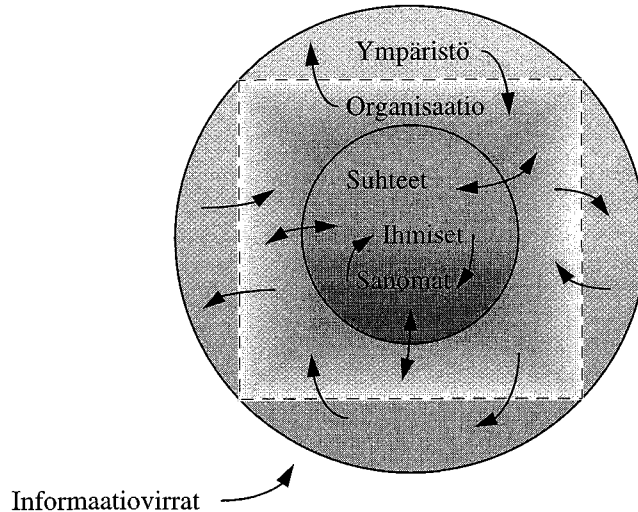
2.6.2 Ympäristöviestintä ja viestinnän mallit

Nykyisessä "tietoyhteiskunnassa" tiedonsaannin helpottumisen ja nopeutumisen takia vaatimukset yritysten avoimesta viestinnästä lisääntyvät. Ei riitä, että yritys hoitaa suhteet asiakkaisiin, sijoittajiin ja muihin sidosryhmiinsä vaan yritykseltä vaaditaan enemmän. Suhdetoiminnan käsite on laajentunut koskemaan monia muitakin yleisöjä, kuten yrityksen lähiympäristön asukkaita, eri alojen viranomaisia, ympäristöaktivisteja, kouluja ja muuta ympäröivää yhteiskuntaa. Jopa luonnonympäristöä pidetään nykyään yhtenä sidosryhmänä (ks. esim. Kotler 1997, 157)! Raahe Steelin ympäristöyksikön johtaja Vesa Pihlaja (ks. Teronen 1996, 5) sanoo osuvasti: "Yhteiskunnassamme on kolmas osapuoli, ympäristö, jota yritysten tulisi pitää yhtenä sidosryhmänä ja korvata sille mahdollisesti aiheuttamansa ympäristöhaitat - olemme velkaa niin ihmisille kuin talitinteillekin."

Usein viestintätapahtuma yksinkertaistetaan liiksi kuvaamalla se merkitysten siirroksi ihmiseltä toiselle tai toisille ihmisille. Viestin lähettäjä ei kuitenkaan voi vain yksinkertaisesti siirtää merkityksiä; viestin vastaanottajan mieli paremmin *luo* merkityksiä. Lähettäjän tehtävä on käyttää symboleita, jotka käynnistävät vastaanottajassa sellaisia reaktioita, jotka tarkasti luovat lähettäjän kanssa samanlaisia merkityksiä. Vastaanottajan luomat merkitykset ovat puolestaan sidoksissa hänen elämäkokemuksensa. (Timm 1986, 29). Vuosisadan vaihteesta pitkälle nykyaikaan jatkunut yksisuuntainen viestinnän malli yrityksiltä yleisölle on kehittynyt kaksi- tai useampisuuntaiseksi yritysten ja yleisöjen väliseksi vuorovaikutusverkostoiksi. Demokraattisessa yhteisössä liiketoiminta vaatii menestyäkseen monien yleisöjen hyväksynnän. Yleisön yrityksille antama palaute tekee viestinnästä ainakin kaksisuuntaista. (ks. esim. Dozier 1995, 40-41).

Wiion mukaan (1994, 161) organisaatiolla tarkoitetaan ihmisryhmittymää, joka pyrkii järjestelmällisesti tiettyihin päämääriin ihmisten ja usein myös välineiden toimintaa säätelemällä. Organisaatio pyrkii tavoitteisiinsa viestinnän avulla. Organisaatioviestinnällä tarkoitetaan sanomien luomista ja vaihtamista keskinäisessä riippuvuussuhteessa olevassa verkossa, jotta ympäristön epävarmuustekijöihin voidaan vastata. Määritelmät ovat kuitenkin suhteellisen nuoria ja ne ovat syntyneet monista eri lähtökohdista, joten ne eivät ole itsestäänselvyksiä. (Erholm 1986, 129). Johtava organisaatioviestinnän akateemikko Gerald Goldhaber (ks. Baskin & Aronoff 1992, 53) esittää kolme yleistä väitettä **organisaatioviestinnästä**:

- 1) Organisaatioviestintää esiintyy kompleksisen systeemin sisällä, johon ympäristö vaikuttaa ja joka vaikuttaa ympäristöön. Toisin sanoen organisaatioiden viestintään vaikuttavat organisaation ympäristöstä tuleva informaatio ja sanomat.
- 2) Organisaatioviestintä sisältää sanomia, niiden kulkua, päämääriä, kulkusuunnan sekä ihmisten verkostoja, joiden kautta sanomat kulkevat.
- 3) Organisaatioviestintä sisältää ihmisiä, heidän asenteitaan tai ajatuksiaan, arvoja, tuntemuksia, suhteita ja taitoja. Edellä luetellut tekijät on esitetty kuviossa n:o 4.



Kuvio 4. Organisaatioviestinnän tekijät Goldhaberin (ks. Baskin & Aronoff 1992, 53) mukaan.

Organisaatioviestintä on osa yrityksen tai organisaation suhdetoimintaa. *Suhdetoiminta* ('public relations') määritellään yleensä termien: *viestintä, organisaatio, yleisöt, johtaminen, tavoitteet ja systeemi* avulla (Banks 1995, 19). Grunig ja Hunt esimerkiksi (ks. Grunig 1992, 4) määrittelevät 'suhdetoiminnan' *viestinnän johtamiseksi organisaation ja organisaation yleisöjen välillä*. Harlowin (ks. Windahl et al. 1992, 89) kansainvälisen suhdetoimintajärjestön 'International Public Relations Association' hyväksymän määritelmän mukaan:

"Suhdetoiminta on tunnusomainen johtamistoiminto, joka auttaa muodostamaan ja ylläpitämään keskinäisiä viestinnän linjoja, ymmärtämään, hyväksymään ja tekemään yhteistyötä organisaation ja sen yleisöjen välillä--".

Ympäristöviestintä-termi voidaan periaatteessa käsittää yhtäläiseksi organisaation ulkoisen viestinnän kanssa; se on osa organisaation suhdetoimintaa organisaation rahavirtoihin sitoutuneiden ja sitoutumattomien sidosryhmien kanssa. Tässä tutkielmassa ympäristöviestintään kuitenkin liitetään lisäksi ekologinen näkökulma. Ympäristöviestintä tässä tutkielmassa siis tarkoittaa *ympäristöasioista viestimistä yrityksen eri ympäristöjen eli yleisöjen tai sidosryhmien kanssa*. Ympäristöviestintä on tarpeen määrittää, koska esimerkiksi vain muutamankin vuoden vanhoissa taloustieteen kirjoissa puhutaan yrityksestä ja yrityksen ympäristöistä tarkoittaen 'ympäristöillä' lähes kaikkea muuta yritystalouteen liittyvää, kuten yrityksen tuotannollista tai toiminnallista ympäristöä, paitsi luonnonympäristöä. Ympäristömarkkinoinnilla ja ympäristöviestinnälläkin on viime vuosiin asti ollut toisenlainen, yrityksen rahavirtoihin liittyvä merkitys kuin ympäristöasioista viestiminen, joka on viime vuosina kuitenkin mielletty yhä tärkeämmäksi osaksi yrityksen strategista johtamista, ympäristöjohtamista (ks. Linnanen et al. 1994, 80).

Ympäristöasioista tiedottaminen on usein kapulakieltä. Toimittaja tarvitsisi yksinkertaisia tosiasioita, jotka myös suuri yleisö ilman taustatietoja pystyisi ymmärtämään. Ympäristöviestinnän pitäisi tavoittaa kaikki ihmisryhmät, joiden kanssa yritys on tekemisissä. Viestit tulisi muotoilla ymmärrettäviksi. (ks. Lappalainen 1991, 62). Ympäristötutkimus ja siitä tiedottaminen ei saisi surffata katastrofien aalloilla. Kuulija ja lukija kokevat tiedot ympäristöuhista kohtalon

ja eloonjäämisen kysymyksiä. Tästä taustasta nousee myös vaatimuksia. Tiedon oikeellisuuden ja objektiivisuuden vaatimus on niistä ensimmäisiä. Tieto ei saisi herättää harhaa ja hysteriaa, mutta toisaalta sen pitäisi herättää ihmiset ajattelemaan ja toimimaan ympäristön puolesta. (Lappalainen 1991, 67). Koska eri medioiden toimittajia pidetään yhtenä yrityksen tärkeimmistä rahavirtoihin sitoutumattomista sidosryhmistä, haluttiin tässäkin tutkielmassa selvittää, miten Raahe Steelin ympäristöasioista viestiminen koettiin toimittajien parissa. Koska toimittajat välittävät tietoa eteenpäin, on erityisen tärkeää, että heille menevä tieto on helposti ymmärrettävää ja totuudenmukaista. Tässä työssä selvitettiin muun muassa toimittajien käsityksiä Raahe Steelin viestinnän avoimuudesta ja tiedotuksen määrän riittävydestä (tavoitteet tarkemmin kappaleessa 2.7.2).

2.6.3 Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusnäkökulma

Termi 'kvalitatiivinen' on käsitetty usealla eri tavalla eri tieteenaloilla ja käsitetty usein jopa väärin. Teknisesti, '*kvalitatiivinen observointi*' identifioi jonkin asian läsnäoloa tai poissaoloa, toisin kuin '*kvantitatiivinen observointi*', mikä sisältää jonkin ominaisuuden läsnäolon määrän mittaamisen. Toisin sanoen laatu ('quality') yhdistyy asian luonteeseen ('nature') päinvastoin kuin määrä ('quantity'). (Kirk 1986, 9).

1960-luvun fenomenologisten ideoiden vaikutuksesta kvantitatiivisten kokeiden ja mittausten sopivuutta ihmisten välisten erojen tutkimukseen alettiin epäillä. Vaadittiin uusia tutkimusmetodeja, jotka kuvastaisivat ja kapitalisoisivat tiettyjä ihmisen piirteitä tutkimuksen kohteina. Kvalitatiivista tutkimusstrategiaa, jonka päämenetelminä pidettiin osallistuvaa observointia ja strukturoimatonta haastattelua, ehdotettiin, koska sen käyttäjien oli mahdollista päästä lähemmäksi tutkimuksen kohteina olevia ihmisiä ja määrätä vähemmän epäsopevia käsitteellisiä "kehyksiä" heistä etukäteen. Toisin sanoen filosofisia ideoita kehitettiin, koska "tieteelliset" eli kvantitatiiviset menetelmät olivat epäsopevia ihmistutkimukseen. Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen -termit alkoivat kasva-

vassa määrin tarkoittaa muutakin kuin tiedonkeruun tapoja; ne määrittävät eriävät oletukset luonnosta ja tutkimuksen tarkoituksesta sosiaalisissa tieteissä. On vahinko, että terminologia näyttäisi keskittyvän ”kvantifikaatioon” (”määrällisyyteen”) tai sen puuttumiseen, koska asiat ovat paljon laajempia kuin termit antavat ymmärtää. Esimerkiksi rationalistinen (määrälliseen tutkimukseen) ja naturalistinen (laadulliseen tutkimukseen) -termejä on ehdotettu käytettäväksi, mutta jostain syystä juuri kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen -termit ovat jääneet käyttöön. (Bryman 1992, 3).

Tutkimusmetodeja koskeissa keskusteluissa on pohdittu paljon, voidaanko kvalitatiivista tutkimusta pitää toisena, kvantitatiivisiin menetelmiin rinnastettavana tutkimusmetodinä; menetelmänä joka on monille tuttu, mutta jossa on myös omat, kvantitatiivisista menetelmistä jossain määrin poikkeavat metodisääntönsä (ks. Alasuutari 1993, 4). Tällainen kaksijakoisuus ja vastakkainasettelu näyttää kyllä houkuttelevan selkeältä. Kyseinen jäsenitys vastaa Alasuutarin mukaan kuitenkin huonosti todellisuutta. Kaikessa tieteellisessä tutkimuksessa on paljon yhteisiä periaatteita, kuten pyrkimys loogiseen todisteluun sekä objektiivisuuteen siinä mielessä, että tutkijat nojaavat todistelussaan havaintoaineistoihinsa eivätkä subjektiivisiin mieltymyksiinsä tai omiin arvolähtökohhtiinsa. Toiseksi, voidaan kyllä erottaa toisistaan kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen analyysi, mutta niitä voi aivan hyvin soveltaa - ja usein sovelletaankin - samassa tutkimuksessa ja saman tutkimuksen aineiston analysoinnissa. Lisäksi kvalitatiivista ja kvantitatiivista analyysia voidaan pitää tietyssä mielessä jatkumona, ei vastakohtina tai toisensa pois sulkevinä analyysimalleina. (Alasuutari 1993, 14-15).

2.6.3.1 Tutkimuksen objektiivisuus

Kaikki tieteenalat jakavat ainakin yhden yhteisen tavoitteen tutkimuksissaan: objektiivisuuden vaatimuksen. Luonnontieteissä objektiivisuuden voi saavuttaa kahdella tavalla. Ensiksi, koe raportoidaan siten, että joku toinen voisi suorittaa täsmälleen samanlaisen kokeen myöhemmin. Toiseksi, tulokset tulee esittää

teoreettisesti merkittävien variaabelien avulla relevanttien teorioiden pohjalta mitattuina. (Kirk 1986, 13). Objektivisuus koostuu kahdesta komponentista: *reliabiliteetista* ja *validiteetista*. ”Reliabiliteetti” on se laajuus (‘extent’), jossa mittausmenettely antaa saman vastauksen huolimatta siitä miten ja missä se on toteutettu; ”validiteetti” puolestaan tarkoittaa sitä astetta, jossa mittausmenettely antaa oikean vastauksen. Nämä konseptit käyvät yhtä hyvin kvalitatiiviseen observointiin. (Kirk 1986, 19).

Yksi ongelmallisimmista seikoista kvalitatiivista tutkimusta tarkasteltaessa on validiteetin osoittaminen. Validiteetti osoittaa, miten pitkälle analyysissä käsitellyt indikaattorit ilmaisevat sitä mitä niiden on tarkoitus ilmaista. Havainnointitiedoilla voidaan sanoa olevan ulkoista validiteettia silloin, kun tutkija on tehnyt oikeita johtopäätöksiä havainnoidusta tilanteesta tai kun tutkija kuvaa tilanteen juuri sellaisena kuin se on. Oikeastaan ainoa tapa osoittaa kvalitatiivisin menetelmin suoritettun tutkimuksen validius on kertoa tutkimusraportissa yksityiskohtaisesti kaikki, minkä oletetaan helpottavan tutkimuksen itsenäistä arvioimista. Itse asiassa **kvalitatiivisen tutkimuksen validius perustuu tutkimusprosessin yksityiskohtaiseen kuvaamiseen**. Mitä tarkemman kuvan tutkimusraportti antaa kenttätöprosesseista, sitä validimpaa voidaan tutkimuksen sanoa olevan. (Grönfors 1982, 173).

Pattonin mukaan kvalitatiivisen aineiston validiteetti ja reliabiliteetti riippuu paljolti tutkijan metodologisista taidoista, herkkyydestä ja rehellisyydestä. Systemaattinen ja ankara tarkkailu sisältää paljon muutakin kuin läsnäoloa ja ympärilleen katsomista. Taidokas haastattelu sisältää paljon muutakin kuin kysymysten esittämistä. Sisällön analyysi vaatii melkoisesti muutakin kuin sisällön lukemista. Hyödyllisen ja uskottavan kvalitatiivisen aineiston tuottaminen observoimalla, haastattelemalla ja sisällön analyysillä vaatii kuria, tietoa, koulutusta, harjaannusta, luovuutta ja kovaa työtä. Kvantitatiivinen tutkimus puolestaan mahdollistaa rajallisen kysymysmäärän esittämisen suurelle joukolle ja siten helpottaa datan vertailua ja tilastollista käsittelyä. Tämä antaa laajan joukon tuloksia helposti yleistettävässä ja tiiviissä muodossa. Kvalitatiiviset meto-

dit sitä vastoin tuottavat tyypillisesti runsaasti yksityiskohtaista tietoa paljon pienemmästä joukosta ihmisiä ja tapauksia, mikä lisää tapausten ja tilanteiden ymmärtämistä, mutta vähentää tulosten yleistettävyyttä. **Kvantitatiivisen tutkimuksen validiteetti** (käyttökelpoisuus) **riippuu huolellisesta instrumenttien rakentamisesta**, jotta voidaan olla varmoja, että valittu menetelmä mittaa juuri sitä, mitä sen on tarkoitus mitata. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa painopiste onkin juuri mittausmenetelmässä päinvastoin kuin kvalitatiivisessa tutkimuksessa, jossa tutkija itse on "instrumentti". Kvalitatiivisen tutkimuksen validiteetti riippuu siten ensisijaisesti tutkijan taidoista, tiedoista ja tarkkuudesta kenttätöissä. (Patton 1990, 11).

Usein on tärkeää painottaa, että kvantitatiiviset tutkimustulokset voivat olla yhtä lailla kvalitatiivisten kanssa virheellisiä. Kaiken kaikkiaan, luonnontieteen laboratorioissa mittarit toimivat usein väärin ja usein vain kvalitatiivinen tieto ja oletukset siitä, mitä mittarien tulisi näyttää, kertovat missä toimintahäiriö on. (Campbell 1979, 53).

2.6.3.2 Menetelmien luonne ja käyttötapa

Kvalitatiiviselle analyysille on tyypillistä, että tutkimusaineisto tulee "kentältä". Tutkija osallistuu usein itse tapahtumiin ja tekee huomiot paikan päällä. Laaja aineisto kerätään kentältä yleensä observoinnin, haastattelujen ja erilaisten dokumenttien avulla. Runsa "raaka-data" prosessoidaan luettavaan, suppeampaan kuvaukseen pääteemojen, kategorioiden ja kuvaavien, sisältöanalyysiin pohjautuvien tapaus ('case') -esimerkkien avulla. Uudet löydökset, niiden ymmärtäminen ja oivallukset, jotka kenttätöistä ja sitä seuraavasta analyysistä tulevat ilmi, ovat kvalitatiivisen tutkimuksen hedelmiä. Kvalitatiiviset "löydökset" voidaan esittää joko yksinään tai yhdistettyinä kvantitatiiviseen dataan. Nykyinen tutkimussuuntaus yhdistää yhä useammin erilaisia metodeja käyttäen myös kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen datan yhdistelmiä. (Patton 1990, 10).

Kvalitatiivinen lähestymistapa tutkittavaan asiaan on erityisen sopiva silloin, kun halutaan tietää, miten jokin tapahtuu pikemminkin kuin vain lopputulokset, eli mitä tapahtuu. Joskus se, *mitä* me teemme, on vähemmän tärkeää kuin se, *miten* me sen teemme. (Patton 1990, 94). Aina ei riitä, että tiedetään tapaus-ten, asioiden tai tiettyjen mielipiteiden lukumäärä, usein on myös tarpeen selvittää, kuinka merkittävä tekijä tutkimuksessa tuo mielipide tai tapaus on. Tähän syvempään tarkasteluun kvalitatiiviset menetelmät ovat käyttökelpoisia.

Perinteisesti kvantitatiivisella paradigmalla on sanottu olevan positivistinen (tiedon nojaututtava yksinomaan todettuihin tosiasioihin), hypoteettis-deduktiivinen (hypoteeseja luova), partikularistinen (yksityiskohtainen), objektiivinen, tuloshakuinen sekä luonnontieteellinen näkökulma tutkimukseen. Kvalitatiivisen paradigman on sitä vastoin sanottu kannattavan fenomenologis-ta (havaittaviin ilmiöihin perustuvaa), induktiivista (kokemuspohjaista), holis-tista (kokonaisvaltaista), subjektiivista, prosessi-orientoitunutta ja sosiaaliant-ropologista näkökulmaa. Koska paradigmat näkevät maailman eri tavalla, on sanottu, että tutkijoiden tulisi käyttää metodeja toisistaan erillään. Toisaalta kvalitatiivisten ja kvantitatiivisten metodien yhteiskäytöstä on tunnustettu ole-van käytännössä usein hyötyä. (Reichardt & Cook 1979, 9). Metodeja on usein jopa mahdotonta ja turha yrittääkään erottaa toisistaan. Useiden eri kvalitatiivisten ja kvantitatiivisten menetelmien yhdistäminen samaan tutkimukseen tuo tutkimustuloksiin useita näkökulmia ja helpottaa tulosten objektiivista tulkin-taa. Suurin hyöty kvantitatiivisten menetelmien yhdistämisessä kvalitatiiviseen tutkimukseen on ehkä se, että ne helpottavat kvalitatiivisessa tutkimuksessa esille tulleiden oivallusten yleistettävyyttä. (Ks. esim. Ianni & Orr 1979, 94).

Kvalitatiivisen tutkimusaineiston analysointi

Kvalitatiivista tutkimusta on kiusannut muun muassa se, että tutkimukset eivät tuota varsinaisia tuloksia aina lainkaan. Evaluointikäytäntö onkin muuttunut aikojen kuluessa seuraavasti: a) *Mittaaminen* oli painopistealueena ensimmäisen maailmansodan jälkeen ja tutkijan tehtävänä oli hallita, laskea ja tulkita testitu-

loksia; b) Vuosisadan puolella välissä evaluointi painottui *kuvaamiseen*. Tutkijan roolina oli kuvata yksilö, ryhmä tai ohjelma behavioralististen ehtojen valossa; c) *Arviointi* oli 1960-luvun painopisteenä, jolloin tutkijan tehtävänä oli arvioida saavutukset ja tulosten arvo standardien ja erilaisten mallien pohjalta; d) *Ymmärtävääisyys* ('responsiveness') on neljännen sukupolven painopisteenä. Tutkijan rooli on etsiä sidosryhmien vaatimuksia, huolenaiheita sekä ongelmia ja yhteisymmärryksen kautta neuvotella tarvittavat parannukset ja muutokset. Tutkija käyttää useita metodeja tutkimusaineiston keruuseen, kuten osallistuvaa havainnointia, haastatteluja ja asiakirjojen tarkastelua. (Swanson & Chapman 1994, 69).

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkijan laboratoriona on jokapäiväinen elämä, eikä sitä voi sisällyttää koeputkeen, aloittaa, lopettaa, manipuloida tai huuhdella viemäriin. Muuttujat eivät ole säädettyjä ('controlled'), ja tutkijan päästessä työnsä loppuun hän ei ehkä vielääkään kykene määrittelemään, mitkä noita muuttujia ovat. Siten teorian kehittäminen, kuvaus ja operationaalistaminen ovat usein kvalitatiivisen tutkimuksen lopputuloksia. Ne ovat tutkimusprosessin tuotteita pikemminkin kuin keskiarvoja, sekä tutkimuksessa käytettyjä työkaluja. Epäilemättä kvalitatiivinen tutkimus on tärkeää. Tiede alkaa huomioiden tekemisellä, jotka puolestaan luovat teoreettisen perustan ja määrittelevät tieteenalan konseptuaaliset parametrit. Tälle pohjalle selvemmin määritellyt kvantitatiiviset metodit kehittävät kasvavan tietorungon. (Morse 1994, 1).

Joka tilanteeseen sopivaa kvalitatiivisen aineiston analysointimenetelmää ei ole ja Grönforsin (1982, 144) mukaan sellaisen yrityskin sotisi koko kvalitatiivisen tutkimusprosessin periaatetta vastaan. Hänen mukaansa ei ole lainkaan ristiriitaista väittää, että analyysit kehitetään kerätyn aineiston pohjalta palvelemaan kyseisen tutkimuksen tarkoituksia parhaalla mahdollisella tavalla. Joitakin analysointimahdollisuuksia sekä aineiston systemaattista tarkastelua voidaan kuitenkin käsitellä aikaisempien kvalitatiivisten tutkimusten perusteella. Kvalitatiivisen aineiston analyysi tapahtuu osittain samanaikaisesti aineistonkeruun kanssa. Aineiston voi analysoida tavallisesti ainoastaan kenttätutkimuksen suo-

rittanut henkilö itse. Yhtä hyvin kuin tutkija itse on osa kenttäaineistoa, on kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä käyttävä tutkija myös osa analyysia. Jo ongelman, käsitteiden ja määritteiden valinta ja muokkaaminen kentällä on osa analysointiprosessia; tavallisestihan nämä muotoutuvat ja selkiytyvät tehtyjen havaintojen pohjalta. Kvalitatiivisen aineiston analysoinnissa yhdistyvät analyysi ja synteesi. Analyyttisen prosessin avulla kerätty aineisto hajotetaan käsitteelliseksi osiksi ja synteessin avulla näin saadut osat kootaan uudelleen joko kuvauksiksi, empiirisiksi yleistyksiksi tai tieteellisiksi johtopäätöksiksi. Analyysi ja synteesi ovat nimenomaan järjellistä toimintaa, tutkimusaineiston tarkastelua käsitteellisellä tasolla. (Grönfors 1982, 145).

Alasuutari (1994) erottaa kvalitatiivisen tutkimusaineiston analysoinnissa kaksi vaihetta: 1) havaintojen pelkistämisen ja 2) arvoituksen ratkaisemisen, mikä tarkoittaa tulosten tulkintaa. *Havaintojen pelkistämisessä* voidaan erottaa kaksi osaa. Ensinnäkin aineistoa tarkastellaan aina vain tietystä teoreettis-metodologisesta näkökulmasta. Aineistoa tarkasteltaessa kiinnitetään huomiota siis vain siihen, mikä on teoreettisen viitekehyksen ja kulloisenkin kysymyksenasettelun kannalta "olennaista", vaikka samassakin tutkimuksessa aineistoa voidaan tarkastella monesta näkökulmasta. Joka tapauksessa näin analyysin kohteena oleva tekstimassa tai vaikkapa kuva-aineisto pelkistyy hieman hallittavamaksi määräksi erillisiä "raakahavaintoja". Pelkistämisen toiseen vaiheeseen ideana on edelleen karsia havaintomäärää yhdistämällä. Erilliset raakahavainnot yhdistetään yhdeksi havainnoksi tai ainakin harvemmaksi havaintojen joukoksi. Tähän päästään etsimällä havaintojen yhteinen piirre tai nimittäjä tai muotoilemalla sääntö, joka tältä osin pätee poikkeuksetta koko aineistoon. Havaintojen yhdistämisessä lähtökohtana on siis ajatus siitä, että aineistossa ajatellaan olevan esimerkkejä tai näytteitä samasta ilmiöstä. Vaikka laadullisessa analyysissa pyritään muotoilemaan sääntöjä tai sääntörakenteita, jotka pätevät koko aineistoon ja yksikin poikkeus kumoo säännön, havaintojen yhdistäminen yhteisiä piirteitä etsimällä ei kuitenkaan tarkoita, että laadulliseen analyysiin kuuluvan pelkistämisen tavoitteena olisi määritellä tyyppitapauksia tai keskivertoyksilöitä. (Alasuutari 1994). Olennaisten raakahavaintojen yhdistä-

minen voi olla pitkä ketjumainen prosessi, jossa löydettyjä havaintoja yhdistäviä tekijöitä yhdistellään aina uusiksi yhteisiksi nimittäjiksi, kunnes päästään riittävän tiiviiseen tulkintaan alkuperäisistä havainnoista. Tässä työssä kvalitatiivinen aineisto analysoitiin pääasiassa Alasuutarin pelkistämisen ja yhdistämisen mallin mukaisesti (ks. menetelmät tarkemmin kappaleesta 2.7.3) käyttäen apuna kvantitatiivisesti luokitellun aineiston tuloksia.

Myös lomaketutkimuksesta tai esimerkiksi kvantitatiivisesta sisällönerittelystä voidaan erottaa kaksi vaihetta. Ensimmäisessä vaiheessa, joka alkaa joiltakin osin jo ennen aineiston keräämistä, määritellään muuttujat ja koodit, koodataan kerätty aineisto ja tehdään siitä tilastolliset analyysit. Toisessa vaiheessa tulokset tulkitaan. Jotkut tilastolliset yhteydet tulkitaan esimerkiksi osoituksiksi kausaalisuhteista. Lisäksi tulkinta-apuna käytetään muuta informaatiota, aiempia tutkimustuloksia ja niiden pohjalta johdettuja hypoteeseja. Näitä kahta tutkimuksen vaihetta voidaan nimittää *havaintojen tuottamisen* ja *selittämisen* vaiheiksi. Kuvio 5 selventää, missä suhteissa nämä kaksi vaihetta eroavat toisistaan lomaketutkimuksessa ja laadullisessa tutkimuksessa. Molemmissa tutkimustyypeissä havaintojen tuottamisen vaiheeseen kuuluu tekniikoita, joilla mahdollista havaintojen määrää rajoitetaan hallittavamman kokoiseksi. Laadullisessa tutkimuksessa määrää voidaan rajoittaa keskustelemalla haastatelussa esimerkiksi vain tietyistä tutkimukseen oletettavasti liittyvistä teemoista. Raakahavaintojen yhdistämisen vaihe erottaa selvimmin kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimustyyppin toisistaan. Sitä, miten raakahavaintojen yhdistämisen laadullisessa tutkimuksessa tapahtuu, voidaan nimittää varsinaiseksi *laadulliseksi analyysiksi*. Ideana on muotoilla sellaisia havaintolauseita, raakahavaintoja kuvaavia sääntöjä, jotka pätevät poikkeuksetta koko aineistoon. Selittämisen vaiheessa molemmissa tutkimustyypeissä viitataan muihin tutkimuksiin, aiemmin testattuihin hypoteeseihin ja aihetta käsittelevään kirjallisuuteen itse tuotettuja havaintoja selitettäessä. Laadullisessa tutkimuksessa käytetään raakahavaintojen pelkistämällä tuotettujen ”makrohavaintojen” ohella merkitystulkintojen tekemisen johtolankoina myös yksittäisiä viittauksia aineistoon. Niistä voidaan kuvata tarkemmin jotain yksittäistapausta tai ottaa esimerkeiksi

puhesitaatteja, jotka antavat hyvän tulkintavihjeen tai illustroivat tehtyä tulkin-
taa. (Alasuutari 1994).

	Lomaketutkimus	Laadullinen tutkimus
Arvoituksen ratkaiseminen	kausaalianalyysi, til. yhteyksien tulkinta, muuhun tutkimukseen ja hypoteeseihin viittaaminen	”ymmärtävä selittäminen”, muuhun tutkimukseen ja teoreettisiin viitekehyksiin viittaaminen
Havaintojen tuottaminen	muuttujien määrittely ja koodaaminen, keskiarvojen ja til. yhteyksien etsiminen	havaintojen pelkistäminen: ”olennaiseen” keskittyminen ja raakahavaintojen yhdistäminen

Kuvio 5. Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen analyysin vaiheet Alasuutarin (1994) mukaan.

2.6.3.3 Haastattelu tutkimusmenetelmänä

Pitkä haastattelu on McCrackenin (1988, 9) mukaan yksi tehokkaimmista menetelmistä kvalitatiivisten menetelmien ”asevarastossa”. Tiettyihin kuvaileviin ja analyyttisiin tarkoituksiin mikään muu tutkimusmenetelmä ei voisi olla valaisevampi. Myös Downs (1988, 49) suosittelee aloittamaan esimerkiksi viestinnän tutkimuksen aina haastattelulla. McCrackenin (1988, 9) mukaan pitkä haastattelu voi viedä meidät yksilön psyykkiseen maailmaan ja näyttää vilaukselta ne kategoriat ja logiikan, joiden avulla hän maailmaa tarkastelee. Menetelmän avulla voimme myös tutustua yksilön arkielämään nähdäksemme sen sisällön, tavat ja tottumukset. Pitkä haastattelu antaa meille siis tilaisuuden astua toiseen ihmismieleen sekä nähdä ja kokea maailma sellaisena, kuin hän itse sen kokee. Tällaisen työkalun sovellutukset ovat luonnollisesti loputtomat. Esimerkiksi kvantitatiivinen tutkimus syntyvyydestä voi kertoa paljon enemmän, jos siihen liitetään sellaisia kvalitatiivisia tietoja kuin ”perheen” määrittely ja kokeminen, ”vanhemmuus”, ”lasten kasvatus” jne. (McCracken 1988, 9).

Käytetyin haastattelulaji on lomakehaastattelu, jossa haastattelu tapahtuu lomakkeen mukaan. Lomakkeessa kysymysten ja väitteiden muoto ja esittämisjärjestys on täysin määrätty. Oletetaan myös, että kysymyksillä on sama merkitys kaikille. Tällaisen *strukturoidun haastattelun* suurimpana vaikeutena on haastattelulomakkeen ja kysymysten muotoilu. Haastattelija merkitsee yleensä vastaukset haastattelutilanteessa muistiin valmiiksi laadittuja luokkia noudattaen. Etuna on tietojenkäsittelyn nopeus, mutta haittana on - ellei luokkia ole laadittu vähemmän strukturoituun haastatteluun perustuen - että valitut käsitteet ja vaihtoehdot heijastavat enemmän tutkijan kuin haastateltavien maailmaa ja haastattelija joutuu haastattelutilanteessa huomaamaan, että luokkaan "muu" sijoittuu yllättävän paljon tapauksia. (Hirsjärvi & Hurme 1982, 29).

Avoin haastattelu eli *syvähaastattelu* on kaikista haastattelun muodoista lähimpänä keskustelua. Yleensä strukturoimaton haastattelu vaatii paljon aikaa, tavallisesti useita haastattelukertoja. Keskustelut voivat koskea lähes mitä tahansa ja aiheen vaihto tapahtuukin useimmiten haastateltavan aloitteesta. Tavallisesti tutkija vasta jälkeinpäin jäsentää runsaan materiaalin. (Hirsjärvi & Hurme 1982, 31). Lotti (1994, 68) jaottelee 'syvähaastattelun' kolmeen eri tyyppiin: 1) kliiniseen haastatteluun, 2) ohjattuun haastatteluun ja 3) puoliksi strukturoituun haastatteluun. *Kliininen haastattelu* on hänen mukaansa täysin vapaamuotoinen, keskustelutyyppinen prosessi, jonka vetäjältä vaaditaan vankkaa psykologista koulutusta. Kliininen haastattelu voi koostua useista jaksoista. *Ohjatussa haastattelussa* vetäjä ohjaa keskustelua syventäen saatuja vastauksia koko ajan jatkokysymyksin. *Puolistrukturoidussa haastattelussa* puolestaan käytetään apuna aiheita, mikä selventää ja helpottaa haastattelijan työtä. (Lotti 1994, 68).

Lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto eli puolistrukturoitu tai puolistandardoitu haastattelu sopii Hirsjärven ja Hurmeen (1982, 35) mukaan erinomaisesti käytettäväksi samoissa tilanteissa kuin strukturoimaton haastattelu: kun tutkimuksen kohteena ovat emotionaalisesti arat aiheet, kun halutaan selvittää heikosti tiedostettuja seikkoja, kun muistamattomuuden arvellaan tuottavan

virheellisiä vastauksia tai kun tutkitaan ilmiöitä, joista haastateltavat eivät päivittäin ole tottuneet keskustelemaan, esimerkiksi arvostuksistaan, ihanteistaan, perusteluistaan kriittisessä mielessä. Puolistrukturoidusta haastattelusta on erilaisia muunnelmia. *Puolistrukturoitu teemahaastattelu* kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan. Menetelmä on puolistrukturoitu siksi, että haastattelun aihepiirit, tema-alueet, ovat tiedossa. Menetelmästä puuttuu kuitenkin strukturoidulle haastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys. (Hirsjärvi & Hurme 1982, 35).

Tämän tutkielman kohteena ovat ihmisten mielikuvat, jotka voivat olla heikosti tiedostettuja ja siten vaikeasti kuvattavissa ja perusteltavissa. Mielikuvien laatu voi olla jopa emotionaalisesti arka aihe, jolloin kahdenkeskinen tiettyihin teemoihin keskittyvä haastattelu voi antaa rennon ilmapiirinsä takia luotettavampia tutkimustuloksia kuin esimerkiksi ryhmäkeskustelut. Päämenetelmänä tässä tutkielmassa onkin puolistrukturoitu kvalitatiivinen teemahaastattelu, jonka aineiston luokittelussa ja tulosten vertailussa kuitenkin käytetään tilastollisesti analysoitua, kyselylomakkeella hankittua tietoa hyväksi (ks. tarkemmin kapaleesta 2.7.3).

2.7 Tutkimustehtävä

2.7.1 Yrityksen esittely

Rautaruukki Oy on kansainvälinen terästä valmistava ja jatkojalostava pörssi-yhtiö, jolla on tuotantoyksiköitä yli kymmenessä Euroopan maassa ja myyntiyhtiöitä kolmessa maanosassa. Keskusjohtoisen yhtiön pääkonttori sijaitsee Helsingissä. Vuonna 1960 perustetun Rautaruukin toiminta jakautuu teollisuusryhmiin. Monipuolisessa teräksen valmistus- ja jatkojalostusketjussa on ensimmäisenä teräksen tuotannosta vastaava **Raahe Steel**. Valtaosan Raahe Steelistä muodostaa Raahan terästehdas. Raahe Steel valmistaa ja markkinoi kuumavalsattuja levy- ja nauhatuotteita, esikäsiteltyjä levytuotteita, terästeollisuuden si-

vutuotteita ja kuljetuspalveluja konsernin ja ulkopuolisten asiakkaiden tarpeisiin (Rautaruukki 1996). Yli puolet tuotannosta jatkojalostetaan Rautaruukin omilla tehtailla. (Teräs kestää tulevaisuuden 1996).

Rautaruukki-konsernin päätuotteita ovat seostamattomat ja niukasti seostetut litteät terästuotteet ja hitsatut teräsputket sekä pitkät terästuotteet. Litteitä tuotteita ovat kuumavalsstatut, kylmävalssatut ja pinnoitetut teräslevyt ja niistä jatkojalostetaan edelleen hitsattuja teräsputkia, putkijalosteita, kylmämuovattuja avoprofiileja sekä rakentamisen tuotteita ja komponentteja. Pitkiä terästuotteita ovat betoniteräokset, tangot, valssilangat, valssatut profiilit ja erilaiset jatkojalostustuotteet. Rautaruukki on Pohjoismaiden suurin teräskonserni ja Pohjoismaiden suurin pinnoitettujen ja profiloitujen ohutlevyjen valmistaja. Rautaruukki on myös Euroopan suurin profiloitujen teräskatteiden valmistaja sekä kolmanneksi suurin hitsattujen ohutseinäputkien valmistaja. (Tulevaisuus on terästä 1997).

Raahe Steelin Raahan terästehtaan ympäristöimagon selvittämisellä on laajalti merkitystä, sillä Raahan tehdas vaikuttaa niin lähialueidensa kuin koko Pohjois-Pohjanmaan ympäristöihinsä monella tapaa. Ensinnäkin se on noin 18 000 asukkaan Raahan kaupungin sekä lähikuntien suurin työnantaja ja työllistää pelkästään Raahan tehtaalla noin 3600 työntekijää. Toisaalta se on myös Raahan alueen (ja koko Pohjois-Pohjanmaan) suurin ilman epäpuhtauksien päästölähte (Keinänen 1995) ja tekee siten ympäristöimago tutkimuksen erityisen merkittäväksi. Raahan tienoole tunnusomaista on meren läheisyys ja saarten luonteenomainen kasvillisuus. Raahan edustalla olevilla saarilla on esimerkiksi merkittäviä metsien luontokokonaisuuksia. (Metsä-Raahe -suunnitelma vuosiksi 1995-2005). Raahan terästehdas sijaitsee Pohjanlahden rannalla, avomeren äärellä. Välittömässä läheisyydessä on tehtaan vesihuoltoon liittyvä Kuljunlahden makeavesiallas. Muita vesistöjä ei tehtaan lähellä ole. (Teräs kestää tulevaisuuden 1996). Raahan terästehtaan omassa ympäristöselonteossa (1996) sanotaan, että tehtaan työssä yhdistyvät hyvinvointia tuottava taloudellinen toiminta ja luontoa kunnioittava asenne. Tehdas on edelleen suurin yksittäinen ilman-

saastuttaja Pohjois-Pohjanmaalla ja yksi suurimmista yksittäisistä päästölähteistä ilmansaasteiden osalta koko Suomessa. Se on kuitenkin ympäristöhoidossaan edelläkävijä moneen muuhun maailman terästeollisuuden yrityksiin verrattuna. Siitä kertoo tehtaan eurooppalaisten ja kansainvälisten standardien mukaiseksi useita vuosia kestänyt ympäristöjärjestelmän rakentaminen ja sen ulkopuolinen todentaminen sekä vahvistaminen.

2.7.2 Tutkielman tavoitteet

Tämän tutkielman tavoitteena oli selvittää Rautaruukki Raahe Steelin tiettyjen ulkoisten sidosryhmien (sidosryhmät tarkemmin kappaleessa 2.7.4) mielikuvia siitä, minkälainen vaikutus teollisuuslaitoksella on luonnonympäristöönsä sekä muuhun ympäröivään yhteiskuntaan. Tutkielmassa ei keskitytä mielikuvien muodostumisen vaikutusprosesseihin tai siihen, miten tehdas todellisuudessa vaikuttaa ympäristöönsä vaan päätavoitteena oli selvittää minkälaisia *mielikuvia* haastateltavilla on Raahe Steelistä. Tärkeimpiä tutkimuskysymyksiä olivat:

1) *Mitä mielikuvia tehtaan ulkoisilla sidosryhmillä on Raahe Steelistä yleisellä tasolla?*

- Minkälainen Raahe Steelin julkisuuskuva on kokonaisuudessaan?
- Mitkä ovat julkisuuskuvan ulottuvuudet?
- Ovatko ulottuvuudet positiivisia vai negatiivisia?
- Minkälainen vaikutus Raahe Steelillä on ympäristöönsä?
- Mitä mielikuvia tehtaan tuotannollisesta toiminnasta ja työympäristöstä on?

2) *Minkälaisia ekologisia mielikuvia eri sidosryhmillä on?*

- Mitä mielikuvia sidosryhmillä on tehtaan ympäristöviestinnästä ja ympäristövaikutuksista?
- Eroavatko eri sidosryhmien käsitykset toisistaan?
- Minkälainen vaikutus Raahe Steelillä on lähialueilla asumiseen?
- Kuinka vakavia tehtaan ympäristöongelmat ovat kansainvälisellä tasolla?

- Minkälaisia ideaalisia ratkaisuja sidosryhmillä on tehtaan ympäristönhoidosta?

3) Miten Raahe Steelin ympäristöviestinnän tavoitteet ovat toteutuneet suhteessa tehtaasta oleviin mielikuviin?

- Vastaavatko tehtaan ympäristöviestinnälle asetetut tavoitteet *rehellisyys, avoimuus ja aktiivisuus* sidosryhmien mielikuvia?

Tässä tutkielmassa keskityttiin tiettyjen Raahe Steelin ulkoisten sidosryhmien mielikuvien selvittämiseen, koska tehtaalla on jo aiemmin tutkittu yrityksen sisäisiä sidosryhmiä, joiksi voidaan katsoa ne sidosryhmät, jotka ovat sitoutuneet yrityksen rahavirtoihin (ks. esim. kuvio 3 sivulla 25). Esimerkiksi Pikkaraisen (1995) ja Holopaisen (1994) mielipidekartoituksissa on tutkittu henkilöstön mielikuvia tehtaan ympäristöasioista. Pikkaraisen tutkimustulosten mukaan Raahen terästehtaan henkilöstö on sitä mieltä, että tehtaan tiedotusta ja avoimuutta ympäristöasioiden suhteen oli lisätty, mutta jotkut kokivat kuitenkin jääneensä ilman ympäristötietoutta tai suhtautuivat annettuun tietoon epäillen. Tämän tutkielman tuloksia verrattiin sekä henkilöstön mielikuviin tehtaasta että muiden suomalaisten ympäristöasenteita mittaavien tutkimusten (ks. tarkemmin kappale 2.2) tuloksiin. Aiempien ympäristökäsityksiä selvittäneiden tutkimusten tulokset ovat olleet hieman ristiriitaisia siinä suhteessa, että kansalaisten kuva teollisuuden aiheuttamista haitoista on todellisuutta negatiivisempi ja toisaalta valtaenemmistö suomalaisista on tyytyväinen ympäristön tämänhetkiseen tilaan.

Tehdas on ympäristöviestinnällään pyrkinyt vaikuttamaan myös tehtaan ulkoisiin sidosryhmiin. Ympäristöviestinnälle asetettujen tavoitteiden toteutumista ja ulkoisten sidosryhmien mielikuvien laatua ei yrityksessä ole vielä tutkittu. Raahen terästehtaan ympäristöselonteon (Teräs kestää tulevaisuuden 1996) mukaan ympäristönsuojelu on kuitenkin kirjattu yhdeksi tehtaan tärkeimmistä tavoitteista ja päästöjen kehitystä seurataan jatkuvasti. Selonteon mukaan tehdas kertoo ympäristöasioistaan tiedotustilaisuuksissa ja median välityksellä.

Vuosittain tehdään esimerkiksi kolme numeroa Raahen terästehtaan ympäristölehteä, joka jaetaan talousalueen kaikkiin koteihin. Raahe Steelin ympäristöviestinnän tavoitteet (esitetty edellä tutkimuskysymysten yhteydessä) on kirjattu yrityksen ympäristöpolitiikkaan. Yrityksen menestyksen kannalta on tärkeää saattaa sidosryhmien tietoon tehtaan ympäristönsuojelua koskevia päämääriä muun muassa positiivisten mielikuvien synnyttämiseksi ja tietämättömyydestä johtuvan pelon poistamiseksi.

2.7.3 Tutkielmassa käytetyt menetelmät

Aineiston hankkiminen

Usein yrityskuvatutkimuksissa on käytetty "kovia" kvantitatiivisia menetelmiä (esim. kyselylomake-tutkimukset), mutta koska ihmisten suhtautumisessa organisaatioihin on huomattu ihmisten välisten suhteiden kaltaisia piirteitä, erityisesti markkinointitutkimuksissa on tilastollisten menetelmien rinnalle otettu "pehmeämpiä" kvalitatiivisia menetelmiä (esim. haastattelututkimukset). Kvalitatiiviset menetelmät eivät tarjoa tilastollista laajasti yleistettävissä olevaa tietoa, vaan niiden avulla pyritään löytämään tietoa ja ymmärtämään sitä - ymmärtämään koko ilmiökenttää sen läheisen tarkastelun kautta. Kvalitatiivisissa tutkimuksissa tutkija itse kerää tiedon ja on tärkein tutkimusväline. Toisin kuin kvantitatiivisissa tutkimuksissa kvalitatiivisissa tutkimuksissa näytteet ovat pieniä ja pääpaino on aineiston hankinnassa ja tulkinnassa - tarkoituksena ei ole testata vain tutkijan ennalta määrättyjä kysymyksiä vaan antaa haastateltaville mahdollisuus ilmaista haluamansa käsitykset omalla tavallaan. (ks. esim. Soininen 1987).

Tässä tutkielmassa ihmisten mielikuvia yrityksestä lähestytään usean eri menetelmän avulla, jotta saataisiin eri tavalla ajattelevien ja käsityksensä ilmaisevien ihmisten ajatukset ja mahdolliset asenteet tehdasta kohtaan selville sekä päästäisiin mahdollisimman luotettavaan lopputulokseen. Pääpaino on puolistruk-

turoidussa kvalitatiivisessa *teemahaastattelussa*, jonka tulosten luokittelussa ja vertailussa käytetään haastateltaville jaetun kyselylomakkeen tilastollisesti analysoitua tietoa hyväksi. Tällaista usean menetelmän yhdistelmää kutsutaan **triangulaatio-menetelmäksi** (Soininen 1987).

Tämän tutkielman päämenetelmänä olleen teemahaastattelun voidaan katsoa kuuluvan *vastausmetodeihin* (Kotler 1975), joissa mielikuvien ominaisuuksia ei eritellä etukäteen. Aineisto hankittiin tiettyjä teemoja sisältävän haastattelurungon (liite 1) avulla henkilökohtaisissa haastatteluissa, joissa tarpeen mukaan poikettiin haastattelurungosta, mutta kaikki halutut teemat kuitenkin käsiteltiin. Teemat valittiin Rautaruukki Raahe Steelissä käytyjen neuvottelujen ja siellä esiin tulleiden ennakkohypoteesien pohjalta sekä suomalaisten käsityksiä oman maan ympäristötilasta mittaavien tutkimusten (ks. kappale 2.2) pohjalta. Mukana oli runsaasti avoimia kysymyksiä, joissa ei ollut vastausvaihtoehtoja, sekä ilmaisua helpottavia kysymyksiä, kuten erilaisia kuvittelutehtäviä (ks. esim. 'personifikaatio' ja 'eläinanalogia' tutkimustuloksista) kuvallisesti ajatteleville ihmisille. Henkilökohtaisissa haastatteluissa oli myös kysymysten toistoa ja kysymysten uudelleenasettelua, jotta mielikuvien oikea laatu voitiin tarkistaa ja selvittää myös mahdollisella salatulla tai ihmismielen tiedostamattomalla tasolla. Jotta haastattelutilanteet saatiin vapautuneiksi, alussa oli yleisluontoisia, helppoja eikä kovin henkilökohtaisia kysymyksiä, jonka jälkeen keskustelut syvenivät koskemaan sellaisia aiheita, joista voi olla vaikeampi puhua, kuten haastateltujen arvostuksista ja asenteista tehdasta kohtaan. Taustatiedot haastateltavilta kysyttiin vasta haastattelun ja kyselylomakkeen täyttämisen jälkeen.

Haastattelun päätteeksi haastateltaville annettiin täytettäväkseen strukturoitu (valmiit vastausvaihtoehdot) kyselylomake (liite 2), jossa oli tehtaan palaverissa ilmi tulleiden ennakkohypoteesien avulla muodostettuja positiivisia ja negatiivisia väitteitä tehtaasta. Vastausten avulla pyrittiin löytämään yhteneväisyyksiä ja eroja vastaajien välillä, mikä voisi olla avuksi laajan haastatteluaineiston luokittelussa. Vaikka kyselylomake-tutkimus olisi mahdollistanut laajemman otoksen, sitä ei kuitenkaan lähdetty tekemään, koska haluttiin syvällisem-

pää, ihmisten käsityksiä heidän omilla sanoillaan selittävää tietoa. Haastattelututkimuksessa otos voitiin lisäksi valita mahdollisimman monipuoliseksi ja kaikilta valituilta haastatelluilta saatiin vastaukset, mikä olisi saattanut muodostua kyselylomake-tutkimuksessa vastausprosentin tyypillisestä pienuudesta johtuen ongelmaksi.

Aineiston analyysi

Laajan aineiston analyysissä käytettiin tässä tutkielmassa useita menetelmiä luotettavan lopputuloksen aikaansaamiseksi. Ensiksi analysoitiin haastateltaville jaettu kyselylomake kvantitatiivisesti muun muassa faktorianalyysia käyttämällä. *Faktorianalyysin* avulla haastateltaville etsittiin yhteisiä piirteitä heidän taustatietojensa ja vastaustensa suhteen. Kvalitatiivista aineistoa tarkasteltiin löydettyjen kategorioiden pohjalta. Tutkielman pääpaino oli kuitenkin kvalitatiivisessa aineistossa, joten kvantitatiivisiin analysointimenetelmiin ei tässä tarkemmin puututa vaan menetelmät on selvitetty tutkimustuloksissa kappaleessa 3.1.1.

Kvalitatiivisen aineiston analyysi tapahtuu osittain samanaikaisesti aineistonkeruun kanssa. Ongelman, käsitteiden ja määritteiden valinta sekä muokkaaminen kentällä on osa analysointiprosessia. (Grönfors 1982). Tässä tutkielmassa aineiston analyysi aloitettiin Grönforsin esityksen mukaisesti jo kentällä siten, että haastattelujen nauhoittamisen lisäksi haastattelujen aikana tehtiin muistiinpanoja keskusteluissa esille tulleista merkityksistä ja painotuksista. Jos joku asia, jota ei myöhemmin mahdollisesti huomaisi nauhoituksista, tuntui haastattelun aikana erityisen merkittävältä tai se toistui usein, se kirjattiin ylös. Nauhoitukset ja muistiinpanot kirjoitettiin puhtaaksi ja osin litteroitiin tutkimustuloksissa olevia kuvauksia varten. Tämän tutkielman puhtaaksikirjoitettu haastatteluaineisto ei siis ole enää "raaka-dataa" vaan yksi analyysin tuotos, *kuvaus*, joka on kriittisesti valittu edustamaan käsiteltyjä haastattelu-teemoja.

Kvalitatiivisen aineiston analysoinnissa analyttisen prosessin avulla kerätty aineisto hajotetaan käsitteellisiksi osiksi ja synteessin avulla näin saadut osat kootaan uudelleen joko *kuvausiksi*, *empiirisiksi yleistyksiksi* tai *tieteellisiksi johtopäätöksiksi*. (Grönfors 1982, 145). Rungas "raaka-data" prosessoidaan luettavaan, suppeampaan kuvaukseen pääteemojen, kategorioiden ja kuvaavien, sisältö-analyysiin pohjautuvien tapaus-esimerkkien avulla (Patton 1990). Tämän tutkielman aineistoa tarkasteltiin ennalta valittujen pääteemojen sekä kyselylomakkeen kvantitatiivisessa analyysissä ilmenneiden kategorioiden pohjalta. Tuloksena syntyi kahdeksan kuvausta, jotka on esitetty tuloksissa kuvioina 9-16.

Aineiston *pelkistämisprosessissa* kiinnitetään huomiota siihen, mikä on teoreettisen viitekehyksen ja kulloisenkin kysymyksenasettelun kannalta "olennaista". Näin analyysin kohteena oleva tekstimassa tai vaikkapa kuva-aineisto pelkistyy hallittavammaksi määräksi erillisiä "raakahavaintoja". Pelkistämisen jälkeen havaintomäärää karsitaan edelleen *yhdistämällä*. Erilliset raaka-havainnot yhdistetään yhdeksi havainnoksi tai ainakin harvemmaksi havaintojen joukoksi etsimällä havaintojen yhteinen piirre tai nimittäjä tai muotoilemalla sääntö, joka tältä osin pätee poikkeuksetta koko aineistoon. (Alasuutari 1994). Olennaisten raakahavaintojen yhdistäminen voi olla pitkä *ketjumainen prosessi*, jossa löydettyjä havaintoja yhdistäviä tekijöitä yhdistellään aina uusiksi yhteisiksi nimittäjiksi, kunnes päästään riittävän tiiviiseen tulkintaan alkuperäisistä havainnoista. Tässä tutkielmassa Raahen Steelin julkisuuskuvaan olennaisten piirteiden ja kokonaislaadun selvittämiseksi kaikki kyselylomakkeessa ja henkilökohtaisissa haastatteluissa sekä muistiinpanoissa esille tulleet käsitykset Raahen terästehtaasta kirjoitettiin ensin allekkain luetteloksi. Luetteloon merkittiin myös kuvauksen lähde. Sen jälkeen kuvaukset leikattiin luettelosta irralleen ja niitä yhdistettiin eri kategorioihin jonkin yhteisen piirteen avulla niin kauan, että tulokseksi tuli tiivis kokonaisuus tai yhteisiä piirteitä ei enää löytynyt. Tuloksena mielikuvat saatiin jaettua yhteensä kahteentoista dimensioon eli ulottuvuuteen vastausten "painoarvojen" mukaan (dimensiot kappaleessa 4); toisin sanoen

jokainen tehdasta kuvaava laatutekijä tuli haastatteluissa voimakkaasti esille tai mainittiin keskimääräistä useammin.

Haastatellut ja heidän mielikuvansa luokiteltiin lisäksi Åbergin (1989) tietoa -matriisia soveltaen, jotta saataisiin muun muassa yrityksen markkinoinnin ja viestinnän kannalta arvokasta tietoa tärkeimmistä kohderyhmistä. Haastateltavat jaettiin taustatietojensa ja vastaustensa perusteella neljään vastaanottajatyyppiin: ”mielikuva Raahe Steelistä myönteinen/kielteinen” ja ”tiedot Raahe Steelin ympäristönhoidosta runsaat/vähäiset” (katso tarkemmin kappale 4). Haastateltavien käsityksiä tehtaasta tutkittiin myös Kotlerin (1975) mallin mukaisesti vertaamalla mielikuvien *määrää* ja *kompleksisuutta* sekä ”*hyvyyttä*” toisiinsa. Mielikuvien määrä ja kompleksisuus selvitettiin käyttämällä erilaisia ilmaisua helpottavia tekniikoita hyväksi, kuten pyytämällä haastateltavaa kuvittelemaan tehdas ihmiseksi ja eläimeksi sekä kertomaan mielikuvaansa vaikuttaneista syistä. Mielikuvien määrästä kertoivat lisäksi tilastollisesti analysoidut kyselylomakkeen tulokset, joissa vastaus ”en osaa sanoa” kertoi mielikuvan puuttumisesta ja ääripään vastaukset mielikuvan vahvuudesta. Mielikuvan määrä selvitettiin myös edellä esitetyllä tavalla kirjaamalla kaikki haastatteluissa esiin tulleet tehdasta kuvaavat piirteet, kategorioimalla ne pienempiin ryhmiin ja vertaamalla haastateltavien vastauksia toisiinsa. Vastaukset jaoteltiin positiivisiin, negatiivisiin ja neutraaleihin, jotta mielikuvien ”hyvyys” saatiin selvitettyä.

2.7.4 Toteutus ja haastateltavat

Teemahaastatteluja tehtiin tässä työssä yhteensä 42. Haastatteluosuuden keskimääräinen kesto oli hieman yli 45 minuuttia, lyhyin haastattelu kesti 25 minuuttia ja pisin 2 tuntia ja 15 minuuttia. Haastatteluja suoritettiin sekä haastateltavien työpaikoilla että heidän kotonaan, mikä parhaiten haastateltavalle sopi. Kaikki haastattelut nauhoitettiin ja kirjoitettiin puhtaaksi - osin myös litteroitiin sekä nauhoitusten että haastattelujen aikana tehtyjen muistiinpanojen pohjalta.

Tutkielmaan valittiin sellaisia haastateltavia, jotka eivät olleet tehtaan työntekijöitä tai muuten yrityksen rahavirtoihin sitoutuneita, koska esimerkiksi henkilöstön käsityksiä tehtaan ympäristöasioista oli jo aiemmin tutkittu (ks. kappale 2.2). Tosin haastattelun aikana selvisi, että muutamalla haastatellulla oli ollut aiemmin joitakin työkokemuksia Raahe Steelissä. Tässä työssä haluttiin selvittää nimenomaan *ei-asiakkaiden*, tehtaan ulkoisten yleisöjen käsityksiä tehtaan ympäristönhoidosta, koska esimerkiksi medialla ja ympäristöasiantuntijoilla voi olla vaikutusta yrityksestä muotoutuvien mielikuvien muodostumisessa niin yrityksen ulkopuolella kuin yrityksen sisäisten sidosryhmien parissa.

Haastateltavista 18 oli naisia ja 24 miehiä. Haastateltavien ikä vaihteli 18 ja 75 ikävuoden välillä keski-ikä ollessa noin 42. Haastateltavat valittiin suurimmaksi osaksi tehtaan lähiympäristöstä Raahesta (19); vertailun vuoksi haastateltavia valittiin myös muualta tehtaan talousalueelta: Raahen viidestä ympäryskunnasta (7) ja lähimmästä kaupungista Oulusta (8). Muualta Suomesta vertailussa oli mukana 8 haastateltavaa; Jyväskylästä (5), Helsingistä (1), Lahdesta (1) ja Tampereelta (1). Raahe Steelin ulkoisista sidosryhmistä haastateltaviksi valittiin yrityksen kanssa käydyissä neuvotteluissa tehtaan ympäristöviestinnän kannalta tärkeiksi koettuja henkilöitä seuraavasti:

- 1) Asiantuntijat (7)
- 2) Toimittajat (5)
- 3) Ympäristövaikuttajat (11)
- 4) Kansalaiset (15)
- 5) Luonnonsuojelijat (4).

Asiantuntijoissa oli sekä vesistöihin, ilmaan että maaperään erikoistuneita tutkijoita, kuten biologi, limnologi ja kansainvälisen päästömittauksen asiantuntija. Mukana oli myös sisätautilääkäri, alueellinen ja läänin ympäristövalvoja sekä ympäristöpolitiikan opettaja. *Toimittajia* haastateltiin Raahen paikallislehdestä ja -radiosta, ympäristöasioihin erikoistunut toimittaja

läänin sanomalehdestä, valtakunnallisen uutistoimiston STT:n toimittaja sekä yksi television toimittaja Kotimaan katsauksesta. *Ympäristövaikuttajiksi* katsottiin muun muassa luonnontieteiden, kuten fysiikan ja kemian sekä biologian opettajat; mukana oli myös kaksi historian lehtoria ja yksi äidinkielen lehtori yläasteelta sekä yksi lukiosta. Ympäristövaikuttajia olivat myös nuorison neuvontatyön tekijä, maatalousopettaja, kunnanvaltuutetut sekä kalastusseuran toiminnasta vastaava henkilö. *Kansalaisissa* oli mukana lähialueen asukkaita sekä opiskelijoita: luonnontieteiden ja tekniikan opiskelijoita ammatillisesta oppilaitoksesta, teknillisistä oppilaitoksista sekä yliopistoista, rakennusmestari, laboratoriohoitaja, lastentarhanopettaja, muurari, kalastaja ja eläkkeellä oleva työpäällikkö. Mukana oli myös yksi Raahessa asuva astmaatikko. *Luonnonsuojelijoihin* valittiin eri järjestöjen kuten kansainvälisen ympäristöjärjestön Greenpeacesta ja Suomen Luonnonsuojeluliiton toiminnanjohtajia.

3 TUTKIMUSTULOKSET

3.1 Mielikuvan keskimääräinen laatu

Rautaruukki Raahen Steeliä koskevien mielikuvien laatu oli keskimäärin hyvä. Mielikuvat tehtaan tuotannollisesta toiminnasta olivat odotusten mukaisesti lähes poikkeuksetta positiivisia ja mielikuvat tehtaan ympäristöasioiden hoidosta puolestaan usein negatiivisia. Kyselylomakkeen tilastollisen analyysin mukaan mielikuvien keskimääräinen laatu oli asteikolla yhdestä viiteen 3.61, joka on neutraalista (3 = en osaa sanoa) positiiviseen suuntaan. Keskiarvo ei kuitenkaan kerro aineiston pienuuden takia koko totuutta. Päämenetelmänä olleen haastattelututkimuksen tulokset eivät olleet yhtä positiivisia kuin loma-
ketutkimuksen tulokset vaan esimerkiksi personifikaatiossa tehdas kuvattiin yleisimmin keski-ikäiseksi tai keski-ikänsä ylittäneeksi, hieman nuhjuiseksi, persoonattomaksi, värittömäksi, hitaaksi ja konservatiiviseksi perussuomalaiseksi mieheksi, kuitenkin mieheksi parhaassa iässänsä. Positiivisimmat mielikuvat tehtaasta olivat henkilökohtaisessa kontaktissa tehtaaseen olleilla ja negatiivisimmat tai melko neutraalit ulkopaikkakuntalaisilla sekä niillä, joilla oli vain välillisiä kontakteja tehtaaseen kuten esimerkiksi asiantuntijoilla ja ympäristönsuojelijoilla.

3.1.1 Kyselylomakkeen tilastollinen analyysi

Henkilökohtaisten haastattelujen aineiston analysoimisen tueksi haastateltaville jaettujen kyselylomakkeiden (liite 2) vastaukset käsiteltiin Jyväskylän yliopiston ATK-keskuksessa, jossa vastaukset analysoitiin muun muassa faktorianalyysin avulla. Faktorianalyysillä etsitään sellaisia muuttujaryhmiä, jotka muodostavat tulkinnallisia kokonaisuuksia (Riukulehto & Huhtala 1992, 120). Tässä tutkiel-

massa haluttiin käyttää faktorianalyysia, jotta saataisiin selville, löytyykö haastateltavien vastauksista yhteisiä kategorioita ja miten haastateltavat jakautuvat mahdollisesti ilmi tulleisiin kategorioihin. Tilastollisin menetelmin selvitettyä vastausten ja haastateltujen jakaumaa haluttiin käyttää yhtenä apuvälineenä myös laajan kvalitatiivisen haastatteluaineiston luokittelussa.

Erilaisia väitteitä tehtaasta sisältävän kyselylomakkeen (liite 2) vastaukset jaettiin faktorianalyysillä kahteen eri asiakokonaisuuteen, joista toiseen näytti tulevan tehtaan ympäristönhoitoon ja ympäristövaikutuksiin liittyviä kysymyksiä ja toiseen tehtaan tuotannolliseen toimintaan liittyviä kysymyksiä. Nimitetään faktorit lyhyemmin: 1) *ympäristöasiat* ja 2) *tuotannollinen toiminta*. Reliabiliteetti eli muuttujien luotettavuus (Riukulehto & Huhtala 1992, 5) oli molemmissa Cronbachin alfan perusteella hyvä (liite 5). Faktorianalyysin pohjalta rakennettujen summamuuttujien avulla haastateltavien joukosta muodostettiin dendrogrammi (liite 7) Wardin metodia käyttämällä. Haastateltavat siis jaettiin taustatietojensa perusteella kolmeen ryhmään eli klusteriin, joiden vastaukset näyttivät vertailun jälkeen eroavan sen perusteella, kuinka korkea *sitoutumisen aste* haastateltavilla oli tehtaaseen.

I klusterin 19 haastateltavalla (liite 4) oli ollut hyvin vähän kontakteja tehtaaseen tai ei minkäänlaisia kontakteja tehtaaseen eikä Raahen. Ryhmään sijoittui kuitenkin joitakin raahelaisia, Raahen ympäryskuntalaisia ja oululaisia, jotka olivat joskus olleet tehtaalla työssä ja olivat joko vaihtaneet alaa tai asuinpaikkakuntaa. Ryhmässä on tasaisesti sekä miehiä että naisia erilaisilta toimialoilta ja kaikilta asuinpaikka-alueilta; luonnollisesti eniten haastateltavia ryhmään sijoittui kuitenkin Raahen ulkopuolisilta alueilta, kuten Oulusta ja Jyväskylästä, joten *sitoutumisen aste* tehtaaseen oli **alhainen**.

II klusterin jokaisella 11 haastateltavalla oli kontakteja ainakin Raahen ja raahelaisiin ja suurin osa oli ollut tekemisissä Rautaruukin kanssa välillisesti työssä puolesta. Ryhmän jäsenet olivat suurimmaksi osaksi ympäristöasioihin perehtyneitä henkilöitä (luonnonsuojelijoita, asiantuntijoita, ympäristötoimitta-

), joista 73 prosenttia oli naisia. Klusterin haastateltavat olivat suurimmaksi osaksi raahelaisia sekä osin oululaisia. **Sitoutumisen aste** oli tällöin **lievä**.

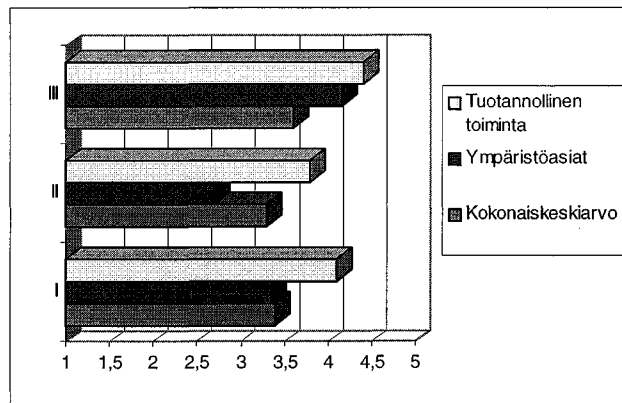
Kaikilla **III klusterin** 12 jäsenellä oli ollut henkilökohtaisia kontakteja tehtaaseen (käyneet tehtaalla) ja tehtaan työntekijöihin, paitsi yhdellä toimittajalla, joka oli kuitenkin käynyt Raahessa ja seurannut tehtaasta kertovia uutisia. Useimmat olivat olleet myös itse tehtaalla töissä tai toimineet tehtaan kanssa yhteistyössä. Ryhmän jäsenet olivat lähes ainoastaan raahelaisia, Raahen ympäryskunnista mukana oli yksi haastateltava ja Oulusta ja muualta Suomesta niin ikään yksi haastateltava. Peräti 83 prosenttia ryhmästä koostui miehistä, mikä kuvastanee enemmänkin alan miesvaltaisuutta kuin naisten ja miesten vastausten eroja; naisilla sitoutumisen aste tehtaaseen ei voi olla kovin korkea, kun henkilökohtaiset työkokemukset tehtaalta usein puuttuvat. **III klusterin jäsenten sitoutumisen aste oli korkea.**

3.1.2 Ryhmien väliset erot

Kyselylomakkeen kaikkien vastausten keskiarvo asteikolla yhdestä viiteen oli 3.61, joka on neutraalista (3 = en osaa sanoa) positiiviseen suuntaan. Minimi oli 2.93 ja maksimi 4.64. Aineiston pienuudesta huolimatta klustereiden väliltä löytyi eroja, joita käytettiin haastatteluaineiston analysointimenetelmien ohella apuna aineiston luokittelussa. Merkittäviä eroja oli klustereiden II (= tehtaaseen sitoutumisen aste lievä) ja III (= tehtaaseen sitoutumisen aste korkea) keskiarvojen välillä ja melko merkittäviä klustereiden I (tehtaaseen sitoutumisen aste alhainen) ja II välillä (liite 6). Kyselylomakkeen vastausten keskiarvo 3.37 oli pienin klusterilla II eli ympäristöasioihin perehtyneillä haastateltavilla, keskimmäiseksi sijoittui klusteri I keskiarvolla 3.45 ja odotetusti korkein keskiarvo 4.09 oli klusterilla III eli niillä, joilla oli korkea sitoutumisen aste tehtaaseen.

Faktoreittain lasketut keskiarvot (kuvio 6) noudattivat ympäristökysymyksissä samaa järjestystä klustereittain laskettujen kokonaiskeskiarvojen kanssa ollen

kuitenkin alhaisemmat. Kaikkien klustereiden väliset erot olivat merkittäviä (liite 6): alhaisin keskiarvo 2.71 niin sanotussa ympäristöfaktorissa oli klusterilla II, klusterin I keskiarvo oli 3.31 ja klusterin III keskiarvo 3.84 oli korkein. Tehtaan liiketoimintaan liittyvissä kysymyksissä I ja II klusterin vastausten välillä oli merkittäviä eroja ja II ja III välillä melko merkittäviä eroja. Vastausten keskiarvot olivat kauttaaltaan korkeammat kuin ympäristökysymyksissä ja klustereiden I ja II paikat vaihtuivat: klusterin I keskiarvo niin sanotussa liiketoimintafaktorissa oli 3.57, klusterin II 4.12 ja klusterin III 4.46.



Kuvio 6. Mielikuvien laatu klustereiden keskiarvojen mukaan (3 = neutraali). I = tehtaaseen sitoutumisen aste on alhainen, II = tehtaaseen sitoutumisen aste on lievä ja III = tehtaaseen sitoutumisen aste on korkea.

Näyttäisi siltä, että ympäristöasioihin perehtyneillä, tehtaaseen jonkinlaisessa kontaktissa olleilla henkilöillä (klusteri II) on melko negatiivinen käsitys **tehtaan ympäristöasioiden hoidosta ja ympäristövaikutuksista** verrattuna niihin, jotka eivät ole olleet tehtaan kanssa juurikaan tekemisissä (klusteri I) ja joiden käsitykset perustuvat enemmänkin yleiseen kuvaan Suomen teollisuudesta ja terästeollisuudesta. Kuitenkaan ulkopaikkakuntalaisista pääosin muodostuvalla klusterillakaan ei ollut kovin positiivinen kuva tehtaan ympäristöasioiden hoidosta - pikemminkin neutraali. Odotetusti niillä, jotka ovat jatkuvassa yhteydessä tehtaaseen ja ovat henkilökohtaisesti tutustuneet sen toimintaan, on positiivisempi käsitys tehtaan ympäristöasioista (klusteri III). Kaiken kaikkiaan

tehtaan tuotannollista toimintaa pidettiin joka ryhmässä parempana kuin ympäristöasioiden hoitoa.

Niillä, joilla oli lievä tai korkea sitoutumisen aste tehtaaseen, oli molemmilla hyvä käsitys **tehtaan tuotannollisesta toiminnasta**. Negatiivisin käsitys oli klusterilla I eli niillä, joiden sitoutumisen aste tehtaaseen oli alhainen, kuitenkin heidänkin keskiarvonsa oli vielä melko hyvä. Keskiarvoon tosin vaikuttaa ulkopaikkakuntalaisten puutteelliset tiedot tehtaan liiketoiminnasta, jolloin "en osaa sanoa" -vastauksia tuli paljon eikä käsityksiä tehtaan tuotannollisesta toiminnasta välttämättä ollut ollenkaan. Toisaalta ongelmallista tehtaan kannalta on se, että klusteriin I sijoittui myös joitakin raahelaisia, Raahen ympäryskuntalaisia ja oululaisia, jotka olivat joskus olleet tehtaalla työssä ja joko vaihtaneet alaa tai asuinpaikkakuntaa, ja joiden käsitykset sekä tehtaan tuotannollisesta toiminnasta että ympäristökysymyksistä olivat keskimäärin negatiivisempia kuin korkean sitoutumisen asteen omaavilla; jonkin huonon kokemuksen perusteella henkilölle syntyneitä negatiivista mielikuvaa on useiden taloustieteen tutkimusten mukaan työläämpi muuttaa positiiviseksi kuin yrittää luoda positiivisia mielikuvia jo ensimmäisestä kontaktikerrasta lähtien.

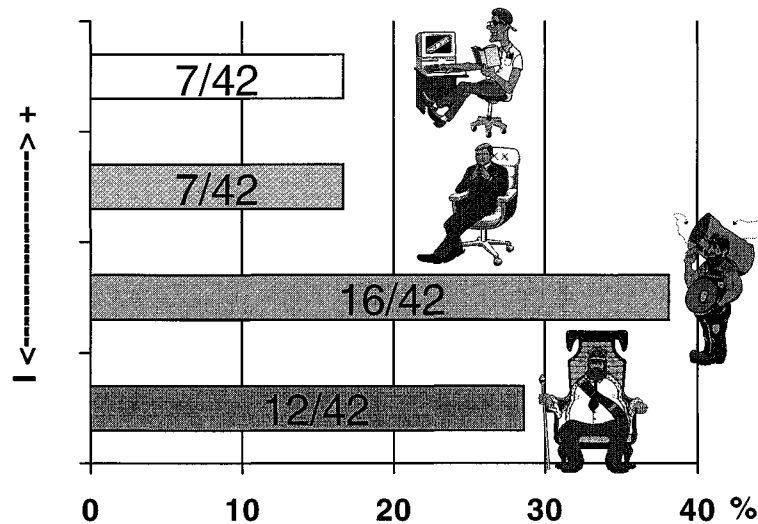
3.1.3 Personifikaation avulla selvitetty mielikuvat

Tässä tutkielmassa haluttiin tutkia haastateltavien mielikuvia tehtaasta myös heikosti tiedostamattomalla alueella. Puolistrukturoitu haastattelu sopii hyvin menetelmäksi silloin, kun halutaan selvittää sellaisiakin asioita, joista haastateltavat eivät päivittäin ole tottuneet keskustelemaan, esimerkiksi arvostuksistaan, ihanteistaan ja perusteluistaan kriittisessä mielessä (Hirsjärvi-Hurme 1985, 35).

Haastattelurunon (liite 1) kysymyksessä 17 haastateltavaa pyydettiin kuvittelemaan Raahen terästehdas ihmiseksi, jotta saataisiin selville haastateltavan *konaismielikuvia* tehtaasta omin sanoin kerrottuna sekä sellaiset käsitykset, jotka

ovat heikosti tiedostettuja tai joihin on suoraan kysyttäessä vaikea vastata tai haastateltava saattaisi kieltäytyä vastaamasta kysymykseen.

Mielikuvia tehtaasta oli pääosin neljänlaisia (esimerkit 1-4): 1) *ympäristöönsä sopeutuva*, 2) *voimakas isähahmo*, 3) *tavallinen konservatiivinen suomalainen mies* ja 4) *materialistinen, likainen vanha ukko*. Haastateltavien jakautuminen (ks. kuvio 7) edellä mainittuihin ryhmiin noudatti melko pitkälle tilastollisesti selvitettyjen kyselylomakkeen keskiarvojen jakautumista klustereiden kesken; positiivisimmat mielikuvat tehtaasta olivat henkilökohtaisessa kontaktissa tehtaaseen olleilla ja negatiivisimmat tai melko neutraalit ulkopaikkakuntalaisilla sekä niillä, joilla oli vain välillisiä kontakteja tehtaaseen kuten esimerkiksi asiantuntijoilla. Kaikille ryhmille oli yhteistä se, että tehdasta pidettiin pääosin *keski-ikäisenä tai keski-ään jo ylittäneenä, hieman nuhjuisena, suomalaisena melko tavanomaisena mieshenkilönä*, mutta useimmat olivat kuitenkin sitä mieltä, että tehdas oli *"mies parhaassa iässään"*.



Kuvio 7. Personifikaation avulla selvitettyjen mielikuvien laatu. ²

² Kaikki työssä käytetyt eläin- ja ihmishahmot ovat Corel Draw 6.0:n ClipArt-kuvastosta.

Positiivisin kuva tehtaasta oli seitsemän hengen ryhmällä, joka koostui yhtä Raahen ympäryskuntalaista ja ulkopaikkakuntalaista lukuunottamatta odotetusti raahelaisista. Heidän mielestään tehdas sopeutuu ympäristöönsä ja huolehtii ulkonäöstään mallikelpoisesti. Muutaman mielestä miesvaltaisen tehtaan voisi jopa nähdä naisena kukkaistutusten ja pehmeiden arvojen takia. Kaikki raahelaiset ja Raahen ympäryskuntalainen, joilla oli positiivinen kuva tehtaasta, olivat olleet tehtaaseen henkilökohtaisessa kontaktissa.



Kuva 2. Ympäristöönsä sopeutuja

esim.1.

"Se on miesvaltainen, ois hyvin vaikeeta kuitenkin kuvitella naiseksi, miksei, jos sais kierrellä tuolla tuota oikein rumiluksissa hajoamistilassa olevissa joissa ei ole investoitu kunnolla uuteen ja sitten tulee tuollaiseen siistiin paikkaan, jossa kukatkin kukkivat pihoilla, tehtaitten kukkaistutukset ja kaikki sellaiset, jotka varmasti herättävät huomiota, siellähän on oma puutarhaosastonsa ja valtavat kukkatarhat eri puolilla, niin tuota sillä tavalla mä aattelen, että onhan siinä tiettyä leidimäisyyttä, mutta kyllä se enemmän on tällä hetkellä - sanotaan että se on semmonen hyvinvoipa keski-ikäinen herrasmies, joka yrittää pitää kunnostaan huolta ja uskon, että sillä on vielä tulevaisuutta." Ympäristövaikuttaja III (1)³

"5 vuotta sitten hän oli järkiperäinen, melko kyyninen mieshenkilö, laskelmoiva, kovia arvoja osoittava, mutta nyt hän on vähemmän kireä mieshenkilö, 40-50 vuoden välillä, hyvin pukeutunut, itsekeskeinen arvomaailma, kun ajatellaan aivokapasiteettia--kielitaito on aika hyvä." Ympäristövaikuttaja III (13)

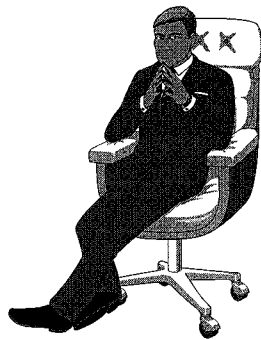
³ Roomalainen numerointi ilmaisee haastateltavan sitoutumisen astetta tehtaaseen (ks. tarkemmin kappale 3.1.1). Haastateltavaa ilmaiseva numero on sulkeissa (haastateltavien taustatiedot liitteessä 4).

"Kova työläinen, semmonen nelikymppinen-nelivitonen mies, se arvostaa kaikkia tämmöstä hyvää käyttäytymistä ja hyvää pukeutumista ja toisten huomioon ottamista." Kansalainen III (17)

"Leppoisa, ymmärtäväinen ja ainakin tällä omistuspohjalla koko yhteiskuntaa ajattelevat aivot, tykkäisin siitä oli se nyt sitten mies tai nainen, mutta tietenkin sitä nyt miehenä pitäis sanoa, että kyllähän se vois painottua vaikka semmosen mukavan naisenkin suuntaan, iästä riippumatta kyllä sitä vois kattoa." Ympäristövaikuttaja III (20)

"Mies, 30-vuotias insinööri, pukuun pukeutunut, terävä, päämäärätietoinen." Kansalainen I (31)

Mielikuvansa tehtaan voimaan ja suureen kokoon perusti seitsemän haastateltavaa, joista neljä oli raahelaisia, kaksi Raahen ympäryskunnista ja yksi Oulusta. Heidän tehdaskuvansa ilmeni lempeänä, mutta toisaalta hyvin hallitsevana isähahmona. Tehtaan hallitsevuudessa nähtiin sekä hyviä että huonoja puolia; toisaalta haastateltavat pitivät hyvänä asiana sitä, että tehtaalla oli ohjat käsissään ja vaikutusvaltaa, mikä loi alueen asukkaille turvaa, mutta osa oli toisaalta sitä mieltä, että tehdas hallitsi asukkaiden elämää liiankin kanssa olemalla heille lähes ainoa elinehto, jolloin tehtaan ympäristöhaittoihin sopeuduttiin mukisematta. Ryhmän haastateltavat koostuivat suurimmaksi osaksi ympäristöasioihin perehtyneistä henkilöistä (4). Ulkopaikkakuntalaisia (klusteri I) oli kaksi ja klusterin III jäseniä oli yksi.



Kuva 3. Hallitseva isähahmo

esim. 2.

"Mies, tällöinen kolmikymppinen-kolmivitonon, parhaassa iässään, ulospäinsuuntautunut, lujatahttonen arvoستettu henkilö tottakai ja päättävässä asemassa oleva tällöinen voimakas." Ympäristövaikuttaja II (2)

"Aika iso poika joka tapauksessa olis, melko kypsässä iässä, se tarkottaa hyvinvoimista, se on varmaan nelikymppinen, vaikka se nyt ei oookkaan ihan niin vanha tehtaana ja jos ajatellaan kokonaisympäristövaikutuksiltaan, niin hyvin hallitseva, hyvin vahva, meillä on semmosia ihmisiä, jotka ei vaikuta yhtään mitenkään siihen, mitä ympärillä tapahtuu, se elämä on sisäänpäin kääntynyttä ja sitte on semmosia, jotka on monessa mukana ja melkein kaikessa hyvin vaikuttavia ja Rautaruukki on semmonen, joka on melkeen kaikessa mukana ja on hirmusen vaikuttava edelleenkin, vaikka siinä on ilmeisesti tätä alueellista yhteiskunnallista roolia pyritty vähentämään tietoisesti, mutta kyllä täällä asuvien ihmisten kannalta Rautaruukin rooli tässä suhteessa on aina merkittävä." Asiantuntija III (6)

"Hiukan huonoihin pukeutunut, vähän repaleisiin, 50-vuotias tupakoiva mieshenkilö, joka ei oikein huolehdi ulkonäöstään, parransänkeä siellä täällä, mutta hyviä ajatuksia, siis elämäkokemuksellisia ajatuksia, voimakas fyysisesti, myös henkisesti, ei mikään juoppo hontelo vaan fyysisesti voimakas, ei haise viinalle, mutta tupakoi." Asiantuntija II (10)

"Semmonen jämerä, jykevä mies, että se ei mikkään voi olla hamepäällinen, vahva, keski-ikäinen, mutta iältään nuorekas, arvostas hyvinvointia, ei mikään aatelinen, mutta ei resupekkakaan, tavallinen sanotaanko herrasmies." Ympäristövaikuttaja I (24)

"Joku körmy, isokokoinen kehonrakentajamies, ehkä kolmivitonon, ympäristöään hallitseva, voimakas, leveäharteinen, työhaalarit päällä, rasvaiset kourat, semmonen materialistinen, ei mitään henkisiä arvoja." Asiantuntija II (30)

"Työnantaja, positiivisessa mielessä, koska se on kuitenkin elinehto täällä, isähahmo, sininen haalari päällä, Rautaruukki selässä, ei se nyt likanenkaan tarvi olla, työn jälkeen saa nyt ollakin, ehkä semmonen viidenkymppin, arvostaa ihmisen toimeentuloa, se tavallaan ottaa, niin se myöskin antaa." Kansalainen II (39)

Suurin osa haastateltavista piti tehdasta tavallisena, vähän suttuisena, persoonattomana, värittömänä, hitaana ja konservatiivisena perussuomalaisena miehenä. Ryhmään kuului 8 raahelaista, 3 Raahen ympäryskunnista, 4 oululaisista ja 1 ulkopaikkakuntalainen. Ryhmään kuuluvien haastateltavien kuvausten

mukaan tehtaan ulkoisessa annissa ja avoimuudessa sekä ulkonäöllisissä seikoissa olisi toivomisen varaa, mutta toisaalta tehdas ei heidän mukaansa juuri-kaan poikennut muusta suomalaisesta teollisuudesta - ei edukseen eikä haitakseen. Suurin osa vastaajista (8) kuului I klusteriin eli niihin, joilla oli hyvin vähän kontakteja Rautaruukkiin tai ei kontakteja lainkaan sekä II klusteriin eli ympäristöasioihin perehtyneisiin henkilöihin (5). Henkilökohtaisia kontakteja Rautaruukkiin oli kolmella haastatellulla.



Kuva 4. Tavallinen suomalainen konservatiivinen mies

esim. 3.

"Keski-ikäinen piereskelevä mies, arvostaa mitä keski-ikäinen mies arvostaa muutenkin, se arvostaa omaa ammattitaitoa ja laatua ja sitä, mitä on saavuttanut elikkä ilmeisesti se on vakaa, kasvoilla tyyppillinen suomalainen perusilme - ei hymyile eikä murjota." Kansalainen III (3)

"45-vuotias konservatiivinen, ei nyt äärioikeistolainen, mutta sanotaan nyt semmonen maltillinen kokoomuslainen mies, joka kuulus rotareihin ja ajais semmosella ei nyt ihan uudella, mutta sanotaan semmosella 91'vuosimallin Bemarilla, se on semmonen konservatiivinen, iso, järeä, jähmeä, iso laiva, joka kääntyy hitaasti, pitkä ja tuttu ja turoallinen, joka ei tee semmosia repäseviä äkkiliikkeitä vaan se on semmonen iso laiva, joka seilaa varmasti." Toimittaja I (7)

"Metalliteollisuus viittaa enempi miessukupuoleen, ehkä siinä on pikkusen pehmeempiäkin arvoja pyritty tuomaan, että ehkä siinä jotaki naisellistakin vois huomata, haalaripukuinen mieshenkilö tulee kyllä väkisinkin mieleen, nuorempaa keski-ikää, arvostaa työtä, suomalainen mieshenkilö yleensä elää

työlleen, kuuluu ammattiyhdistysliikkeeseen - tää nyt tulee tää assosiaatio ihan metalliteollisuuden työntekijästä - jäyhä perussuomalainen, ei puhu turhia tai ainakaan liikoja, ei välttämättä enää likaset kourat, pukeutuu jo sääntillisemmin." Toimittaja III (19)

"Iso ja jykevä, vähintään kaks puoli metriä pitkä ja harteikas ja karski mies, vois semmonen 30-40 vuoden väliltä, pukeutunut tummansinisiin haalareihin, vähän likasiin, se varmasti arvoostas vaan itseänsä ja saannoksiansa, mitä hän tekee, ois ylpeä tuotoksistaan, se vois olla tyypillinen suomalainen, joka ei paljo ympäristöstään välitä, kumminkin seisoo jalat maassa." Kansalainen I (23)

"Keski-ikäinen aika joviaali mies, ihan positiivinen kuva, mulla nyt on katke-ruutta Rautaruukkia kohtaan sen takia, kun mun isän koti oli siellä Kuljunniemellä ja kun Rautaruukki tuli, niin kaikki maat ja merenrantatontit ja mannut piti myydä, mutta kun aattelee, mitä Raaha ois ilman Rautaruukkia, niin ei se nyt ois semmonen käpykylä tällä hetkellä - kai sillä on aika perinteiset arvot, jotenkin hirveen tavallinen suomalainen, en mää koe sitä mitenkään hirveen ulkomaille suuntautuvaksi, jotenki tuntuu, että joku Kemira on paljo enempi tai tuntuu, että siltä tulee uutisia, että on firmoja muualla--" Asian-tuntija I (27)

"Miespuolinen semmonen nelivitonen, vähän huumorintajuton, asiallinen, pukeutunut aika siististi ja harmaasti, ykstoikkosesti, perinteiset arvot voimassa - se on sitä tasasta harmaata sakkia, virkamiesmäinen." Kansalainen I (16)

"Keski-ikäinen mies, joka on voimansa tunnossa, kuvittelee olevansa, arvoos-
taa mitä keski-ikäiset miehet arvostavat, puolustaa saavutettua asemaa ja
pyrkii kenties parempiin asemiin kilpailullisesti ja tuotannollisesti ja muu-
tenkin, semmonen peruskonservoatiivi, pukeutunut haarniskaan." Toimittaja
II (29)

"Vähän keski-ikäistä vanhempi mies, hyvin persoonattoman puolityylikkäästi pukeutunut, harmaan tai ruskehtavan sävyihin, justinsa semmonen, jota ei paljon joukosta huomais, ei erotu edukseen eikä myöskään haitakseen, arvoos-
taa hyvin poroporvarillisia, sovinnaisia perusasioita, rahaa etupäässä, työ-
suhdeautoa, tehtaasta mulla sinänsä on tuo mielikuva." Luonnonsuojelija II
(37)

Tilastollisesta analyysistä hieman poiketen suurimmalla osalla ulkopaikka-kuntalaisista (6), osalla oululaisista (3) ja vain pienellä osalla raahelaisista (2) ja Raahen ympäryskuntalaisista (1) oli negatiivinen käsitys tehtaasta. He pitivät tehdasta materialistisena, itsekeskeisenä, tyylittömänä ja likaisena vailla henkisiä arvoja. Tehdasta pidettiin myös paikalleen jämähtäneenä ja lähinnä

tuotantoaan ajattelevana, jossa inhimilliset arvot helposti unohtuvat. Tulevaisuutta jotkut pitivät hyvinkin arveluttavana ja pelottavanakin. Haastateltavista kahdeksan kuului klusteriin I eli niihin, joilla ei ollut juuri kontakteja tehtaaseen ja kaksi sekä klusteriin II että III.



Kuva 5. Likainen vanha ukko

esim. 4.

"Tähän asti Rautaruukki on ilmeisesti ollu semmonen isällinen isä tälle Raahelle ja joka on huolehtinu pojistaan ja kasvoasta työntekijämäärästä, mutta tällä hetkellä siitä on tullu semmonen keski-ikäinen kyyninen kärttyynen ukko, joka ajattelee, että nyt pittää ruveta tienaamaan rahaa ja palijo ja silloin nämä inhimilliset asiat tahtoo unohtua ja mua pelottaa, että millon sille tulee viienkymppin villitys tälle Rautaruukille, silloin se ei ennä huolehi ollenkaan." Luonnonsuojelija I (4)

"Tänä päivänä se ei ois mitenkään sympaattinen eikä empaattinen, se ois tämmönen materiaalinen ihminen, joka ei niin hirveästi ois kiinnostunut ympäristöasioistakaan, keski-ikäinen mies, saattas olla puku päällä ja palttoo päällä ja pipo päässä ja tennarit jalassa, lenkkitossut jalassa--muutamia korkealle koulutettuja henkilöitä on näkynyt vähän samanlaisissa vaatteissa, huononnäköinenhän se on, mutta ehkä se nyt tähän meidän suomalaiskulttuuriin pikkusen sopii, ei se nyt niin viimesen päälle tarkkaa ole tuo johtaminenkaan." Ympäristövaikuttaja I (11)

"50-vuotias vanha ukko, päällepäin hirveän hyvät vaatteet, mutta alla saattas olla vähän likasemmat kampeet." Kansalainen I (15)

"55 vuotta, pukeutuminen tylsän harmaa, mies, arvostaa konservatismia, Rautaruukki on oikein nepotalismin viimeinen pesäke." Kansalainen I (26)

"Fyysikko, joka ei ole käynyt kahteen viikkoon suihkussa ja ei meinaa kymmenessä vuodessa valmistua, tehdastyö on semmoinen negatiivinen asia, oon ollut tehdastyössä jonkun verran, mies, sanotaan 29 vuotta." Kansalainen I (32)

"Vuorineuvoksenoloinen, etäinen, tiukka ja pidättyvä, siis ei kovin avoin ja ilman muuta tämmöinen enemmän kuin keski-ikäinen, vuorineuvokset on yleensä miehiä." Toimittaja III (36)

"Se olis varmasti sellanen pomo, viiskymppinen, lihava, iso, musta puku päällä oleva kravattiherra, vähemmän tyylikkäästi tennissukat jalassa, länttään astuttu kengät ja polvipussit ja hilsettä olkapäällä ja monta leukaa, saattaa jopa röyhtäillä, tää oli vähän kärjistetty, kyllä se fiksumpi varmasti on nykyään, jos oisin käynyt paikan päällä, voisin antaa sliipatumman kuvan siitä, terästeollisuus on aika raskasta teollisuutta, jossa on aika rumia ne tehtaot - siitä se kuva tulee, tuottavuutta arvostaa, laadukasta hyvää tavaraa, joka menee hyvin kaupaksi." Toimittaja II (40)

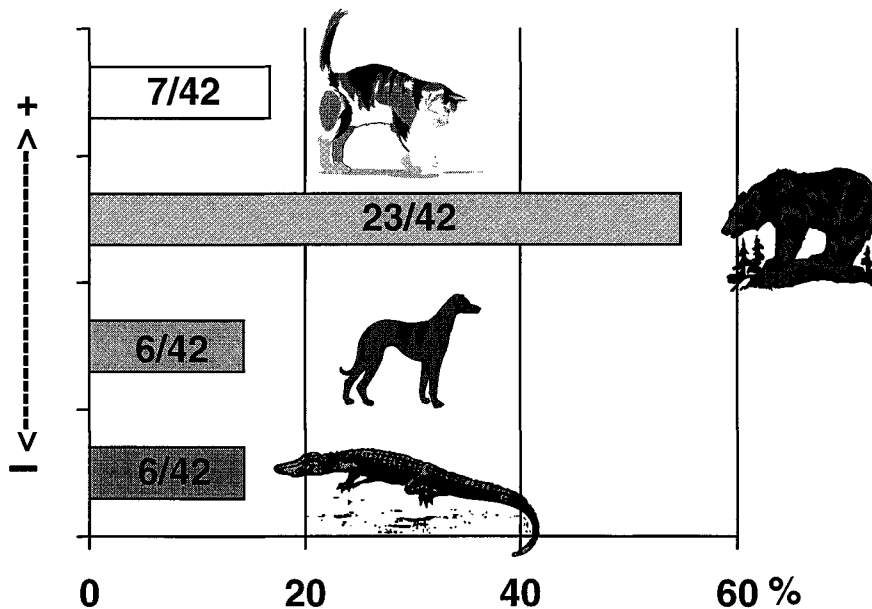
"Keski-ikäinen mies ehkä, arvostaa taloudellista kasvua ja aika materialistisia arvoja, en tiedä, voi tulla tietysti liian rankkakin arvio, kun en tiedä, voihan se olla pehmomieskin." Luonnonsuojelija I (42)

3.1.4 Eläinanalogan avulla selvitetty mielikuvat

Haastattelurungon kysymyksessä 18 (liite1) haastateltavia pyydettiin vertaamaan tehdasta johonkin eläimeen ja miettimään syytä mielleyhtymälleen. Kysymyksellä pyrittiin selvittämään tiedostamattomia käsityksiä tehtaasta ja helpottamaan sellaisten käsitysten ilmaisua, joita on vaikea kuvailla sanallisesti. Tavoitteena oli aiemmin esitetyn personifikaation tavoin selvittää kokonaiskuva yrityksestä ja myös verrata vastauksia personifikaatiosta saatuihin tuloksiin.

Haastateltavien vastaukset jakautuivat neljään osaan (esimerkit 5-8) samoin kuin personifikaation avulla selvitettyissä mielikuvissa. 1) *Ympäristöön sopeutujaa vastasi useimmiten jokin kissaeläin, 2) vahvaa isähahmoa vastasi useimmiten karhu, 3) tavalliselle, persoonattomalle suomalaiselle ei oikein löytynyt mitään vastinetta - kaksi haastateltavaa sanoi koiran, mutta ei oikein keksinyt vastaukselleen perusteluja ja yksi ei osannut sanoa mitään, 4) materialistiselle ja itsekeskeiselle henkilölle löytyi vastineeksi muun muassa krokotiili.* Kuten kyselylomakkeen keskiarvojen

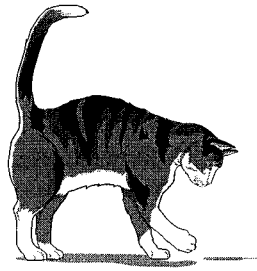
jakautumissa, niillä raahelaisilla, joilla oli ollut henkilökohtainen kontakti tehtaaseen, oli jälleen positiivisin kuva tehtaasta ja niillä, joilla kontakteja ei ollut, negatiivisin kuva tehtaasta, mutta yhtä selvää eroa haastateltavien vastausten välillä ei eläinanalogiassa kuitenkaan ollut (ks. kuvio 8). Lähes kaikki vastaukset perustuivat tehtaan suureen kokoon - karhu- ja norsu - vastauksia olikin yhteensä 20 eli melkein puolet. Lisäksi useat haastateltavat vertasivat tehdasta härkään tai leijonaan. Useimmat haastateltavat liittivät tehtaaseen seuraavanlaisia ominaisuuksia: *iso, raskastekoinen, hidas, sitkeä, puolustaa reviiriään*; negatiivisimpien käsitysten mukaan tehdas on laiska, tehoton ja elää omilla ehdoillaan muista välittämättä.



Kuvio 8. Eläinanalogioiden avulla selvitettyjen mielikuvien laatu.

Positiivisin käsitys tehtaasta oli seitsemällä haastateltavalla, joista neljä oli raahelaisia, muilta haastattelupaikoilta ryhmään sijoittui yksi kustakin. Tehtaaseen miellettiin muun muassa hevosen ja kissaeläinten hyviä piirteitä,

kuten kestävyys, sitkeys ja luontoon sopeutuminen. Tehtaan uskottiin selviävän lamojen vaihtelusta ja pärjäävän kilpailussa sekä pitävän työläisistään huolta.



Kuva 5. Kissa - ympäristöönsä sopeutuva

esim. 5.

"Suomalainen hevonen, ei ravihevonen eikä mikään raskastekoinen belgialainen työhevonen vaan sitkeä suomalainen hevonen, joka valitettavasti lähes sukupuuttoon kuolemassa, eli joka kestää tuommoset säitten lamojen vaihtelut ja selviää yllättävän hyvin, sota näytti sen miten meidän hevonen kesti ja pärjää yksin luonnon armoilla ja jo se, että se on täällä arktisella alueella tuommonen tehdas, niin jo se tekee jotain." Ympäristövaikuttaja III (1)

"Jonkinmoinen kissaeläin, luonnossa elävä kissaeläin, joka tulee toimeen sen ympäristönsä kanssa ja oikeestaan viihtyy siinä ja selviää oikein hyvin, semmonen sopeutuva kissaeläin." Ympäristövaikuttaja I (5)

"Gebardi - se on semmonen voittaja." Kansalainen III (8)

"Leijona, rajussa kansainvälisessä kilpailussa vaaditaan tiettyä aggressiivisuutta, hyökkäävyyttäkin - se on rajua kilpailua tuolla rauta-teräsalalla, ja tiettyä laskelmallisuuttakin, mitä leijona saaliin pyynnissä suorittaa ja toisaalta tiettyä maltillisuutta, jota löytyy kaikista kissaeläimistä." Luonnon-suojelija II (12)

"Koiria, Suomen pystykorva, se on valpas ja pitää sakistaan huolta, vartioi sitä, uskollinen - Rautaruukki pitää työläisistä huolta." Ympäristövaikuttaja I (14)

"Muurahainen, kun aattelee, että siellä on paljon ihmisiä kuitenkin ja paljon työtä ehkä urakkapalkalla nopeeseen tahtiin, muurahaiskeko, missä käy jatkuva vipinä, ehkä se ahkeruus." Kansalainen II (35)

Kaikilla haastateltavien ryhmillä ja asuinalueilla miellettiin suurimmaksi osaksi (23 haastateltavaa) tehdas johonkin suureen eläimeen, kuten karhuun, norsuun tai härkään. Ryhmien välillä ei ollut mainittavia eroja. Haastateltavien kuvailemien eläinten piirteissä oli suureksi osaksi melko positiivisia piirteitä, kuten isällinen, hellä ja hyväntahtoinen huolehtija; negatiivisiin piirteisiin kuuluivat personifikaation avulla tutkittujen mielikuvien tavoin likaisuus, jähmettyneisyys ja hitaus - hidas kääntämään suuntaa, vaikka tarve olisi.



Kuva 7. Karhu - vahva isähahmo

esim. 6.

"Karhu, mutta aika hyväntahtonen sinänsä, mutta saattaa joskus kyllä aiheuttaa hankaluuksia." Asiantuntija III (6)

"Sarvikuono, ei välttämättä tarkoita sitä, että se on lyhytnäköinen, jollain tavalla tuommosella massalla." Asiantuntija II (10)

"Joku iso, massiivinen, raskastekonen - härkä, ei härkänäpäinäkään välttämättä, jähmeä." Toimittaja III (19)

"Karhu, se on jotenki semmonen iso, rauhallinen, turvallinen, kun aattelee entisenä raahelaisena, niin onhan se semmonen koko paikkakunnan tuki ja turva." Asiantuntija I (27)

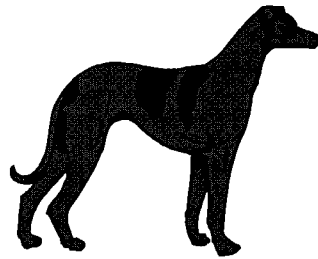
"Buldogi, sekä ulkonäön että luonteen takia, massiivinen, ärhäkkä, jännä tapa kaivaa maata, örisee ja ärisee - en tiedä mistä se tuli mieleen, ehkä kun Rautaruukilla on aina niin paljon näitä lakkoja, siellä istutaan aina välillä, bulldogi pistää hanttiin, en tiedä, onko se aina niin hyöä asia." Kansalainen I (28)

"Isohko eläin, joka perustaa olemassaolonsa suureen kokoon - norsu." Toimittaja II (29)

"Sarvikuono, mennä tömpsyttää, huononäköinen, hidas kääntämään suuntaa, menee tiettyä linjaa ja kestää aikansa ennen kuin se saa itsensä pysäytettyä tai kaarrettua ja käännettyä suuntaa." Asiantuntija II (30)

"Joku suomalainen eläin, karhu, värikin on harmaa tai ruskea, sillä on valtaa, likainen." Kansalainen II (38)

Vaikka kaikki haastateltavat kertoivat personifikaation avulla tutkituissa mielikuvissa ainakin joitain mieleen tulevia piirteitä tehtaasta, niin **eläinanalogia tuntui joistakin haastateltavista vaikealta**, kun taas niille, joille tehtaan kuvittelu ihmiseksi oli vaikeaa, eläinanalogia puolestaan oli usein helppoa. Haastateltavista yksi ei mieltänyt tehdasta mihinkään eläimeen, kolmelle tehtaasta tuli mieleen koira, yhdelle supikoira ja yhdelle sopuli. Kukaan ei oikein osannut selittää, mistä miellelyhtymät johtuivat. Yhdelle haastateltavista tehtaasta tuli mieleen insinööri ja yhdelle vain pohjoinen sijainti.



Kuva 8. Koira - tavallinen, suomalainen, persoonaton

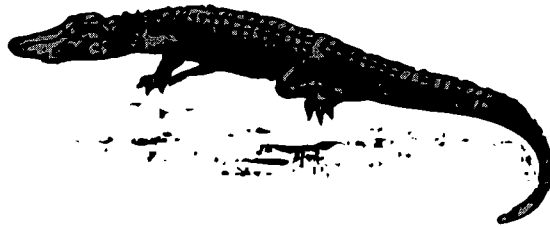
esim. 7.

"Vinttikoiraa, se on jotenkin insinöörin näköinen." Kansalainen I (31)

"Sopuli, ei mulla oo mitään mielikuvaa koko yhtiöstä, pohjosesta tuli mieleen." Kansalainen I (32)

Negatiivisia piirteitä tehtaaseen yhdisti kuusi haastateltavaa, joista neljä oli raahelaisia, yksi Raahen ympäryskunnista ja yksi Oulusta. Ryhmä koostui

pääosin ympäristöasioihin perehtyneistä henkilöistä, joilla ei juuri ollut henkilökohtaisia kontakteja tehtaaseen, mutta mukana oli myös muutamia tehtaalla joskus työssä olleita. Ryhmän mielikuvaan tehtaasta liittyi itsekeskeisyys, sulkeutuneisuus, arvaamattomuus, likaisuus, tehottomuus ja hitaus.



Kuva 9. Krokotiili - materialistinen, itsekeskeinen

esim. 8.

"Tähän asti se on ollut semmonen lepposa kiltti karhu, joka on huolehtinu ja helliny tätä aluetta, mutta siinä on peleko, että se tuota ulkosesti tai sisäisesti ärsytettynä käyttäytyy jopa väkivaltaisesti." Luonnonsuojelija I (4)

"Susi, se ulvoo kyllä sutena susien joukossa, että se ei ois mitenkään tommonen ystävällismielinen, mutta ei välttämättä sitte vihamielinenkään, voi olla arkakin jopa jossain mielessä." Ympäristövaikuttaja I (11)

"Norsu, joka roiskii liejua päällensä." Ympäristövaikuttaja II (21)

"Hitaasti eteenpäin puurtava - aasi tai norsu." Ympäristövaikuttaja III (22)

"Laiskiainen, Rautaruukin organisaatio on älyttömän tehoton, se näkyy kaikessa, siellä on aina jotain tiettyjä osia pantattu ikuisuuksien ajan, ei se mee eteenpäin, esimerkiksi yks kaveri sai kesätyöpaikan, joka oli kuulemma varma, mutta se ei ite kuullut siitä vielä yhtään mitään--" Kansalainen I (26)

"Krokotiili, ehkä jotenkin semmonen paksunahkanen ja omaa elämänsä siinä rannalla elävä, syö, minkä saa kiinni, eikä paljo oo kuitenkaan järkee, touhuua siellä omilla ehdoillaan omia juttujaan, ei oo paljo kiinnostunut omista olioista eikä niitä voi syödä." Luonnonsuojelija II (37)

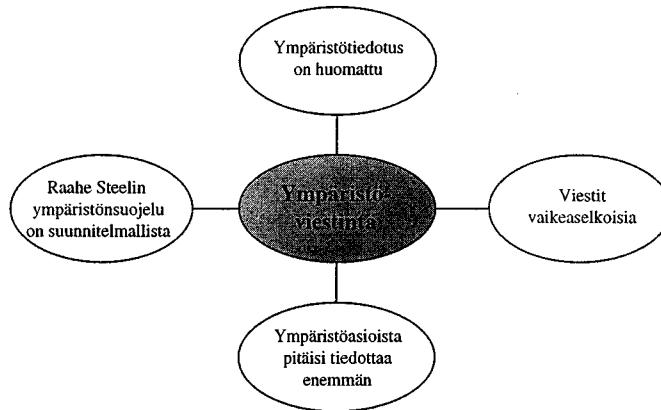
3.2 Mielikuvat tehtaan ympäristöviestinnästä ja ympäristövaikutuksista

Tämän osion tavoitteena on vastata tutkimuskysymykseen: ”Minkälaisia ekologisia mielikuvia eri sidosryhmillä on Raaha Steelistä?” (tutkimuskysymykset tarkemmin kappaleessa 2.7.2). Mielikuvia tehtaan ympäristöviestinnästä selvitettiin haastattelurungon kysymyksissä 1-4 (liite 1) sekä kyselylomakkeen kysymyksissä 1-3 (liite 2). Haastattelurungon ensimmäisen kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa haastateltavien käsityksiä siitä, minkälaisia ympäristöasioita teollisuuslaitokset joutuvat pohtimaan ja onko haastateltavien käsitysten välillä eroja tai yhteneväisyyksiä. Tarkoituksena oli myös varmistaa, että haastattelija ja haastateltava olivat yhteisymmärryksessä *ympäristöasiat*-sanana merkityksestä tulevia kysymyksiä ajatellen. Lähes kaikkien haastateltavien käsitysten mukaan teollisuuslaitokset joutuvat pohtimaan kaikenlaisia päästöihin liittyviä kysymyksiä ja noin puolet oli sitä mieltä, että ympäristönäkökohta otetaan ja joudutaan ottamaan huomioon koko tuotteen elinkaaren ajan. Vain harva antoi ympäristöasioille laajemman merkityksen ja liitti käsitteeseen muun muassa ympäristöasioiden arvopohdinnan yrityksessä, teollisuuden vaikutuksen kaupunkikuvaan ja asumisviihtyvyyteen, yrityksen ympäristökuvan asukkaiden keskuudessa ja teollisuuslaitosten suhteet ympäristöjärjestöihin. Haastattelun edetessä useimpien ympäristöasiat-käsitteen merkitys kuitenkin laajeni koskemaan myös arvomaailmaa eri asiayhteyksissä kuten tehtaan vastuukysymyksissä.

3.2.1 Ympäristöviestintä

Tutkimuskysymykseen Raaha Steeliin liitetystä ekologisista mielikuvista liittyi kysymys: ”Mitä mielikuvia sidosryhmillä on tehtaan ympäristöviestinnästä?” Lisäksi haluttiin selvittää toiveita viestinnän määrästä sekä oliko viestintää ylipäätään huomattu. **Useimmat haastateltavista kertoivat lukeneensa tai ainakin kuulleensa jotakin Raahan terästehtaan ympäristönsuojeluasioista,**

mutta suurin osa piti tietojansa varsin hatarina (ks. kuvio 9). Tiedonlähteiksi haastateltavat mainitsivat paikallislehdet sekä kuulopuheet muun muassa Rautaruukin työntekijöiltä. Yksitoista haastateltavaa ei ollut koskaan kuullut tai lukenut Raahen tehtaan ympäristönsuojeluasioista eikä muistakaan tehtaaseen liittyvästä; mukana oli kaksi asiantuntijaa, toimittaja, seitsemän kansalaista ja yksi luonnonsuojelija, joista kaksi oli Raahesta, kaksi Oulusta ja loput ulkopaikkakunnilta.



Kuvio 9. Yhteenveto tehtaan ympäristöviestintään liitetystä mielikuvista.

esim. 9.

"Ympäristötiedote tai -lehti, niin se on kyllä ollut ihan hyvä ja se jaetaan kaikille raahelaisille tai Raahen Seudun mukana, se on ollut semmonen avaus, siinä on kaikkennäköstä asiaa käsitelty, voi olla tietysti niin, että siinä on se kansi ja pääkirjoitus hyvä, mutta jaksakohan sitä kaikki lukea, vois mennä lyhyemmillä teksteillä perille--" Asiantuntija II (10)

"En yhtään mitään, en ees tiennyt, että siellä on semmosta firmaa, ennen kuin sää puhuit." Kansalainen I (31)

"En, pitäisi kuulla ilman muuta, jos niillä on joku tiedottaja, niin se vois hoitaa hommansa--yleensä se uutiskynnys ylittyy semmosessa tilanteessa, että jos aatellaan näitä ympäristöasioita, että siellä tapahtuu joku ikävämpi asia eli joku päästö karkaa jonnekin, silloin se ylittyy tietenkin, mutta musta on vaan harvemmin semmosta aktiivista tiedottamista sillä tavalla, että firma itse hoitaa, että sillä ois ohjat käsissä ja se kertoo siitä, että mitä tehdä ja miten on varauduttu tällaisiin, ois hyvä, että tulis, toimittajan asia on katsoa kriittisellä silmällä, että mitä se on se materiaali, mitä tulee." Toimittaja III (36)

Ympäristöviestinnän ”perillemeno” selvitetiin kysymyksellä tehtaan ympäristönsuojelutyön suunnitelmallisuudesta. **Tehtaan ympäristönsuojelua piti suunnitelmallisena valtaosa 42 haastatellusta.** Kymmenellä haastateltavalla ei ollut suunnitelmallisuudesta mitään kuvaa; heistä kaksi oli raahelaisia ja loput muilta paikkakunnilta. Ympäristönsuojelutyön suunnitelmallisuuteen uskottiin usein sen vuoksi, että lainsäädäntö ja imago-kysymykset pakottivat siihen. Jotkut haastateltavat toivoivat ”ihmisläheisempää” lähestymistapaa ympäristökysymyksiin; että myös kansalaisten mielipiteitä alueen ympäristönsuojelutyöstä selvitettäisiin ja otettaisiin päätöksissä huomioon. Kaiken kaikkiaan Rautaruukin ympäristönsuojelutyötä pidettiin kuitenkin useimmiten esimerkillisenä.

esim. 10.

”Kyllä se suunnitelmallista on, mutta tarkotushakuistahan se on, teollisuudet yleensä, ei ne hirveään paljon ohjearvojen yli lähde vaan se on suunnitelmallista sikäli, että pysytään ohjearvoissa, mutta alittamiseen ei tahdota vapaaehtoisesti lähteä--ajatus ei ole aivan mennyt vielä läpi.” Ympäristövaikuttaja I (11)

”On ja ei, ihmisiltä ei oo ihan tarpeeksi kyselty, että mitä ne haluaa--sillä on nyt kokaamo-hanke, jolla se pyrkii neutralisoimaan lähinnä näitä karkeimpia päästöjä, lähinnä nokea, muista muutama vuosi takaperin, kun mulla oli auto tuossa pihalla, valkoinen auto, niin mulla jäi se pesemättä jonku aikaa, niin sitten huomasin, että kyllä se Rautaruukin jälki oli vakavasti pinnalla, se on semmoinen konkreettinen, nyt on ollut huomattavaa parannustakin, tämän alueen laskeumissa.” Ympäristövaikuttaja III (18)

”On se niiden mielestä ainaki, en minä sitä, se on vaikea sanoa vaan niinhän ne väittää, että se ois hypässä hoidossa, ei ainakaan kaikkia voi uskoa, tietäähän ne isot firmat, mitä ne on, omaan pussiinhan ne puhuu.” Kansalainen I (25)

Tehtaan ympäristöviestinnän määrään oli hieman yli puolet haastateltavista tyytyväisiä ja lähes puolet kaipasi enemmän tietoa ja piti ympäristöasioista kertomista tärkeänä. Tiedotuksen koki puutteelliseksi 6 raahelaista, 2 Raahen ympäryskuntalaista, 4 oululaista ja 4 ulkopaikkakuntalaista. Tiedon määrään tyytymättömät olivat enimmäkseen ympäristöasioihin perehtyneitä henkilöitä sekä niitä, joilla oli ollut vain vähän kontakteja tehtaaseen (kansalaiset,

ulkopaikkakuntalaiset toimittajat). Useimmat uskoivat ympäristötiedotuksen parantuneen ja muuttuneen avoimemmaksi (liite3) aikaisemmasta, mutta yleisesti ajateltiin, että tehtaan ulkopuoliset ihmiset - erityisesti tehtaan vaikutuspiirissä asuvat ihmiset eivät saa riittävästi tietoa tehtaan ympäristövaiikutuksista ja ympäristönhoidosta, jotka kuitenkin haastateltavien mukaan vaikuttivat kaikkien alueen asukkaiden elämään - sekä myönteisesti (esim. harrastustoiminta) että kielteisesti. Lisäksi tiedotukseen toivottiin objektiivisuutta, esimerkiksi kansainvälistä vertailua ja tuloksia ulkopuolisten tekemistä päästömittauksista, julkista keskustelua. Vaikkakin tiedotusta pidettiin yleisesti melko subjektiivisena ja sitä oli liian vähän, lähes kaikki pitivät lehdistä lukemaansa tietoa muun muassa päästömittauksista luotettavana (liite 3). Sen sijaan ympäristöasioista voisi useiden haastateltavien mukaan kertoa helpo-
tajuusemmin (liite 3) - ei pelkkiä tilastoja vaan esimerkiksi tilastojen tulkintaa ja vertailua muihin tehtaisiin, tulevaisuuden suunnitelmia ja valmiuksia kohdata tulevia haasteita.

esim. 11.

"Tällä hetkellä on eletty tehtaan omien, pitkälle omien ilmoitusten varassa, jonkun verran Raaha on ilmottanu--tarvitaan enemmän kuitenkin puolueetonta ja sitte se mikä puuttuu, joka olis hyvin merkittävää, niin olis vertailu, kun tuo Rautaruukki on niin valtavan suuri yksikkö, niin itse kaipaisin vastaavaa kansainvälistä vertailua--" Ympäristövaikuttaja III (1)

"Siellä mitataan paljon, tarkkaillaan paljon, mutta raportointi puuttuu, että se jää ikään kuin tehtaan sisäiseksi, oon kokenut sen vaikeana paikkana, että todella arvokasta tietoa voi olla kahdeltakymmeneltä vuodelta, mutta sitä ei oo saatettu kansiin, parhaimmin olisi semmosena suomalaisena tieteellisenä julkaisuna, uskon, että ne mittaukset täyttää ne kriteerit, sen jälkeen siitä tehdään tällainen lehdistöpainos, jossa kerrottais tietyistä asioista." Asiantuntija II (10)

"Nykyisin tulee, mutta alkuvuosina ei ollenkaan, se oli suorastaan salamyhkäistä." Luonnonsuojelija II (12)

"Yleensä se ei oo ajantasalla se materiaali, esimerkiksi nuo kalvot, jotka tulee opetusmateriaaliksi, nämä rikkihommat ja muut, niin ne laahaa jonkun kymmenen vuotta jäljessä, Rautaruukki voisi antaa kaikille näille lähikunnille ne kalvot, mitä niillä itellä on, Rautaruukin maineen takia pitäisi aktii-

visesti tiedottaa myös muualle, tiedän, että Etelä-Suomessa Rautaruukilla on huono maine - siellä siivotaan kamalasti, ihmettelen aina, miten siellä on niin puhdasta, antaa tehokkaan kuvan, kun siellä käy." Ympäristövaikuttaja III (13)

"--minusta tuntuu, että aika paljon tänä päivänä tiedotetaan, että semmonen ns. ylitiedottaminen ei oo tarpeellista, koska ihminenhän on semmonen, että se omaksuu lähinnä ne negatiiviset puolet, eli jos tiedotetaan, niin pitäs tiedottaa ne asiat lähinnä isoilla otsikoilla, että mitä on tehty ja mitä on saatu aikaan - lehdistö väittää, että kansalaiset tykkää lukea mieluummin negatiivisia juttuja, mutta minä päinvastoin tykkään lukea niistä myönteisistä asioista, monasti tehdään kärpäsestä härkänen ja saadaan turhiakin pelkoja aikaan, myönteisiä juttuja ei koskaan tuu liikaa." Ympäristövaikuttaja I (24)

"Ei kai sitä muualta saa ku sanomalehdistä, ei ainakaan tännepäin, ei sieltä ainakaan kalastusseuroille ja tämmösille oo millonkaan laitettu erikseen tietoa, sehän ois hyövä." Kansalainen I (25)

"Tärkeintä on varmaan, että ne lähialueen ihmiset saa tietoa siitä, että se ei varmaan niin Jyväskylässä asuvia ehkä kiinnostakaan, enkä näe sitä tarpeellisenä, mutta jos ne ympäristöasiat ois oikein hyvin hoidettu, niin kyllähän sitä vois sitä tietoa levittää niinku esimerkinomaisesti muuallekin." Kansalainen II (35)

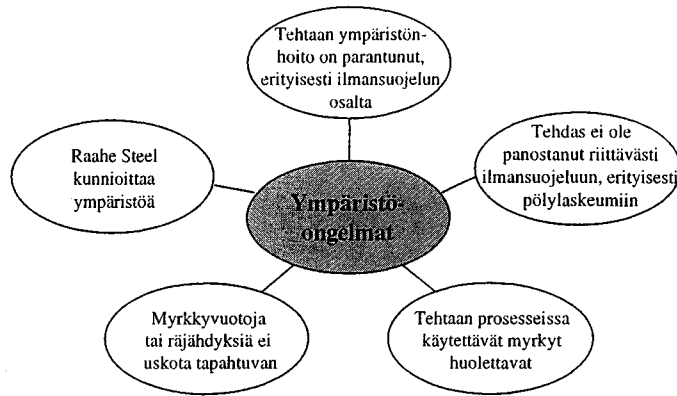
"Kyllä varmasti saan, ei voi moittaa sitä tiedon saantia vaan paremminkin sitä, että noista asioista ei sillä lailla ymmärrä, kun on puutteita kemian ja fyysikan ja kaikkien tämmösten perustiedoissa eli ei tiedä, että miten jotku aineet vaikuttaa, vaikka kuuleekin, kuinka paljon niitä esimerkiksi tulee, että sen minä koen puutteena, että en ymmärrä niin hyvin niitä raportteja kuin mitä haluaisin, kyllähän minä moniakin käyriä seurailen - varmasti monella muullakin on siinä tiedonkatkos, että mitkä määrät on suuria ja mitkä pieniä." Luonnonsuojelija II (37)

"En paljoa siitä saa tietoa, toisaalta siitä vois enempi tietää, välillä tuo koksaamokin tuntuu, että onko siellä jotakin oikein myrkyllisiä aineita, jota tulee, ja joskus, kun marjastan Siniluodossa, niin oon aatellu, että onko se saastunutta aluetta, että onko esimerkiksi marjat syömäkelposia, että onko niitä tutkittu." Kansalainen II (38)

"Rautaruukki on niin iso tehdas, valtakunnallisesti merkittävä ja siellä tehdään varmasti merkittävää ympäristötutkimusta teollisuuslaitosten osalta, niin musta ois tärkeetä, kun me ollaan myös valtakunnallinen uutisväline, että me saatais sieltä paljon enemmän tietoa just ympäristövaikutuksista, koska enin tieto, mitä meille tulee Rautaruukista, on just näitä, että on tehty kaupat johonki suuntaan tai sitten Rautaruukilla lakkoillaan, että nää on ne kaks aiheetta, jotka jatkuvasti toistuu - enemmän kaivattais tietoa." Toimittaja II (40)

3.2.2 Tehtaan ympäristöongelmat

Tässä osiossa vastataan tutkimuskysymysten kysymykseen: "Mitä mielikuvia sidosryhmillä on tehtaan ympäristövaikutuksista?" (tutkimuskysymykset tarkemmin kappaleessa 2.7.2). Mielikuvia tehtaan pahimmista ympäristöongelmista ja panostusta niiden vähentämiseen selvitettiin haastattelurungon (liite 1) kysymyksissä 5-6, 11-12 ja 33-35 (esimerkit 12-18). Kyselylomakkeessa kysymysten 5-9, 10-19 sekä 44 avulla kuvataan ympäristöongelmia yksityiskohtaisemmin (liite 2). Kaikissa haastatelluille esitetyissä ympäristöongelma-alueissa tehtaalla on vielä haastateltavien mielikuvien mukaan tekemistä (ks. kuvio 10); huomattavaa oli, että **lähes kaikkien haastateltavien, myös ulkopaikkakuntalaisten käsitysten mukaan, ilman epäpuhtauksiin ja niistä erityisesti pölylaskeumiin tehdas ei ole panostanut tarpeeksi.** Myös vesistöjen likaantumisesta oli huolissaan seitsemän haastateltavaa tehtaan sijainnin takia ja melun uskottiin häiritsevän tehtaan työntekijöiden lisäksi lähialueiden sekä junaradan varrella asuvia ihmisiä, mutta ei välttämättä kohtuuttoman paljon. Tehtaalla mahdollisesti olevista myrkyistä useat haastateltavat olivat myös huolissaan ja pitivät esimerkiksi räjähdyksiä mahdollisina, mutta eivät niitä kuitenkaan vakavissaan pelänneet vaan useimmat luottivat sekä teknologiaan että henkilökuntaan. Ennalta suunniteltujen väittämien mukaan haastateltavat olivat yleensä sitä mieltä, että Raahen terästehdas kunnioittaa ympäristöä; tuotannollisiin tekijöihin liittyvät ympäristöteknologia, jätehuolto, kierrätys ja energiansäästö olivat myös useimpien haastateltavien mielestä keskimäärin hyvin hoidettuja (liite 3). Tuotantoprosessien uskottiin olevan ympäristöystävällisiä, mutta sen sijaan raaka-aineiden uskottiin aiheuttavan ympäristöhaittoja ja joidenkin mielestä rahallinen panostus ympäristönsuojeluun ei ollut riittävää (liite 3). Yksityiskohtaisemmin kuvattuihin ympäristöongelmiin ulkopaikkakuntalaisten oli kuitenkin usein hyvin vaikea vastata, joten "en osaa sanoa" -vastauksia tuli heiltä paljon.



Kuvio 10. Yhteenveto tehtaan ympäristöongelmiin liitetystä mielikuvista.

esim. 12.

"Pölylaskeumat - niin ja minä mietin tätä näitten puitten mystistä kuolemaa, että ilmeisesti ilman epäpuhtaudet on nyt sitten näin lähellä asuttaessa semmonen, jota vois kritisoida, meluhaitoille ei mitään voi, mutta meluhaitatkin on semmosia, jotka tässä tuntuu." Ympäristövaikuttaja II (2)

"Tuo pölykysymys on semmonen, että se aiheuttaa haittaa täällä asuville ihmisille ja sitä ei voi kyllä vähätellä sen asian merkitystä, lisäksi semmonen alue, missä pitäis nähdä paljon enemmän vaivaa kuin mitä nyt on nähty on nuorten kanssa keskustelu siis noitten koulunuorison kanssa keskustelu näistä mitä on ympäristön hyväksi tehty, ympäristövaikutusten minimoimiseksi tehty, se on tärkeä asia, että täältä lähtevillä nuorilla on oikea mielikuva omasta asuinpaikkakunnasta." Asiantuntija III (6)

"Pölyleijumat, minun mielestä se ei ois kauhean ylivoimainen investointi, että ne hiilikentät katettas ja ne umpinaista kuljetinsysteemiä pitkin sitten menis pattereille, koska nyt se mellotaan autoon ja puotellaan ja taas kippaillaan, ja kuivaamaa on tänne suunniteltu, niin asiantuntijat, joita minä tiedän, sanovat, että ei ole mitään mahdollisuutta saada kuivaamaa, siten, että se normistot täyttää--meluhomma tehtaan sisällä on vielä toinen juttu." Kansalainen I (11)

"Pölylaskeumat, mutta ei ole yksistään Rautaruukin ongelma, kadullakin on hirveästi, jätteistä en tiedä ja maaperän kuormituksista, niin ja kyllä sieltä joskus tulee rikin katkua kumminkin, tässä viime perjantaina viimeksi oli semmonen sininen savu koko kaupungin päällä, se tuuli tuli just sopivasti sieltä päin." Kansalainen I (23)

"Ilman epäpuhtaudet on varmaan yks semmonen, että kyllähän se on tunnettu huikeista päästöistään ja kyllä mulla on semmonen mielikuva, että siellä

on aika paljon harrastettu sitä pitkien piippujen politiikkaa, ja ympäristöpolitiikka on siis aina sen tasoista, mitä yhteiskunta osaa vaatia ja päästörajoitukset asetetaan, että kyllähän Suomessa hapanlaskeumat ylittää ympäristön sietokyvyn, eli ilman muuta sitä pitäis parantaa, niinku rikin päästöjä vähentää, pölypäästöjä, typpioksidia.” Asiantuntija II (30)

”Pölylaskeumia minusta tulee paljon, oon huomannut, kun meillä on Sini-luodossa mökki, niin kyllä siellä kun talvella käy, niin lumi on likasta, pitäis ehkä vielä enemmän vesistöjen likaantumiseen ja ilman epäpuhtauksiin.” Kansalainen II (38)

Tehtaan ympäristöasioiden hoito on kahta poikkeusta lukuunottamatta parantunut kaikkien haastateltavien käsitysten mukaan (liite 3). Hekään eivät kuitenkaan uskoneet asioiden menneen huonompaan suuntaan. Usein parannusta ympäristöasioiden hoidosta ei kuitenkaan laskettu tehtaan ansioksi vaan pikemminkin lainsäädännön ja yleisön painostuksen (esimerkiksi asiakkaat) ansioksi. Monta korjattavaa ympäristöhaittaa haastateltavien mukaan kuitenkin vielä löytyy, pölylaskeumat niistä pahimpana, mutta suunta näyttäisi yleisen käsityksen mukaan olevan oikea.

esim. 13.

”Kyllä se on siis parantunut täysin selvästi, seittekytäluvun loppupuolella vielä tunti kymmenien kilometrien päähän, kun tuli Raaheen vaikkapa Oulusta jo parinkymmentä kilometriä ennen Raahea se tuli autoon sellainen raudan maku ja se myös näkyi ja muistan itse silloin että puhuttiin, koska tää oli Suomen suurin saastuttaja, niin puhuttiin vuosittain kymmenien tuhansien tonniin rikkilaskeumista ja nyt on päästy varmaan kymmenenteen osaan siitä--kaheksankymmentäluvulla hyvin usein levisi tähän Saloisten laaksoon sellainen ikäänkuin smog, semmonen savusumu kesällä joka viipyi ja jossa se haju oli vielä inhottava, se tunkeutui sisälle saakka, sellaisia on nyt ollut hyvin harvoin.” Ympäristövaikuttaja III (1)

”Uskosin, että se on viime aikoina tehostunut - tiedotus on tietysti eri asia.” Ympäristövaikuttaja II (21)

”Parantunut, siellä on jopa vihreitä nurmikoita.” Ympäristövaikuttaja I (24)

”Ei mulla oo semmosta kuvaa, että se ois radikaalisti parantunut, siellähän tuli näitä uudistuksia tehtaalla kun rakennettiin muistaakseni uusi koksaamo ja parannettiin ilmansuojelutasoa ilmeisesti, mutta se mitätöity sillä, että se

poltettava materiaali on rikkiptoisempaa kuin mitä oli aiemmin, sillä tavalla muistelin, että siinä kävi." Asiantuntija II (30)

*"Varmasti parantunut yleisen painostuksen ja saksalaisten toiminnan ansios-
ta, ulkomaan markkinat ei vedä, jos ei oo ekotuote." Kansalainen I (32)*

Roolileikissä haastateltavaa pyydettiin kuvittelemaan itsensä tehtaanjohtajan asemaan ja kertomaan tehtaan vakavin ympäristöongelma nyt ja mahdollisesti tulevaisuudessa. Roolileikin tarkoituksena on irrottaa haastateltavan reaktiot "omista" mielipiteistä ja suhtautumisesta, jotta myös asenteet olisi helpompi ilmaista. Tehtaanjohtajan housuissa haastateltavat päätyivät kuitenkin samaan ongelmaan kuin omissaankin: tehtaan vakavin ympäristöongelma oli ilman epäpuhtaudet ja erityisesti pölylaskeumat. Jotkut mainitsivat lisäksi muun muassa näkyvät jätteet, pikkukaupungin idyllin säilyttämisen, kierrätyksen ja makeavesialtaiden puhdistuksen. Joitakin pelkoja semmoisia asioita kohtaan, joista ei paljoa tiedetty eikä niistä puhuttu ääneen, kuten mahdollisista tehtaalla olevista myrkyistä, kuitenkin ilmeni. Muistakin yhteyksistä kävi ilmi, että vaikka tehtaan ympäristövaikutukset tuntuvat alueen asukkaiden elämässä, niistä ei juuri ääneen puhuta tai ei olla ainakaan aiemmin puhuttu.

esim. 14.

*"En tiedä sitten onko siellä mittään semmosia myrkkyyjä, joita vois räjähdyk-
sessä päästä leviämään, yhteen aikaan tuli mulla mieleen semmonen asia, että
olikhon peräti viiskyt tonnia nestekaasua aika lähellä valssaamosta kaakkoon
ja jos tämä nestekaasu vuotaa ja se pääsee sekottumaan ilmaan--minä en sitä
ottanu koskaan puheeksi - jos sitä ois menny isompi määrä sinne valssaa-
moon, missä on hehkuvaa terästä, se räjähtäs--tämä voi olla utopistinen aja-
tus--" Kansalainen III (9)*

*"Rautaruukilla on ihmisiin vaikutusta - tännekin soitellaan - ihmiset kokee
sen niin, että läheiset asuinalueet eivät ole hirveän viihtyisiä, ohjaa myös sitä
kautta kaavoitusta, meluun ja pölyyn pitäisi suhtautua vakavasti, pitäisi ot-
taa selville melun lähtöpisteet, että osataan käydä kiinni siihen oikeaan, kansa
ajattelee, mutta ei niin sano, toiminnallaan osoittaa huolensa, kyselevät min-
käläinen on joku asuinalue." Asiantuntija II (10)*

"En osaa rajata sitä asiaa johonkin tämmöseen ilmaan tai maaperään tai veteen tai meluun tai tämmöseen vaan oletan, että se ongelma on enemmän semmosen, jos nyt aattelen sen tehtaan johtajan housuista käsin, tämmösen positiivisen imagon luomisessa, ympäristöystävällisen yrityskuvan luomisessa, luulen, että siinä on yhdellä jos toisella aika paljon tekemistä--se parantaa asukkaitten ja ihmisten suhdetta firmaan eikä varmaan oo haitaksi, että se on kansainvälisesti hyvä." Toimittaja III (36)

Reilu puolet haastateltavista uskoi tehtaan parhaiten puuttuneen ilman epäpuhtauksien, erityisesti rikin vähentämiseen, minkä useimmat alueen asukkaat olivat konkreettisesti huomanneet ympäristössään. Yhdentoista haastateltavan käsitysten mukaan tehdas on huolehtinut vesistöjen puhtaudesta hyvin ja kahdeksan haastateltavaa ei osannut nimetä mitään, mihin tehdas olisi parhaiten puuttunut. Joidenkin mielestä tehtaan jätehuolto, kierrätys ja maisemointi ovat myös hyvin hoidettuja. Toivomuksena suurella osalla haastateltavia oli pölylaskeumien vähentäminen, vaikka kaikki eivät uskoneet sen olevan välttämättä mahdollista.

esim. 15.

"Kaikki on tärkeitä, joku niinkin pieni kuin paristojen käyttö, niin ei sitäkään puolta pidä unohtaa, paristot, öljyt, kaasut, vaikea sanoa, mikä on hyvin huolehdittu, tietysti optimihan on se, että mitään jätteitä ei synny, nollatilanteeseenhan pitää pyrkiä, vaikka aika mahdotontahan se on saavuttaa--" Toimittaja III (19)

"Varmasti nää rikkipäästöt, koska ei se sillain maistu enää suussa kuin muutama vuosi sitten oli aina se paha maku suussa varsinkin kun Kummatissa asu, olihan niitä kalakuolemiakin joskus, mutta nyt ei oo moneen vuoteen kuulunut mitään semmosista." Kansalainen I (23)

"Pöly on hirveen paha, mun käsittääkseni ilman suojelu on kyllä parantunut, mutta samalla on tullut jotaki uusia laitoksia lisää, niin se on sitten kumonnut jonkin verran näitä saavutuksia, rikkihän on ollut hirveen suuri ongelma, - mutta sehän on selkeesti parantunut - ja joka on ollut hirveen paha, sehän aiheuttaa allergioita, meilläkin omassa perheessa tuli allergiaa, joka on seurausta rikkialtistuksesta, kun on muutaman vuoden hengittänyt rikkipoistoista ilmaa, se on Raahessa kauheen yleistä." Luonnonsuojelija II (37)

Lähes kaikki haastateltavat arvelivat, että tehtaan tuotantoprosesseissa käytetään sellaisia aineita, jotka olisivat terveydelle vaarallisia karatessaan

ympäristöön; vain neljä haastatelluista uskoi, että sellaisia aineita ei ollut ja neljä ei osannut sanoa. Useat haastatelluista olivat kuulleet puheita vaarallisista koksamokaasusta ja bentseenikaasusta.

esim. 16.

"Koksamokaasua ja bentseenikaasua, koksamokaasu on erittäin paljon hiilimonoksidia sisältävää ja sen lisäksi siellä on lisäksi muita tämmösiä liuotainainejäämiä, jotka on ihmisille vaarallisia, bentseenihän on hyvin railakas liuotin, todella kova liuotin, se kyllä voi aiheuttaa sekä keskushermoston että sisäelinten maksavaurioitumista." Asiantuntija III (6)

"Kyllä kai siellä käytetään, koksamon päästöt, jotka on ihmisille ja eläimistöille vaarallisia, mutta miten on ne syanidipäästöt esimerkiksi satama-alueella ja yleensä mereen, niitähän tarkkaillaan aika voimakkaasti, mutta sehän on tosi vaarallinen aine, jos niitä pääsee, muistelen, että kalakuolemia sillon tällön oli." Ympäristövaikuttaja II (21)

"Tuostapa minä en tiedä, eihän niitä tuoda julkisuuteen kaikkia näitä myrkyjä mitä siellä voidaan käyttää, voihan siellä olla jotaki semmosta, mitä ei sanota." Kansalainen I (23)

"Käytetään, esimerkiksi koksamolla PAH-aineet, ne on muutenkin koksamolla vaarallisia, niitä pääsee jatkuvasti ja sitten on totta kai vaarallisia aineita, esimerkiksi happi, jos happisäiliö räjähtää, se on mieletöntä tuhoa, siten masuunikaasu, koksikaasu." Kansalainen I (26)

Vaikka lähes kaikki haastateltavat uskoivat, että tehtaalla käytetään vaarallisia aineita, kukaan ei suoranaisesti pelännyt, että vaarallisten aineiden vuotoja **tapahtuu**. Noin puolet haastatelluista kuitenkin uskoi, että vuodot ovat mahdollisia, mutta henkilökuntaan ja teknologiaan sekä valvontaan yleensä luotettiin. Useat haastatellut toivoivat kuitenkin enemmän tietoa mahdollisista uhkista, jotta ei tulisi ainakaan turhia pelkoja.

esim. 17.

"Ainahan voi tapahtua jotakin ja varmasti kaikissa tehtaissa on aineita, jotka ovat ihmisen terveydelle vaarallisia kun sattuu joku katastrofi, niin huolis-

saan saa olla niitten leviämistä--avoimuus ja tieto ovat tähän pelkoasiaan hyvin tärkeitä, ei olla kuulojen ja luulojen varassa - myös uhkatekijöistä tietoa, voihan se joku hihkasta vaikka, että mitä tapahtuu, jos vaikka joku maasuuni pamahtaa, mutta jos ei oo sen kummempaa tietoa näistä hommista, onko se ees mahdollista ja mitä se mahdollisesti ois, niin siitähän voi levitä vaikka kuinka vinhoja ajatuksia, niin sen takia tieto on aina parempi ku kuulo ja luulo." Ympäristövaikuttaja III (20)

"En suoranaisesti - uskon siihen henkilökuntaan, eiköhän ne hoida sitä niin, että ei tarvi pelätä." Ympäristövaikuttaja III (22)

"En mä nyt hirveesti pelkää, todennäköisesti siellä uusitaan tehdasta parhailaan, niin siellä korjataan kyllä vanhat paikat." Asiantuntija I (34)

"Semmosta mulla ei oo tullu kyllä ikinä mieleen, kamala, hyvä kun sanoit." Luonnonsuojelija II (37)

"En usko, että siellä on oleellista riskiä, pääasiassa ne aineet, mitä siellä on suuria määriä, ei oo myrkyllisiä, se ei oo tyypillistä teollisuuden alaa, jossa löytyis hankalia aineita." Asiantuntija I (41)

Vain muutama haastateltava oli sitä mieltä, että tehtaan materiaalikuljetukset aiheuttavat kohtuutonta haittaa alueen asukkaille. Noin puolet oli sitä mieltä, että haittaa ei aiheudu ja niin ikään lähes puolet uskoi haittaa aiheutuvan, vaikkei se kohtuutonta ollutkaan. Useat haastateltavat olivat kuitenkin sitä mieltä, että rekkaralli pitäisi saada minimiin ja hoitaa kuljetukset junalla ja laivoilla, vaikkakin junaliikenteen melun ja dieselin katkun arveltiin häiritsevän lähialueen asukkaita. Raskaita teräsrullia kuljettavia, liikennettä hidastavia rekka-autoja haastateltavat olivat kyllä huomioineet, mutta tehtaan materiaalikuljetuksiin oli kuta kuinkin ilmeisesti sopeuduttu ja sitä ei juuri muusta liikenteestä erotettu.

esim. 18.

"Jos siinä klooria tarvitaan ja se klooriauto tekee kolarin, niin siinä tulee kiire evakuoida vaikka koko kaupunki, jos on, en tiedä sitten, mutta Raahen ohi kulkee kyllä vaarallisia aineita, se mitä nyt pakkasella tullee, niin dieseli haisee nuista junista, mutta ne ei ole kauan siinä asemalla, seittemän aikoihin

jostakin syystä ne siinä puksuttaa, hirveän paljon siinä on haitallisia aineita.” Kansalainen III (9)

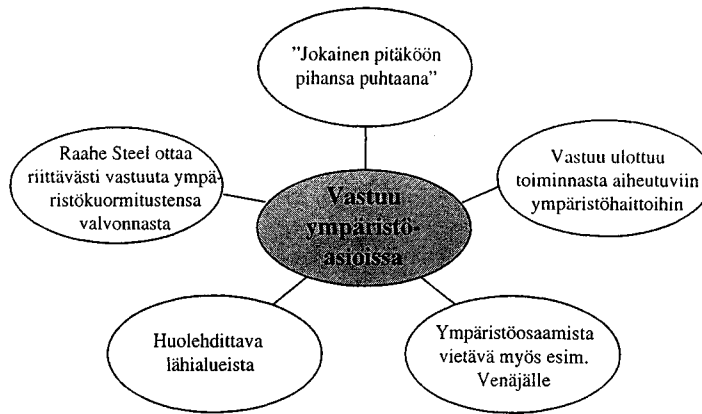
”Junaliikenne vois sijaita muuallakin tai sit se pitäis pystyä hoitamaan aika lailla päiväaikaan, normaaliaikaan, jos vaan mahdollista, silloinhan se ei siinä haittaa, rauhallisena yöaikana kulkiessaan luulen, että se haittaa lähiasutusta--” Asiantuntija II (20)

”Ei muuten, mutta tiestö kuluu kun ne kuljettaa noita teräsrullia, jos ne ois joskus pystynyt tekemään järkevämmiin tuon homman--kun se ois pystytetty Vihantiin tuo tehdas, niin ne ois pystynyt rautateitä pitkin kuljettamaan, sitä en ole koskaan pystynyt hyväksymään, että se tielle otettiin tuo ralli - ainakin Oulaisiin, mitä noita rullia menee, niin vois rautateitä pitkin mennä.” Kansalainen III (17)

”En ole kuullut, minkalainen rekkaralli siellä on, luulen, että siihen on ainakin mukauduttu, koska siitä ei koskaan puhuta yhtään mitään.” Asiantuntija II (30)

3.2.3 Tehtaan vastuu ympäristöasioissa

Tutkimuskysymyksissä haluttiin tietää, mikä Raahe Steelin vastuu ympäristöasioissa on (ks. kuvio 11). Mielikuvia tehtaan vastuualueesta selvitettiin haastattelurungon kysymyksissä 7-10 (liite 1). **Kysyttäessä suoraan tehtaan vastuuta ympäristöongelmista, lähes kaikkien haastateltavien mukaan tehtaan vastuu ulottui päästörajaan saakka, eli ”jokainen pitäköön pihansa puhtaana”.** Tehtaan piti haastateltavien mukaan vastata tuotteen elinkaaren aikana syntyvistä ympäristöongelmista ja tuotteen luovuttamisen jälkeen vastuu loppui. Erityisen tärkeinä pidettiin tehtaan lähialueista huolehtimista. Muutama haastateltava piti tehtaan vastuualueena myös niin kutsuttuja eettisiä kysymyksiä - tieto-aidon jakamista, tutkimustyön tekemistä sekä esimerkkinä olemista. Tehtaan vastuuna pidettiin joissakin tapauksissa myös hyvien suhteiden luomista erityisesti alueen asukkaisiin.



Kuvio 11. Yhteenveto mielikuvista, jotka liittyivät tehtaan vastuualueisiin ympäristöasioissa.

esim. 19.

"--Raahen on vesien ympäröimänä, tuo on niin matala tuo Perämeri ja se on hyvin herkkä--se on yksi aivan ehdottoman tärkeä ja sitten toinen asia on kun puhutaan vastuusta, niin ennen kaikkea mulle tulee mieleen, että koska vanha Raahen työläiskaupunginosa Lapaluoto on ihan kiinni Rautaruukissa ja siellä ihmiset ovat kuin maaorjia, koska se on todettu virallisesti asumiseksi kelpaamattomaksi ja näillä ihmisillä, ne eivät saa niistä taloistaan mitään hintaa ja niillä rahoilla ei mistään saa sitte kunnon asuntoa eli siinä on tultava tehtaan jollain tavalla apuun." Ympäristövaikuttaja III (1)

"Ilmansaasteet, on se niinku Oulun läänin ykkössaastuttaja, moninkertainen on sen vaikutus muihin verrattuna, että Pohjois-Suomessa se on merkittävä, varmaan Suomenkin mittakaavassa se on ihan sitä kärkiluokkaa, kotimaisista päästölähteistä isoimpia vastuullisia - noin sadan kilometrin luokkaa kulkeumat ja sitten onhan sillä vaikutusta Perämereen, tyyppipäästöt, merialueista tehdas on myös vastuussa." Asiantuntija II (30)

"Kohtuullisen laajalle varsinkin ilmansuojelun suhteen, kantaumat voi mennä hirveen pitkälle--on se musta sitten muutakin, ei pelkästään sitä lakia ja päästörajoja vaan se on sellasta tietynlaista imagonhoitoa ja sen kuvan hoitamista, mikä tulee siitä kaupungista ja kaupunkilaisista suhteessa tähän yritystoimintaan, firmalle on etua siitä, että sen yrityskuva on positiivinen, esimerkiksi sillä tavalla, että se on hyväksytty sillä paikkakunnalla, missä se toimii." Toimittaja III (36)

Kysyttäessä erikseen tehtaan velvoitteista laajempaan ympäristönsuojelutyöhön lähes puolet haastateltavista piti tehtaan vastuualuetta laajempana kuin omista päästöistä vastaamisena, toisin kuin aiemmassa kysymyksessä tehtaan

vastuualueesta. Vastuualueita pidettiin usein jopa laajempina kuin jonkin muun teollisuuslaitoksen vastuuta ympäristökysymyksistä, koska Raahen tehdas on niin suuri ja hallitseva, valtion omistama ja sillä on paljon tutkimustietoa, mikä aiheuttaa eettisen vastuun tiedon levittämisessä yhteiseksi hyväksi. Noin puolet haastateltavista oli kuitenkin edelleen sitä mieltä, että tehtaan vastuu ulottuu sen toiminnasta aiheutuviin ympäristöongelmiin. Kaikki olivat kuitenkin sitä mieltä, että vastuu ei ulotu pelkästään Raahen lähialueille vaan myös kauempana oleville alueille, jonne päästöt leviävät. Kaiken kaikkiaan tehtaalle sälytettiin melko suuri vastuu omista ja muidenkin ympäristöongelmista. Nimittäin kahta haastateltavaa lukuunottamatta kaikkien haastateltavien mukaan tehtaan tulisi aktiivisesti viedä ympäristöteknologiaansa ja tietotaitoansa muihin terästehtaisiin esimerkiksi Venäjälle. Vain kahden haastateltavan mukaan tehtaan oma asia on päättää tieto-aidon viennistä.

esim. 20.

"Sillä tavalla minusta pitäis tuommosen vastuullisen ja vielä toistaiseksi valtion yhtiön olla esimerkkinä omalla työllään ja myöski luoda sitä positiivista imagoa nimenomaan kestävän kehityksen ajattelun pohjalta, jossa huomioidaan aivan primäärisinä tämmöset ympäristöasiat." Luonnonsuojelija I (4)

"Ei vielä, se on sen verran nuori tehdas ja tämä ei oo sillä tavalla vielä paskotanut pysyvästi, että luonto ei ite korjais itteensä, kun rikkiä vielä sidottais ja tämä pölypuoli, minusta siinä ei semmosia korjaamattomia vahinkoja ole vielä päässy tulemaan." Ympäristövaikuttaja I (11)

"Kyllä varmaan, ehkä se lähialue, kun muistelee niitä lehtijuttuja, jotka kerto näistä alueista, niin kyllähän ne oli saastuneita, mutta ne ihmiset, jotka asu siellä, eivät halunneet sitä myöntää, koska se mm. vaikuttaa niitten asuntojen hintaan--vähän semmonen tunne on, että ne vaatimukset työnantajaa kohtaan on laimeita, ollaan kiitollisia murusistakin." Asiantuntija II (30)

"Sitä velvoittaa nyt lähinnä ilmansuojelulaki ja vesilaki ja uusi asia on sitten, jos aikoo laajentaa tehdasta tai tehdä huomattavia muutoksia, niin nyt on tämä uusi YVA-laki, joka tulee varmasti silloin kyseeseen eli ympäristövaikutusten arviointi--kaikkiin suurempiin hankkeisiin vaaditaan siis laajat selvitykset, jotka koskee vettä, ilmaa, maaperää ja asukkaita, siinä oli myös tämäkin puoli." Asiantuntija I (34)

"Se on minusta koko Suomen asia, jos meillä laitettas omat tehtaas oikein priimakuuntoon kotimaisella ympäristönsuojeluteknologialla, niin se ois tavallaan semmonen näyttö, että ne toimii ja ne on hyviä, se vois olla tietysti ehkä auttamismielessä Venäjälle vieminen, mutta ihan markkinointimielessä muuallekin--sen merkitystä ei edes ymmärretä, suomalaiset, jotka on huonoja kaupantekijöitä ja markkinoijia, niin siinä ei edes ihmeitä kielitaitoja ja neuvotteluja tarvittas, Saksassahan käsittääkseni on tämmöstä, että joku teollisuuslaitos voi saada suurin piirtein ilmaseksi jotku ympäristönsuojelulaitteet semmosena vastavuorosena, että toimii niinkö mannekiinina heille--" Luonnonsuojelija II (37)

Vajaa puolet haastatelluista uskoi tehtaas ottaneen riittävästi vastuuta ympäristökuormitusten mittauksista ja valvonnasta ja piti mittaustuloksia luotettavina. Mittauspaikkojen suhteen jotkut haastateltavat toivoivat kysyttävän asukkaiden mielipiteitä ja mitattavan myös melua. Seitsemän haastateltavaa ei pitänyt mittauksia ja valvontaa riittävinä (mukana oli sekä ympäristöasioihin perehtyneitä henkilöitä että kansalaisia) vaan halusivat ulkopuolista tarkkailua enemmän, ja lähes puolet ei osannut sanoa mittauksista tai valvonnasta mitään. Varsinainen ongelma tuntuikin liittyvän ympäristökuormituksesta tiedottamiseen - joidenkin haastateltavien mukaan tietoa suorastaan "pantattiin" tehtaas sisällä, vaikka arvokasta tutkimustietoa uskottiin siellä olevan. Noin puolet haastatelluista oli tämänhetkiseen tiedotukseen tyytyväinen ja loput eivät pitäneet sitä riittävinä, vaikka tiedotuksia yleensä pidettiin luotettavina kaikilla tahoilla. Tiedotteiden kieli voisi muutaman haastatellun mukaan olla helppotajuisempaa. Objektiivisuutta toivottiin sekä tiedotukseen että ympäristön kuormitusten mittaukseen. Ne, jotka pitivät tiedotusta riittävinä, korostivat ihmisten omaa aktiivisuutta tiedon hankinnassa.

esim. 21.

"Kyllä--se on äärettömän pieni prosentti, joka on vaivautunut ees lukemaan niitä lehdistä, aivan turhaa tiedottaa enempää." Kansalainen III (9)

"Pikkusen enempi sais painostaa, että siinä olis julkisvalvontaa--liian paljon ollut Rautaruukin vastuulla - hyvistä asioista kyllä tiedotetaankin." Ympäristövaikuttaja I (11)

"En oo huomannut, että niistä tiedotettas ollenkaan, kai se on sillä tavalla, että kysyttäessä kerrotaan, mutta Raahen terästehtaasta ei tuu semmosta passiivista tietoa ollenkaan, että ois jäänyt mieleen, että ois lehdestä lukenut tiedotteita tai jotain, ne varmaan tarkastajat käyvät ja kirjoittavat raportin ja asia jää silleen, en tiedä sitten kirjoitetaanko paikallislehdissä, ei ainakaan näissä päälehdissä." Asiantuntija II (30)

"Oon miettinyt, että kuinka tehokasta ja onko se tarpeeksi hyvin hoidettu se mittaus ja luotettavaa, aika harvassahan niitä on niitä pisteitä--tuo etelän suunta mua kiinnostas, kun mua on aina kiehtonut semmonen ajatus, että Rautaruukin kaukolämmöllä ruvettas tekemään kasvihuoneita niinku joissain muillakin paikkakunnilla, mitkä ruokkii laajat alueet, sen aika edullisesti vois saada, ja kun vallitsevat tuulet on kuitenkin pohjoseen päin, niin jos tutkitas, että sinne ei mene paljon saasteita etelään päin, niin sinne vois laittaa tomaattia ja kurkkua ja salaattia edullisella lämmöllä ja pois Rautaruukin saasteista." Luonnonsuojelija II (37)

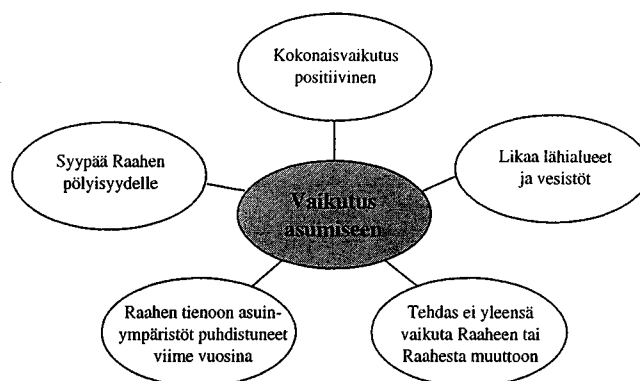
"Kyllä, uskosin, että tuskin ne nyt pyrkii ainakaan hämäämään, jos nyt on ollut tämmösiä ylimääräisiä päästöjä, niin kyllä musta niistä on tiedotettu-kin, en oo niin ajatellu, itellä on sen verran henki ahtaalla aina välillä, että pystyy sanomaankin, että on vähän enemmän rikkiä ilmassa--muun muassa työmatkani oon vaihtanut, ihan varta vasten sen takia tuun eri reittiä, koska tuulen suuntahan täällä on aika vallitseva--" Kansalainen II (39)

"Ei tiedoteta tarpeeksi, koska kuitenkin siellä tutkitaan monia asioita yhtä aikaa--kaikkia mitataan ja seurataan--ois oltava ympäristöyksikössäkkin ihan säännöllinen tiedotussysteemi hyvä olemassa, musta ois tärkeitä ihan valtakunnallisille tiedotusvälineillekin." Toimittaja II (40)

3.2.4 Tehtaan vaikutus asumiseen

Tutkimuskysymyksissä haluttiin tietää, mikä on Raahen Steelin vaikutus tehtaan lähialueilla asumiseen sekä tehtaan kokonaisvaikutus ympäristöönsä (ks. kuvio 12). Käsityksiä tehtaan vaikutuksesta alueen viihtyvyyteen mitattiin haastattelurungon kysymyksillä 20-25 (liite 1) ja kyselylomakkeen kysymyksillä 22-25 ja 27-33 (liite 2). **Tehtaan kokonaisvaikutusta lähialueilla asumiseen pidettiin pääosin positiivisena ja tehtaan merkitystä Raahelle suurena** (liite 3). Tehtaalta saa haastateltavien mukaan muun muassa edullista kaukolämpöä ja suurimman osan mielestä tehdas kannustaa yrittäjyyteen eikä tehtaan tuoma liikennekään suuremmin näyttänyt haastateltavia haittaavan. Alueen viihtyvyyteen negatiivisesti vaikuttavia seikkoja oli joidenkin haastateltujen mielestä vesistöjen likaantuminen tehtaan vaikutuksesta. Suurimmaksi ongelmaksi

nousi jo aiemminkin esiintynyt pölyisyys - Raahen kaupunkia pidettiin muihin samankokoisiin kaupunkeihin verrattuna melko likaisena.



Kuvio 12. Yhteenvedo mielikuvista, jotka liittyivät tehtaan vaikutuksesta asumiseen.

esim. 22.

"On ratkaisevasti, ilman Rautaruukkia täällä olis paljon vähemmän eli se on sponsoroinu erilaisia urheiluseuroja--enemmän sais vaikuttaa myös kulttuuriin--kun Rautaruukki tarvitsee valtavasti makeaa vettä, se joutu rakentamaan tuon tekoaltaan--sinne jäi ne mättäät ja kaikki pohjalle ja sieltä nousi niitä kelluvia saaria--helposti sais ne saaret vielä puhdistettua Rautaruukin nykYTEKNOLOGIALLA--muutama sata metriä semmosta hiekkarantaa ja sitten tosiaan niitä kelluvia saaria pois ja jonkinlaisia kopperoita, niin siitähän sais ihan semmosen jonkinlaisen keitaan." Ympäristövaikuttaja III (1)

"Vapaa-ajan mahdollisuuksiin normaalikansalaiselle on vaikuttanut kielteisesti, ei Rautaruukki tietääkseni oo tuonu mitään sellaista, ehkä työkijöilensä on niinkuin pitääkin, mutta raahelaiselle kansalaiselle se ei kyllä ole lisännyt vapaa-ajanviettomahdollisuuksia vaan tietysti se alue on vaikuttanut vesistöympäristöön ja se vähentää myös lähialueen virkistyskäyttömahdollisuuksia - läheisillä ranta-alueilla lumi on hyvin nokista--kesällä on melua ja Kuljunlahdella ei sitten enää kalastella--" Asiantuntija II (10)

"Ei oo mitenkään isommasti vaikuttanut, ainoa oli tuo uimahalli, mikä saatiin aikasemmin kuin mitä ois kaupunki saanut, mutta ei oo sitte silla lailla kalastukseen, kun se nyt ei oo niin saastuttaja, että se ois vienyt kaloja paljon, kyllä se jonkun verran, esimerkiksi simppu, joka on puhtaan veen kala, se häipy täältä, monien mielestä onneksikin, kun Rautaruukki tuli tänne." Ympäristövaikuttaja I (11)

"On se vaikuttanut, oikeastaan siinä on hyvä tommonen sula lammikko, voi käydä talvella kokeilemassa, mutta ei ne tietenkään puhtaita oo ne kalat, ei niitä pysty syömään, ihan vaan harrastuksen vuoksi siellä Kuljunlahdella käyn." Kansalainen I (15)

"Melko vähän vapaa-aikaan, tietysti se on tukenut Teräskiekkoo hirveesti aikoinaan, mikä on huono asia, Teräskiekkoo pysyi vain ja ainoastaan sen takia kakkosessa ja Raahessa oli kaks joukkuetta, joista toista tuettiin aivan käsitämättömällä määrällä, siinä ei ollut mitään tervettä pohjaa, kokonaisvaikutus on ollut plus-miinus-nolla." Kansalainen I (26)

"No kai se on kalastukseen, isäkin on saanut korvauksia, onhan siellä aikoinaan kalasaaliit vähentyneet, mutta onhan Rautaruukki sitten tehnyt niitä velvosteistutuksia, jos kesämökkiä aattelee, kun se on aika lähellä Rautaruukkin, niin kyllä siellä leviää alkaa olemaan, mutta musta tuntuu, että ne ei oo Rautaruukin vaan ne on yleensä rehevöitymisen seurausta--" Asiantuntija I (27)

Tehtaan suorat ympäristövaikutukset näkyivät lähes kaikkien haastateltavien mukaan lähialueiden likaisuutena. **Lähialueiden asukkaita häiritsi eniten tehtaalta tuleva pöly, haju ja jonkin verran melu**, vaikka usean haastatellun käsitysten mukaan ne olivat jonkin verran vähentyneet. Myös puiden kunto ja vesistöjen rehevöityminen huolestutti useita haastateltuja, vaikka niiden syitä ei tarkalleen osattukaan sanoa.

esim. 23.

"Ite siellä tehtaalla tietenki likaisuutena ja ilman raskautena--mun mielestä puut kärsii ja sitte tosiaanki on tätä valtavasti tätä mustaa pölyä joka paikassa--ja sitte meillä haisee joskus oikein mukavasti, se ei enää maistu suussa, mutta tällä alueella on joinakin päivinä ilma valkosenaan ja ihan pystyy haistamaan, silloin kun se tulee oikein kunnolla, niin se on todella häiritsevää, joskus saattaa tulla montaki kertaa kuukaudessa, mutta voi mennä semmosia kuukausia, että ei tähän meille osu tuulet sillä lailla että tulis tänne." Ympäristövaikuttaja II (2)

"Suorat näkyvät silloin kun aurinko paistaa tuolta mereltä, se laskee tuonne mereen tuo aurinko, niin silloin voi kattoa tyynellä ilmalla, että siellä elintasoavana kulkee elikkä se savupilvi viime kädessä kuitenkin on olemassa siellä, mutta niin lyhyellä tähtämellä eihän ne näy, eikä niitä kai tiiä kukaan millä tavalla ne näkyy aikanaan, toivottavasti mahdollisimman pieninä." Luonnon-suojelija I (4)

"Pöly näkyy kaikelle kansalle kilometrejä vallitsevan tuulen suunnan alla, silloin tällön haisevissa savupilvoissa näkyy, mutta kuinka kauas se sitten näkyy esimerkiksi happaman sateen aiheuttamana vaikutuksena vaikka jossain metsän laadussa tai sellasessa, niin en mä sitä tiedä--aikasemmin oli ainakin tällöiset pamaukset, mitkä kuulu koko kaupunkiin ja tärisytti suorastaan kaupunkia, se liittyy läheisesti tähän kuonan kaatoon." Asiantuntija II (10)

"Verkothan likautuu, mutta onko se sitten Rautaruukilta osaksi vai muuta, pari vuotta sittenhän ne tutki (vesipiiri), siinä oli niin monenlaista ainetta, että ei niistä ymmärtänyt tavallinen ihminen mitään niistä tuloksista vaan kyllä se on ruvennut tuo meri kasvamaan nykyään niin paljon, kohta nyt alkaa ku viimeiset jäät lähteä, verkot on niin likaset, ei sitä ennen ollut, aina niinku pahenemaan päin." Kansalainen I (25)

"Pyykkinaruilla ja kaikilla vaakasuorilla pinnoilla, mitä tuolla ulkona on eli ne on todella nokisia ja pölyisiä, ja kun olin tuolla Lapaluodossa opettajana, niin se oli aivan kamalaa, kun ikkuna unohtu auki yöksi, niin aamulla se ikkunan edessä oleva pöytä oli paksun mustan kerroksen peitossa--hirveen monet mun tutut, joilla on esimerkiksi astmaattisia lapsia tiesi, ilman mitään mittareita, milloin on enemmän rikkiä ilmassa, saattoi olla, että lapset ei nukuneet yöllä, kun otti henkeen niin se ilma." Luonnonsuojelija II (37)

Raahen tienoon asuinypäristöä piti suurin osa haastatelluista puhtaampana kuin ennen, mutta lähes kolmannes haastatelluista uskoi ympäristön likaantuneen entisestään ja neljän haastatellun mukaan ympäristö oli pysynyt samanlaisena - ei kuitenkaan kovin puhtaana. Kauimmaisista ulkopaikkakuntalaisia lukuunottamatta haastateltavat olivat yleensä kuulleet Raahen vallitsevista tuulista ja kahta haastateltavaa lukuunottamatta tehdas ja sen päästöjä levittävien tuulten suunnat vaikuttivat kaikkien haastateltavien asuinpaikan valintaan, jos tehtaalta tarjottaisiin esimerkiksi kyseiselle henkilölle työpaikka. Vallitseviksi tuuliksi tiedettiin useimmiten lounaistuulet, minkä mukaan mieluisimpia asuinpaikkoja olivat Raahen etelä- ja idänpuoleiset alueet. Useat oululaiset ja jotkut ulkopaikkakuntalaisistakin olivat kuulleet tehtaan lähetyvillä sijaitsevan Lapaluodon likaisuudesta - se mainittiin useimmiten paikkana, jossa ei missään nimessä haluaisi asua. Muita tehtaan takia vastenmielisiä asuinalueita olivat sellaiset tehtaan ympärillä olevat paikat, kuten Aittoniemi, Välikylä, Kummatti, Varvi, Satamakangas, Merikatu, Junnilanmäki, Saloinen, Tarpio ja Velkaperä. Erityisesti Lapaluodon alueeseen tehtaan toivottiin

jotenkin puuttuvan, koska sitä pidettiin yleensä likaisuutta lukuunottamatta idyllisenä paikkana.

esim. 24.

"--jotenkin musta tuntuu, että sen koksaaamon hoksaa nyt vielä enempi ja varsinkin nyt, kun kesämökillä on ja sieltä on hakattu se metsä sieltä Kuljunniemeltä ihan sinne rantaan asti ja kun se näkyy kun ui pikkusen matkaa rannasta ja mun mielestä se pitää enempi ääntäkin se koksaaamo, kuin mitä ennen hoksas sitä tehdasta, hajuhaittaa ja ääni." Asiantuntija I (27)

"Vois olla puhtaampi, jostain omituisesta syystä mulla on tämmönen mielikuva, mulle on jäänyt mieleen siitä semmonen sympaattinen, pieni puutalo-kaupunki, vähän unelias, mutta semmonen ihmisen mittanen, että siitä tuli vähän semmonen haikee olo, kun siellä käyskenteli, kun aattelee, että suurin osa suomalaisista kaupungeista on ollu sellasia, eikä niitä montaa enää oo jäljellä." Toimittaja III (36)

"Likaisempi, monena vuonna on ollut aina jotakin puissa, että on kellastunut puitten neulaset tai jotaki tämmösiä, niistä aina välillä puhutaan, että onkohan Rautaruukin saasteet, voi olla vaan semmosta, joka tulee aina mieleen, kuormitus lisääntyy koko ajan, vaikka tänä vuonna päästöjä ois vähemmän kuin viime vuonna, niin ne viime vuotiset päästöt vaikuttaa tänä vuonna, niin se kertautuu ja kertautuu se saastevaikutus...Raahekin tuntuu likasemmalta kuin ennen." Kansalainen II (38)

"Pölyisyys on aivan kauheaa, tämä on tuulinen paikka muutenkin, ei kyllä ole enää tehtaankaan asia vaan kaupunginkin, että saatais nämä pölisevät hiekka-alueet peitettyä, varmaan on yritettykin jo pinnottaa, saada katteita tämmösille alueille, mutta vielä on monta paikkaa, että liikkuminen on aivan tuskasta, sanotaan nyt Pikkulahdenkin alue, siellä on osa aivan savihietikon peitossa, samoin muun muassa museon ympäristö on aika kauhea." Kansalainen II (39)

Tehtaan aiheuttamia ympäristöongelmia ei pidetty niin vakavina, että niiden takia olisi vakavasti harkittu poismuuttoa Raahesta tai että ne vaikuttaisivat muuttoon, jos Raahesta tarjoutuisi ulkopaikkakuntalaisille työpaikka - vain kolme haastateltavaa uskoi ympäristöasioiden vaikuttavan muuttoon. Yhdeksi alueen viihtyvyyteen negatiivisesti vaikuttavaksi tekijäksi ilmeni "suomettunut ilmapiiri". Ympäristöasioista ei erään haastateltavan mukaan uskallettu puhua muun muassa työpaikan menettämisen pelosta, vaikka monet asiat tuntuivatkin vaivaavan asukkaita.

esim. 25.

"Paperitehtaan hajupäästöt vaikuttaisi, onko terästehtaalla semmosia, eihän ne haise?" Kansalainen I (32)

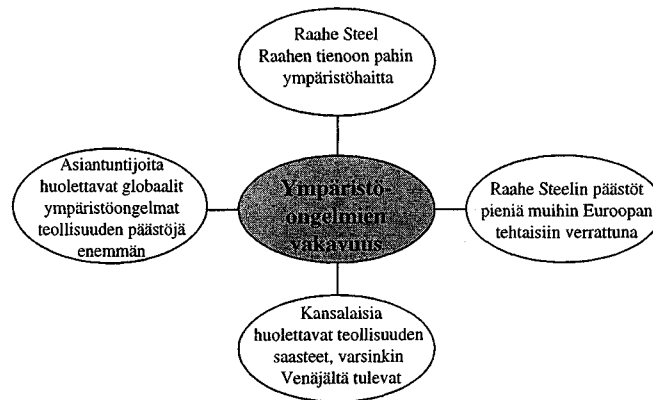
"En yksinomaan niitten takia, kyllä minä hirveen huonosti Raahessa oon viihtynyt ja yhtenä lisätekijänä on, kun on niin likasta, pahimmoilleen isopieni kaupunki--paikkakunnilla, joissa on yksi hirveen iso tehdas, joka työllistää lähes kaiken ja myös saastuttaa paljon, on semmonen tietyllä lailla suومتunut ilmapiiri, aivan viime vuosien asiahan on, että Rautaruukin saasteista on saanut ääneen puhua, sen piti suurin piirtein lähteä Rautaruukilta sen aloitteen, että niistä ympäristöasioista alettiin puhumaan, kun ihmiset ei uskaltaneet niistä puhua ja joku Luonnonsuojeluliiton paikallisosasto ei toimi ollenkaan ympäristöasioitten puitteissa--ympäristöasioista puhuminen koettiin ennen hirveäksi uhkaksi ja ihmiset kokivat, että heidän työpaikkojaan arvostellaan--se on ollut tabuasia aivan viime vuosiin asti--" Luonnonsuojelija II (37)

"En--oon Helsingistä muuttanut, siihen verrattuna täällä on hyvä elää." Kansalainen II (39)

3.2.5 Tehtaan ympäristöongelmien vakavuus kansainvälisellä tasolla

Mielikuvia tehtaan ympäristöongelmista suhteessa muihin tehtaisiin ja globaaleihin ympäristöongelmiin (ks. kuvio 13) selvitettiin haastattelurungon kysymyksissä 29-32 (liite 1). **Asiantuntijoiden ja kansalaisten mielikuvat vaikeimmista ympäristöongelmista poikkesivat toisistaan** mukailen siten aiempia tutkimustuloksia oman maan erilaisten ympäristöongelmien merkityksestä (ks. Suhonen 1994, 131). Tässä tutkielmassa asiantuntijoiden ja ympäristöasioihin perehtyneiden henkilöiden mukaan maaperän eroosio ja kasvihuoneilmiö ovat vaikeimmat ympäristöongelmat maailmanlaajuisesti ja heidän mukaansa niiden pitäisi olla myöskin Suomen ensisijaisena huolenaiheena. Muita haastateltavia huolestutti useimmiten Venäjältä tulevat ilmansaasteet, mikä haastateltavien mukaan oli huolestuttavaa sekä Suomen että muunkin maailman näkökulmasta. Lisäksi suomalainen metsänhoito ja vesistöjen likaantuminen katsottiin usein Suomen ensisijaisiksi huolenaiheiksi. Venäjältä tulevien ilmansaasteiden lisäksi Raahen tehtaan päästöjä piti pieninä lähes 80

prosenttia haastateltavista myös Euroopan tehtaiden päästöihin verrattuna. Yhtä haastateltavaa lukuunottamatta Raahen tehtaan päästöt eivät ole ainakaan suurempia kuin keskimäärin Euroopassa. Jotkut pitivät Saksassa sijaitsevia tehtaita ehkä pienempinä saastuttajina kuin Raahen tehdasta, jotkut puolestaan suurempina varsinkin Ruhrin alueella sijaitsevia tehtaita - Itä-Euroopan maihin verrattuna Raahen tehdas oli kuitenkin kaikkien käsitysten mukaan paljon pienempi saastuttaja.



Kuvio 13. Yhteenveto mielikuvista, jotka liittyivät tehtaan ympäristöongelmien vakavuuteen paikallisella ja kansainvälisellä tasolla.

esim. 26.

"Sen mitä nyt oon ulkomailla matkaillu, niin kyllä ne parhaaseen A-ryhmään täällä Suomessa sijoittuu, sentään puissa on lehtiä, havupuissa neulasia, esimerkiksi Saksassa on tietysti enemmän liikennettäkin--" Toimittaja III (19)

"Kyllähän jossain Saksassa varmaan ollaan aika hyvin päästöihin kiinnitetty huomiota, ehkä paremminkin kuin Suomessa, mutta jos taas aattelee noita Itä-Euroopan maita, niin kyllä varmaan Suomessa, siellä Raahessakin, on paremmin asiat kuin jossain Puolassa tai Venäjällä." Kansalainen II (35)

"Vois olla samansuuruiset tai sitten ne voi olla pikkasen isommat, koska mulla on semmonen mielikuva, että Euroopassa, esimerkiksi Saksassa nää päästörajat on hirveen tiukat--mutta entinen Itä-Eurooppa eli nää kaalimaat, että siellähän nää päästöt on aika hirvittävät." Toimittaja III (36)

"Pienempiä, oon lentänyt Keski-Euroopan yli, niin se on aivan uskomatonta, joku Ruhrin alue, lentokoneestakaan ei näe alas--kun menee koneella yli, niin

kyllä tuon Rautaruukin tehtaan näkeekin, tuollahan ei Saksassa edes näe, muuta kuin sen harmaan pilven.” Kansalainen II (39)

”Osittain on ja osittain ei, se riippuu vähän maasta, mutta Saksassa on terästehtaita, joissa on päästöt pienempiä, ominaispäästöt pienempiä varmaankin.” Asiantuntija I (41)

Raahen ympäristöongelmien suhteen haastateltavien vastausten välillä ei ollut suuria eroja. **Raahen pahimpana ympäristöhaittana pidettiin suurimmaksi osaksi Rautaruukilta tulevia päästöjä ilmaan.** Vaikka Rautaruukilta tulevista ilman epäpuhtauksista oltiin eniten huolissaan, tehdasta ei kuitenkaan pidetty ainoana syyllisenä ilmansaasteisiin, vaan myös liikennettä ja Raahen muuta teollisuutta pidettiin osallisina ympäristöhaittoihin. Sama koski myös vesistöjen likaantumista - tehdasta ei juurikaan syytely, vaan asumisjätteiden arveltiin olevan suuri osasyllinen vesistöjen rehevöitymiseen. Muita Raahen ympäristöongelmia olivat haastateltujen mukaan muun muassa Lapaluodon huono kunto, saariston suojeleminen, nuorisosaarvojen vaaliminen, kotitalouksien jätteet sekä melu.

esim. 27.

”Kyllä se on se pöly, joka antaa leimansa tälle kaupungille ja ympäristölle.” Asiantuntija II (10)

”Ehkä enemmän tämmönen luonnonsuojelukysymys, eli tää saarten käsittely ja kohtelu, ne rannikon saaret on niinku parasta Raaheta, niitten säilyminen, säilyykö ne eheänä ja rikkaana vai kuluuko ne ja hakataan sieltä sun täältä ja mökitetään rannat ja niin pois päin.” Asiantuntija II (30)

”Rautaruukki on ollut semmonen vaiettu virtahepo olohuoneessa, kuitenkin se, että Rautaruukki on ollut suuri saastuttaja, ylivoimainen ja massiivinen, niin toisaalta sen varjoon on voinut helposti jäädä muita saastuttajia, esimerkiksi tuossa paljon lähempänä kaupunkia on tuo Kone Oy, siellä käytetään todella myrkyllisiä ja hirveitä aineita, joita tulee myös piipusta vissiin suurin piirtein ilman puhdistusta ja siinähan oli alunperin päiväkotikin, joka siirrettiin siitä pois, nyt siinä on vanhainkoti, yläaste ja lukio ja ne on todella hirveessä paikassa, sieltä tulee hartseja, jotka on hirveen vaarallisia hengittää ja joita ei kyllä muualla päin maailmaa lasketa keskelle asutuskeskuksia, että onhan täällä Raahessa toki muitakin ongelmia, joihin pitäis puuttua--” Luonnonsuojelija II (37)

3.2.6 Tulevaisuuden skenaario

Tulevaisuuden skenaariossa etsitään ideaalista ratkaisua tehtaan toiminnalle ja ympäristönhoidolle sekä kuvitellaan lähitulevaisuuden tehdas (esimerkit 27 ja 28). Tarkoituksena on verrata nykytilannetta ideaaliseen ratkaisuun ja todennäköiseen kehitykseen (ks. kuvio 14). Tulevaisuuden skenaarioon liittyviä kysymyksiä ovat haastattelurungon kysymykset 26-28, joissa käsitellään myös haastateltavan omia asenteita ympäristönsuojelun tärkeydestä ja kysymykset 37-38 (liite 1) sekä 9 (liite 2). **Tehtaan rahalliseen panostukseen ympäristönsuojelutyössä toivoi vajaa puolet haastatelluista lisäystä**, kun taas vajaa puolet ei osannut arvioida, kuinka paljon ympäristönsuojelutyöhön pitäisi panostaa (liite 3). Suurin osa haastatelluista (28) oli sitä mieltä, että tehtaalle pitäisi määrätä rangaistustoimenpiteitä päästöistä, sellaisia olivat esimerkiksi jo nykyin voimassa olevat sakkorangaistukset ja velvoitteet tilanteen korjaamisesta. Ympäristönsuojelu katsottiin niin tärkeäksi, että useimmat haastateltavista (30) vähentäisivät tehtaan päästöjä, vaikka siitä aiheutuisi tehtaalle taloudellisia ongelmia. Toiminnan lopettamista useimmat eivät kuitenkaan kannattaneet. Ympäristönsuojelutyöhön oltiin valmiita osallistumaan tarpeen vaatiessa myös itse: 34 haastateltavaa oli valmis tiputtamaan palkkaansa ympäristönsuojelun hyväksi, vaikka sitä ei yleensä pidettykään hyvänä ratkaisuna.



Kuvio 14. Yhteenveto mielikuvista ja toiveista, jotka liittyvät tehtaan tulevaan kehitykseen.

Haastateltavien käsityksiä tehtaan ideaalisesta ympäristöasiain hoidosta oli kahtalaisia: osan mielestä asioiden hoito oli nyt oikeanlaista eli "se maksaa, joka sotkee ja maksaja myöskin päättää - on tehtaan kunnia-asia huolehtia ympäristöstä"; **suurin osa haastateltavista toivoi** kuitenkin jonkinlaista asukkaiden, asiantuntijoiden ja **tehtaan yhteistä elintä ympäristönsuojelupäätöksiä tekemään** ja valtionjohtoista yritystä oltiin usein myös valmiita tukemaan verorahoilla. Useat haastateltavat olivat kuitenkin sitä mieltä, että kansalaisia pitäisi kuunnella päätöksenteossa, mutta ympäristönsuojelua rahoitettaisiin kuitenkin saastuttamisasteen mukaan esimerkiksi ympäristöveroilla eikä verottamalla yksityisiä kansalaisia.

esim. 28.

"Tehtas itse, joka päättää siitä ja joka sen myöskin maksaa ja se on täysin omassa hallinnassa ja se on oma kunnia ja oma vastuu - yksinvaltiaajat ei enää käy millään alalla." Asiantuntija II (10)

"Osittain Rautaruukin ulkopuolinen ryhmä, elin mikä vain ja osittain pitäis ns. yhteisistä varoista tulla ne kustannuksetkin--vaikka puoluetuet hiivattiin ja pistää ne ympäristöasioihin--kyllä se koskee muitakin kuin raahelaisia." Kansalainen I (16)

"Aika hyvä nyt jo se tilanne, Rautaruukki on tehnyt yhdessä kaupungin kanssa sitä ympäristönsuojelutyötä ja sitä valvontaa, niin se pitää mun mielestä jatkossakin mennä, tietysti tehtaan rahoilla, en tiedä, pitäskö tehdä sillä tavalla, että ois joku tämmönen ympäristörahoisto, johon teollisuus ja valtio ja vaikka osa veronmaksajien rahoista ja teollisuus maksais sinne ja sieltä vois sitte maksaa, jos joku haluaa tehdä tämmösiä isompia ympäristöinvestointeja, se vois saaha lainaa tai muuta vastaavaa, se vois olla ihan hyvä ajatus, kun aattelee, että onhan meillä öljyntorjuntarahasto." Asiantuntija I (27)

"Tehtaan rahoilla, mutta semmosta osallistuvaa, alueen asukkaiden ja kaikkien, jotka siellä vaikuttaa, niitten osallistumista enemmän ja ehkä tämmöstä osallistuvaa suunnittelua, että annettas kansalaisille enemmän tietoa ja mahdollisuuksia vaikuttaa, kuitenkin ne haluaa varmasti säilyttää sen tehtaan ja ne työpaikat, mutta enemmän tuntea sen omakseen, että pääsis vaikuttamaan, että ois viitseliäisyyttä kouluttaa niitä niin, että ne osaisi vaikuttaa." Asiantuntija II (30)

"Tehtaan itse pitää sijoittaa ympäristönhoitoon ihan kohtuulliset summat, mutta eihän se yksin tietenkään sellasta voi tehdä vaan ilman muuta tää kunta tietenkin on jotenkin siinä mukana ja varmaan läänikin--toisaalta on kuntalaisten etu, että se on hyvässä kunnossa, jos se toimii hyvin, niin nää kun-

talaiset on mukana siinä hommassa myöskin, että ne ei oo niitä, jotka siellä ensimmäisinä marisee, että tää ei oo hyvin ja tää ei riitä vaan, että siinä vois olla semmonen positiivinen asenne ympäristökysymyksiin ja ihmisten pitää tietää mitä ollaan tekemässä ja miksi, jos siellä on joku ympäristöpäällikkö olemassa siellä tehtaalla, samoin tiedottajalla, niin sillä on kyllä hirveen iso vastuu.” Toimittaja III (36)

”Siellä ois hirmusen vahva ympäristöyksikkö--siellä ois suunnittelijat suunnittelemassa näitä suodattimia ja kaikkia varmistuksen varmistuksia ettei tulis minkäänlaisia päästöjä, no tekniikkahan siinä on varmasti avainasemassa ja raha ja suunnittelu, tehdas myy niin hyvin, että siitä aina merkittäis osa budjettiin ympäristönsuojeluun, joka vuosi suurempi osa ja rakennetaan samalla imagoa, päätökset tehdään luultavasti ympäristöministeriössä.” Toimittaja II (40)

Lähes kaikki haastateltavat uskoivat tehtaan kehittyvän tulevaisuudessa positiiviseen suuntaan erityisesti ympäristövaikutuksiltaan, mikä vastasi aika lailla haastateltavien toiveita tehtaan ympäristöasiain hoidosta. Omistuspuhjan muuttuminen, mikä voisi haastateltavien mukaan johtaa koko tuotannon lopettamiseen, sekä työvoiman väheneminen olivat haastateltavien suurimpia pelkoja tulevaisuuden suhteen.

esim. 29.

”No mulla on jopa synkeä ennustus, että se näyttää hyvinkin ympäristöystävälliseltä elikkä se ei toimi enää, jos oletetaan, että se toimii vielä, niin minä oletan, että sama kehitys tulee jatkumaan, elikkä jopa ulospäin näkyvät tämmöset ympäristöhaitat, ne on yhä pienempiä - toivottavasti näin on, ja myöskin työntekijöitten kannalta päästään fiksumpaan ympäristöön, minun mielestä se on nykyjään maailman elinehto, että näin toimitaan.” Luonnon-suojelija I (4)

”Työntekijöitä vähemmän, automatisoitu voimakkaasti, robotteja paljon, halit puhtaampia ja äänettömämpiä, päästöt vähentyneet, tehtaan ympärillä viheralueita, jotka voi hyvin, muuttotappiokunta suuresti ja työttömyyttä on, ei Raahe kuitenkaan kuole, nyt tehdas on vielä melko likainen.” Ympäristövai-kuttaja I (14)

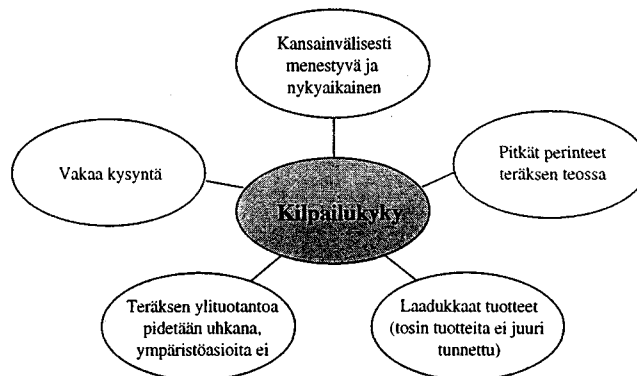
”Joko se on laajentanut toimintaansa ja on nykyaikainen tehdas tai sitten sitä ei oo enää ollenkaan - ei mahda olla enää ollenkaan, epäilyttää vähän, onko koko tehdasta, maailma muuttuu, EU tulee ja kaikki ja siinä katotaan puhdas-ta hintaa vaan, niin voi olla, että se sen takia tipahtaa pois, kilpailukyky epäilyttää--” Kansalainen I (16)

"No, jos se on olemassa, jos siitä ei ole tehty museota ja kaapelitehtaan veroista kulttuurikeskusta, niin silloin se varmaan toimii entistä ehompana, että sinne on varmaan tehty uusia investointeja ja sen ympäristöasiat on olleet jo ihan vuosikymmenet hienossa kunnossa." Toimittaja III (36)

"Valitettavasti se kuva on semmonen likanen, jotenki tuntuu, että Raahekin on jo aika likanen alue sillon ja havupuuta on varmaan kuollut, todennäköisesti tehdas on suurentunut." Kansalainen II (38)

3.3 Mielikuvat tehtaan tuotannollisesta toiminnasta ja työympäristöstä

Tehtaan työympäristöön ja tuotannolliseen toimintaan liittyvät mielikuvat (ks. kuvio 15) olivat kaikkiaan positiivisempia kuin ympäristöasioihin liittyvät mielikuvat, vaikkakaan ulkopaikkakuntalaiset eivät olleet juurikaan kuulleet Raahen tehtaan toiminnallisista tekijöistä. Kuitenkin useimmat haastateltavat arvelivat tehtaan olevan kilpailukykyinen ja uskoivat teräksen kysyntään. Uhkakuvia tehtaan olemassaololle nähtiin kuitenkin muun muassa teräksen liikatuotannossa. Työilmapiirin arveltiin olevan kannustavaa, mutta tehtaan päätöksentekojärjestelmää pidettiin byrokraattisena, mikä vastasi myös tehtaan henkilöstön keskuudessa tehdyn työilmapiirin tutkimustuloksia (ks. Ruotsala & Saarinen 1985). Onkin mahdollista, että mielikuvat tehtaan byrokraattisuudesta johtuvat henkilöstön kokemusperäisestä tiedosta, joka on levinnyt myös tehtaan ulkopuolelle.



Kuvio 15. Yhteenveto mielikuvista, jotka liitettiin tehtaan tuotannolliseen toimintaan.

Mielikuvia tehtaan kilpailukyvystä mitattiin kyselylomakkeen kysymyksillä 4, 20, 21, 34, 35, 43 (liite 2) ja haastattelurungon kysymyksellä 15 (liite 1). **Suurin osa haastatelluista piti tehdasta kansainvälisesti menestyvänä yrityksenä**, jolla on pitkät teräsentekoperinteet ja jonka asiakkaat ovat myös menestyviä yrityksiä. Tehtaan tuotantoprosesseja pidettiin nykyaikaisina ja toimintaa tehokkaana (liite 3). Haastateltavat myös uskoivat Raahen tehtaan terästuotteiden olevan vähintään yhtä laadukkaita tai laadukkaampia kuin Keski-Euroopan terästuotteet. Kenenkään haastateltavan käsitysten mukaan Raahessa valmistettu teräs ei ollut heikompilaatuista kuin Keski-Euroopassa valmistettu. Usein perusteluna oli yksinkertaisesti se, että suomalaisen laatuun ja teknologiaan luotettiin - varsinkin ulkopaikkakuntalaisten keskuudessa, joille tuotti vaikeuksia kuvitella, mitä tuotteita Raahen tehtaalla valmistetaan (kysymys 14, liite 1). Yleisenä ongelmana haastateltavien keskuudessa olikin se, että terästehtaan tuotteita ei oikein osattu kuvitella. Teräkseen liitettiin lähinnä semmoisia ominaisuuksia kuin kestävyys ja kovuus ja tiedettiin, että terästä voidaan käyttää esimerkiksi laivoihin, mutta hyvin harvat, mukaanluettuna monet raahelaiset, osasivat kuvailla Raahen tehtaan tuotteita muuksi kuin teräkseksi.

esim. 30.

"Kilpailukykyisiä on suht koht - minusta ei pitäis liikaa uskotella, että meillä on ylivoimaiset tuotteet, koska se on suurin tae, että pysähdytään ja jäähään jälkeen." Ympäristövaikuttaja I (11)

"Parempia ja niillä on - Kalevastako minä sen luin - toimitus parempi kuin jollakin muulla, teräksen laatu on varmasti parempi kuin muualla." Kansalainen III (17)

"Nopeampi toimitusaika, se on osa laatua, ei välttämättä laadukkaampia, niiden teknologia ja laatu on maailman kärkeä, mutta ei välttämättä ehdotonta huippua." Kansalainen I (26)

"Suomalainen on ilman muuta aina parasta." Kansalainen II (35)

"Mulla on semmonen kuva, että yleensä ottaen, jos se on pysynyt hengissä, niin ne tuotteet on laadukkaita." Toimittaja III (36)

"Kyllä minä luotan näihin tuotteisiin, jos vaikka polkupyörän ostan ja jos siinä on Rautaruukin merkit, niin kyllä minä luotan, että se on hyvä pyörä."
Kansalainen II (39)

Haastateltavat kokivat terästeollisuuden tulevaisuuden näkymät hieman ristiriitaisesti: terästä pidettiin yleisesti kestäväenä rakennusmateriaalina (kysymys 10, liitteet 2 ja 3) ja suurin osa haastateltavista uskoi teräksen kysynnän pysyvän vakaana tai vielä kasvavan (kysymys 16, liite 1), toisaalta suurin osa haastateltavista näki terästeollisuuden alalla uhkakuvina muun muassa Keski-Euroopan kilpailun ja teräksen ylituotannon (kysymys 16, liite 1). Tehtaan yksityistämistä pidettiin usein vakavana uhkana terästuotannon jatkuvuudelle. Raaka-aineen saantia jotkut haastateltavat pitivät myös tehtaan olemassaolon uhkana, mutta ympäristönormeja sen sijaan piti tehtaan toiminnalle todellisena uhkana vain kolme haastateltavaa.

esim. 31.

"On, viimesen seuraavan vuosituhannen ensimmäisellä vuosikymmenellä Rautaruukin investoinnit alkaa olla käytetty ja jos Keski-Euroopan terästeollisuus katsoo parhaaksi, niin se ostetaan Rautaruukki pois ja myydään ja lopetetaan tehdas, koska siihen on nyt annettu poliittiset mahdollisuudet yksityistämällä Rautaruukki." Luonnonsuojelija I (4)

"Raaka-ainepuoli on minusta pahin, koska sillä ei oo mitään raaka-ainetta itellä, jos menee niin kalliiksi, että ei saada edullista raaka-ainetta, niin kyllä minä sen katon vaikeimmaksi, vaikka siitä ei oo puhuttu kyllä paljon, tietysti myös Keski-Euroopan teräsajat, jos osakepääomaa myydään ja valtion omistus päästetään reilusti alle puoleen, niin kyllä se aivan todellinen ongelma on, vaikka toista mieltäkin ollaan, että kuka sitä lähtee ostamaan täältä, se on kuitenkin niin pieni yksikkö täällä, kun puhutaan isosta yksiköstä--nyt kun sitä saneerataan ja laitetaan kuntoon, niin nythän ei tietenkään heti kukaan lypsävää lehmää tapa--" Ympäristövaikuttaja I (11)

"On, minä pelkään sitä, toiminta voi käydä EU:n jäsenyyden myötä kannattamattomaksi, raaka-aine tuodaan muualta, kuljetuskustannukset ovat suuria, energia tulee muualta, työvoima on kallista - olen miettinyt, että miten se kannattaa. " Ympäristövaikuttaja I (14)

"Ei mee kauankaan, niin kyllä se loppuu todennäköisesti, ainaki niin mää uskon, just sen kilpailun takia, tulee liian kalliiksi täällä tehdä terästä - kaksikymmentä vuotta korkeintaan." Kansalainen I (15)

"Ei sillä mittään oo, kyllä se täällä on ja pysyy -suomalainen teräs on hyvää." Kansalainen I (23)

"Jos se toimii suomalaisella raaka-aineella, niin kyllähän sillä voi olla uhkatekijänä, että jonakin kauniina päivänä se raaka-aine loppuu, Suomesta ei välttämättä löydy niin hirveesti erilaisia raaka-aineita ja kaivostoimintaan liittyy niin paljon ympäristökysymyksiä, että ympäristönsuojelijat ovat ainakin vastaan, se voi olla uhka, koska ympäristöaktivistien tarkoitus on tuoda asiaa suuren yleisön tietoisuuteen ja monesti siinä onnistutaan, mun mielestä se on hirveen tärkeää se ympäristöaktivistien toiminta." Kansalainen II (35)

"Kyllä, oon hirveen huolestunut ollut, kun meillä tehtiin päätös Rautaruukin yksityistämisestä, se on minusta hirveen pelottava näköala, koska EU:ssahan aivan keskeinen tuotannonala on terästeollisuus ja siellä on ylituotantoa, siellä on tehty ihan päätös, että terästuotantoa vähennetään nimenomaan näillä reuna-alueilla ja Suomi on justiin reuna-alue ja Rautaruukki tuottaa erittäin hyvälaatuista terästä, niin se on todella paha kilpailija sekä laadullisesti että määrällisesti, niin minusta se ei oo mitään pirujen maalaamista seinälle, nimenomaan siinä tarkoituksessa, että se lopetetaan--" Luonnonsuojelija II (37)

Terästeollisuuden ylituotannosta huolimatta suurin osa haastateltavista uskoi teräksen kysynnän pysyvän vakaana tai kasvavan:

esim. 32.

"Ei ilmeisesti tuu korvaamaan koskaan - muovisia laivoja - voit kuvitella kuin heppasia ne ois, kaikki terässillat sun muut, kysyntää tulee jatkuvasti olemaan." Kansalainen III (3)

"Mulla itellä on semmonen kuva, että se on tietyllä tavalla tämä teollinen maailma niinku lakipisteessään elikkä nyt tuotetaan aika paljo maksimimäärä tavaraa ja nyt ois kiinnitettävä huomiota vaan laatuun ja kierrätykseen ja materiaalisäästöön, luultavasti inhimilliset arvot voittaa ja puu voittaa rakennusmateriaalina enemmän alaa, mitä nyt." Luonnonsuojelija I (4)

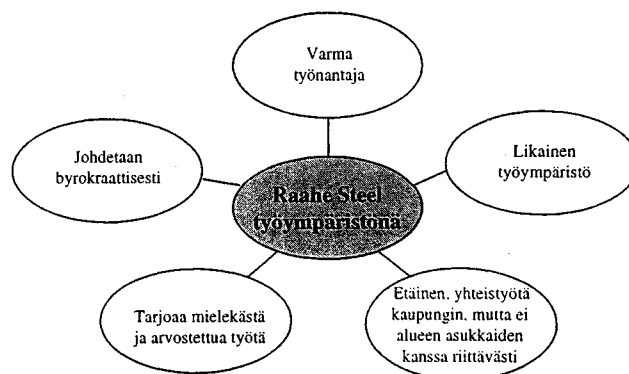
"Aina tullaan tarvihemmaan ainakin tässä laajuudessa mitä nytkin ja ehkä enämpikin, en tiedä, onko se liian kallista, että sitä ei tarttis pinnottaa, mutta sitähan ei tiää, miten se tekniikka kehittyy, jos ne siihenkin jonkun pysyvän suojan, että se kestää sitte ilmaston vaihteluita, sehän on se korroosio, joka terästä kuluttaa." Kansalainen III (9)

"Kasvaa, meillä Suomessahan sitä mitataan, että paljonko terästä käytetään maassa per henkilö ja minulla on semmonen muistikuva, että tässä maassa on vielä runsaasti mahdollisuuksia teräksen käytölle ja edellytyksiä, nythän meillä on alettu entistä enemmän tutkimaan ja myöskin tuottamaan ja terästä käyttämään myös asuntotuotannossa, ei yksistään kerrostalojen kohdalla

vaan yhä useammat omakotitalot käyttävät kattorakenteena, yhä useampi haluaa sitä nähdä myös seinärakenteina ja nyt kun sitä on muovipinnotettu erilaisiin profiileihin, erilaisiin väreihin--joku profiloitu kattopeltikin, niin ei se nyt minusta ruma oo, helposti asennettavissa ja pitkäikäinen.” Ympäristövaikuttaja III (20)

”Kyllä terästä käytetään niin kauan kuin sitä maasta vaan saadaan kaivettua, voi kasvaakin.” Asiantuntija I (34)

Kysyttäessä tehtaan työympäristöön liittyviä mielikuvia (ks. kuvio 16) useiden haastateltavien käsitysten mukaan Raahen terästehdasta johdetaan byrokraattisesti (kysymys 36, liite 2 ja 3), mikä saattaa johtua esimerkiksi kuulopuheista tehtaan työntekijöiltä tai kuten eräs haastateltava mainitsi, asukkaiden heikoista vaikutusmahdollisuuksista tehtaan päätöksiin. Haastattelurungon kysymyksen 36 avulla selvitettiin haastateltavien käsityksiä tehtaan yhteistyöstä alueen asukkaiden, yrittäjien ja kunnallisten päättäjien kanssa. Useimmat uskoivat, että yhteistyötä oli riittävästi kuntiin ja yrittäjienkin kanssa, missä kuitenkin arveltiin olevan toisinajatteliijoitakin, mutta asukkaisiin yhteistyötä ei ollut huomattu olevan. Jotkut tosin eivät yhteistyötä kaivanneetkaan, vaan olivat kiitollisia tehtaan tarjoamasta työstä eivätkä pitäneet asukkaita tarpeeksi aktiivisina. Toisaalta ne, jotka olivat yrittäneet vaikuttaa, olivat kokeneet sen vaikeaksi. Yleensäkin tehdas koettiin melko etäiseksi. Sitä oli vaikea lähestyä varsinkin ympäristöasioihin perehtyneiden henkilöiden keskuudessa ja luonnollisesti sellaisten keskuudessa, jotka olivat olleet vain harvoin tehtaaseen yhteydessä (kysymys 26, liitteet 2 ja 3).



Kuvio 16. Yhteenveto tehtaan työympäristöön liitetystä mielikuvista.

esim. 33.

"Kyllä, järjestöissä ne on monella tapaa mukana ja tuota ei niitä hirveesti oo kai politiikkaan sotkeutunu muuta ku työntekijäpuolella, mutta ehkä vois toivoa, että sillä yritysjohdollakin ois enemmän annettavaa tämän alueen elinkeinoelämän kehittämiseen, tosin nekin on nyt viime aikoina ollu siellä mukana teollisuusstrategiaa tekemässä." Toimittaja I (7)

"Luulen, että ei ole yhteistyötä päättäjien kanssa, väliin ne monestikin syyttää yrittäjät ja muut, mutta kyllä minusta tuntuu, että kyllä ne usein on perusteettomia ne syytökset, Rautaruukkihan koittaa kohentaa yrityselämää Raahessa, tähän on hyvä esimerkki tämä Miilukankaan firma." Kansalainen III (9)

"Tieto varmaan leviää tällä alueella tehokkaimmin työntekijöiden välityksellä eli jokainen tuntee jonkun, joka on Rautaruukilla töissä ja siltä tulee kyselyä--luulen, että se on se merkittävin, vaikka se ympäristölehti on hyvä niin se on vasta toissijainen veikkaan, eli ne asenteet tulee sieltä työntekijöitten kautta ja tietysti normaalina epäluuloisuutena, jos ei tiedetä niistä asioista--en tiedä, mikä ois hyvä keino, kun yleisö täällä ei liikahda mihinkään, kakskytuhatta asukasta on kiltisti kotonaan kun tulee vaikka joku hyvä luennoitsija puhumaan asioista, en tiedä, onko Rautaruukki varsinaisesti järjestänytään semmosia tilaisuuksia." Asiantuntija II (10)

"Uskosin, että kunnallisten päättäjien kanssa ainakin, ei ehkä asukastasolla, yrittäjistä en tiedä, en usko, että asukkaita kiinnostaa muuta kuin riittävän laaja ja monipuolinen informaatio, se on hyvä linja, minkä ne on valinnut, se sais olla vieläkin ehkä laajempi." Ympäristövaikuttaja II (21)

"Ei, luulen, että niillä ei ole yhtään mitään eli silloin ei varmaan voi olla riittävästi, Rautaruukki vois työllistää muutenkin kuin omia lapsia, tai omien työntekijöiden lapsia." Kansalainen I (26)

"Rautaruukki on tavallaan valtio valtiossa, että esimerkiksi se vähä, mitä tästä rikistä ja ilmanlaadusta aikasemmin puhuttiin, niin musta tuntuu, että se ei kiinnostanut Rautaruukkia pätkäkään, että vasta sitten, kun se paine on tullut tuolta tavaran ostajien kautta--sieltä se paine on tullut ja se on johtanut siihen, että Rautaruukilla on lähtenyt käyntiin ympäristöprojekteja ja ympäristöpolitiikan kehittäminen, ainakaan sillä lailla en koe, että olisin Raahen asukkaana pystynyt siihen vaikuttamaan, vaikka oon ehkä ollut se ainut ihminen joka on yli viis vuotta sitten sanonut ääneen, että Rautaruukki saastuttaa--" Luonnonsuojelija II (37)

"Kyllä uskon, että aika paljon on yhteyksiä näihin, ainakin monessa Rautaruukki on sponsorina, ainakin kunnat ja nämä pitää yhteyttä Rautaruukkiin, minun mielestä asukkaisiin on riittävä, minä en ainakaan kaipaa enempää, antaa mun miehelle työpaikan, niin se riittää." Kansalainen II (38)

Raahan tehtaan vahvoiksi puoliksi haastateltavat mielsivät selvästi työn mielekkyyden: suurin osa haastatelluista piti tehtaan työntekijöitä hyvin palkattuina ja työtä melko haasteellisena, ilmapiiriä pidettiin myös kannustavana, sillä tehtaan uskottiin palkitsevan työntekijöidensä luovuutta (kysymykset 40-42, liitteet 2 ja 3). Työn mielekkyyteen vaikuttaa myös alan arvostus: useimmat haastateltavat uskoivat tehtaan etsivän parhaat ammattilaiset työntekijöikseen. Henkilöstöä piti myös melko nuorekkaana muut haastateltavat, paitsi henkilökohtaisissa kontakteissa tehtaaseen olleet. Jotkut haastateltavat olivat sitä mieltä, että tehtaalle pääsee töihin vain suhteilla, mitä ei pidetty hyvänä asiana. (Kysymykset 37-39, liitteet 2 ja 3). Tehtaan houkuttelevuudesta työpaikkana haastateltavien mielipiteet jakautuivat kahtia: suurin osa haastatelluista piti työpaikkaa houkuttelevana, koska tehdas on valtionjohtoinen eli varma ja pysyvä työnantaja, henkilöstöstä pidetään hyvää huolta ja palkka on hyvä, huonoina puolina nähtiin lähinnä ympäristökysymykset - tehtaan työympäristöä ei pidetty kovin viihtyisänä lähinnä pölyn ja melun takia.

esim. 34.

"Kyllä, ensinnäkin sillä on hyvä maine mun mielestä ja erinomaisesti pitää huolta työntekijöistään, jos ajatellaan jotakin aluetta, missä se on aivan erityinen, niin se on työterveyshuollon ja työntekijöitten kunnon hoitamisessa, työkyvyn hoitamisessa esimerkillinen yritys Suomessa, lisäksi se on pystynyt vaikeinakin taloudellisina aikoina pitämään huolta ympäristökuovastaan ja siellä on todella tehty johdonmukaisesti mun mielestä ympäristöinvestointeja ja osattu järkevästi miettiä, mikä niitten tärkeysjärjestys on, se myöskin tarjoaa monipuolisen melkeenpä elämänikäsen kehityskaaren mahdollisuuden, jos vaan työntekijässä itsessään on halua." Asiantuntija III (6)

"Ei, teknispainotteinen, kyllä ne tuotteetkin on semmosia, että jos ajatellaan vaikka markkinointia, niin en mää kokis omakseni nyt lähteä myymään jotaki pellettiä, talo on täynnä insinöörejä, niin se on tämmöselle ekonomille kauhistus." Toimittaja I (7)

"Ei se minulle ole, siis minäkinhän teen metallityötä, mutta en mää tuommosessa työmaassa silti tykkäis olla, vaikka puhutaan, että siellä on korkeasti koulutettuja ammatti-ihmisiä, mutta kyllä se suurin osa on sitä ettei tartte muuta ku nappia painaa ja ei siinä siis paljoa tarvita, aika yksinkertaisilla kyvyillä siellä pärjäis ja tuo tuommonen kun puhuttiin melusta ja minä sanoin,

että mukava kun ei tarte tuommosessa olla, mutta minä viihdyn melkeen missä vaan, arvostan paljon semmosta puhdasta.” Kansalainen III (9)

”On, jokainen nuori haluaa sinne kesätöihin, turvattu työpaikka, valtionjohdoinen, palkkataso korkea, vapaa-ajan kohteita, työläisistä pitää huolta.” Ympäristövaikuttaja I (14)

”Siellä on hyvät palkat, kun muistelee, mitä kouluaikoina on ollut siellä töissä, tietysti se tehdasalue - eihän se hirveen ihana oo, onhan se likanen ja pölynen, mutta on niitä huonompiakin paikkoja, voisin mennä, jos siellä ois semmonen oikea ympäristönsuojeluyksikkö, kun olin esimerkiksi Nesteellä kanssa tekemisissä, niin kyllä mun mielestä Rautaruukilla oli paljon asiallisempi suhtautuminen siihen ympäristöpuoleen, mitä Nesteellä, musta oli paljon kivempi Rautaruukin kans tehdä töitä.” Asiantuntija I (27)

”Ei, paitsi toimiston puoli, jos saa hyvät kahvilisät, liukuhihnatyö on tylsää, jos siellä on semmosta, luultavasti on.” Kansalainen I (32)

4 RAUTARUUKKI RAAHE STEELIN EKOLOGINEN JULKISUUSKUVA

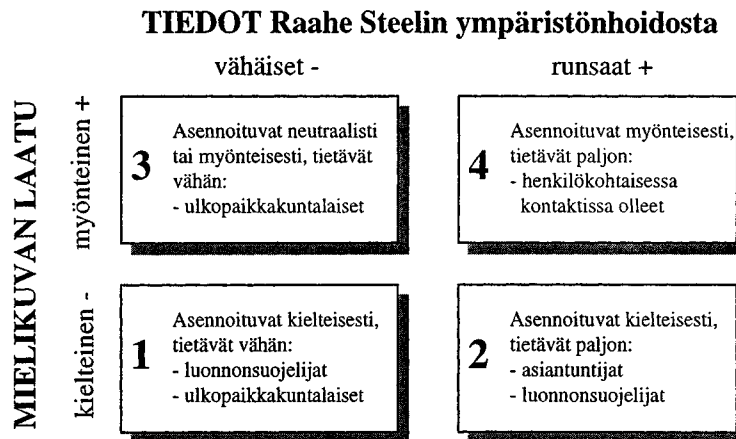
Haastattelujen analysoinnin helpottamiseksi haastateltaville jaetun kyselylomakkeen tilastollisessa analyysissä ei ilmennyt merkittäviä eroja haastateltavien taustatietojen suhteen, mutta sitoutuminen tehtaaseen, esimerkiksi henkilökoh- taisten kontaktien määrä, vaikutti mielikuvan laatuun. Eniten tehtaaseen sitou- tuneilla haastateltavilla oli positiivisempi käsitys tehtaasta kuin vain vähän teh- taan kanssa tekemisissä olleilla, kuten ympäristöasioihin perehtyneillä haasta- teltavilla. Kaikille haastatelluille oli yhteistä se, että mielikuvat tehtaan tuotan- nollisesta toiminnasta olivat positiivisia, kun taas ennako-odotusten mukaises- ti mielikuvat tehtaan ympäristönhoidosta olivat usein negatiivisia.

Raahe Steeliin liitettyjä kokonaismielikuvia tutkittiin muun muassa personifi- kaation ja eläinanalogan avulla. Kuvaukset tehtaasta jaoteltiin etsimällä niille yhteisiä piirteitä, kunnes päästiin riittävän tiiviiseen kokonaisuuteen (ks. mene- telmät tarkemmin kappaleesta 2.7.3). Tuloksena löydettiin neljä erilaista mieli- kuvatyyppeä tehtaasta:

- 1) ympäristöönsä sopeutuva - kissa,
- 2) voimakas isähahmo - karhu,
- 3) tavallinen konservatiivinen suomalainen mies - koira ja
- 4) materialistinen, likainen vanha ukko - krokotiili.

Yleisimmin tehdas koettiin kohdissa 2) ja 3) kuvatuilla tavoilla. Haastateltuja ja heidän mielikuviansa laatua koetettiin luokitella Åbergin (1989, 73) tieto- asenne- matriisin avulla, jotta saataisiin muun muassa yrityksen markkinoinnin ja vies- tinnän kannalta arvokasta tietoa tärkeimmistä kohderyhmistä. Tämän tutkiel- man tulokset eivät kuitenkaan sellaisenaan sopineet Åbergin matriisin nelikent- tään, sillä vastaanottajatyyppeä "asenneituu myönteisesti, tietää vähän" oli tässä

tutkielmassa pikemminkin "asennoituu neutraalisti, tietää vähän" -tyyppiä. Seuraavaan Åbergin nelikentästä mukailtuun kuvioon n:o 17 on sijoitettu tämän tutkielman haastateltavat ja heidän mielikuviansa laatu Raahen ympäristönhoidon osalta, joka oli tämän tutkielman painopistealue. On kuitenkin muistettava, että mielikuvien laatu vaihtelee samallakin henkilöllä eri asiakokonaisuuksien ollessa kyseessä ja että mielikuvat Raahen Steelin tuotannollisesta toiminnasta olivat kaikilla positiivisia.



Kuvio 17. Haastateltujen ja heidän mielikuviansa luokittelu Åbergin (1989, 73) tieto-asettelematriisiä soveltaen.

Rautaruukki Raahen Steelin julkisuuskuva muodostavien ulottuvuuksien selvittämiseksi kaikki kyselylomakkeessa ja henkilökohtaisissa haastatteluissa esille tulleet käsitykset Raahen terästehtaasta kirjoitettiin ensin allekkain luetteloksi, jonka jälkeen ne kategorioitiin jonkin yhteisen piirteen avulla (ks. menetelmät tarkemmin kappaleesta 2.7.3). Tuloksena mielikuvat saatiin jaettua yhteensä kahteentoista dimensioon eli julkisuuskuva muodostavaan ulottuvuuteen vastausten "painoarvojen" mukaan; toisin sanoen jokainen tehdasta kuvaava laatutekijä tuli haastatteluissa voimakkaasti esille ja mainittiin yleensä keskimääräistä useammin. Seuraavassa on lueteltu tehtaaseen mielletyt laatutekijät ja keskeisiä ulottuvuuksia muodostavia tekijöitä. Ulottuvuuksia ei pyritty asettamaan tärkeysjärjestykseen.

ASIALLINEN SUHTAUTUMINEN YMPÄRISTÖÖN	- tekee suunnitelmallista ympäristönsuojelutyötä - huolehtii ulkonäöstään (esim. kukkaistutukset) - ympäristöntila esimerkiksi rikkipäästöjen osalta on parantunut
SAASTUTTAJA	- häiritseviä pöly-, haju- ja meluhaittoja sekä savusumua - tunnettu huikeista päästöistään ilmaan - puita kuolee tehtaan lähetyvillä
KESKI-ikäinen	- hyvinvoipa - elämäkokemusta - teknologia alkaa vanhentua
KONSERVATIIVINEN SUOMALAINEN MIES	- sovinnaiset arvot - ei erotu joukosta edukseen eikä haitakseen - elää työlleen
SULKEUTUNUT	- harvoin aktiivista tiedottamista - tietoa ei tule riittävän laajalle alueelle - tehdasta on vaikea lähestyä
MATERIALISTINEN	- päätavoitteina tuottavuus ja taloudellinen kasvu - inhimilliset arvot tahtovat unohtua - ajatus ympäristönsuojelutyöstä ei ole mennyt vielä läpi
HALLITSEVA	- tehtaalla on valtaa paikkakunnalla - alueen elinehto - "isähahmo"
HUOLEHTII OMISTAAN	- esimerkillinen työterveyshuolto - järjestää työntekijöille vapaa-ajan toimintaa - varma työnantaja (koska on valtionenemmistöinen)
KILPAILUKYKYINEN	- laadukkaat tuotteet - tuotantoprosessit ovat nykyaikaisia - terästä tarvitaan aina

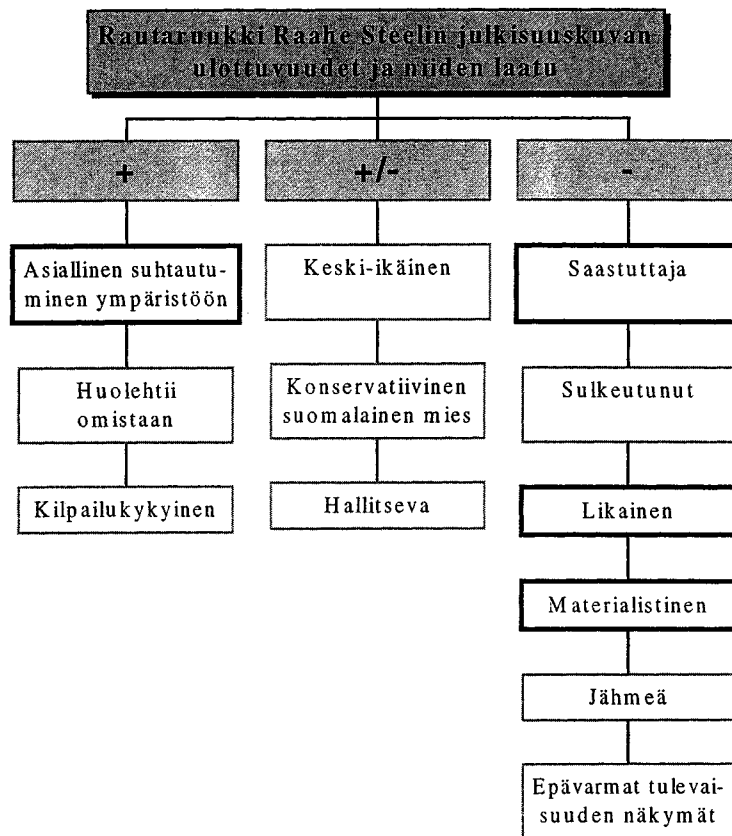
EPÄVARMAT - omistus pohja voi muuttua
 TULEVAISUUDEN- - teräksestä on ylituotantoa
 NÄKYMÄT - raaka-aineen saatavuus voi heikentyä

JÄHMEÄ - muuttaa suuntaansa hitaasti
 - tehtaat isoja ja rumia
 - byrokraattinen

LIKAINEN - tehdasalueella paljon pölyä ja melua
 - "päällepäin hyvät vaatteet, alla likaisemmat kampeet"
 - ei houkuttele työympäristönä

Vaikka ulottuvuuksia ei tässä työssä asetetakaan tärkeysjärjestykseen, niiden laadun ymmärtäminen helpottaa muun muassa yrityksen markkinointistrategian suunnittelua. Seuraassa kuviossa (n:o 18) edellä luetellut kategoriat on jaoteltu niiden laadun mukaan siten, että "+"-merkki tarkoittaa ulottuvuuden positiivista laatua, "-"-merkki puolestaan negatiivista laatua ja "+/-"-merkki sitä, että ulottuvuuteen liittyy sekä positiivisia että negatiivisia mielikuvia. Tummennetut laatikot ilmaisevat tehtaan ympäristöasioihin miellettyjä mielikuvia. Negatiivisten ulottuvuuksien suurempi määrä kuviossa ei välttämättä kuvasta sitä, että julkisuuskuva olisi erityisen negatiivinen vaan yksinkertaisesti sitä, että negatiivisissa mielikuvissa toisistaan poikkeavia kuvauksia yrityksestä oli enemmän kuin positiivisissa kuvauksissa, jolloin yhteistä kategoriaa oli vaikea löytää. Ulottuvuuksien sisältämiin mielikuvuihin vaikuttaminen voi lähteä siitä, että "+/-"-kohtaan kuuluvien mielikuvien positiivisia piirteitä tulisi vahvistaa, jotta koko mielikuva saadaan pikkuhiljaa positiiviseksi. Valmiiksi positiivisten mielikuvien ja asenteiden vahvistaminen on helpompaa, koska ihmisillä on tutkimusten mukaan taipumus huomata parhaiten entisten asenteidensa mukaisia viestejä (ks. Erholm 1986, 147). Negatiivisten mielikuvien muuttaminen positiivisiksi on puolestaan vaikeinta ja vaatii pitkäjänteistä työtä. Ensin on hyvä määritellä ne ulottuvuudet, jotka ovat yrityksen kannalta merkittävimmät ja myös sidosryhmät, joiden mielikuvat yrityksestä ovat negatiiviset ja jotka ovat yritykselle erityisen merkittäviä, jotta mielikuvien muuttamistyö, toisin sanoen sidosryhmien "suostuttelemisen" muuttamaan käsityksiään, voidaan aloittaa

heistä. Erholmin (1986, 147) mukaan aktiivinen osallistuminen tiedon välittämiseen lisää alttiutta suostutteluun eli suullinen ja henkilökohtainen suostuttelu on yleensä tehokkaampaa kuin viestinten kautta tapahtuva. Tällöin kohderyhmät eivät tietenkään voi olla kovin suuret, mikä lisää negatiivisten mielikuvien ja ne omaavien ryhmien analysoimisen merkittävyyttä.



Kuvio 18. Rautaruukki Raahen Steeliin liittyvien mielikuvien laatu.

5 KESKUSTELU

Tavoitteeksi asetettavan yrityskuvan laadullisia ominaisuuksia eli dimensioita määritettäessä olisi tiedettävä, mitkä laadulliset yritystä koskevat ominaisuudet synnyttävät myönteisyyttä ja yhteistyöhalukkuutta tietyissä sidosryhmissä. Luovatko sitä esimerkiksi mielikuvat yrityksen suuruudesta, kehittyvyydestä, kotimaisuudesta tai asiakassuuntaisuudesta vai ovatko tässä suhteessa merkityksellisempiä valoisuuden, lämpimyyden tai inhimillisyyden mielikuvat (Särkisilta 1976)? Tämän tutkielman tuloksissa vastattiin tutkielman tavoitteissa esitettyihin kysymyksiin Raahe Steeliin liitettävistä mielikuvista niin yleisellä tasolla kuin ympäristöasioihinkin liittyen sekä selvitettiin mielikuvia muodostaneita ulottuvuuksia. Ulottuvuudet jaoteltiin lisäksi positiivisiin, negatiivisiin ja neutraaleihin ryhmiin. Tärkeysjärjestykseen mielikuvia tai niitä muodostavia ulottuvuuksia ei asetettu, sillä samankin ihmisen käsitykset ja mielle yhtymät tehtaasta saattavat sisältää kaikki tai osan laatutekijöistä. Yrityksen strategisen johdon tehtäväksi jää määrittää, mitä yrityksen julkisuuskuvaan vaikuttavia tekijöitä se pitää itselleen tärkeimpinä ja mihin on mahdollista esimerkiksi teknologian puitteissa vaikuttaa.

Larsonin (1992, 225) mukaan henkilöt ovat joskus menestyviä heidän niin kutsutun imagonsa tai karismansa takia. Uskomme heitä, koska heidän esiintymisensä on hyvin vakuuttavaa ja dynaamista tai koska heillä on rehellisen ja tietävän ihmisen maine. Uskottavuuden ulottuvuuksiksi tutkijat ovat löytäneet *varmuuden* ('safety'), *pätevyyden* ('qualification') ja *dynaamisuu*den. (Larson 1992, 225). Larsonin määritelmät sopivat mainiosti kuvaamaan myös yrityksen imagoa. Tämän tutkielman tulosten perusteella Rautaruukki Raahe Steelin julkisuuskuvan vahvin ulottuvuus näyttäisi olevan pätevyys ja osin myös varmuus, kun taas heikot kohdat löytyvät dynaamisuu

den puolelta. Pätevyys tarkoittaa Larsonin (1992, 225) mukaan samaa kuin asiantuntevuus, varmuus yhdistetään luotettavuuteen ja rehellisyyteen kun taas dynaamisuus on se yleisön ihailun ja

samaistuksen aste, minkä se yhdistää puhujan viehätysvoimaan, määrätietoisuuteen ja energiaan. Dynaamisuutta on mitattu muun muassa seuraavien vastakohtaparien avulla: aggressiivinen vastakohtana nöyrälle, ehdoton epävarman vastakohtana, rehellinen ja aito vastakohtina pidättyvyydelle ja etäiselle, uskalias vastakohtana passiivisuudelle, energinen väsyneen vastakohtana ja nopea hitaan vastakohtana. (Larson 1992, 225). Tehtaan ympäristöviestintää kuvattiin usein passiiviseksi ja tehdasta luonnehdittiin etäiseksi kun taas tehtaan tuotannolliseen toimintaan liitettiin varmuutta ja asiantuntevuutta ilmaisevia mielikuvia. Tehtaan ympäristöviestinnän omia tavoitteita ovat *rehellisyys*, *avoimuus* ja *aktiivisuus*. Haastateltavat kokivatkin Raahe Steelin ympäristöviestinnän rehelliseksi ja jokseenkin avoimeksi, mutta riittävän aktiivisena sitä ei pidetty, mikä vastasi myös tehtaan henkilöstön parissa tehtyjen mielipidekartoitusten tuloksia.

Yllättävää tässä työssä oli, kuinka vähän ympäristöasiat tulivat tuloksissa esiin, vaikka haastattelukysymyksissä niitä painotettiin. Mielikuvat tehtaan ympäristöasioista eivät siis ole kovin vahvoja vaan tehtaaseen liitetään pikemminkin sen tuotannolliseen toimintaan liittyviä mielikuvia. Aiempien tutkimusten tavoin (ks. Suhonen 1994, Lappalainen 1991) tämänkin tutkielman tulosten perusteella ympäristönsuojelua pidetään kuitenkin yleisesti tärkeänä ja yritysten vastuuta ympäristökysymyksissä yhä laajempänä. Tämän tutkielman tulosten perusteella voidaan yleistää käsitykset suomalaisten tehtaiden korkeasta teknologiatasosta ja tuotteiden laadukkuudesta, jotka yhdistettiin myös Raahen tehtaaseen. Aiemmin yrityskuvan kehittäminen on pohjautunut muun muassa yrityksen suuruuteen, kehittyvyyteen ja kotimaisuuteen liittyviin piirteisiin. Raahen terästehtaan julkisuuskuva onkin tuotannollisen toiminnan osalta varsin hyvä. Se ei kuitenkaan välttämättä riitä ympäristöstään tietoisemmille, kestävästä kehitystä arvostaville ihmisille enää lähitulevaisuudessa - nyt olisikin aika keskittyä inhimillisempiin piirteisiin, jotta ihmiset tuntisivat yrityksen enemmän "omakseen" ja olisivat halukkaita antamaan yritykselle täyden tukensa myös vaikeina aikoina.

Suurimpana ongelmana tehtaan ympäristönhoitoon ja ympäristövaikutuksiin liittyvän yrityskuvan heikohkossa laadussa näkisin ihmisten puutteelliset tiedot; esimerkiksi ulkopaikkakuntalaiset eivät useinkaan olleet edes kuulleet koko tehtaasta ja jos olivat kuulleet, niin ainoastaan uutisia tehtaalla olleista laikoista ja tehdyistä kaupoista, jotka eivät ainakaan parantaneet ympäristökuvaa. Paikallisillakin asukkailla oli vaikeuksia hahmottaa tehtaan tuote. Tiedettiin, että teräksestä tehdään esimerkiksi laivoja, mutta monikaan ei osannut kuvailla Raahen tehtaan tuotetta muuksi kuin teräkseksi. Moni ei myöskään käsittänyt, miten tehtaan toiminta reuna-alueilla on mahdollista vaikka teräksestä on ylituotantoa. Lisäksi asukkailla oli monia pelkoja ja epäilyjä tehtaan päästöjen vaarallisuudesta ja kriisitilanteisiin varautumisesta, joita oikea tieto asioista voisi poistaa. Riittävän laaja ja objektiivinen tiedotus on oleellisen tärkeää ympäristökuvan kehittämässä. Tiedotuksen kautta voidaan vaikuttaa kaikkiin negatiivisiin käsityksiin tehtaasta sekä vahvistaa positiivisia käsityksiä. Tiedottamisen säännöllisyydellä ja aktiivisella julkisella näkymisellä on suuri merkitys yrityskuvan kehittämässä. Tiedon tarjontaa on parempi olla kysyntää enemmän kuin päinvastoin. Vaitiolo voi kostautua erityisesti yrityksen kriisihetkinä vahvistaen negatiivisia mielikuvia tai asenteita, jolloin niitä on myöhemmin vaikea muuttaa (ks. esim. Ekholm 1995).

Toimintaehdotuksia tulosten pohjalta

Raahen Steelin voisi olla hyvä ottaa tavaksi pitää säännöllisiä julkisia tiedotustilaisuuksia tehtaan ympäristöasioista esimerkiksi kuukausittain tiedotusvälineille ja alueen asukkaille. Toisinaan olisi varmasti hyvä houkutella paikalle myös läänin ja valtakunnan tason tiedotusvälineitä tai ainakin välittää niille säännöllisesti tietoa, jota ei selvästikään ollut jaettu riittävästi haastateltavina olleiden toimittajien vastausten mukaan. Tiedon konkretisoiminen on myös hyvin tärkeä ja haastatteluissa toistunut asia. Lappalaisen (1991) mukaan ympäristöasioista tiedottaminen on usein kapulakieltä, mikä pätee tämän tutkielman tulosten mukaan myös Raahen Steelin ympäristötiedottamiseen. Erityisesti toimittajat tärkeimpinä tiedonvälittäjinä (ks. esim. Åberg 1989) tarvitsisivat yksin-

kertaisia tosiasioita, jotka myös suuri yleisö ilman taustatietoja pystyisi ymmärtämään. Ympäristöviestinnän pitäisi tavoittaa kaikki ihmisryhmät, joiden kanssa yritys on tekemisissä. (Lappalainen 1991). Tilastojen numeroarvoja ja erilaisia matemaattisia käyriä olisi siten hyvä suhteuttaa kertomalla esimerkkejä niiden vaikutuksesta lähiympäristöön lyhyellä ja myöskin pitkällä tähtäimellä. Pitäisi kertoa, kuinka hyvät mahdollisuudet luonnolla on esimerkiksi selviytyä kuormitusten kasaantumisesta ympäristöön, eikä esittä ainoastaan kuvioita tai taulukoita yrityksen toiminnasta johtuvien ympäristökuormitusten lisääntymisestä tai vähenemisestä.

Kansalaisten tiedonjanoa voisi tyydyttää ja vaikutusmahdollisuuksia lisätä helposti esimerkiksi nimeämällä tehtaalta joku ympäristöasioista vastaava henkilö, jonka nimi ja puhelinnumero mainittaisiin aina esimerkiksi lehtiartikkelien yhteydessä. Häneltä voisi kysellä ympäristöasioista ja esittää ehdotuksia ympäristöongelmien korjaamiseen. On tärkeää, että kansalaisia kuunnellaan eikä mahdollisia ehdotuksia heti tyrmätä. Myös negatiiviset asiat ja tehtaan mahdolliset uhkakuvat pitäisi uskaltaa todeta ja hyväksyä julkisesti - ihmiset antavat yritykselle kyllä tukensa, jos kokevat sen olevan avoin ja rehellinen.

Vaikka haastateltavat pitivät Raahe Steelin kulkusuuntaa ympäristönsuojelun parantamisessa oikeana, vauhti oli heidän mielestään kuitenkin vielä liian hidasta. Ympäristönsuojelussa ollaan vielä puhumisen asteella. Sekin on saavutus, mutta konkreettista toimintaa ympäristönormeihin ja -politiikkaan sitoutumisen sijaan kaivattaisiin. Tehtaan tavoitteeksi voisi ottaa tietyn suuruisen prosentin määrääminen ympäristöinvestointeihin liikevaihdosta tai esimerkiksi tuotettuja terästonneja kohti vuodessa. Tehtaalle töihin tuleville voisi myös suunnitella tehtaasta helppotajuisen ja konkreettinen ympäristöoppaan, jossa kerrottaisiin, miten voi henkilökohtaisesti vaikuttaa ympäristönsuojeluun. Tehdyjen toimenpiteiden jälkeen julkisuuskuvan laadun muuttumisesta voidaan tehdä seurantatutkimuksia käyttäen tämän tutkielman teemahaastatteluiden tuloksia esimerkiksi kyselylomakkeen suunnittelussa suurempaa otosta varten.

KIRJALLISUUS

- Alasuutari, P. 1993. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.
- Arponen, M. 1996. Some examples of Life cycle thinking of a steel product. 25/4 Rautaruukki Raahe Steel. Tutkimuskeskus.
- Banks, S., P. 1995. Multicultural public relations. A social-interpretive approach. Communicating effectively in multicultural contexts -sarjan 4. osa. Kalifornia: Sage Publications.
- Baron, A. & Greenberg, J. 1990. Behavior in organizations. Understanding and managing the human side of work. Kolmas painos. United States of America, Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Baskin, O. & Aronoff, C. 1992. Public relations. The profession and the practice. 3. painos. United States of America: Wm. C. Brown Publishers.
- Beam, H. 1994. Managing organization quality. Academy of management review. Sheridan press 8 (4), 94-95.
- Bernstein, D. 1985. Company image and reality. Great Britain: Butler & Tanner.
- Bradburn, N., M., Sundman, S. & Associates. 1979. Improving interview method and questionnaire design. Response effects to threatening questions in survey research. The NORC series in Social Research National Opinion Research Center. California: Jossey-Bass.
- Brannen, J. 1992. Mixing methods: qualitative and quantitative research. Great Britain: Cedric chivers.
- Bromley, D., B. 1993. Reputation, image and impression management. England: John Wiley & Sons Ltd.
- Bryman, A. 1988. (Reprinted 1992). Quantity and quality in social research. Contemporary social series: 18. (Series editor: Bulmer, M.). London: Routledge.
- Campbell, D., T. 1979. "Degrees of freedom" and the case study. (49-67). Teoksesä qualitative and quantitative methods in evaluation research. Sage re-

- search progress series in evaluation. Volume 1. Toim. Cook, T. D. & Reichardt, C. S. USA: Sage Publications.
- Carroll, A., B. 1993. Business and society: ethics and stakeholder management. 2. painos. Cincinnati (Ohio): South-Western.
- Creswell, J., W. 1994. Research design. Qualitative & quantitative approaches. U.S.A.: Sage Publications.
- Downs, C., W. 1988. Communication audits. United States of America: Scott, Foresman and Company.
- Dozier, D., M., Grunig, L., A., & Grunig, J., E. 1995. Manager's guide to excellence in public relations and communication management. USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ekholm, R. 1995. Kuka kertoisi saksalaisille totuuden metsistä? Tekniikka & talous 20, 20-21.
- Erat, B. 1994. Ekologia, ihminen, ympäristö. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.
- Erholm, E. 1986. Johdatus viestintään. Oppimateriaaleja 3. Helsingin yliopisto. Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. Helsinki: Yliopistopaino.
- Grunig, J., E. (toim.) 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillsdale (NJ): Erlbaum.
- Grönfors, M. 1982. Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät. Juva: WSOY.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 1982. Teemahaastattelu. 2. korj. painos. Helsinki: Gaudeamus.
- Holopainen, T. 1994. Mielipidekysely, suoritettu ympäristökoulutuksen vaikuttavuuden ja ympäristöasioiden seuraamisen edistämiseksi. Rautaruukki Oy Raahe.
- Ianni, F., A., J. & Orr, M., T. 1979. Toward a rapprochement of quantitative and qualitative methodologies. (87-98). Teoksessa qualitative and quantitative methods in evaluation research. Sage research progress series in evaluation. Volume 1. Toim. Cook, T. D. & Reichardt, C. S. USA: Sage Publications.
- IISI policy statement. Life cycle assessment. General remarks. International Iron and Steel Institute.

- Ikävalko, E. Organisaatiot julkisuuden pelikentillä. 1996 (s. 167-306). Teoksessa Uimonen, R. & Ikävalko, E. Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Helsinki: Inforviestintä Oy.
- ISO 14001 - ympäristöjärjestelmä. 1997. Jatkuvaan parantamiseen velvoittava, kansainvälisesti tunnetuin ympäristöasioiden hallintajärjestelmästandardi. SFS-INFO 03/97.
- Karjalahti, K. 1992. Teräksen elinkaari. MA 226-230. 22.8.1994.
- Karjalahti, K. 1996. Teräksen elinkaari. Uhka vai kilpailuvaltti? Uutisputki. 2/96. Rautaruukki Metform.
- Keinänen, J. 1995. Ilman epäpuhtauksien mittauksia Raahen alueella 1994. Raahen seudun ktt:n ky. Ympäristöterveydenhuolto.
- Kettunen, P. 1987. Yritys ja yhteiskunta. Jyväskylä: Gummerus.
- Kirk, J. & Miller, M., L. 1986. Reliability and validity in qualitative research. The United States of America: Sage Publications.
- Kotler, P. 1975. Marketing for nonprofit organizations. Englewood cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P. 1997. Marketing management. Analysis, planning, implementation and control. 9. painos. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kreps, G., L. 1990. Organizational communication. Theory and practice. Toinen painos. New York: Longman.
- Lannon, J. & Thompson, J. 1986. New techniques for understanding consumer reactions to advertising. Journal of advertising research. 26 (4).
- Lappalainen, I. (toim.) 1991. Toimittajan toinen luonto - näkökulmia ympäristöjournalismiin. Forssa: Gaudeamus.
- Larson, C., U. 1992. Persuasion. Reception and responsibility. Sixth edition. California: Wadsworth.
- Lehtonen, J. 1989. Imago on tärkeä myös kunnalle. Yrittäjäpolitiikka (4) 24-26.
- Lehtonen, J. & Kortetjärvi-Nurmi, S. 1993. Neuvotellen tulokseen. Ryhmätyö-, neuvottelu- ja kokoustaito. Porvoo: Weilin+Göös.
- Lenel, U., R. & Smith, D. 1990. Selecting materials with the environment in mind. Materials & the environment. Metals and Materials -lehdessä. 9/1990. Vol: 6.

- Lenel, U., R. 1992. Life cycle analysis explained. *Materials & the Environment - lehdessä*. 11/92.
- Lewis-Beck, M., S. (toim.) 1994. Research practice. *International handbooks of quantitative applications in the social sciences*. Volume 6. Singapore: Sage Publications.
- Life cycle assessment: what it is and how to do it? 1996. United Nations Environment Programme Industry and Environment. Pariisi: United Nations Publication.
- Linnanen, L., Boström, T. & Miettinen, P. 1994. *Ympäristömarkkinointi*. Juva: WSOY.
- Lotti, L. 1994. *Markkinointitutkimuksen käsikirja*. Porvoo: Weilin + Göös.
- Lähteenmäki, U. 1995. *Ympäristöasioiden hallinta on osa yrityksen laadunhallintaa*. *Mittatekniikan keskuksen tiedotuslehti* 1/95. Helsinki.
- Mannermaa, K. 1993. *Moniulotteinen markkinointi*. Espoo: Weilin + Göös.
- McCracken, G. 1988. *The long interview*. *Qualitative research methods series*. Volume 13. USA: Sage publications.
- Mitroff, I., I, Mason, R., O. & Pearson, C., M. 1994. *Radical surgery: what will tomorrow's organizations look like?* *Academy of management review*. Sheridan press 8 (2), 11-20.
- Morgan, G. 1986. *Images of organization*. London: Sage Publications.
- Morse, J., M. 1994. *Qualitative research: fact or fantasy? (1-9)*. *Teoksessa critical issues in qualitative research methods*. Toim. Morse, J., M. California: Sage Publications.
- Mäkelä, K. 1990. *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus.
- Newsom, D., Scott, A. & VanSlyke Turk, J. 1993. *This is PR: the realities of public relations*. 5. painos. Belmont: Wadsworth.
- Nykysuomen sivistyssanakirja*. 1992. *Vierasperäiset sanat*. Toim. Nykysuomen laitos. Suomalaisen kirjallisuuden seura. 15. painos. Juva: WSOY.
- Näsi, J. (toim.) 1995. *Understanding stakeholder thinking*. Jyväskylä: Gummerus.

- Paasikivi, R. et al. 1994. Ympäristöjohtaminen ja auditointi Euroopan Unionissa. Teollisuussihteeriraportti. 2/94. Teknologian kehittämiskeskus. Helsinki: Paino-Center Oy.
- Patton, M.,Q. (toim.) 1990. Qualitative evaluation and research methods. Second edition. USA: Sage Publications.
- Pikkarainen, J. 1995. Rautaruukin Raahan terästehtaan ympäristötoiminnasta ja -asenteesta. Ympäristönsuojelun perusopinnot. Kouvolan kansalaisopisto. Turun yliopiston Täydennyskoulutuskeskuksen monimuoto-opetus.
- Ranta, T. & Törnroos, J., Å. 1993. Foundations of image research. Helsingin kauppakorkeakoulu. Helsinki: Working papers W-42.
- Rautaruukki 1996. Vuosikertomus.
- Reichardt, C., S. & Cook, T., D. 1979. Beyond qualitative versus quantitative methods. (7-32). Teoksessa qualitative and quantitative methods in evaluation research. Sage research progress series in evaluation. Volume 1. Toim. Cook, T. D. & Reichardt, C. S. USA: Sage Publications.
- Riukulehto, T. & Huhtala, K. 1992. Tilastomenetelmien peruskurssi. Jyväskylän yliopiston tilastotieteen laitoksen julkaisuja. 17/92.
- Rope, T. & Mether, J. 1987. Mielikuvamarkkinointi. Helsinki: Weilin + Göös.
- Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1992. Nykyaikainen markkinointi. Jyväskylä: Weilin + Göös.
- Ruotsala, A. & Saarinen, H. 1985. Rautaruukki Oy:n työilmapiirikartoitus. Oulun yliopisto. Taloustieteen laitos.
- Shrivastava, P. 1995. Ecocentric management for a risk society. Academy of management review. Pace university 20 (1), 118-137.
- Siukosaari, A. 1997. Markkinointiviestinnän johtaminen. Markkinointi-instituutin kirjasarja n:o 47. Porvoo: WSOY.
- Siukosaari, A. 1988. Yritysviestinnän opas. Yrityksen tiedotustoiminta ja yhteydenpito. Tietosanoma Oy. Business Books. Helsinki: Mäntän kirjapaino Oy.
- Sivonen, K. 1995. Yrityksen ympäristöjohtaminen. Case: Rautaruukki Raahen Steel Oy. TH-MA2 -raportti. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Liiketalouden instituutti. Talouden ja hallinnon koulutusohjelma.

- Soininen, T. 1987. Kvalitatiivisista markkinointitutkimusmenetelmistä. Pro gradu - tutkielma. Jyväskylän yliopisto.
- Suhonen, P. 1994. Mediat, me ja ympäristö. Tampere: Tammer-Paino.
- Swanson, J., M. & Chapman, L. 1994. Inside the black box: theoretical and methodological issues in conducting evaluation research using a qualitative approach. (66-94). Teoksessa critical issues in qualitative research methods. Toim. Morse, J., M. Kalifornia: Sage Publications.
- Szekely, J. 1996. Steelmaking and industrial ecology - is steel a green material? ISIJ International. Vol. 36. N:o 1, s. 121-131.
- Särkisilta, M. 1976. Yrityskuvapohjainen markkinointi - sisältö ja hyväksikäyttömahdollisuudet. Markkinoinnin ja markkinointiviestinnän julkaisusarja.
- Mannermaa, K. 1993. Moniulotteinen markkinointi. Weilin + Göös. Nide 1. Helsinki: Harkonmäki ja Nissinen.
- Tapio, T-J. 1997. "Raahan teräsajtti kohentaa nyt ekoilmettään". Sanomalehti Kaleva, 8.12.97.
- Tervonen, P. 1996. Sustainable production and consumption. Life cycle analysis and its use in industry: the case of the Rautaruukki Raahe Steel Works. For the United Nations Environment Programme Regional Office for Europe (UNEP ROE) and Rautaruukki Raahe Steel. Geneve. Julkaisematon raportti.
- Teräs kestää tulevaisuuden. 1996. Raahan terästehtaan ympäristöselonteko. Rautaruukki Raahe Steel.
- Timm, P., R. 1986. Managerial communication. A finger on the pulse. Second edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Tulevaisuus on terästä. 1997. Rautaruukki Oy.
- Tulokas, R. 1990. Suomalaiset ja ympäristö. Helsinki.
- Vuokko, P. 1993. Markkinointiviestintä. Helsinki: WSOY.
- Vuorisalo, T. 1993. Ympäristöekologia. Ympäristönsuojelun ekologiset perusteet ja alkuperäisen luonnon suojele. Toinen, uudistettu painos. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisu A:5. Turku: Painosalama.
- Välilikylä, T. 1996. Ympäristöasioiden hallintajärjestelmät. Ympäristö ja terveys -lehti. 9- 10/96. 27. vuosikerta (s. 3).

- Westermarck, H. 1991. Markkinointiviestintä. Helsingin yliopiston neuvontapainon laitos.
- Monistesarja (2). Helsingin yliopisto: Yliopistopaino.
- Wiio, O., A. 1994. Johdatus viestintään. Kuudes, uudistettu painos. Porvoo: Weilin + Göös.
- Windahl, S., Signitzer, B. & Olson, J., T. 1992. Using communication theory. An introduction to planned communication. London: Sage Publications.
- Ympäristökatsaus. 15.9.1995. Rautaruukki Raahe Steel.
- Ympäristöviestintä - miksi niin vaikeaa? Kemira Oy:n kalvosarja.
- Yritys ja ympäristöosaaminen. 1996. Työkirja. Kera Oy: Kuopio.
- Åberg, L. 1989. Viestintä - tuloksen tekijä. Mänttä: Mäntän kirjapaino.

1. Minkä tyyppisiä ympäristöasioita uskot teollisuuslaitosten joutuvan pohtimaan?
2. Oletko lukenut tai kuullut Raahen terästehtaan ympäristönsuojeluasioista? Minkälaisista? Mitä kautta?
3. Onko Raahen terästehtaan ympäristönsuojelu mielestäsi suunnitelmallista?
4. Saatko riittävästi tietoa Raahen terästehtaan ympäristönhoidosta? Mistä? Mistä pitäisi saada?
5. Mihin ympäristöongelma-alueisiin Raahen terästehdas ei ole mielestäsi panostanut riittävästi? Esim. (vaihtoehdot näytetään pahvilapulta!) vesistöjen likaantuminen, ilman epäpuhtaudet, maaperän kuormitukset, jätteet, pölylaskeumat, meluhaitat, joku muu, mikä?
6. Onko tehtaan ympäristöasioiden hoito parantunut tai huonontunut mielestäsi viime vuosina? Miltä osin?
7. Mitkä ovat mielestäsi Raahen terästehtaan vastuulla olevia ympäristöongelmia?
8. Onko Raahen terästehtaalla mielestäsi velvoitteita laajempaan ympäristönsuojelutyöhön? Mihin?
9. Tulisiko tehtaan mielestäsi pyrkiä aktiivisesti viemään ympäristöteknologiaansa ja tietotaitoansa muihin terästehtaisiin (esim. Venäjälle)?
10. Ovatko tehtaan ympäristön kuormitusten mittaukset ja valvonta mielestäsi riittäviä ja tiedotetaanko niistä riittävästi?
11. Jos olisit tehtaan johtaja, mitä pitäisit Raahen terästehtaan vakavimpana ympäristöongelmana tällä hetkellä? Entä tulevaisuudessa?
12. Mihin ympäristöongelmiin uskot Raahen terästehtaan parhaiten puuttuneen? Entä mihin toivoisit tehtaan tulevaisuudessa puuttuvan?
13. Onko Raahen terästehtaan olemassaololla mielestäsi uhkatekijöitä, kuten Keski-Euroopan terästeollisuus, raaka-aineiden saanti, ympäristönormit tms? Mikä on mielestäsi pahin?
14. Mitä tuotteita Raahen terästehdas tietojesi mukaan valmistaa?
15. Ovatko Raahen terästehtaan tuotteet mielestäsi laadukkaampia tai heikompilaatuisia kuin Keski-Euroopan terästuotteet?
16. Uskotko, että teräksen käyttö tulee tulevaisuudessa kasvamaan vai korvaako esimerkiksi puu tai muovi yhä useammin teräksen? Miksi?
17. Jos Raahen terästehdas olisi ihminen, minkälainen ihminen hän olisi?
 - ikä, sukupuoli, kasvojen ilme, arvostukset, pukeutuminen, luonne, käyttäytyminen, mitä tekee tms...
18. Jos Raahen terästehdas olisi eläin, niin mikä eläin se olisi? Miksi?
19. Onko Raahen terästehdas mielestäsi houkutteleva työpaikkana? Minkä takia/miksi ei?
20. Onko Raahen terästehdas vaikuttanut Raahen vapaa-ajanviettomahdollisuuksiin (esim. kalastukseen)? Miten ja mihin? Missä pitäisi vaikuttaa?
21. Missä tehtaan suorat ympäristövaikutukset mielestäsi näkyvät?
22. Onko Raahen tienoon asuinympäristö mielestäsi puhtaampi tai likaisempi kuin ennen ja onko viime vuosina tapahtunut muutosta?
23. Jos olisit tehtaan työntekijä, millä Raahen seudun asuinalueella asuisit mieluiten? Miksi?
24. Millä asuinalueella et haluaisi missään nimessä asua? Miksi?
25. Oletko koskaan harkinnut poismuuttoa Raahesta terästehtaan tai muiden ympäristösyiden takia? Minkä? (muilta kuin raahelaisilta: Jos sinulle tarjottaisiin työpaikka Raahesta, vaikuttaisiko terästehdas tai muut ympäristösyöt muuttoon?)
26. Pitäisikö tehtaalle määrätä mielestäsi rangaistustoimenpiteitä päästöistä? Jos pitäisi, niin mitä?
27. Pitäisikö tehtaan päästöjä vähentää vaikka siitä aiheutuisi tehtaalle taloudellisia ongelmia?
28. Olisitko valmis tiputtamaan palkkaasi ympäristönsuojelun hyväksi?
29. Mitkä ovat mielestäsi vaikeimpia ympäristöongelmia maailmanlaajuisesti?
30. Minkälaisista ympäristöongelmista Suomen tulisi olla ensisijaisesti huolissaan?
31. Arveletko, että Raahen terästehtaan päästöt ovat suurempia tai pienempiä kuin muiden

Euroopan tehtaiden päästöhaitat?

32. Mikä ympäristöön liittyvä asia Raahessa sinua eniten huolestuttaa?

33. Arveletko, että tehtaan tuotantoprosesseissa käytetään sellaisia aineita, jotka olisivat terveydelle vaarallisia karatessaan ympäristöön? Mitä aineita?

34. Pelkäätkö, että Raahen terästehtaalla voi tapahtua vaarallisten aineiden vuotoja?

35. Aiheuttavatko Raahen terästehtaan materiaalikuljetukset mielestäsi kohtuutonta haittaa alueen asukkaille? Mitä?

36. Onko Raahen terästehtaalla mielestäsi riittävästi yhteistyötä alueen asukkaiden, yrittäjien tai kunnallisten päättäjien kanssa? Minkälaista? Minkälaista pitäisi?

37. Kuvittele Raahen terästehdas vuonna 2010. Miltä uskot tehtaan silloin näyttävän ja millä tavalla ja kuinka laajasti se vaikuttaa ympäristöönsä ?

38. Mikä olisi ihanteellinen ratkaisu Raahen terästehtaan ympäristöasiain hoidossa? Kuka asioista tällöin päättäisi ja kenen rahoilla ympäristönsuojelutyötä tehtäisiin?

Vastaavatko seuraavat väitteet mielipidettäsi Rautaruukki Oy Raahen terästehtaasta vai eivät?

	Täysin samaa mieltä		En osaa sanoa		Täysin eri mieltä
1. Raahen terästehdas on avoin ympäristö- asioita koskevassa tiedotuksessaan	5	4	3	2	1
2. Tehtaan ympäristötiedotukset ovat luotettavia	5	4	3	2	1
3. Ympäristöasioista ei kerrota riittävän ymmärrettävästi	5	4	3	2	1
4. Tehtaan tuotantoprosessit ovat nykyaikaisia	5	4	3	2	1
5. Tehtaan tuotantoprosessit ovat ympäristö- ystävällisiä	5	4	3	2	1
6. Tehtaan käyttämät raaka-aineet aiheuttavat ympäristöhaittoja	5	4	3	2	1
7. Tehtaan ympäristön kuormitus on vähentynyt, vaikka tuotanto on kasvanut	5	4	3	2	1
8. Tehdas ei panosta tarpeeksi tuotanto- prosessien kehittämiseen	5	4	3	2	1
9. Tehtaan rahallinen panostus ympäristön- suojeluun on riittävä	5	4	3	2	1
10. Teräs on kestävä rakennusmateriaali	5	4	3	2	1
11. Tehdas haaskaa liikaa energiaa	5	4	3	2	1
12. Tehtaan rikkidioksidipäästöt ovat Suomen suurimpia	5	4	3	2	1
13. Tehtaan jätehuolto on järjestetty vanhan- aikaisesti	5	4	3	2	1
14. Tehdas säästää energiaa	5	4	3	2	1
15. Tehdas kierrättää suurimman osan tuotannossa syntyvistä jätteistä	5	4	3	2	1
16. Tehtaan ongelmajätteet kerätään talteen	5	4	3	2	1
17. Tehtaan ympäristöteknologia on alansa huippua	5	4	3	2	1
18. Raahen terästehtaalla on suljettu jätevesikierto	5	4	3	2	1
19. Raahen terästehdas kunnioittaa ympäristöä	5	4	3	2	1
20. Yrityksen toiminta on tehokasta	5	4	3	2	1
21. Raahen terästehdas on kansain- välisesti menestyvä yritys	5	4	3	2	1
22. Raahen asuin ympäristönä viihtyisä	5	4	3	2	1
23. Rautaruukki on merkittävä osa Raahen	5	4	3	2	1
24. Rautaruukki vaikuttaa myönteisesti raahelaisten elämään	5	4	3	2	1
25. Raahen terästehdas kannustaa yrittäjyyteen	5	4	3	2	1
26. Tehdasta on helppo lähestyä	5	4	3	2	1
27. Raahen terästehtaalta saa edullista kauko- lämpöä	5	4	3	2	1
28. Tehdas rasittaa kohtuuttomasti luontoa	5	4	3	2	1
29. Tehtaan takia alueen kalakanta on huonontunut	5	4	3	2	1
30. Raahen alueen metsät ovat hyvässä kunnossa	5	4	3	2	1
31. Raahen alueen metsämarjoja ei voi syödä	5	4	3	2	1

32. Raahen kadut pölyävät enemmän kuin Oulun kadut	5	4	3	2	1
33. Rautaruukkilaiset synnyttävät aamuisin ärsyttäviä ruuhkia kaduille	5	4	3	2	1
34. Tehdas on vanhanaikainen	5	4	3	2	1
35. Tehtaan asiakkaat ovat menestyviä yrityksiä	5	4	3	2	1
36. Raahen terästehdasta johdetaan byrokraattisesti	5	4	3	2	1
37. Raahen terästehdas etsii parhaat ammattilaiset työntekijöikseen	5	4	3	2	1
38. Raahen terästehtaalle pääsee töihin vain suhteilla	5	4	3	2	1
39. Henkilöstö on nuorekasta	5	4	3	2	1
40. Tehtaan työntekijät ovat huonosti palkattuja	5	4	3	2	1
41. Raahen terästehdas on haasteellinen työpaikka	5	4	3	2	1
42. Raahen terästehdas palkitsee työntekijöidensä luovuutta	5	4	3	2	1
43. Raahen terästehtaalla on pitkät teräksentekoperinteet	5	4	3	2	1
44. Tehdas on kehittynyt ympäristönsuojelussaan	5	4	3	2	1

TAUSTAKYSYMYKSET:

Sukupuolesi: mies _ nainen _

Ikäsi: _____

Ammattisi tai toimi(opiskelu)alasi: _____

Työ(opiskelu)paikkakuntasi: _____

Tämänhetkinen asuinpaikkakuntasi: _____

Jos asut Raahen tienoolla, asuinalueesi tai -kuntasi: _____

Oletko aiemmin asunut Raahessa tai lähikunnissa: alle 1 v _ 1-5v _ yli 5 v _
Missä: _____

Onko joku perheenjäsenistäsi (ollut) rautaruukkilainen: kyllä _ ei _

Oletko käynyt Raahen terästehtaalla: kyllä _ en _

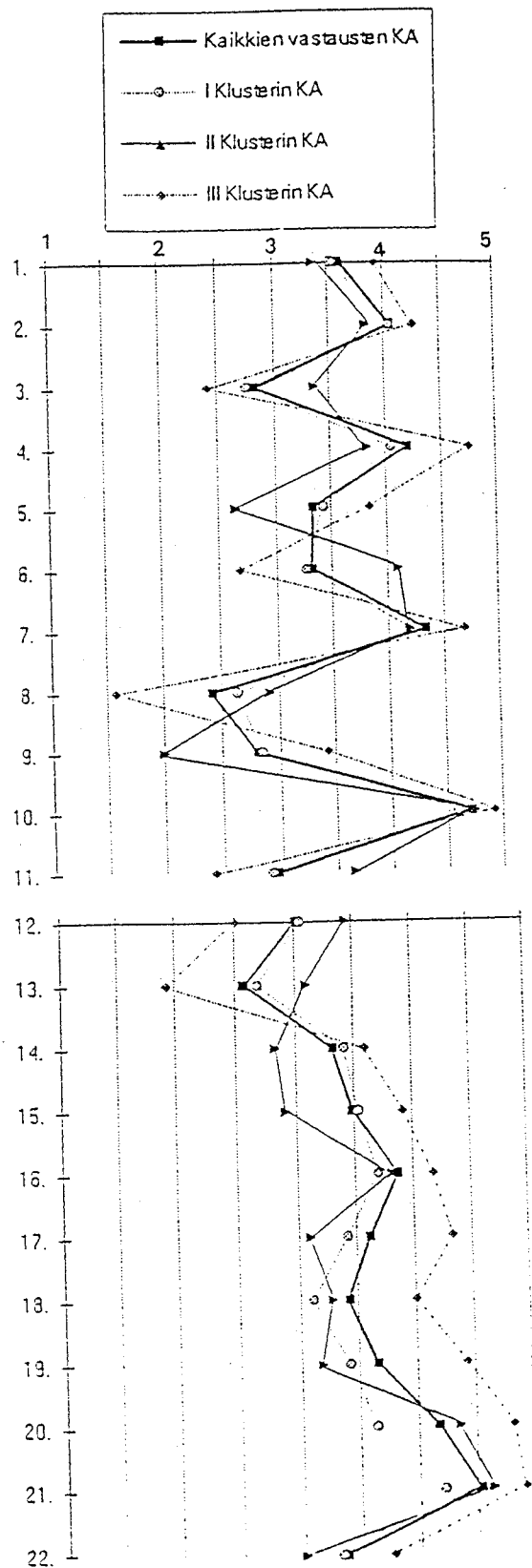
Oletko aiemmin ollut Raahen terästehtaalla työssä: alle 1 v _ 1-5 v _ yli 5 v _

Luetko Raahen terästehtaan tiedotteita (esim. sanomalehtien ympäristöliitteitä tai henkilöstölehteä): usein _ joskus _ en juuri koskaan _

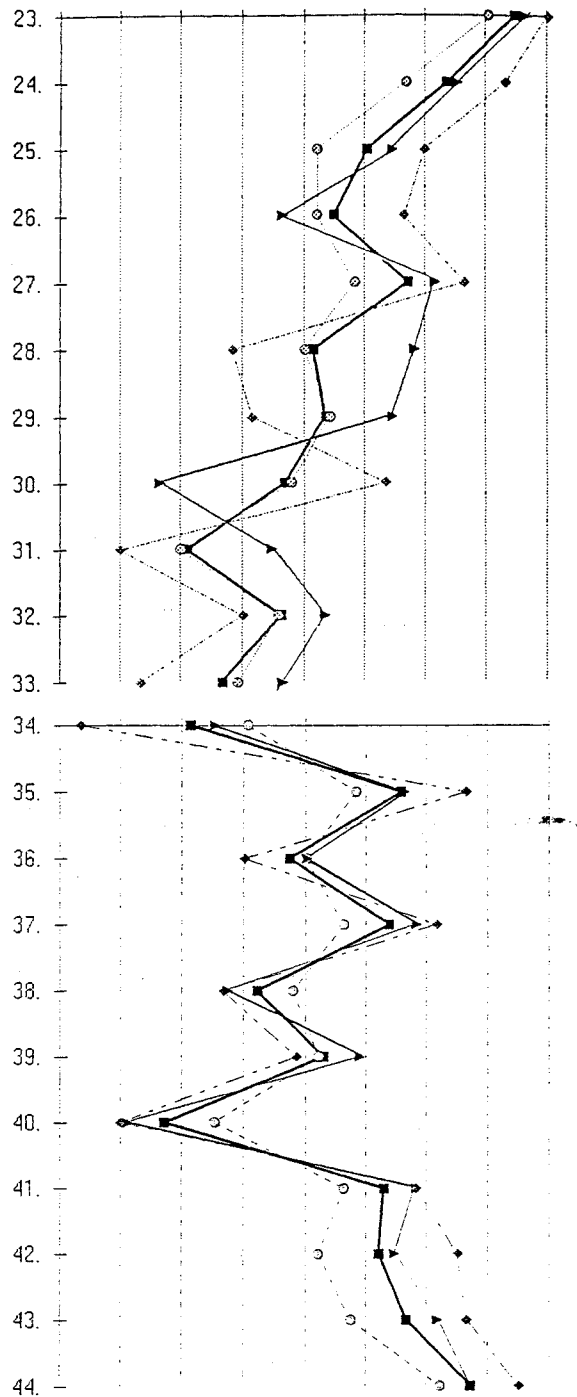
Huomautuksia haastattelusta:

- 1 = täysin eri mieltä
- 3 = en osaa sanoa
- 5 = täysin samaa mieltä

1. Raahan terästehdas on avoin ympäristö-
asioita koskevassa tiedotuksessaan
2. Tehtaan ympäristötiedotukset ovat luotettavia
3. Ympäristöasioista ei kerrota riittävän
ymmärrettävästi
4. Tehtaan tuotantoprosessit ovat nykyaikaisia
5. Tehtaan tuotantoprosessit ovat ympäristö-
ystävällisiä
6. Tehtaan käyttämät raaka-aineet aiheuttavat
ympäristöhaittoja
7. Tehtaan ympäristön kuormitus on vähentynyt,
vaikka tuotanto on kasvanut
8. Tehdas ei panosta tarpeeksi tuotanto-
prosessien kehittämiseen
9. Tehtaan rahallinen panostus ympäristön-
suojeluun on riittävä
10. Teräs on kestävä rakennusmateriaali
11. Tehdas haaskaa liikaa energiaa
12. Tehtaan rikkidioxidipäästöt
ovat Suomen suurimpia
13. Tehtaan jätehuolto on järjestetty vanhan-
aikaisesti
14. Tehdas säästää energiaa
15. Tehdas kierrättää suurimman osan
tuotannossa syntyvistä jätteistä
16. Tehtaan ongelmajätteet kerätään talteen
17. Tehtaan ympäristöteknologia on
alansa huippua
18. Raahan terästehtaalla on suljettu jätevesikierto
19. Raahan terästehdas kunnioittaa ympäristöä
20. Yrityksen toiminta on tehokasta
21. Raahan terästehdas on kansain-
välisesti menestyvä yritys
22. Raaha on asuinympäristönä viihtyisä



23. Rautaruukki on merkittävä osa Raaheta
24. Rautaruukki vaikuttaa myönteisesti raahelaisten elämään
25. Raahan terästehdas kannustaa yrittäjyyteen
26. Tehdasta on helppo lähestyä
27. Raahan terästehtaalta saa edullista kaukolämpöä
28. Tehdas rasittaa kohtuuttomasti luontoa
29. Tehtaan takia alueen kalakanta on huonontunut
30. Raahan alueen metsät ovat hyvässä kunnossa
31. Raahan alueen metsämarjoja ei voi syödä
32. Raahan kadut pölyävät enemmän kuin Oulun kadut
33. Rautaruukkilaiset synnyttävät aamuisin ärsyttäviä ruuhkia kaduille
34. Tehdas on vanhanaikainen
35. Tehtaan asiakkaat ovat menestyviä yrityksiä
36. Raahan terästehdasta johdetaan byrokraattisesti
37. Raahan terästehdas etsii parhaat ammattilaiset työntekijöikseen
38. Raahan terästehtaalle pääsee töihin vain suhteilla
39. Henkilöstö on nuorekasta
40. Tehtaan työntekijät ovat huonosti palkattuja
41. Raahan terästehdas on haasteellinen työpaikka
42. Raahan terästehdas palkitsee työntekijöidensä luovuutta
43. Raahan terästehtaalla on pitkät teräksentekoperinteet
44. Tehdas on kehittynyt ympäristönsuojelussaan



KH	KA	KA1	KA2	TOIMIALA	ASPK	SP	IKÄ	TYÖPK	RAAHE	RR	TIEDOTE	KLUST
35	2.93	2.00	3.62	4	4	2	1	4	2	2	3	2.00
33	2.98	2.63	3.23	1	4	1	2	4	2	2	3	1.00
42	2.98	2.94	3.08	5	4	2	2	4	2	2	3	1.00
11	3.00	2.88	2.54	3	2	1	3	2	2	2	1	1.00
40	3.09	1.94	4.15	2	3	2	2	3	2	2	1	2.00
38	3.14	2.38	4.08	4	2	2	2	1	1	1	1	2.00
26	3.30	3.63	3.23	4	3	1	1	3	1	1	2	1.00
37	3.30	2.88	3.92	5	1	2	2	1	1	1	1	2.00
28	3.32	3.13	3.54	4	3	2	1	3	2	2	3	1.00
34	3.32	3.13	3.69	1	4	1	3	4	2	2	2	1.00
4	3.34	3.56	3.23	5	1	1	2	1	1	2	1	1.00
23	3.34	3.13	3.85	4	1	2	2	1	1	1	1	1.00
2	3.36	2.69	4.23	3	1	2	2	1	1	1	2	2.00
25	3.39	3.06	3.85	4	2	1	3	2	2	2	1	1.00
10	3.43	2.94	4.08	1	1	2	2	1	1	2	1	2.00
16	3.48	3.38	3.62	4	3	1	2	3	2	2	3	1.00
30	3.48	2.75	4.15	1	3	2	2	3	2	2	2	2.00
21	3.52	2.94	4.23	3	1	1	2	1	2	2	1	2.00
31	3.55	3.38	3.85	4	4	2	1	4	2	2	3	1.00
32	3.55	3.38	3.62	4	4	1	1	4	2	2	3	1.00
15	3.57	3.44	3.77	4	1	1	1	1	1	1	1	1.00
29	3.57	2.94	4.15	2	3	1	2	3	2	2	2	2.00
41	3.59	3.56	3.69	1	4	1	2	4	2	2	2	1.00
27	3.61	3.25	3.77	1	3	2	2	3	1	1	2	1.00
12	3.64	3.19	4.46	5	1	1	3	1	1	2	1	2.00
39	3.64	3.19	4.23	4	1	2	2	1	1	2	2	2.00
7	3.66	3.50	3.85	2	1	1	2	1	2	2	1	1.00
14	3.70	3.19	4.00	3	1	2	2	1	1	1	1	1.00
13	3.84	3.75	4.15	3	1	2	3	1	2	2	1	3.00
22	3.84	3.50	4.15	3	1	1	2	1	1	1	1	3.00
24	3.84	3.81	3.69	3	2	2	3	2	2	1	1	1.00
18	3.89	3.44	4.23	3	3	1	2	1	1	2	2	3.00
19	3.89	3.56	4.85	2	2	1	2	1	2	2	2	3.00
1	3.95	3.56	4.15	3	1	1	3	1	1	1	2	3.00
5	3.98	3.88	3.85	3	2	2	2	1	1	2	2	1.00
3	4.00	3.94	4.54	4	1	1	1	3	1	1	2	3.00
36	4.00	3.69	4.23	2	4	2	2	4	2	2	1	3.00
17	4.11	3.69	4.54	4	2	1	2	1	2	2	2	3.00
6	4.25	4.06	4.54	1	1	1	2	1	1	2	1	3.00
8	4.32	4.13	4.85	4	1	1	1	1	1	1	2	3.00
20	4.39	4.25	4.54	3	1	1	3	1	1	2	1	3.00
9	4.64	4.56	4.77	4	1	1	3	1	1	1	1	3.00

Number of cases read: 42 Number of cases listed: 42

KH = koehenkilö

KA = kokonaiskeskiarvo

KA1 = ympäristöasioiden keskiarvo

KA2 = tuotannollisen toiminnan keskiarvo

ASPK = asuinpaikkakunta : 1 = Raahes, 2 = Raahen ympäryskunta, 3 = Oulu, 4 = muu Suomi

SP = sukupuoli: 1 = mies, 2 = nainen

IKÄ: 1 = alle 25 v, 2 = 25 - 50 v, 3 = yli 50 v.

TYÖPK = työpaikkakunta (ks. ASPK)

RAAHE: 1 = on käynyt Raahessa, 2 = ei ole käynyt Raahessa

RR: 1 = on käynyt Raahen terästehtaalla, 2 = ei ole käynyt Raahen terästehtaalla

TIEDOTE: Lukeeko Raahen terästehtaan tiedotteita?

1 = lukee usein, 2 = lukee joskus, 3 = ei lue juuri koskaan

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (F 1)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B28	49.9286	65.3362	.6293	.8278
B13	49.4286	68.4460	.5148	.8349
B3	49.6667	66.5691	.4406	.8401
B6	50.1667	68.0935	.3947	.8424
B30	50.0238	66.5604	.5759	.8312
B9	50.0714	67.7753	.5926	.8313
B14	49.5476	69.3757	.5186	.8353
B5	49.5238	68.9384	.4437	.8385
B11	49.8095	68.4994	.4411	.8388
B31	48.9048	68.9175	.3936	.8417
B2	48.8095	71.6214	.4727	.8387
B19	49.2143	68.6603	.5239	.8346
B1	49.2619	69.1736	.4670	.8373
B15	49.3810	71.0708	.3386	.8437
B17	49.2619	70.1980	.4656	.8378
B12	49.8571	69.5889	.3453	.8447

Reliability Coefficients

N of Cases = 42.0

N of Items = 16

Alpha = .8461

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (F 2)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B20	47.4524	32.9367	.5811	.8015
B23	46.8810	37.0343	.5196	.8136
B42	48.0238	32.4628	.6495	.7959
B21	47.0952	36.2346	.4835	.8121
B40	47.4762	34.7433	.4422	.8129
B43	47.7857	32.8554	.4357	.8170
B24	47.4286	34.9826	.5809	.8052
B41	47.9762	34.9506	.4781	.8104
B35	47.8333	35.8984	.3989	.8159
B25	48.0952	33.2102	.4261	.8172
B27	47.7619	34.8200	.4538	.8120
B34	47.6905	33.6336	.4683	.8114
B37	47.9286	36.3606	.3259	.8208

Reliability Coefficients

N of Cases = 42.0

N of Items = 13

Alpha = .8233

Number of valid observations (listwise) = 42.00

Variable	Mean	Std Dev	Minimum	Maximum	Valid N	Label
KA1	3.30	.55	1.94	4.56	42	
KA2	3.97	.49	2.54	4.85	42	

----- ONEWAY -----

Variable KA
By Variable KLUST

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	2	3.9306	1.9653	29.3616	.0000
Within Groups	39	2.6105	.0669		
Total	41	6.5411			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	Minimum	Maximum	95 Pct Conf Int for
Grp 1	19	3.4462	.2743	.0629	2.9773	3.9773	3.3140 TO 3.5784
Grp 2	11	3.3719	.2345	.0707	2.9318	3.6364	3.2144 TO 3.5294
Grp 3	12	4.0928	.2534	.0731	3.8409	4.6364	3.9318 TO 4.2538
Total	42	3.6115	.3994	.0616	2.9318	4.6364	3.4870 TO 3.7360

Levene Test for Homogeneity of Variances

Statistic	df1	df2	2-tail Sig.
.1281	2	39	.880

----- ONEWAY -----

Variable KA
By Variable KLUST

Multiple Range Tests: Scheffe test with significance level .05

The difference between two means is significant if
 $MEAN(J) - MEAN(I) \geq .1829 * RANGE * \sqrt{1/N(I) + 1/N(J)}$
 with the following value(s) for RANGE: 3.60

(*) Indicates significant differences which are shown in the lower triangle

Mean	KLUST	
3.3719	Grp 2	
3.4462	Grp 1	
4.0928	Grp 3	* *

----- ONEWAY -----

Variable KA
By Variable KLUST

Multiple Range Tests: Scheffe test with significance level .01

The difference between two means is significant if
 $MEAN(J) - MEAN(I) \geq .1829 * RANGE * \sqrt{1/N(I) + 1/N(J)}$
 with the following value(s) for RANGE: 4.56

(*) Indicates significant differences which are shown in the lower triangle

Mean	KLUST	
3.3719	Grp 2	
3.4462	Grp 1	
4.0928	Grp 3	* *

----- ONEWAY -----

Variable KA1
By Variable KLUST

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	2	7.3742	3.6871	28.6848	.0000
Within Groups	39	5.0130	.1285		
Total	41	12.3873			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	Minimum	Maximum	95 Pct Conf Int for
Grp 1	19	3.3059	.3200	.0734	2.6250	3.8750	3.1517 TO 3.
Grp 2	11	2.7102	.4305	.1298	1.9375	3.1875	2.4210 TO 2.
Grp 3	12	3.8438	.3459	.0999	3.4375	4.5625	3.6240 TO 4.
Total	42	3.3036	.5497	.0848	1.9375	4.5625	3.1323 TO 3.

Levene Test for Homogeneity of Variances

Statistic	df1	df2	2-tail Sig.
.5332	2	39	.591

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable KA1
By Variable KLUST

Multiple Range Tests: Scheffe test with significance level .05

The difference between two means is significant if
 $MEAN(J) - MEAN(I) \geq .2535 * RANGE * \sqrt{1/N(I) + 1/N(J)}$
 with the following value(s) for RANGE: 3.60

(*) Indicates significant differences which are shown in the lower triangle

Mean	KLUST	
2.7102	Grp 2	
3.3059	Grp 1	*
3.8438	Grp 3	* *

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable KA1
By Variable KLUST

Multiple Range Tests: Scheffe test with significance level .01

The difference between two means is significant if
 $MEAN(J) - MEAN(I) \geq .2535 * RANGE * \sqrt{1/N(I) + 1/N(J)}$
 with the following value(s) for RANGE: 4.56

(*) Indicates significant differences which are shown in the lower triangle

Mean	KLUST	
2.7102	Grp 2	
3.3059	Grp 1	*
3.8438	Grp 3	* *

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable KA2

By Variable KLUST

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	2	6.1091	3.0546	33.0333	.0000
Within Groups	39	3.6063	.0925		
Total	41	9.7154			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	Minimum	Maximum	95 Pct Conf Int for
Grp 1	19	3.5749	.3611	.0829	2.5385	4.0000	3.4008 TO 3.
Grp 2	11	4.1189	.2131	.0642	3.6154	4.4615	3.9757 TO 4.
Grp 3	12	4.4615	.2705	.0781	4.1538	4.8462	4.2897 TO 4.
Total	42	3.9707	.4868	.0751	2.5385	4.8462	3.8190 TO 4.

Levene Test for Homogeneity of Variances

Statistic	df1	df2	2-tail Sig.
1.7896	2	39	.180

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable KA2
By Variable KLUST

Multiple Range Tests: Scheffe test with significance level .05

The difference between two means is significant if
MEAN(J)-MEAN(I) >= .2150 * RANGE * SQRT(1/N(I) + 1/N(J))
with the following value(s) for RANGE: 3.60

(*) Indicates significant differences which are shown in the lower triangle

Mean	KLUST	1	2	3
3.5749	Grp 1			
4.1189	Grp 2	*		
4.4615	Grp 3	* *		

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable KA2
By Variable KLUST

Multiple Range Tests: Scheffe test with significance level .01

The difference between two means is significant if
MEAN(J)-MEAN(I) >= .2150 * RANGE * SQRT(1/N(I) + 1/N(J))
with the following value(s) for RANGE: 4.56

(*) Indicates significant differences which are shown in the lower triangle

Mean	KLUST	1	2	3
3.5749	Grp 1			
4.1189	Grp 2	*		
4.4615	Grp 3	*		

B1

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	8	19.0	19.0	19.0
	3	6	14.3	14.3	33.3
	4	23	54.8	54.8	88.1
	5	5	11.9	11.9	100.0
	Total	42	100.0	100.0	
Mean	3.595	Median	4.000	Std dev	.939
Valid cases	42	Missing cases	0		

B2

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	1	2.4	2.4	2.4
	3	5	11.9	11.9	14.3
	4	27	64.3	64.3	78.6
	5	9	21.4	21.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	
Mean	4.048	Median	4.000	Std dev	.661
Valid cases	42	Missing cases	0		

B3

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	9	21.4	21.4	21.4
	2	9	21.4	21.4	42.9
	3	7	16.7	16.7	59.5
	4	15	35.7	35.7	95.2
	5	2	4.8	4.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	
Mean	2.810	Median	3.000	Std dev	1.273
Valid cases	42	Missing cases	0		

B4

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	2	4.8	4.8	4.8
	3	3	7.1	7.1	11.9
	4	22	52.4	52.4	64.3
	5	15	35.7	35.7	100.0
	Total	42	100.0	100.0	
Mean	4.190	Median	4.000	Std dev	.773
Valid cases	42	Missing cases	0		

B5

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	2	4.8	4.8	4.8
	2	7	16.7	16.7	21.4
	3	11	26.2	26.2	47.6
	4	19	45.2	45.2	92.9
	5	3	7.1	7.1	100.0
	Total	42	100.0	100.0	
Mean	3.333	Median	4.000	Std dev	1.004
Valid cases	42	Missing cases	0		

B6

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	3	7.1	7.1	7.1
	2	9	21.4	21.4	28.6
	3	9	21.4	21.4	50.0
	4	14	33.3	33.3	83.3
	5	7	16.7	16.7	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.316 Median 3.500 Std dev 1.199

Valid cases 42 Missing cases 0

B7

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	3	4	9.5	9.5	9.5
	4	20	47.6	47.6	57.1
	5	18	42.9	42.9	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 4.333 Median 4.000 Std dev .650

Valid cases 42 Missing cases 0

B8

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	9	21.4	21.4	21.4
	2	13	31.0	31.0	52.4
	3	15	35.7	35.7	88.1
	4	4	9.5	9.5	97.6
	5	1	2.4	2.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 2.405 Median 2.000 Std dev 1.014

Valid cases 42 Missing cases 0

B9

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	3	7.1	7.1	7.1
	2	13	31.0	31.0	38.1
	3	16	38.1	38.1	76.2
	4	10	23.8	23.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 2.786 Median 3.000 Std dev .898

Valid cases 42 Missing cases 0

B10

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	3	1	2.4	2.4	2.4
	4	10	23.8	23.8	26.2
	5	31	73.8	73.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 4.714 Median 5.000 Std dev .502

Valid cases 42 Missing cases 0

B11

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	3	7.1	7.1	7.1
	2	12	28.6	28.6	35.7
	3	14	33.3	33.3	69.0
	4	10	23.8	23.8	92.9
	5	3	7.1	7.1	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 2.952 Median 3.000 Std dev 1.058

Valid cases 42 Missing cases 0

B12

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	5	11.9	11.9	11.9
	2	8	19.0	19.0	31.0
	3	14	33.3	33.3	64.3
	4	12	28.6	28.6	92.9
	5	3	7.1	7.1	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.000 Median 3.000 Std dev 1.126

Valid cases 42 Missing cases 0

B13

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	6	14.3	14.3	14.3
	2	12	28.6	28.6	42.9
	3	19	45.2	45.2	88.1
	4	4	9.5	9.5	97.6
	5	1	2.4	2.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 2.571 Median 3.000 Std dev .941

Valid cases 42 Missing cases 0

B14

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	1	2.4	2.4	2.4
	2	6	14.3	14.3	16.7
	3	15	35.7	35.7	52.4

4	19	45.2	45.2	97.6
5	1	2.4	2.4	100.0
Total		42	100.0	100.0

Mean 3.310 Median 3.000 Std dev .841

Valid cases 42 Missing cases 0

B15

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	2	4.8	4.8	4.8
	2	3	7.1	7.1	11.9
	3	14	33.3	33.3	45.2
	4	19	45.2	45.2	90.5
	5	4	9.5	9.5	100.0
Total		42	100.0	100.0	

Mean 3.476 Median 4.000 Std dev .943

Valid cases 42 Missing cases 0

B16

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	3	7.1	7.1	7.1
	3	9	21.4	21.4	28.6
	4	21	50.0	50.0	78.6
	5	9	21.4	21.4	100.0
Total		42	100.0	100.0	

Mean 3.857 Median 4.000 Std dev .843

Valid cases 42 Missing cases 0

B17

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	4	9.5	9.5	9.5
	3	14	33.3	33.3	42.9
	4	19	45.2	45.2	88.1
	5	5	11.9	11.9	100.0
Total		42	100.0	100.0	

Mean 3.595 Median 4.000 Std dev .828

Valid cases 42 Missing cases 0

B18

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
-------------	-------	-----------	---------	---------------	-------------

1	2	4.3	4.8	4.8
2	7	16.7	16.7	21.4
3	15	35.7	35.7	57.1
4	8	19.0	19.0	76.2
5	10	23.8	23.8	100.0

Total	42	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Mean 3.405 Median 3.000 Std dev 1.170

Valid cases 42 Missing cases 0

B19

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	6	14.3	14.3	14.3
	3	9	21.4	21.4	35.7
	4	21	50.0	50.0	85.7
	5	6	14.3	14.3	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.643 Median 4.000 Std dev .906

Valid cases 42 Missing cases 0

B20

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	1	2.4	2.4	2.4
	2	2	4.8	4.8	7.1
	3	3	7.1	7.1	14.3
	4	19	45.2	45.2	59.5
	5	17	40.5	40.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 4.167 Median 4.000 Std dev .935

Valid cases 42 Missing cases 0

B21

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	3	2	4.8	4.8	4.8
	4	16	38.1	38.1	42.9
	5	24	57.1	57.1	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 4.524 Median 5.000 Std dev .594

Valid cases 42 Missing cases 0

B22

Valid Cum

Value Label	Value	Frequency	Percent	Percent	Percent
	1	2	4.8	4.8	4.8
	2	3	19.0	19.0	23.8
	3	9	21.4	21.4	45.2
	4	19	45.2	45.2	90.5
	5	4	9.5	9.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.357 Median 4.000 Std dev 1.055

Valid cases 42 Missing cases 0

B23

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	4	11	26.2	26.2	26.2
	5	31	73.8	73.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 4.738 Median 5.000 Std dev .445

Valid cases 42 Missing cases 0

B24

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	3	6	14.3	14.3	14.3
	4	22	52.4	52.4	66.7
	5	14	33.3	33.3	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 4.190 Median 4.000 Std dev .671

Valid cases 42 Missing cases 0

B25

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	2	4.8	4.8	4.8
	2	6	14.3	14.3	19.0
	3	11	26.2	26.2	45.2
	4	14	33.3	33.3	78.6
	5	9	21.4	21.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.524 Median 4.000 Std dev 1.131

Valid cases 42 Missing cases 0

B26

Valid Cum

Value Label	Value	Frequency	Percent	Percent	Percent
	1	4	9.5	9.5	9.5
	2	6	14.3	14.3	23.8
	3	14	33.3	33.3	57.1
	4	12	28.6	28.6	85.7
	5	6	14.3	14.3	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.238 Median 3.000 Std dev 1.165

Valid cases 42 Missing cases 0

B27

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	2	4.8	4.8	4.8
	3	12	28.6	28.6	33.3
	4	18	42.9	42.9	76.2
	5	10	23.8	23.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.857 Median 4.000 Std dev .843

Valid cases 42 Missing cases 0

B28

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	3	7.1	7.1	7.1
	2	11	26.2	26.2	33.3
	3	10	23.8	23.8	57.1
	4	16	38.1	38.1	95.2
	5	2	4.8	4.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.071 Median 3.000 Std dev 1.068

Valid cases 42 Missing cases 0

B29

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	1	2.4	2.4	2.4
	2	9	21.4	21.4	23.8
	3	18	42.9	42.9	66.7
	4	10	23.8	23.8	90.5
	5	4	9.5	9.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.167 Median 3.000 Std dev .961

Valid cases 42 Missing cases 0

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	4	9.5	9.5	9.5
	2	13	31.0	31.0	40.5
	3	12	28.6	28.6	69.0
	4	12	28.6	28.6	97.6
	5	1	2.4	2.4	100.0

	Total	42	100.0	100.0	
Mean	2.833	Median	3.000	Std dev	1.034
Valid cases	42	Missing cases	0		

B31

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	17	40.5	40.5	40.5
	2	12	28.6	28.6	69.0
	3	8	19.0	19.0	88.1
	4	4	9.5	9.5	97.6
	5	1	2.4	2.4	100.0

	Total	42	100.0	100.0	
Mean	2.048	Median	2.000	Std dev	1.103
Valid cases	42	Missing cases	0		

B32

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	10	23.8	23.8	23.8
	2	3	7.1	7.1	31.0
	3	19	45.2	45.2	76.2
	4	5	11.9	11.9	88.1
	5	5	11.9	11.9	100.0

	Total	42	100.0	100.0	
Mean	2.810	Median	3.000	Std dev	1.273
Valid cases	42	Missing cases	0		

B33

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	11	26.2	26.2	26.2
	2	13	31.0	31.0	57.1
	3	12	28.6	28.6	85.7
	4	5	11.9	11.9	97.6
	5	1	2.4	2.4	100.0

	Total	42	100.0	100.0	
Mean	2.333	Median	2.000	Std dev	1.074

Valid cases 42 Missing cases 0

B34

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	13	31.0	31.0	31.0
	2	18	42.9	42.9	73.8
	3	7	16.7	16.7	90.5
	4	3	7.1	7.1	97.6
	5	1	2.4	2.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	
Mean	2.071	Median	2.000	Std dev	.997

Valid cases 42 Missing cases 0

B35

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	1	2.4	2.4	2.4
	3	14	33.3	33.3	35.7
	4	20	47.6	47.6	83.3
	5	7	16.7	16.7	100.0
	Total	42	100.0	100.0	
Mean	3.786	Median	4.000	Std dev	.750

Valid cases 42 Missing cases 0

B36

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	2	4.8	4.8	4.8
	2	13	31.0	31.0	35.7
	3	19	45.2	45.2	81.0
	4	5	11.9	11.9	92.9
	5	3	7.1	7.1	100.0
	Total	42	100.0	100.0	
Mean	2.857	Median	3.000	Std dev	.952

Valid cases 42 Missing cases 0

B37

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	3	7.1	7.1	7.1
	3	12	28.6	28.6	35.7
	4	22	52.4	52.4	88.1
	5	5	11.9	11.9	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.630 Median 4.000 Std dev .780

Valid cases 42 Missing cases 0

B38

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	8	19.0	19.0	19.0
	2	13	31.0	31.0	50.0
	3	13	31.0	31.0	81.0
	4	4	9.5	9.5	90.5
	5	4	9.5	9.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 2.595 Median 2.500 Std dev 1.191

Valid cases 42 Missing cases 0

B39

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	7	16.7	16.7	16.7
	3	22	52.4	52.4	69.0
	4	13	31.0	31.0	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.143 Median 3.000 Std dev .683

Valid cases 42 Missing cases 0

B40

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	17	40.5	40.5	40.5
	2	16	38.1	38.1	78.6
	3	7	16.7	16.7	95.2
	4	2	4.8	4.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 1.857 Median 2.000 Std dev .872

Valid cases 42 Missing cases 0

B41

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	4	9.5	9.5	9.5
	3	11	26.2	26.2	35.7
	4	23	54.8	54.8	90.5
	5	4	9.5	9.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.643 Median 4.000 Std dev .791

Valid cases 42 Missing cases 0

B42.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	1	2.4	2.4	2.4
	2	2	4.8	4.8	7.1
	3	17	40.5	40.5	47.6
	4	15	35.7	35.7	83.3
	5	7	16.7	16.7	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.595 Median 4.000 Std dev .912

Valid cases 42 Missing cases 0

B43

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	2	4.8	4.8	4.8
	2	5	11.9	11.9	16.7
	3	5	11.9	11.9	28.6
	4	16	38.1	38.1	66.7
	5	14	33.3	33.3	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 3.833 Median 4.000 Std dev 1.167

Valid cases 42 Missing cases 0

B44

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	3	2	4.8	4.8	4.8
	4	23	54.8	54.8	59.5
	5	17	40.5	40.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Mean 4.357 Median 4.000 Std dev .577

Valid cases 42 Missing cases 0
