

Jyväskylän yliopisto
Viestintätieteiden laitos

SUOMEN METSÄTEOLLISUUS JA YMPÄRISTÖKESKUSTELU

Case Stora Enso Oyj Imatran tehtaat

9

Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma
Heli Rajaniemi
joulukuu 2000
Ohjaaja: professori Jaakko Lehtonen

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Heli Rajaniemi	
Työn nimi Suomen metsäteollisuus ja ympäristökeskustelu, Case Stora Enso Oyj Imatran tehtaat	
Oppiaine yhteisöviestintä	Työn laji pro gradu -työ
Aika joulukuu 2000	Sivumäärä 88 + liitteet (25)
<p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>The aim of this study is to show how changes in people's environmental attitudes and the public discussion on subjects concerning the environment have influenced the operations of Finnish forest industry companies. Forest companies have been criticized for example for soil-exposing cutting and polluting the environment. Companies were not prepared for this kind of negative publicity and did not react quickly enough to the criticism. Gradually a crisis evolved causing loss of respect and trust between the industry and its customers. In this study it is shown that companies could have prevented the crisis by observing prevailing values, attitudes and trends and reacting to those signals.</p> <p>Stora Enso Oyj Imatra Mills is the largest paperboard production plant in Europe, and therefore the case company of this research. Research methods included local media content analysis, stakeholder survey and stakeholder interviews. It was found that most of the local stakeholders found the company reliable, successful and having a good reputation. People also had positive attitudes towards company's environmental communication and environmental operations. On the other hand local people knew of the negative impacts of the company's operations in forests and on the quality of air and water. Other negative aspects often mentioned were company's reticence, rigidity and egoism.</p> <p>Stakeholders emphasized the importance of receiving more targeted information, especially information about the company's future plans. Future topics in public discussion that might have influence on the company, according to the interviewed stakeholders and professionals included: 1) conflict between continuing growth of the company and the well-being of the environment, 2) social responsibility in different countries when operating globally and 3) dialogue with organizations involved in environmental protection.</p>	
<p>Asiasanat</p> <p>ympäristökeskustelu, metsäteollisuus, ympäristöasenteet, julkiset keskustelunaiheet, ympäristöviestintä</p> <p>environmental discussion, forest industry, environmental attitudes, public issues, environmental communication</p>	
Säilytyspaikka	Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto
Muita tietoja	

SISÄLLYS

JOHDANTO	4
1 YMPÄRISTÖASENTEET	6
1.1 Ympäristöasenteet ja kuluttaja	7
1.2 Ympäristötietoinen kuluttaja	12
2 JULKINEN YMPÄRISTÖKESKUSTELU JA METSÄTEOLLISUUS	12
2.1 Julkinen ympäristökeskustelu	13
2.1.1 Ympäristökeskustelun alkuvaiheet	14
2.1.2 Ympäristökeskustelun kasvu ja polarisaatio	16
2.1.3 Ympäristökeskustelun kypsyys ja taantuminen	17
2.2 Median rooli ympäristökeskustelun eri vaiheissa	17
2.3 Metsäteollisuuden vihertyminen	19
2.3.1 Tuotantolähtöisestä asiakaslähtöiseen ajattelumalliin siirtyminen	20
2.3.2 Laatujohtamisen kautta ympäristöjohtamiseen	23
2.3.3 Ympäristöjärjestelmien ja -sertifikaattien kehittyminen	25
3 YMPÄRISTÖVIESTINTÄ JA JULKISEEN KESKUSTELUUN OSALLISTUMINEN	30
3.1 Julkisen keskustelun hallinta - Issues Management	32
3.2 Sidosryhmät tiedon välittäjinä	33
3.3.1 Sidosryhmät ympäristökysymyksissä	35
3.3 Yrityksen ympäristöviestintä	36
3.3.1 Siirtyminen yksisuuntaisesta kaksisuuntaiseen viestintään	37
3.3.2 Vastaanottajat tiedon käsittelijänä	39
4 TUTKIMUSKOHTEENA STORA ENSO OYJ IMATRAN TEHTAAT	41
4.1 Imatran tehtaat ja ympäristö	41
4.2 Tutkimuksen aihe ja tutkimusmenetelmät	42

5	IMATRAN TEHTAAT JA JULKINEN KESKUSTELU	46
5.1	Imatran tehtaot ja paikallinen lehdistö	47
5.1.1	Yhtiötä käsittelevien artikkelien määrä	49
5.1.2	Lehdistön käsittelemät aiheet	49
5.1.3	Yhtiön edustajat julkisuudessa	51
5.2	Imatran tehtaot ja lähialueen vaikuttajat	52
5.2.1	Alueen vaikuttajia kiinnostavat aiheet	55
5.2.2	Vastaajien suosimat viestintäkanavat	57
6	MIELIKUVIA IMATRAN TEHTAISTA JA YMPÄRISTÖSTÄ	62
6.1	Imatran tehtaiden tuotteiden ja ympäristötiedotuksen tunnettuus	62
6.2	Mielikuvia Imatran tehtaista	66
6.3	Mielikuvia tehtaiden ympäristöviestinnästä	69
7	IMATRAN TEHTAIDEN VIHERTYMINEN	73
7.1	Ympäristökeskustelun herääminen ja kehitys	73
7.2	Imatran tehtaiden suhde ympäristöön nykypäivänä	75
7.3	Tulevaisuuden keskustelunaiheita	76
7.3.1	Jatkuva kasvu, ympäristönsuojelu ja yhteiskunnallinen vastuu	76
7.3.2	Fuusioitumisen riskit ja edut	78
7.3.3	Suhtautuminen ympäristönsuojelu- ja peitejärjestöihin	78
	LOPPUYHTEENVETO JA POHDINTAA	81
	LÄHDELUETTELO	85
	LIITTEET	89

JOHDANTO

Jatkuva taloudellinen kasvu on aikaansaanut paitsi hyvinvointia myös ympäristötuhoja joiden vaikutusta elämänlaatumme on ollut vaikea ennustaa. Suomessa useimpien muiden teollistuneiden valtioiden tavoin on pyritty vaikuttamaan yritysten ja yksilöiden toimintaan säätämällä lakeja, jotka pyrkivät rajoittamaan ympäristön vahingoittamista. Toisaalta kahden viimeisen vuosikymmenen aikana on havaittu myös ympäristötietoisuuden herääminen kuluttajissa. Ympäristöystävällisiä tuotteita suosivalla ostokäyttäytymisellä kuluttajien on katsottu voivan vaikuttaa tuotteiden valmistajiin siten, että ne pyrkisivät kehittämään entistä ympäristöystävällisempiä tuotteita.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on pohtia sitä, kuinka ympäristöasenteiden muuttuminen ja julkisen ympäristökeskustelun kehittyminen on vaikuttanut teollisuusyritysten ja erityisesti suomalaisten metsäteollisuusyritysten toimintaan. Julkisen ympäristökeskustelun kiivaimmassa vaiheessahan metsäteollisuutta kritisoitiin voimakkaasti muun muassa avohakkuupolitiikasta, ikimetsien tuhoamisesta ja ympäristöä saastuttavista tuotantomenetelmistä. Metsäteollisuusyritykset eivät olleet valmistautuneet negatiiviseen julkisuuteen, eivätkä reagoineet syytöksiin tarpeeksi nopeasti. Vähitellen tilanne kehittyi kriisiksi jossa metsäteollisuus menetti arvostustaan ja luotettavuuttaan.

Tutkimuksen toisena tavoitteena onkin pohtia, kuinka avulla yritykset olisivat voineet ehkäistä kriisitilanteiden syntymisen. Ympäröivässä yhteisössä vallitsevien arvojen, asenteiden ja trendien tunnistaminen on erittäin tärkeää, jotta yritys voisi varautua tulevaisuudessa mahdollisesti kehittyviin konfliktitilanteisiin. Julkisen keskustelun aktiivinen seuraaminen ja siihen osallistuminen ovat tärkeitä työkaluja kriisien ehkäisyssä. Tutkimuksen empiirisessä osiossa tarkkaillaan

yksittäisen metsäteollisuusyrityksen ympärillä käytävää ympäristökeskustelua teoriaosuudessa annettujen mallien avulla. Median sisältöanalyysin, sidosryhmäkyselyn ja asiantuntijoiden haastattelujen avulla pyritään kuvaamaan ympäristökeskustelun nykyhetken tilannetta ja myös arvioimaan yrityksen mahdollisesti tulevaisuudessa kohtaamia haasteita.

1 YMPÄRISTÖASENTEET

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää organisaation toimintaympäristössä vallitsevien ympäristöasenteiden ja julkisen ympäristökeskustelun vaikutuksia organisaation omiin toimintatapoihin ja ympäristöviestintään. Tässä luvussa määritellään aluksi mitä ympäristöasenteet oikeastaan ovat ja sitten tuoda esiin, millaisia ympäristöasenteita nykypäivän kuluttajilla on.

Eiserin (1993) mukaan asenne on kokemuksen muoto, joka viittaa tiettyyn kohteeseen (esim. tapahtumaan, henkilöön tai aiheeseen) ja arvottaa sen. Ihmiset ilmaisevat asenteitaan kuvailemalla asenteen kohdetta arvottavilla ilmaisuilla. Asenteet koetaan omiksi persoonallisiksi ja yksityisiksi asioiksi jotka ovat päämmissällällä, mutta toisaalta kun viestimme asenteitamme ja vertailemme niitä muiden ihmisten asenteisiin, oletamme muiden ymmärtävän meitä ja jopa olevan asioista samaa mieltä kanssamme. Ihmiset eivät yleensä pidä asenteitaan vain mielipiteenilmaisuuksina, vaan oma asenne koetaan "totuutena". (Eiser 1993, 1, 179.) Asenteet ovat vaikeasti muutettavissa olevia pysyviä tuntemuksia, uskomuksia ja käyttäytymismalleja jotka kohdistetaan asenteiden kohteeseen (Greenberg & Baron 1995, 164-165). Asenteille on siis ominaista suuri pysyvyys ja ne muodostavat eräänlaisen suodattimen, jonka läpi kaikki vastaanotettu tieto seulotaan.

Ympäristöasenteista puhuttaessa tarkoitetaan tässä tutkimuksessa tapaa jolla yksilö suhtautuu ympäristöön - hänen ympäristöä koskevien uskomustensa, tuntemustensa ja käyttäytymismalliensa koonnosta. Yrityksen näkökulmasta yksilöt voidaan nähdä kuluttajina - yrityksen asiakkaina, joiden ympäristöasenteet muiden asenteiden ohella vaikuttavat heidän ostokäyttäytymiseensä. Millaisia sitten ovat kuluttajien ympäristöasenteet tutkimusten mukaan?

1.1 Ympäristöasenteet ja kuluttaja

Elinkeinoelämän valtuuskunnan (EVA:n) vuonna 1998 tekemässä ympäristöasennetutkimuksessa suomalaisilta tiedusteltiin, olivatko viimeisen kymmenen vuoden aikana ympäristössä tapahtuneet muutokset olleet heidän mielestään myönteisiä vai kielteisiä. Vastaajista 31 % oli sitä mieltä että luonnon ja ympäristön tilassa on tapahtunut myönteistä muutosta ja 46 % sitä mieltä, että muutos on ollut kielteistä. (Mielipiteiden sateenkaari 1999, 16.) Vuonna 1992 McCann Ericksonin ja Harris Research Centren tekemän kuluttajien ympäristöasenteita käsittelevän tutkimuksen mukaan monet kuluttajat Saksassa, Suomessa, Ranskassa ja Isossa-Britanniassa olivat huolestuneempia ympäristöstä kuin esimerkiksi taloudellisesta tilanteesta, työpaikoista tai rikollisuudesta. Tämän tutkimuksen mukaan yli puolet kuluttajista oli myös valmiita maksamaan enemmän tuotteesta, joka oli ympäristöystävällinen. (Welford & Gouldson 1993, 149.) Myös myöhemmin tehdyssä kahtatoista EU-maata koskevassa tutkimuksessa 85 % vastaajista ilmoitti taistelun ympäristön saastumista vastaan olevan erittäin välttämätöntä. Kaikissa tutkimukseen osallistuneissa EU-maissa ihmisten huolestuneisuus ympäristön saastuneisuudesta oli kasvanut selvästi vuosien 1986 ja 1996 välisenä aikana. (Eurostat 1996, 175.)

Mielipidemittausten mukaan suomalaiset siis pitävät ympäristöongelmien ratkaisua ja ympäristönsuojelua monin verroin tärkeämpänä kuin taloudellista kasvua ja kulutustason nostamista (Allardt 1991, 13; ks. myös Uusitalo 1991, 33). Uusitalon (1999) tutkimustulosten mukaan: "Suomalaiset arvostavat ympäristön erittäin keskeiseksi osaksi hyvinvointiaan. Huolestuneisuus ympäristöstä on suurta ja ympäristöhaitoista ollaan yhä tietoisempia" (Uusitalo 1991, 32). Toisaalta Tilastokeskuksen vuonna 1993 tekemässä selvityksessä, jossa selvitettiin kansalaisten käsityksistä suomalaisen yhteiskunnan tämän hetken ja tulevaisuuden ongelmista, lähes 90 % vastanneista nimesi työttömyyden toiseksi yhteiskunnan kahdesta suurimmasta ongelmasta, kun taas ympäristökysymyksen mainitsi vain kolme prosenttia vastaajista (Suhonen 1994, 123). Todennäköisesti lamavuodet heijastuivat tässä tutkimuksessa suomalaisten vastauksiin. Ennen lamavuosia tehdyssä Uusitalon (1986, 70) tutkimuksessa vastaajat olivat ympäristöasioista erittäin huolestuneita.

Todennäköistä onkin, että yksilö kiinnittää huomiota ympäristön hyvinvointiin enemmän silloin kun omat perustarpeet on jo tyydytetty. Maslowin tarvehierarkian mukaan (katso esim. Kotler 1997, 184-185) ihmisen tärkeimpiä tyydytettäviä tarpeita ovat fysiologiset tarpeet, kuten esimerkiksi ruoan ja veden saanti. Kun tärkein tarve on tyydytetty siirrytään hierarkiassa seuraavalle tasolle, joka

on turvallisuuden tarve. Turvallisuuden ollessa kunnossa, ihminen voi keskittyä sosiaalisten tarpeidensa kuten esimerkiksi yhteenkuuluvuuden tunteen saavuttamiseen. Hierarkian ylimpiä tasoja ovat omanarvontunnon ja itsensä toteuttamisen tarpeet.

Tarpeiden tärkeysjärjestyksestä johtuen suhtautuminen ympäristöasioihin on myös erilaista eri yhteisöissä. Teollistuneissa länsimaissa kuluttaminen on siirtynyt perustarpeiden tyydyttämisestä entistä enemmän myös erilaisten vapaa-ajan palveluiden ostamiseen. Eurostat -tutkimuksen (1997) mukaan esimerkiksi ruoka, juoma ja tupakka ovat perinteisesti olleet EU-maiden kotitalouksien kulutuksen tärkein pääryhmä, mutta näiden tuotteiden ostamisen osuus kokonaiskulutuksesta on vuosien 1986-1996 aikana pienentynyt. Sen sijaan mm. asumisen, terveydenhoidon, hotellien, ravintoloiden ja matkailun osuus kotitalouksien kokonaiskulutuksesta on jatkuvasti kasvanut. (Eurostat, Vuosikirja 1997, 161.) EU-kansalaiset ovat siis siirtyneet perustarpeiden tyydyttämisestä muille hierarkian tasoille. Teollisuusmaiden asukkaiden kiinnostus on kohdistunut perustarpeiden tyydyttämisen lisäksi muihin tarpeisiin kuten esimerkiksi ympäristön suojelemiseen. Monien ympäristömuutosten havainnointi ja syiden tunnistaminen on sidoksissa käytettävissä olevaan tietoon ja tekniikkaan. Tämä on toinen syy siihen, miksi ympäristötietoisuus on levinnyt teollistuneisiin länsimaihin ensimmäisenä.

Ympäristöasioihin on siis ensimmäiseksi kiinnitetty huomiota pitkälle teollistuneissa valtioissa, kun taas vastaavasti köyhemmillä mailla on ensiksi selvitettävään muunlaisia ongelmia, kuten esimerkiksi nälänhätä, terveydenhuolto ja muut ihmisten selviytymiseen liittyvät peruskysymykset. Toisaalta on muistettava, että huoli ympäristöstä voi usein liittyä myös perustarpeiden tyydyttämiseen. Huonosti hoidettu ympäristö saattaa esimerkiksi vaarantaa yksilön puhtaan ruoan ja veden saannin ja voi aiheuttaa myös uhkaa turvallisuudelle ja terveydelle. Ympäristöongelmat koskevat siis läheisesti yksilöitä kaikkialla maailmassa.

1.2 Ympäristötietoinen kuluttaja

Kuluttajien ympäristötietoisuuden lisääntyminen on luonut kokonaan uuden asiakassegmentin eli niin sanotun vihreän kuluttajaryhmän (green consumers). Gopalkrishnan (1999) määrittelee vihreän kuluttajan henkilöksi joka kantaa vastuuta ympäristöstä ja huomioi ympäristönäkökulmat omassa kulutuksessaan. Vihreät kuluttajat paitsi suosivat ympäristöystävällisiä tuotteita, pyrkivät myös torjumaan niitä tuotteita jotka eivät ole ympäristöystävällisiä. Gopalkrishnan näkee vihreät

kuluttajat myös poliittisena liikkeenä joka on valmis boikotoimaan tuotteita ja yrityksiä jotka ovat vahingollisia ympäristölle. (Gopalkrishnan, 1999.)

Vuoden 1990 Gallup Fennican mukaan noin 80 % suomalaisista koki edistävänä ympäristönsuojelua ostamalla ja käyttämällä ympäristöystävällisiä tuotteita. Ympäristötietoinenkin kuluttaja saattaa kuitenkin käyttäytyä ostotilanteessa epäjohdonmukaisesti. Ostotilanteessa saattaa esiintyä ristiriitaa ympäristöystävällisten asenteiden ja toiminnan välillä - yksi suurimmista esteistä on nimenomaan vastahakoisuus maksaa korkeampaa hintaa ympäristöystävällisestä tuotteesta. Ympäristöystävällisiä tuotteita ei myöskään aina ole helposti saatavilla. Epävarmuus ostotilanteessa voi lisääntyä myös mikäli ympäristöystävällisen tuotteen ominaisuudet koetaan standardituotteen ominaisuuksia heikommaksi. Syitä ympäristöystävällisen tuotteen valintaan sitä vastoin ovat esimerkiksi kiinnostus ympäristönsuojeluun, huoli tulevista sukupolvista, irtisanoutuminen kulutusyhteiskunnan arvoista sekä halu kokeilla uutta. (Linnanen, Boström & Miettinen 1994, 58-60, 62, 203.) Ympäristöystävällisistä kuluttajista puhuttaessa on muistettavat, että aina edes ympäristöystävällisimmän tuotteen valitseminen ei ole kaikkein paras ratkaisu ympäristön kannalta. Pelkkä tuotemerkin vaihtaminen ei välttämättä riitä ympäristön suojelussa, vaan loppujen lopuksi ympäristöystävällisintä olisi kuluttaa vähemmän, siis jättää koko tuote hankkimatta. Tämän ajattelutavan läpisaaminen siten, että se vaikuttaisi kuluttajien ostopäätöksiin on kuitenkin varmasti vaikeaa. (Cracknell 1993, 8.)

Useiden tutkimustulosten mukaan kuluttajat ovat huolissaan ympäristön tilasta ja he pitävät ympäristönsuojelua tärkeänä. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että samaiset kuluttajat olisivat yhtä innokkaita tekemään henkilökohtaisia uhrauksia ympäristön suojelemisen puolesta. Toisin sanoen ympäristöystävällisiä asenteita omaavia yksilöitä löytyy joukostamme enemmän kuin varsinaisia ympäristötietoisia, vihreitä kuluttajia.

Esimerkiksi Taloustutkimus Oy:n "Suomi tänään 4/95" tutkimustulosten mukaan suomalaiset kuluttajat eivät olleet aivan yhtä innokkaita valitsemaan ympäristöystävällistä tuotetta jos se oli kalliimpi kuin jokin muu vastaava tuote. Tutkimuksessa suomalaisista 15-74 vuotiaista 38 % ilmoitti valitsevansa ympäristöystävällisen tuotteen aina kuin mahdollista ja 36 % silloin jos ympäristöystävällinen tuote ei ole kalliimpi tai löytäminen ei tuota lisävaivaa. Kymmenen prosenttia vastaajista ei kiinnittänyt erityistä huomiota ympäristöystävällisyyteen ja 15 % heistä ei osannut arvioida ympäristöystävällisyyden merkitystä ostopäätöksen tekoon. (Elin-kaari ry 1998a). Myös Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan suomalaiset olivat haluttomia maksamaan enempää veroja tai huomattavasti kalliimpia hintoja ympäristön hyvinvoinnin takaamiseksi (Ympäristöasiat eivät houkuttele suomalaisia

uhrauksiin 1997). Tämä ajattelutapa näyttää olevan yleistä muuallakin kuin Suomessa, sillä esimerkiksi vuoden 1997 Eurostat-tilastojen mukaan 92 % EU-kansalaisista piti puhtaampaa kaupunki-ilmaa erittäin tärkeänä asiana, mutta vain alle kolmannes piti tärkeänä yksityisajoneuvojen ja polttoaineen verotuksen kiristämistä näiden ilmansaasteiden vähentämiseksi (Eurostat, Vuosikirja 1997, 206).

EVA:n tekemien asennetutkimusten mukaan suomalaisten periaatteellinen valmius tinkiä omasta elintasosta ympäristön hyväksi oli laajimmillaan 1990-luvun alussa. Esimerkiksi väitteen "Saaste- ja ympäristöongelmien vähentämiseksi olen valmis tinkimään omasta elintasostani" kanssa samaa mieltä vuonna 1984 oli vain 61 % suomalaisista, kun taas vuonna 1990 väitteeseen yhtyi 75 % vastaajista. Into omasta elintasosta tinkimiseen on kuitenkin laskenut 90-luvun aikana, sillä vuonna 1998 enää 64 % vastaajista oli samaa mieltä väitteen kanssa. Samoin huoli siitä, että ihminen pyrkimällä taloudelliseen kasvuun tuhoaisi vähitellen luonnon ja lopulta itsensä on ollut suurinta vuonna 1990 ja laskenut 1990-luvun loppua lähesyttävässä. (Mielipiteiden sateenkaari 1999, 15, 20)

Uusitalon (1991) mukaan yksilöiden ympäristöystävällisen käyttäytymisen pahin este onkin niin kutsuttu vapaamatkustajaongelma. Vapaamatkustajiksi kutsutaan yksilöitä, jotka pyrkivät hyötymään muiden yhteistoiminnasta osallistumatta siihen itse. Voimakas yksilöllisen hyödyn tavoittelu asettuu vapaamatkustajien arvomaailmassa yhteisen edun edelle. Ympäristöasenteiden tutkimuksessa on siis käynyt selville, että vaikka asenteet ympäristönsuojelua kohtaan ovat hyvin myönteiset, vastaavat muutokset omassa käyttäytymisessä ovat hyvin hitaita. Mitä enemmän ympäristönsuojelutoimet vaativat välittömiä omia uhrauksia, sitä torjuvampaa on suhtautuminen niihin. (Uusitalo 1991, 37-38.)

Tässä yhteydessä on muistettava, ettei hinta ole ainoa tekijä joka vaikuttaa kuluttajan ostopäätökseen hänen verratessaan ympäristöystävällistä tuotetta muihin vastaaviin tuotteisiin, vaan myös esimerkiksi tuotteen hankkimiseen tarvittava aika ja vaivannäkö vaikuttavat päätökseen. Antonidesin ja van Raaijin (1998) mukaan tuotteen haitta- ja hyötypuolia voidaan pohtia niin yksilön kuin koko yhteiskunnankin kannalta. Usein ympäristöystävällisten tuotteiden käyttö on kollektiivisesti ja pitkällä tähtäimellä ajatellen hyödyllistä koko ympäröivälle yhteiskunnalle, vaikka yksittäiselle kuluttajalle tuotteen hankkiminen saattaisikin olla vaikeampaa kuin vastaavan "ei ympäristöystävällisen" tuotteen hankinta. Aivan samoin ympäristölle haitallinen tuote voi tuoda yksilölle lyhyellä tähtäimellä hyötyjä joita hän ei saavuttaisi käyttämällä vastaavaa ympäristöystävällistä tuotetta. Näitä lyhyen ja pitkän tähtäimen yksilöllisiä ja kollektiivisiä hyötyjä ja haittoja kuluttaja joutuukin vertailemaan tehdessään ostopäätöstään. (Antonides & van Raaij 1998, 507-508.)

Vaikka vihreiden kuluttajien ostopäätösten oletetaan olevan usein tarkkaan harkittuja ja ympäristötietämykseen perustuvia ratkaisuja, on muistettava, että kaiken relevantin ympäristötiedon hankkiminen kohtuullisin kuluihin kohtuullisessa ajassa on yksittäiselle kuluttajalle mahdotonta. Niinpä vihreät kuluttajatkin keskittävät usein huomionsa lopputuotteen ympäristövaikutuksiin, eivätkä koko tuotantoketjun ympäristövaikutuksiin. (Gopalkrishnan 1999.) Kuluttajat etsivät tietoa tuotteista erityisesti silloin kun ostopäätökset koskevat suurempia investointeja vaativia kestokulutushyödykkeitä. Useammin hankittavia päivittäistavara-tuotteita ostettaessa tiedon etsintä on vähäisempää, eikä kuluttaja mielellään vaihda tuttua tuotetta tai brandia toiseen. (Antonides & van Raaij 1998, 505.) Vaikka vihreät kuluttajat siis luovat tarpeen yrityksiä ja niiden tuotteita koskevan ympäristötiedon tuottamiselle on muistettava, että tietojen ollessa puutteellisia turvautuvat vihreät kuluttajatkin mielikuviinsa yritysten ja tuotteiden ympäristöystävällisyydestä (Gopalkrishnan, 1999).

Ympäristöasenteiden muuttuminen ja etenkin ympäristötietoisten kuluttajien määrän voimakas lisääntyminen viimeisen neljän vuosikymmenen aikana on vaikuttanut paitsi kauppaa suoraan kuluttajien kanssa käyvien yritysten, myös b-to-b kauppaa käyvien yritysten toimintaan. Huoli ympäristön tilasta on saanut ihmiset etsimään paitsi ratkaisuja tilanteeseen, myös syyllisiä joiden vastuulla ympäristön tilan kehittyminen on. (Linnanen ym. 1994, 58-60, 62, 203.) Kuten edellä todettiin, eivät kuluttajat mielellään muuta omia kulutustottumuksiaan ja usein myös syyllinen ympäristöongelmiin etsitään kauempaa kuin omasta käyttäytymisestä. Ympäristöongelmien ratkaisu koetaan yhteiskunnan velvollisuudeksi, mutta omasta hyvinvoinnista ei olla valmiita tinkimään ympäristön hyväksi. (Antonides & van Raaij 1998, 501.)

Suurin osa kuluttajista uskoo, että teollisuusyritykset ovat pääsyyllisiä ympäristön saastumiselle (Eurostat 1996, 176). Teollisuusyrityksille paineet ympäristöystävällisten prosessien ja tuotteiden kehittämiseen eivät kuitenkaan aina tule suoraan loppukuluttajalta vaan tuotantoprosessissa mukana olevat yritykset (esimerkiksi alihankkijat ja jälleenmyyjät) luovat tämän muutospaineen (Welford & Gouldson 1993, 8-10). Suomalaisista organisaatioista erityisesti metsäteollisuusyhtiöt ovat joutuneet reagoimaan sidosryhmien painostukseen ympäristöasioissa. Jatkossa tässä tutkimuksessa keskitytäänkin selvittämään nimenomaan suomalaisiin metsäteollisuusyrityksiin liittyvän julkisen ympäristökeskustelun kehittymistä.

2 JULKINEN YMPÄRISTÖKESKUSTELU JA METSÄTEOLLISUUS

Metsäteollisuusyritykset eivät kauppaa yleensä tuotteitaan suoraan loppukäyttäjille, vaan tärkeimpiä kauppakumppaneita ovat muut yritykset ja yhteisöt. Tämän vuoksi voisikin helposti harhautua luulemaan, ettei yksittäisten kuluttajien ympäristöasenteilla ole juurikaan merkitystä b-to-b markkinoilla kauppaa käyvän suuryrityksen toimintaan. Tässä luvussa pyritään kuitenkin kuvaamaan, kuinka kuluttajien ympäristötietoisuuden ja ympäristöasioista käytävän julkisen keskustelun lisääntyminen on vaikuttanut suomalaiseseen metsäteollisuuteen ja kuinka metsäteollisuus on reagoinut muutoksiin toimintaympäristössään.

Metsäteollisuudesta puhuttaessa on hyvä muistaa, että paperin valmistus on vain yksi osa tästä teollisuuden alasta. Metsäteollisuus ry:n määritelmän mukaan: "Metsäteollisuus voidaan jakaa kahteen pääalaan, massa- ja paperiteollisuuteen sekä saha- ja levyteollisuuteen. Massa- ja paperiteollisuuteen eli kemialliseen metsäteollisuuteen kuuluu sellun valmistus, mekaanisen massan valmistus sekä paperin ja kartongin valmistus. Saha- ja levyteollisuus eli mekaaninen metsäteollisuus käsittää sahateollisuuden lisäksi vanerin, lastulevyn sekä kuitulevyn valmistuksen." (Metsäteollisuus ry 1999a). Tässä luvussa käsitellään suomalaisen metsäteollisuuden vihertymistä yleisesti, mutta tutkimuksen empiirisessä osiossa keskittyy nimenomaan massa- ja paperiteollisuusalan tuotantolaitokseen.

Yritysten toimintaympäristössä tapahtuvat muutokset ovat lisääntyneet ja nopeutuneet koko 1900-luvun ajan. "Pääomaintensiivisellä alalla kuten metsäteollisuus, investointien suunnittelun kannalta signaalien tunnistaminen ja niihin oikea reagoiminen on tärkeää" (Linnanen ym. 1994, 42.) Ympäristötietoisuuden heräämi-

nen ja ympäristöasenteiden muutos on ollut eräs teollisuusyrityksille suurimpia muutospaineita 70-luvulta lähtien aiheuttanut tekijä. "Muutos ympäristöasenteissa on koettu paitsi uhkana teollisuudelle, myös mahdollisuutena, jota hyödyntämällä innovatiivisimmat yritykset voivat kääntää tilanteen edukseen ja tehdä ympäristötoiminnasta kilpailutekijän - keinon erottua kilpailijoista." (Linnanen ym. 1994, 15.) Metsäteollisuusyrityksille olisi siis ollut tärkeää havaita kuluttajien ympäristötietoisuuden herääminen mahdollisimman varhaisessa vaiheessa ja pyrkiä reagoimaan muutokseen ajoissa. Mielenkiintoista onkin pohtia, millaisia merkkejä ympäristökeskustelun viriämisestä oli nähtävissä ja kuinka metsäteollisuusyritysten edustajat näihin muutoksiin reagoivat.

2.1 Julkinen ympäristökeskustelu

Ympäristöasioista ei ole aina puhuttu julkisuudessa yhtä paljon ja yhtä avoimesti kuin nykypäivänä. Oikeastaan ympäristöongelmiin on alettu kiinnittää huomiota vasta viimeisen kolmen vuosikymmenen aikana. Mistä ympäristökeskustelu sitten oikeastaan sai alkunsa ja ketkä ovat olleet osapuolina keskustelun eri vaiheissa? Kehyksen aiheen tarkastelulle luovat teoreettiset mallit, jotka kuvaavat sitä, kuinka eri aihealueet (issues) kehittyvät julkisessa keskustelussa ajan kuluessa.

Julkisen keskustelun synnystä ja kehitymisestä tehdyt teoreettiset mallit pyrkivät kuvaamaan tiettyjä säännönmukaisuuksia, joiden mukaan keskustelu tietystä aihepiiristä julkisuudessa etenee. Useat tutkijat ovat luoneet omia mallejaan kuvaamaan tätä keskustelun kehitystä. Esimerkiksi Grunig (1992a) esittelee kirjassaan Vibbertin vuodelta 1987 olevan kuvauksen julkisten keskusteluaiheiden (public issues) neljästä kehitysvaiheesta. Nämä keskustelun neljä vaihetta ovat: 1) määrittely (definition), 2) oikeutus (legitimation), 3) polarisaatio (polarization) ja 4) identifiointi (identification). Linnanen ym. (1994, 38-39) teoksessa esitellään puolestaan Dyllickin malli yhteiskunnallisen ympäristökeskustelun elinkaaren vaiheista. Tämän mallin mukaan elinkaari jakautuu viiteen eri vaiheeseen. Näitä vaiheita ovat: 1) latenssvaihe, 2) syntyvaihe, 3) kasvuvaihe, 4) kypsyysvaihe ja 5) taantuminen. Tämä malli muistuttaa läheisesti elinkaarimallia jota on alun perin käytetty tuotteen myyntihistorian systemaattisuuden kuvaamiseen (ks. elinkaarimalli esimerkiksi Kotler 1988, 347-376).

Ensiksi mainittu Vibbertin malli pyrkii siis kuvaamaan minkä tahansa julkisen keskustelun aiheen kehitystä, kun taas jälkimmäinen malli on kuvaus nimenomaan yhteiskunnallisen ympäristökeskustelun vaiheista. Tässä työssä ei ole tarpeellista lähteä tarkemmin pohtimaan kuvaako toinen malleista ympäristökeskustelun kehi-

tystä paremmin kuin toinen, vaan oleellista on tässä yhteydessä havaita, että molempien edellä esitettyjen mallien mukaan yksittäinen julkinen keskustelunaihe ensin syntyy, sitten keskustelu aiheesta kasvaa ja kärjistyy kunnes lopulta kohtaa vakiintumisen ja taantumisen. Se, kuinka kukin tutkija eri kehitysvaiheita nimeää ei ole merkityksellistä vaan tärkeämpää on pohtia, ovatko julkiset keskustelunaiheet ja tässä tapauksessa erityisesti julkinen ympäristökeskustelu kehittynyt näiden vaiheiden mukaisesti. Mikäli näin on, voidaan seuraavaksi kysyä, missä elinkaaren vaiheessa nyt ollaan menossa ja mitkä vaiheet on jo ohitettu. Mikäli julkinen keskustelu todellakin etenee esitettyjen teoreettisten mallien mukaisesti synnystä kasvukauden kautta kohti taantumaa, voidaan pohtia, miten keskustelun kehittymistä voitaisiin ennakoita ja missä vaiheessa eri tahojen tulisi liittyä mukaan keskusteluun. Nyt ympäristökeskustelun käydessä kiivaana voitaisiin esimerkiksi kysyä, onko ympäristökeskustelun kasvukausi jo ohi ja käynnissä mahdollisesti keskustelun taantuminen?

2.1.1 Ympäristökeskustelun alkuvaiheet

Julkinen ympäristökeskustelun ensimmäisessä vaiheessa asiantuntijat ja ympäristöaktivistit kiinnostuivat aiheesta. Tässä vaiheessa ympäristöongelma tunnistettiin. (Linnanen ym. 1994, 38-39.) Ympäristöasioista tuli 1960- ja 1970-lukujen aikana tärkeä yhteiskunnallinen kysymys juuri koska tietyt yhteiskunnalliset liikkeet, yksittäiset tutkijat ja mielipidejohtajat kiinnostuivat aiheesta (Väliverronen 1998, 82).

Nykyaikaisen ympäristönsuojeluliikkeen juuret juontuvat 1960-luvun Yhdysvaltoihin. Ympäristöliikkeiden synnystä kertovissa teksteissä mainitaan usein esimerkiksi yhdysvaltalaisen Rachel Carsonin vuonna 1962 julkaistu teos *Äänetön kevät* (*"The Silent Spring"*), jonka katsotaan ensi kerran havahduttaneen kansalaiset huomaamaan teollisen kehityksen vaarat (ks. esimerkiksi Vahtera 1998). Uusi ympäristöliike levisi 1960-luvun lopulla ja 1970-luvulla Länsi-Eurooppaan ja muihin teollistuneisiin maihin ja synnytti myöhemmin ajoittain kiihkeitä piirteitä saaneen ympäristökeskustelun (Vahtera 1998).

Miten Suomen metsäteollisuuteen ja ympäristökysymyksiin liittyvä julkinen keskustelu sitten sai alkunsa? Vaikka keskustelua sivusta seuranneesta saattaisi tuntua, että keskustelu metsäteollisuuden ympäristövaikutuksista alkoi melko äkillisesti 80-luvun aikana, kehittyi aihe itse asiassa paljon hitaammin julkiseksi keskusteluksi. Tieto ihmisen ja erityisesti teollisen toiminnan haitallisista vaikutuksista ympäristöön oli karttunut vähitellen vuosikymmenien kuluessa. Esimerkiksi ilmansaasteiden haitat ihmisille tunnettiin jo ennen teollistumista, sillä Britanniassa

oli osoitettu hiilen polton ja kuolleisuuden välinen yhteys tilastollisesti jo 1600-luvun puolessavälissä (Väliverronen, 1996, 22). Vielä pitkän aikaan ilmansaasteiden uskottiin kuitenkin vaikuttavan vain aivan tuotantolaitosten lähiympäristöön. Vasta vuonna 1872 Robert A. Mith käsitteli teoksessaan "Air and Rain" happosadetta ja esitti, että saasteet voivat kulkeutua hyvinkin kauas päästölähteistä happamoittaen maaperää ja järviä (Väliverronen, 1996, 22).

Noin sata vuotta myöhemmin happosadeteista alettiin todella huolestua. 1960-luvun jälkeen Ruotsissa ja Norjassa huomattiin kalojen katoaminen järivistä ja syyksi epäiltiin Britannian ja Keski-Euroopan rikki- ja typpipäästöjä, jotka happamoittivat sade- ja pintavesiä. Vähitellen tutkijat löysivät yhteyden myös metsätuhojen ja happamoitumisen välille. Saksalainen Bernhard Ulrichin mukaan maaperän happamoituminen oli keskeinen syy puiden terveyden heikkenemiseen. Happamoitumisen syynä olivat hänen arvioidensa mukaan ensisijaisesti rikkidioksidipäästöt. Vuonna 1981 Ulrich esitti hypoteesin ja ennustuksen jonka mukaan suurin osa Saksan metsistä kuolisi seuraavan viiden aikana. (Väliverronen, 1996, 22-24.)

Keski-Euroopassa vilkkaana käynyt ympäristökeskustelu herätti kiinnostusta myös suomalaisissa tutkijoissa ja viestintävälaineissä. Vuonna 1988 julkaistiin Sirkka Sutisen tutkimustulokset, joiden mukaan Lapissa 1987 havaittujen metsätuhojen todennäköisin syy oli ilmansaasteet. Aikaisemmin nämä tuhot oli arveltu metsien luonnolliseen kehitykseen kuuluvaksi, mutta kun metsätuhot alettiin nähdä ihmisten toiminnan seurauksena, alettiin tuhoille etsiä syyllisiä ja ratkaisukeinoja. (Väliverronen, 1996, 21, 57-59.) Pian Lapin metsätuhot yhdistettiin paljastuneeseen Kuolan niemimaan saastumiseen. "Ensimmäiset tiedot Kuolan niemimaalla sijaitsevien Montsegorskin ja Nikelin tehtaiden mittavista saastepäästöistä tulivat julki Suomessa 1987-88 eli samaan aikaan kun Lapissa havaittiin paikallisia metsävaurioita. Tehtaiden lähistöllä metsää oli kuollut pystyyn laajalla alueella." (Väliverronen, 1996, 56.) Puhe metsätuhoista muuttui samalla konkreettisemmaksi, kun sille oli osoitettavissa selkeä syyllinen (Väliverronen, 1996, 57). Ympäristökeskustelun alkuvaiheessa keskusteluun osallistuivat lähinnä erilaiset asiantuntijatahot, eikä ympäristökeskustelu vielä juurikaan tavoittanut tavallista kuluttajaa saati sitten teollisuusyritysten edustajia. Keskusteluun alkoivat kuitenkin aikaisempaa aktiivisemmin osallistua myös metsien omistajat ja ympäristön tilasta huolestuneet kansalaiset. Keskusteluun osallistujien lisääntyessä metsiä koskeva ympäristökeskustelu eteni kasvuvaiheeseensa.

2.1.2 Ympäristökeskustelun kasvu ja polarisaatio

Tutkijat ovat havainnoineet ympäristökeskustelun kehittymistä seuraamalla muun muassa ympäristöä käsittelevien artikkelien määrää eri lehdissä. Esimerkiksi tutkijat Rubin ja Sachs sekä Bowman ja Fuchs analysoivat yhdeksää Yhdysvalloissa ilmestyvää laajalevikkistä aikakauslehteä vuosilta 1961-1979 ja havaitsivat, että ympäristöjuttujen määrä pysyi tasaisena vuoteen 1968 saakka. Tämän jälkeen juttujen määrä kohosi jyrkästi kahden vuoden ajan, ollen vuonna 1970 noin viisinkertainen 60-luvun puoleenväliin verrattuna. (Suhonen 1994, 69.) Suomessa ympäristöä käsittelevät uutiset yleistyivät noin kymmenen vuotta Yhdysvaltoja myöhemmin. Suomessa esimerkiksi Karppinen on tutkinut kasvihuoneilmiön käsittelyä Helsingin Sanomissa. Ensimmäinen aihetta käsittelevä artikkeli julkaistiin vuonna 1956 ja seuraavan runsaan 30 vuoden aikana aihetta käsiteltiin lehdessä keskimäärin kerran vuodessa. Vasta 1980-luvun lopulla aihetta koskevien kirjoitusten määrä nousi äkillisesti. (Suhonen 1994, 75.) Median roolia ympäristötiedon välittäjänä tarkastellaan tässä tutkimuksessa tarkemmin luvussa 2.2.

Pohdittaessa syitä suomalaisen ympäristökeskustelun voimakkaaseen kasvuun 80-luvun aikana, ei voida olla huomioimatta erityisten ympäristökatastrofien ja onnettomuuksien merkitystä keskustelujen synnyttäjänä ja kiihdyttäjänä. Suomalaisia kosketti 1980-luvulla ympäristöön vaikuttaneista katastrofeista etenkin vuonna 1986 tapahtunut Tshernobylin ydinvoimalan suuronnettomuus. Vaikka onnettomuus ei millään tavalla liittynyt suomalaiseen metsäteollisuuteen, aiheutti se paljon epävarmuutta ja kysymyksiä. Radioaktiivisen säteilyn levitessä suomalaisen kansallisomaisuuden ylle ja laskeutuessa ihmisten asuinsijoille, usko tekniikan kaikkivoipaisuuteen ja ihmisen kykyyn kontrolloida ympäristöään horjui pahan kerran.

Käytännössä julkinen ympäristökeskustelu on siis lähtenyt liikkeelle paitsi asiantuntija-artikkeleista ja lausunnoista myös käytännön elämässä havaituista ympäristöongelmista, muutoksista ja etenkin erityisistä ympäristökatastrofeista, jotka ovat saaneet median ja yleisön huomion kääntymään ympäristöasioihin. Väliwerrosen (1998, 81) mukaan kuvatuista ympäristöaiheisten juttujen määrän kasvua ei kuitenkaan voida selittää ainoastaan sillä, että ympäristöongelmat olisivat lisääntyneet ja elinympäristömme muuttunut. Hänen mielestään julkisuus ympäristöongelmien ympärillä kasvoi ja tämä kasvu heijasti muutosta yhteiskunnassamme ja kulttuurissamme.

2.1.3 Ympäristökeskustelun kypsyys ja taantuminen

Vahteran (1998) mukaan suuren yleisön ja lainsäätäjien kiinnostus ympäristöasioihin sekä ympäristöongelmien käsittely julkisessa sanassa on vähentynyt 1990-luvulla. Kypsyysvaiheessa esimerkiksi poliittiset ryhmittymät ja teollisuuden etujärjestöt pyrkivät löytämään ongelmalle ratkaisua. Media ei kuitenkaan enää jaksaa kiinnostua aiheesta kuten edellisessä vaiheessa. Samanaikaisesti kun aiheen käsittely julkisuudessa taantuu kohdataan siis toteutuksen ongelmat. Tässä vaiheessa joudutaan esimerkiksi pohtimaan käyttöönotettujen ympäristöjärjestelmien toimivuutta ja sitä, kuinka eri osapuolet sitoutetaan noudattamaan laadittuja suunnitelmia.

Vaikka metsien tilaan liittyvä ympäristökeskustelu onkin viime vuosien aikana taantunut ja uudet keskustelunteemat ovat tulleet suosittumiksi, on muistettava, että erilaiset teemat ja ongelmat kytkeytyvät useasti toisiinsa. Ympäristökeskustelun syklin sisällä tapahtuu vaihtelua, eri ympäristöä koskettavat teemat elävät oman elämänkaarensa, mutta kaiken kaikkiaan ympäristökeskustelu on edelleenkin vilkasta ja ympäristötietämyksemme on jatkuvasti lisääntynyt tämän keskustelun myötä viimeisen kolmen vuosikymmenen aikana.

2.2. Median rooli ympäristökeskustelun eri vaiheissa

Edellä todettiin, että metsiä koskevan ympäristökeskustelun käynnistivät erilaiset asiantuntijatahot sekä ympäristöstä huolestuneet aktiiviset yksilöt. Median rooli tässä keskustelussa on ollut myös hyvin merkittävä. Julkisessa ympäristökeskustelussa medialla on ollut muun muassa mahdollisuus rakentaa keskustelulle omat kehüksensä, valikoida osanottajia ja ohjata keskustelun suuntaa tulkinnoillaan ja luomillaan kuvilla (Väliverronen, 1996, 15-16). Media esimerkiksi määrittelee sen mikä on tärkeää ja mikä ei - media siis paitsi nostaa keskusteluun aiheita, jättää myös joitain aiheita ulkopuolelle. (Dozier & Ehling 1992, 164-165). Media luo tapahtumille raamit, oikeutuksen ja tärkeysarvon (Grunig 1992b, 510). Väliverronen (1998, 83) mukaan median valitsema kehys vaikuttaa siihen millaisen käsityksen ympäristöongelmasta, sen seurauksista ja ratkaisumahdollisuuksista saa.

Ympäristökeskustelun alkuvaiheessa pyrki media ensiksi määrittelemään käsiteltävän ongelma. Aiheesta julkaistiin esimerkiksi asiantuntija-artikkeleita, tutkimuksia ja kannanottoja (Linnanen ym. 1994, 38-39). Koska viestintävälineiden edustajien on vaikeaa hallita kaikkea ympäristönsuojeluun liittyvää tietoa, (ajatel-

laanpa vaikka keskustelua kasvihuoneilmiöstä, ilmakehän kemiallisista muutoksista tai ilmansaasteiden vaikutuksista lajitojen monimuotoisuuteen) on heidän etsittävä apua muilta tahoilta. Tämän vuoksi myös ympäristökeskusteluun on osallistunut monenlaisia "asiantuntijoita". Tällaisia auktoriteetteja ovat muun muassa alan tutkijat, joilta pyritään saamaan uutisoinnin tueksi luotettavaa tietoa esimerkiksi haastattelujen tai tutkimustulosten muodossa. Näiden asiantuntija-artikkelien ongelmana voi kuitenkin olla se, että sisältö saattaa jäädä tavalliselle kansalaiselle hämäräksi, mikäli erilaiset ammattitermit ja tutkimustulokset jäävät irrallisiksi tietomurusiksi vailla kriittistä ja selkeää tarkastelua (Väliverronen 1998, 82-83).

Ongelmalliseksi tiedon saannin ja välityksen luotettavuuden kannalta keskustelun syntyvaiheessa voi muodostua myös se, että lähes kuka tahansa voi esittäytyä alan asiantuntijana, jos aihe on viestintävälineiden edustajille vieras ja tuntematon. Ympäristöasioissa tällaisia alan asiantuntijoita ovat olleet paitsi alan tutkijat myös ympäristöaktivistit, jotka ovat mielellään tuoneet esiin omia näkemyksiään julkisessa ympäristökeskustelussa. Esimerkiksi Kuusela (1999) onkin kritisoinut juuri sitä, että ympäristöjärjestöt ovat julistautuneet julkisuudessa kuluttajien mielihiteiden edustajiksi, valioyksilöiksi, jotka määräävät tavoitteet ja keinot niiden saavuttamiseksi. Hänen mielestään on aiheellista pohtia, ovatko kuluttajat todella valtuuttaneet esimerkiksi Greenpeacen toimimaan äänitorvena. Hän kysyy myös, millä oikeudella ympäristöjärjestöt vaativat järjestöjen huomioonottamista neuvottelukumppaneina eri ympäristökysymyksissä. Eivätkö viralliset, kansan demokraattisesti valitsevat tahot edusta paremmin koko kansan mielipiteitä neuvottelupöydässä kuin äärivihreää laitaa oleva ympäristöaktivistien ryhmä, joka itsevaltiaan lailla on julistautunut kuluttajien edustajaksi? (Kuusela 1999, 275-278.) Tällaista kritiikkiä ympäristöjärjestöjä kohtaan ei kuitenkaan esitetty ympäristökeskustelun alkuvaiheessa, vaan ympäristöjärjestöt saivat rauhassa pohjustaa ympäristökeskustelua ja omaa asemaansa asiantuntijoina ympäristökysymyksissä.

Grunigin (1992a) mukaan median rooli on aktiivinen nimenomaan julkisen keskusteluaiheen polarisointi- ja identifiointivaiheessa. Keskustelun käydessä vilkkaimmillaan, media tuo mielellään esiin kaksi vastakkaista näkökulmaa, sillä vastakkainasettelu synnyttää draamaa joka lisää keskustelun kiinnostavuutta (Grunig 1992a; Väliverronen, 1996, 51). Ympäristökeskustelussa vastakkain asetettuna ovat usein olleet teollisuuden ja ympäristöjärjestöjen edustajien näkemykset. Grunigin (1992b) mukaan organisaatiot ovat jääneet tässä taistelussa usein toiseksi koska pienet painostusryhmät ovat joustavampia median kanssa ja lähestyvät sitä tarjoten uutisaiheita. Hän muistuttaa kuitenkin ettei media aina ole aktivistien puolella, sillä se ei jaksa seurata pitkään keskustelua samasta aiheesta vaan uutisoi yksittäisiä tapahtumia. Media myös mielellään liioitellen maalaa kuvaa aktivistiryhmistä,

jotta uutisarvo lisääntyisi. (Grunig 1992b, 510)

Media siis valitsee ympäristökeskustelun elinkaaren eri vaiheissa erilaisen kehyksen uutisoinnilleen. Esimerkiksi metsätuhoista keskusteltaessa käytettiin Väliverroksen (1998) tutkimusten mukaan keskustelun määrittelyvaiheessa Ruotsin lehdistössä 1980-luvun loppuun saakka usein käsitettä *sairaus* kuvaamaan ekokatastrofia joka uhkasi pohjolan metsiä. Keskustelun oikeutusvaiheessa vilkastuessa alettiin käyttämään termiä *konflikti* ja keskeiseksi temaksi julkisessa keskustelussa nousivat mielipide-erot esimerkiksi tutkijoiden, viranomaisten, luontoaktivistien ja teollisuuden edustajien välillä. Konflikti-vaiheen jälkeen keskustelun taantuessa kehystäväksi temaksi valittiin *kontrolli*, sana joka antaa kuvan siitä, että asiat ovat hoidossa. Koska metsätuhot olivat kontrollissa, eivätkä enää uhanneet yksilöitä, sammui myös julkinen keskustelu ja kiinnostus aiheeseen. (Väliverronen 1998, 83.)

Monet muutkin ympäristöongelmat ovat läpikäyneet julkisuudessa saman käsittelyn. Ne on nähty aluksi uhkaavina katastrofeina ja lopulta ongelmina jotka voidaan ratkaista tieteen ja tekniikan keinoin ilman yhteiskunnan suurempaa panostusta. Vaikuttaa myös siltä, etteivät ympäristöasiat enää omaa samaa symbolista voimaa joka aktivoisi ihmisiä toimimaan, koska julkinen keskustelu antaa kuvan siitä, että joku muu kontrolloisi jo ympäristöämme, eikä suuria ympäristökatastrofeja ole lähiaikoina maassamme tapahtunut. Monet ympäristökeskustelut jäävätkin usein yleisölle abstrakteiksi käsitteiksi, jotka eivät kosketa konkreettisesti heidän omaa elämäänsä. (Väliverronen 1998, 83-84.)

- 9 Median kiinnostus ympäristöasioihin on siis suurempi elinkaaren alkuvaiheessa kuin sen lähetessä taantumista. Aiheet saatetaan keskustella julkisuudessa loppuun jopa ennen kuin niihin on löydetty oikeita konkreettisia ratkaisuja. Seuraavaksi pohdinnan aiheena onkin se, kuinka Suomen metsäteollisuusyritykset reagoivat ympäristökeskusteluun sen eri vaiheissa ja millaisia ratkaisuja ympäristöongelmiin kehitettiin. Julkinen ympäristökeskustelu oli osaltaan merkittävästi vaikuttamassa metsäteollisuuden vihertymiseen.

2.3 Metsäteollisuuden vihertyminen

Yritysten ja liikkeenjohdon vihertymisellä tarkoitetaan sellaisia yrityksissä meneillään olevia muutosprosesseja, joiden tuloksena on ekologisesti kestävä yritystoiminta (Meriläinen 1995, 14). Vihertymisprosessi etenee Teollisuuden ja Työnantajien Keskusliiton (1995) mukaan neljässä eri vaiheessa. Ensin kiinnitetään huomiota

päästöjen puhdistukseen ja toisessa vaiheessa ympäristöä säästävien tuotantomenetelmien kehittämiseen. Kolmannessa vaiheessa pyritään luomaan ympäristöystävällisiä tuotteita ja lopulta koko yrityskulttuuri luodaan ympäristötietoiseksi. (Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto, 1995, 13.)

2.3.1 Tuotantolähtöisestä asiakaslähtöiseen ajattelumalliin siirtyminen

Metsäteollisuusyritykset ovat perinteisesti olleet suuria tuotantolaitoksia joiden kilpailukyky on riippunut pitkälti niiden tuotantokapasiteetista ja toimintavarmuudesta. Koska tuotteet ovat lähinnä standardituotteita on tuotannon määrää kasvattamalla pyritty edullisiin yksikkökustannuksiin jotka mahdollistavat selviytymisen hintakilpailussa. Tällaisessa tuotantokeskeisessä ajattelumallissa pyritään tuotantokustannukset pitämään mahdollisimman alhaisina ja niinpä esimerkiksi vielä 60- ja 70-luvulla suurin osa metsäteollisuusyrityksistä piti investoimista ympäristönsuojeluun rahan hukkaan heittämisenä. Vihertymisen ensivaiheessa yritykset noudattivatkin lähinnä vain viranomaisten määräyksiä jotka olivat toiminnan jatkumisen ehtona (Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto, 1995, 13). Konkreettisesti ympäristönsuojelu hoidettiin esimerkiksi asentamalla suodattimia savupiippuihin. Nämä resursseja kuluttavat ja kustannuksia aiheuttavat muutokset tehtiin sakkujen välttämiseksi, muutos oli passiivista ja vain pakollisia sääntöjä noudattavaa. Niin kauan kuin yritys pysyi päästörajojen alapuolella, ei kukaan ulkopuolinen voinut puuttua sen toimintaan ja esimerkiksi rajoittaa tuotantoa. (Teollisuuden ja Työnantajain keskusliitto 1995, 7 ; Niskala & Mätäsaho 1996, 30.)

Tässä vaiheessa yritysten markkinointitoimissa tärkeänä nähtiin asiakkaiden tarpeiden selvittäminen ja se, että tarpeet voitiin tyydyttää kilpailukykyisesti. Tärkeimpinä asioina kilpailussa menestymisen kannalta pidettiin tuotantokapasiteettia ja tuotteiden saatavuutta. (Möller, 1991.) Nämä toimintamallit pohjautuivat ajattelutapaan, jonka mukaan tulevaisuus oli ennustettavissa ja yritys pystyi omin toimin hallitsemaan menestystään ilman ulkopuolisia epävarmuustekijöitä. Pian yritykset joutuivat kuitenkin havaitsemaan, että niiden toimintaan vaikuttivat myös monet ulkopuoliset tekijät. Esimerkiksi 70-luvun öljykriisi opetti yritykset varautumaan erilaisiin riskeihin ja etsimään turvaa erilaisista yhteistyöverkostoista (Möller, 1991).

Kuluttajien ympäristötietoisuuden ja ympäristöasenteiden muuttuessa metsäteollisuusyritykset kohtasivat uusia haasteita. Metsäteollisuuden vihertyminen ei käynnistynyt teollisuusyritysten omasta aloitteesta vaan sitä ympäröivästä yhteisöstä tulleet paineet pakottivat sen reagoimaan ja muuttamaan toimintatapo-

jaan. Suomessa metsäteollisuusyhtiöiden toimintatapoja kritisoiva julkinen keskustelu kärjistyi 1990-luvun alussa.

Marraskuun 15. päivä vuonna 1993 kansainvälisestikin arvostetussa saksalaisessa *Der Spiegel*-aikakauslehdessä julkaistiin artikkeli ”Plünderer im Norden”, jossa kritisoitiin pohjolan (erityisesti Kanadan ja Suomen) metsäteollisuusyhtiöiden tapaa käsitellä metsiä. Artikkelissa kiinnitettiin huomiota erityisesti vanhoja aarniometsiä tuhoaviin avohakkuisiin. Lehtosen (1995) mukaan juuri tämä artikkeli lopulta herätti Suomen metsäteollisuuden mukaan ympäristökeskusteluun. Arvostelu aiheutti suomalaisissa paitsi suttumusta myös huolestumisen suomalaisen paperinvalmistuksen imagosta kansainvälisillä markkinoilla.

Ensimmäisenä saksalaislehden syytöksiin vastasivat suomalaiset toimittajat omissa lehdissään. Helsingin Sanomat arveli syytöksien takana olevan Greenpeace-aktivistien lisäksi suomalaisen kemianteollisuuden edustajia. Helsingin Sanomat julkaisi myös kolumnin jonka kirjoittaja koki syytöksien kohdistuvan ei vain metsäteollisuuteen vaan koko Suomen teollisuuteen yleisemmällä tasolla. Kauppalehti sekä *Tekniikka* ja *Talous* lehti osallistuivat keskusteluun toteamalla, ettei omat metsänsä jo tuhonneilla saksalaisilla olisi juurikaan varaa arvostella vihreän Suomen metsäteollisuutta. (Lehtonen 1995.)

Erityisen mielenkiintoiseksi yllä kuvatun julkisen metsäkeskustelun kasvun tekee se havainto, etteivät itse metsäteollisuuden edustajat osallistuneet tähän keskusteluun millään tavalla. Kun Metsäteollisuus ry:n puheenjohtajalta kysyttiin noin kuukasi *Spiegel*-artikkelin jälkeen, kuinka teollisuus on vastannut syytöksiin, vastasi hän, että vastausta on kyllä mietitty, mutta se on vielä kääntämättä. Edustajan mukaan metsäteollisuuden edustajat olivat tehneet päätöksen olla kommentoimatta asiaa. Yhteydenottoa suoraan *Spiegel*iin ei pidetty todennäköisenä toimintatapana. (Lehtonen 1995.)

Vuonna 1994 tämän tutkimuksen empiirisessä osassa case-yrityksenä olevan Enson Imatran tehtaiden tuolloinen ympäristöpäällikkö Aarno Suni myönsi antamassaan haastattelussa, että Enso-Gutzeitilla kiinnitettiin huomiota ympäristönsuojeluun vasta 1980- ja 1990 lukujen vaihteessa. Hänen mukaansa aikaisemmin ympäristöajattelulle ei ollut tarvetta, kun kukaan ei vaatinut sitä, eikä laitteitakaan ollut olemassa. (Karlsson, 1994)

Paria vuotta myöhemmin käytiin jo suoraa keskustelua Enson ja Greenpeace aktivistien välillä. Saksalaiset Greenpeace aktivistit lähettivät Enson pääjohtajalle 10 000 joulukorttia jossa he kritisoivat Enson materiaalinhankintatapoja. Tällä kertaa Enso virheistä oppineena päätti reagoida syytöksiin nopeasti ja lähetti jokaiselle aktivistille paluupostina tietoa Enson ympäristöpolitiikasta. Valitettavasti saksalaiset löysivät kirjetekstistä pienen valkoisen valheen – Enso väitti solmineensa yhteis-

työsopimuksen Maailman Luonnonsuojelusäätö WWF:n kanssa, vaikka todellisuudessa tällaista yhteistyötä vasta suunniteltiin. (Lehtonen 1995.) Kiinnijääminen valheesta aiheutti lisää kriittisyyttä saksalaisten kuluttajien silmissä ja suomalainen metsäteollisuus otettiin erityiseksi silmätikuksi.

Kesäkuussa vuonna 1998 Taloussanomien uutisoi Kanadan metsäteollisuuden pyrkimyksistä ostoboikottien vuoksi pyrkivän avohakkuista luopumiseen. Vaikka avohakkuut ovat metsäyhtiölle kannattavin puutavaran hankintatapa, vaihtoehtoisia tapoja alettiin etsiä muuallakin kuin Suomessa, koska eurooppalaiset ostajat suosivat ekologisesti valmistettuja ja jalostettuja tuotteita. (Karttunen, 1998, 20.) Elokuussa 1998 STT uutisoi Pohjolan ja Venäjän Greenpeacen vetoavan Ensoon Paanajärven alueen hakkuiden estämiseksi. Järjestöt olivat lähettäneet Enson toimitusjohtajalle kirjeen, jossa vedottiin yhtiön johtoon, jottei Enso ostaisi puuta joka on peräisin Karjalan vanhoista metsistä tai puuta jonka alkuperästä ei voida olla varmoja. (Pohjolan ja Venäjän... 1998)

Näin metsäteollisuus joutui vähitellen julkisesti vastaamaan yhä uusiin ja uusiin ympäristökysymyksiin ja opettelemaan samalla ympäristö- ja kriisiviestinnän perusteita. Jälkikäteen etenkin 80- ja 90-luvun vaihteessa kiivaimpana käynyttä ympäristökeskustelua arvioidessa voi havaita, että metsäteollisuuteen kohdistunut ympäristökritiikki tuli ainakin Suomessa teollisuuden edustajille yllätyksenä, eikä siihen oltu valmistauduttu. Ehkäpä juuri tämän vuoksi myös reagointi arvosteluihin oli voimakasta. Esimerkiksi suomalaisiin suuryhtiöihin kohdistunut ympäristökritiikki koettiin jopa uhkana maamme kansantaloudelle. Tavallaan voimakas vastareagointi ei ollut yllättävää, onhan metsäteollisuuden osuus Suomen vientiteollisuudessa huomattava. Esimerkiksi vuonna 1998 metsäteollisuus vei tuotteitaan kaikkiaan 66,2 miljardilla markalla ja Suomen tavaraviennistä metsäteollisuuden osuus oli tuolloin noin 30 prosenttia (Metsäteollisuus ry. 1999b).

Vaikka ympäristökritiikki tuli Suomen metsäteollisuudelle yllätyksenä, ei ole sattumaa, että kansainvälisten ympäristöliikkeiden huomio on kiinnittynyt juuri Suomeen. Suomi on maailman kuudenneksi suurin paperin ja kartongin tuottaja ja koska maamme oma kulutus on pientä tuotantoon verrattuna oli Suomi esimerkiksi vuonna 1997 Kanadan jälkeen maailman toiseksi suurin paperin ja kartongin viejämaa (Metsäteollisuus ry, 1999a). Suomen metsäteollisuuden tuottamasta noin 10 miljoonasta tonnista paperia ja kartonkia vientiin menee lähes 90 prosenttia (Rissa, 1997, 44). Kanadan ja Suomen lisäksi suurina paperin ja kartongin tuottajia ovat USA, Japani, Kiina ja Saksa, mutta niiden osuus viennistä jää pienemmäksi suuren oman kulutuksen vuoksi. Kun tuotannon suuruuden lisäksi ottaa huomioon sen, että Suomessa kasvaa maailman metsävaroista vain 0,5 % ja havu- puustostakin vain 1,5 % ja silti maamme on maailman suurimpia metsäteollisuus-

tuotteiden valmistajia, on lienee luonnollista, että ympäristöliikkeillä on herännyt huoli metsiemme kunnosta ja niiden säilymisestä tuleville sukupolville. (Metsäteollisuus ry, 1999b.)

Kun julkisessa keskustelussa annettiin ymmärtää, että ympäristötietoiset kuluttajat kieltäytyvät ostamasta Pohjois-Euroopan metsäteollisuuden tuotteita, ellei ympäristöliikkeen vaatimuksia oteta huomioon, metsäteollisuuden oli pakko siirtyä asiakaslähtöisempään ajattelutapaan ja ryhtyä huomioimaan toiminnassaan sidosryhmien vaatimuksia ja odotuksia (Teollisuuden ja Työnantajain keskusliitto 1995, 13; Kuusela, 1999, 281). Ympäristöasioista tuli siis kilpailukeino, mutta kykenemättömyys nopeaan reagointiin ja investointeihin aiheutti ylilyöntejä. Osa teollisuuden vastatoimista oli hätiköityjä ja johti vain entistä enemmän luottamuksen menettämiseen. Kuusela (1999, 281) esimerkiksi toteaa: "Todellinen tai kuviteltu uhka pelotti Ruotsin ja Suomen metsäteollisuuden sekä niiden tuotteiden markkinoinnin johtajat toimenpiteisiin, joilla osakeyhtiöiden omistamien metsien käsitteelyyn otettiin tieteellis-empiirisesti perustelemattomia menetelmiä biologisen monimuotoisuuden suojelemiseksi." Monesti uusia ympäristöystävällisemmiksi luultuja valmistustekniikoita otettiin käyttöön ilman riittäviä selvityksiä niiden todellisista ympäristövaikutuksista. Esimerkiksi sellun valmistuksessa ruotsalaiset siirtyivät sellun happivalkaisuun ja suomalaisilta alettiin vaatia samaa koska menetelmä vaikutti ympäristöystävällisemmältä vanhoihin menetelmiin verrattuna. "Kukaan ei kuitenkaan ollut selvittänyt mitä happivalkaisun jätevedet vaikuttavat vesistöön" ja vasta myöhemmin jo kalliiden investointien tapahduttua todelliset ympäristövaikutukset huomattiin, Karlsson (1994) toteaa.

2.3.2 Laatujohtamisen kautta ympäristöjohtamiseen

Kahdeksankymmentäluvun lopussa viranomaiset pyrkivät ratkaisemaan ympäristöongelmia erilaisten ohjelmien ja asetusten avulla. "Kestävän kehityksen termi otettiin käyttöön niin sanotussa Bruntlandin komiteassa, joka vuonna 1987 YK:n toimesta laati maapallolle pelastusohjelmaa. Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan sellaista toimintaa, joka turvaa nyt elävien ihmisten tarpeiden tyydyttämisen vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan." (Rissa 1997, 6.) Toisin sanoen jatkuva taloudellinen kasvu ja samalla luonnonvarojen rajaton käyttö ei ole mahdollista, vaan maapallon asukkaiden on rajoitettava etenkin uusiutumattomien tai hitaasti uusiutuvien luonnonvarojen käyttöä.

Julkisen kriittisen keskustelun seurauksena vain pari vuotta Spiegel-artikkelin jälkeen suomalaiset metsäteollisuusyhtiöt ottivat vuosikertomuksiinsa mukaan

ympäristöselonteot, joissa vakuutettiin ympäristön huomion ottamisen olevan teollisuudelle enemmän kuin ohimenevä markkinointikikka. Ympäristöselonteissa luvattiin teollisuuden jatkuvasti kehittävän metsien monimuotoisuuden huomiointia ja tuotantomenetelmien ympäristöystävällisyyttä. (Lehtonen, 1995.) Yritykset investoivat ympäristöteknologiaan joka vähensi tuotannon päästöjä vesistöön ja ilmaan ja tekivät tuotteillaan elinkaarilaskelmia jotka pyrkivät ottamaan huomioon tuotteen todelliset ympäristövaikutukset alkaen sen materiaalin hankinnasta päättyen tuotteen käytöstä poistumiseen saakka.

Yritysten näkökulmasta luonnonvarojen käytön vähentäminen tarkoittaa aivan uuden mittakaavan tehokkuusvaatimuksia. Yhä vähemmästä täytyy nykyisin pystyä tuottamaan yhä enemmän. (Linnanen, Markkanen & Ilmola, 1997, 11.) Tämän ei kuitenkaan tarvitse tarkoittaa laadun huononemista, vaan pikemminkin päinvastoin. Kun yritykset joutuvat tarkastelemaan koko tuotantoprosessiaan uudestaan ja pohtimaan kuinka raaka-aine saataisiin hyödynnettyä mahdollisimman tehokkaasti, siirrytään kohti laatujohtamista. Laatujohtaminenhan on organisaation strategia jossa sitoudutaan jatkuvasti lisäämään asiakkaiden tyytyväisyyttä kehittämällä toimintatapoja jotka parantavat laatua (Greenberg&Baron, 1995, 654).

Nykyisin puhutaan laatujohtamisen rinnalla usein myös ympäristöjohtamisesta, ja nämä johtamismallit kulkevatkin usein yrityksissä käsi kädessä. Linnanen ym. (1994, 31-33) mukaan "Ympäristöjohtaminen ottaa ympäristönsuojelulliset tavoitteet huomioon kaikessa yrityksen suunnittelussa, toteutuksessa ja kontrolloinnissa pyrkimyksenä ympäristökuormituksen vähentäminen ja välttäminen sekä yrityksen pitkän aikavälin tavoitteiden saavuttaminen." Ympäristöjohtamisen periaatteet ovat siis lähellä laatujohtamista - molemmissa tavoitteena on toiminnan laadun parantaminen ja kustannussäästöjen aikaansaaminen virheitä eliminoimalla.

Ympäristöjohtamisessa tarkkaillaan yritystä kokonaisuutena ja ympäristöongelmiin paneudutaan kaikissa prosessin vaiheissa. Ympäristönsuojelua ei nähdä kustannuksia aiheuttavana uhkana, vaan mahdollisuutena ja esimerkiksi saasteet nähdään virheenä yrityksen toiminnassa. (Linnanen ym. 1994, 31-33.) Ympäristöhaittojen ehkäisy nähdään parempana vaihtoehtona kuin niiden hoito jälkikäteen (Welford & Gouldson 1993, 31). Ympäristöjohtamisen ominaisuuksia ovat Linnanen ym. (1994) mukaan tavoitteellisuus, yrityksen sisäiset ja yritysten välilliset rajat ylittävä luonne sekä aikaulottuvuus suunnittelussa ja toteutuksessa. Aikaulottuvuudella viitataan siihen, että ympäristönsuojeluun tehdyt investoinnit ovat pitkäaikaisia- ja vaikutteisia. Näistä investoinneista ei yleensä pystytä osoittamaan tuottoja lyhyellä aikavälillä. (Linnanen ym. 1994, 22, 68.)

Vaikkei ympäristönsuojeluun tehtyjen investointien tuottoja ole helppo osoit-

taa, on muistettava, etteivät yritykset tekisi investointeja jolleivät ne olisi taloudellisesti kannattavia. "Yritystoiminta ja sen tuottavuus voi kasvaa, vaikka raaka-aineiden ja muiden fyysisten resurssien käyttö vähenee. Ekologisesti älykkäät yritykset korvaavat tuotteita palveluilla, kehittävät olemassaolevia tuotteita suoriutumaan samasta tehtävästä vähemmällä energian- tai materiaalikulutuksella sekä tarjoavat elämyksiä kulutuksen sijasta. Kestävän kehityksen tavoittelu ei merkitse paluuta menneisyyden puutteeseen, vaan siirtymistä uusien teknologioiden ja toimintatapojen aikakauteen." (Linnanen ym. 1997, 11.) Samalla kun yritykset pyrkivät valmistamaan mahdollisimman paljon laatukriteerit ja asiakkaiden odotukset täyttäviä tuotteita, syntyy vähemmän jätettä ja näin myös tuotantoprosessi muuttuu ympäristöystävällisemmäksi (Teollisuuden ja Työnantajain keskusliitto 1995, 7).

2.3.3 Ympäristöjärjestelmien ja -sertifikaattien kehittyminen

Samalla kun ympäristöjohtamisesta tuli kilpailukeino, lisääntyi myös ympäristöargumenttien käyttö markkinointiviestinnässä. Tarkoituksena on ollut informoida kuluttajia tuotteiden ympäristöystävällisyydestä, mutta käytännössä esimerkiksi erilaisten ympäristömerkkien käyttö markkinoinnissa on ollut sekavaa. Niinpä kuluttajan on ollut vaikea kerätä tarvitsemaansa tietoa tuotteiden ja yritysten todellisesta ympäristöystävällisyydestä.

Monet yritykset esimerkiksi tavoittelivat 80-luvulla voittoa markkinoimalla tuotteitaan ekotuotteina koska niille oli kysyntää ympäristötietoisten kuluttajien keskuudessa. Ympäristöväitteet kuitenkin menettivät nopeasti luotettavuuttaan, koska kaikki yritykset eivät todellisuudessa olleet sitoutuneet ympäristöjohtamiseen pitkällä aikavälillä. Ongelmia ympäristöystävällisyyden määrittelemisessä ovat aiheuttaneet Welfordin & Gouldsonin (1993) mukaan esimerkiksi *liioittelevat väitteet* (esimerkiksi tuotteen ilmoitetaan olevan otsoniystävällinen, vaikka se ainoastaan tuhoaa otsonikerrosta vähemmän kuin joku muu tuote). *Rinnakkaiset väitteet* tarjoavat samalle asialle useita ilmaisutapoja, jolloin asiakkaan on vaikea verrata tuotteiden ympäristöystävällisyyttä (esimerkiksi mitä eroa on otsoniturvallisella ja otsoniystävällisellä tuotteella). *Tarpeettomat väitteet* antavat tietoa, jolla ei ole merkitystä ympäristöystävällisintä tuotetta valittaessa (esimerkiksi tuoteselosteessa on maininta tuotteen kierrätettävyydestä, vaikka kaikkien kilpailijoidenkin tuotteet ovat kierrätettäviä). Ongelmia ympäristöystävällisyyden määrittelemiseen ovat tuoneet myös väitteet joita ei selitetä (esimerkiksi tuoteselosteessa on ilmoitettu tuotteen olevan fosfaatiton - tämä luo kuvaa ympäristöystävällisyydestä,

vaikkei näin välttämättä olekaan). (Welford & Gouldson 1993, 150.)

Monet yritykset antoivat harhaanjohtavia tietoja toimintansa ympäristövaikutuksista pyrkiessään hyödyntämään tilannetta jossa ympäristöystävällisille tuotteille oli kysyntää. Ympäristöviestintä ei siis antanut aina oikeaa kuvaa tilanteesta. Esimerkiksi Junkkari toi Helsingin Sanomien julkaisemassa artikkelissa esille mieliteensä eri yritysten ympäristöystävällisyyden vertailun vaikeudesta. Hän kertoi esimerkkinä tilanteen, jossa yrityksellä A ja yrityksellä B on käytettävissä yhtä paljon rahaa saastesuodattimen hankintaan ja markkinointiin. Yritys A päättää hankkia markkinoiden parhaan saastesuodattimen, mutta yritys B tyytyy hieman halvempaan malliin ja investoi sen sijaan enemmän markkinointiin painamalla hienon esitteen, jossa korostetaan yrityksen ympäristöystävällisyyttä. Kuinka kuluttaja, jonka tekniikan tuntemus on rajallista, voisi tässä tilanteessa tietää, että yritys A on investoinut ympäristönsuojeluun enemmän kuin yritys B? Entä onnistuuko yritys B ympäristöviestintään ja markkinointiin panostamalla luomaan toiminnastaan ympäristöystävällisemmän kuvan pienemmillä ympäristöinvestoinneilla? Oikean ja vertailukelpoisen informaation saaminen yritysten toiminnasta ympäristöasioiden parantamiseksi on ollut vaikeaa. Juuri tähän ongelmaan on etsitty ratkaisua kehittämällä erilaisia mittareita kuten ympäristöjärjestelmiä ja -sertifikaatteja. (Junkkari 1998.)

Ympäristökysymysten järjestelmällisen käsittelyn ja vertailukelpoisen ympäristötiedon saamisen helpottamiseksi on 1990-luvulla luotu esimerkiksi EU:n asetukseen perustuva EMAS-järjestelmä (The Eco-Management and Audit Scheme) ja kansainväliseen standardiin perustuva ISO 14001 -sertifikaatti (Ympäristöministeriö, 1997, 3). Näihin järjestelmiin sitoutuneitten yritysten määrä on kasvanut vuosi vuodelta. Esimerkiksi EMAS-rekisteriin kuului vuonna 1995 EU:ssa vain viisi eri toimipaikkaa, mutta vuonna 1996 rekisterissä oli jo lähes 400 toimipaikkaa. Vuoden 1998 marraskuuhun mennessä jo yksinään Saksassa EMAS-rekisteriin kuului 1453 toimipaikka. (Suomen Ympäristökeskus, 1999a ja 1999b.) Suomen EMAS-rekisterissä on nykyisin 19 yritystä ja 10 hakijaa odottaa hyväksymistä. ISO 14001 -standardi on Suomessa puolestaan yli 250 yrityksellä. EMAS-järjestelmän rajoittuminen teollisuuteen on osittain jarruttanut sen käyttöönottoa. Toinen eroa selittävä tekijä on se, että ISO 14001 on maailmanlaajuinen ja EMAS ainoastaan eurooppalainen järjestelmä. (EMAS-järjestelmää muokataan entistä laajemmaksi 1999.)

“EMAS-järjestelmä perustuu siihen, että yritykset tuntevat toimintansa ympäristövaikutukset ja asettavat tämän perusteella itse ympäristönsuojeluun liittyviä tavoitteita toiminnalleen. Yritykset valitsevat itse myös keinot, joilla tavoitteet saavutetaan sekä asettavat tavoitteiden saavuttamiseksi tarvittavat aikataulut. Pää-

määränä on, että yritykset vähentävät aiheuttamiaan ympäristöhaittoja aktiivisesti ja jatkuviin parannuksiin pyrkien. EMAS-asetus on osa EU:n uutta ympäristöpolitiikkaa, jossa markkinoiden ohjaamaa vaikutusta pyritään käyttämään hyväksi ympäristönsuojelun edistämiseksi hallinnollisen ja taloudellisen ohjauksen ohella.” (Ympäristöministeriö 1995, 6.) Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että järjestelmään kuuluva organisaatio on sitoutunut tekemään toimipaikallaan ympäristöauditointeja. Auditoinneissa kirjataan kaikki organisaation ympäristönsuojeluun vaikuttavat seikat, verrataan niitä aikaisempiin tarkastuksiin ja tehdään suunnitelmat korjaavista toimita. Oleellista näissä auditoinneissa on, että yrityksen ulkopuolinen taho arvioi sen toimintaa. Jokaisen auditoinnin jälkeen organisaation on laadittava julkisuuteen toimipaikkaa koskeva ympäristölausunto. Lisäksi organisaatiolla täytyy olla laadittuna ympäristöpolitiikka, johon yrityksen johto sitoutuu. Ympäristöpolitiikka sisältää ympäristönsuojelua koskevien lupaehtojen täyttämisen lisäksi sitoutumisen ympäristönsuojelun tason jatkuvaan parantamiseen. Ympäristöauditointien ja ympäristöpolitiikan perusteella luodaan yritykselle ympäristöohjelma. Ympäristöohjelma sisältää selkeät ajalliset ja määrälliset toimet ja tavoitteet ympäristöpolitiikan toteuttamiseksi. Tarkemmat toteuttamisohjeet (esimerkiksi kirjalliset työohjeet) määrittellään tuotantoyksikön omassa ympäristöjärjestelmässä. (Ympäristöministeriö 1995, 7-9.)

EMAS-järjestelmä oli siis alunperin vain teollisuusyrityksille tarkoitettu vapaaehtoinen ympäristöasioiden hallinta- ja auditointijärjestelmä Parhaillaan järjestelmää kuitenkin laajennetaan koskemaan kaikkia Euroopan unionin alueella ja EFTA-maissa toimivia organisaatioita. Niin sanottua Emas II -asetusta on käsitelty EU:n ympäristöministerineuvostossa ja asetusta muokataan entistä yhdenmukaisemmaksi ISO 14001 -standardin kanssa. (EMAS-järjestelmää muokataan entistä laajemmaksi 1999.)

Sisällöltään eurooppalainen EMAS-järjestelmä eroaa nykyisellään kansainvälisestä ISO 14001-sertifikaatista selvimmin ympäristötietojen julkistamisvaatimuksissa. EMAS edellyttää säännöllisesti julkisuuteen ja viranomaisille laadittavia ympäristölausuntoja, kun vastaavasti ISO 14001 standardissa julkisuusvaatimus on ehdollinen. EMAS edellyttää lisäksi aina järjestelmää rakentavalta toimipaikalta alustavan ympäristökatselmuksen, jonka perusteella järjestelmän laajuus määritetään. ISO 14001 standardissa tämä vaatimus ei ole yhtä selkeä vaikkakin suunnitelmien pohjaksi tehdään tilannekartoitus. EMAS myös korostaa ISO 14001 standardia selvemmin, että sitoutuminen jatkuvan parantamisen periaatteeseen koskee järjestelmän kehittämisen lisäksi myös toimipaikan ympäristönsuojelun tasoa. ISO 14001 standardin sanamuoto sallii yrityksille tässäkin suhteessa enemmän liikkumavaraa. ”Vivahde-ero sisältyy myös viranomaisvaatimusten noudattamisen

edellytyksiin. Kun EMAS edellyttää toimipaikoilta kaikkien merkittävien lupaehtojen ja -vaatimusten noudattamista (compliance), niin ISO 14001 standardissa edellytetään sitoutumista noudattamaan (commitment to comply) asiankuuluvaa ympäristölainsäädäntöä ja -määräyksiä sekä muita yrityksen ympäristövelvotteita.” (Suomen ympäristökeskus, 1999a.) Monet tutkijat ja ympäristöliikkeen edustajat kritisoivatkin sitä, että ISO 14001 jättää tavoitteen asettelun liiallisessa määrin yrityksen itsensä päätettäväksi (Honkasalo, 1999). Esimerkiksi Niskalan ja Mätäsahon (1996) mukaan ”EMAS-järjestelmän etuna suhteessa standardeihin nähden on sen avoimuus: julkisuuteen tarkotetut ympäristölausunnot sekä kolmannen osapuolen vahvistus ja näistä tekijöistä seuraava parempi uskottavuus markkinoilla.” (Niskala & Mätäsaho 1996, 117).

Sekavasta ympäristömarkkinoinnista ollaan siis vähitellen siirrytty kohti luotettavan informaation välittämistä (Linnanen ym. 1994, 200). Ympäristöjärjestelmien kehittyminen on kuitenkin vielä alkuvaiheessa, eivätkä ne luonnollisesti ole vakuuttaneet kaikkia toimivuudellaan. Ympäristöministeriössä teollisuuden ja kaupan ympäristönsuojelussa tulosryhmän päällikkönä toimivan Antero Honkasalon muun muassa Yhdysvalloissa on keskusteltu siitä, missä määrin yritykset voivat antaa viranomaisten käyttöön suorittamiensa sisäisten ympäristöauditointien tuloksia ja kuinka viranomaisten on toimittava, jos yritys ilmoittaa löytäneensä vapaaehtoisten sisäisten tarkastusten yhteydessä tapauksia, joissa yritys rikkoo viranomaismääräyksiä. Tällä hetkellä yritys välttää tällaisissa tilanteissa juridisilta seurauksilta jos se ryhtyy välittömästi korjaaviin toimenpiteisiin. (Honkasalo 1999.)

Lisäksi kriittisten arvioiden mukaan ISO 14001 standardissa huomio on keskittynyt liikaa tuotantovaiheen päästöjen vähentämiseen eikä tuotteen kehittämistä ole aina edes nähty ympäristöasioiden piiriin kuuluvana tehtävänä. ISO 14001 ei myöskään arvostelijoiden mukaan oleellisesti paranna yleisön mahdollisuuksia saada tietoa ympäristöasioista. ”Edelleen on epäilty, että yritykset laativat ympäristöohjelmansa siten, että ne sisältävät vain sellaisia toimenpiteitä, jotka ovat niille itselleen taloudellisesti edullisia. On myös pidetty suorastaan ironisena sitä, että järjestelmän sertifiointi on mahdollista vaikka yritys ei täyttäisi lainsäädännön vaatimuksia.” (Honkasalo 1999.)

Euroopassa kriittisyys ympäristöjärjestelmiä kohtaan on ollut vielä melko vähäistä ja erot suhtautumisessa järjestelmiin saattavat osin selittyä yhdysvaltalaisen ja eurooppalaisen oikeuskäytännön ja lupamenettelyiden eroilla. ”Teollisuuden ja viranomaisten väliset suhteet ovat Yhdysvalloissa usein jännittyneet; teollisuuden mielestä viranomaisvalvonta on kaavamaisista ja jäykkää. Huomio kiinnittyy määräysten pikkutarkkaan noudattamiseen, koska yritykset pelaavat varman päälle välttääkseen juridiset seuraukset. Tällöin uusien ratkaisujen kehittäminen useinkin karsii.” (Honkasalo, 1999.)

Mielenkiintoiseksi ympäristöjärjestelmien kehittämisen seuraamisen tekee juuri päällekkäisten järjestelmien olemassaolo ja niiden käyttö erilaisissa yhteisöissä. Toisaalta juuri eri järjestelmien olemassaolo tekee ympäristöasioiden vertailun edelleenkin monimutkaiseksi kuluttajalle. Olisiko sitten mahdollista, että saataisiin aikaiseksi yksi ainoa järjestelmä jota kaikki yritykset noudattaisivat? Ainaakaan Junkkari (1998) ei usko tähän näkemykseen, sillä hänen mielestään: "Ympäristöasioista on tullut yrityksille kilpailukysymys. Jos yritys A hankkii ISO 14 001 -ympäristösertifikaatin, niin yritys B:n on kilpailusyistä saatava se myös. Sitten kun ympäristöjohtamisjärjestelmien markkinat on kyllästetty, niin kehitetään vielä luontoystävällisempi standardi, esimerkiksi ISO 14 002." (Junkkari 1998.)

Suurimman kilpailuedun saavat siis ne yritykset, jotka ovat edelläkävijöitä ympäristöasioiden kehittämässä ja niiden yhdistämisessä omaan toimintaansa. Saadakseen median ja mielipideryhmien huomion, yrityksen täytyy pystyä osoittamaan, että se on tehnyt työtä aiheuttamiensa ympäristöhaittojen vähentämiseksi. (Welford & Gouldson. 1993, 10.) "Ympäristöä koskevaa yhteiskunnallista keskustelua ovat hallinneet mielikuvat ja tunteet. Ympäristö on tekijä, johon liittyy vahva tunnelataus. Päätöksenteko ei kuitenkaan voi perustua pelkästään mielikuviin ja tunteisiin. Sen tueksi tarvitaan objektiivista tietoa ympäristöön liittyvistä asioista. Objektiivinen tieto selkeyttää myös yhteiskunnallista keskustelua." (Niskala ja Mätäsaho 1996, 14.) Keskustelua eivät käy enää amatöörit vaan ympäristöasioiden ammattilaiset (Väliverronen, 1998, 82). Ympäristöviestinnässä informaation merkitys korostuu. Uskottava ympäristöviestintä perustuu tosiasioihin ja luottamus yritykseen syntyy avoimen ja rehellisen tiedottamisen avulla. Koska vastaanottajien tiedon taso ympäristöasioissa vaihtelee, on informaation oltava jokaiselle vastaanottajaryhmälle kohdennettua. (Linnanen ym. 1994, 203-210.) Rehellisen ja luotettavan tiedon välittäminen ymmärrettävästi juuri oikealle kohderyhmälle ei aina ole helppoa. Seuraavassa luvussa pohditaankin mikä on yritysten rooli julkisessa keskustelussa ja kuinka niiden tulisi kehittää viestintäänsä voidakseen paremmin reagoida toimintaympäristössään tapahtuviin muutoksiin.

3 YMPÄRISTÖVIESTINTÄ JA JULKISEEN KESKUSTELUUN OSALLISTUMINEN

Linnanen ym. (1997, 137-138) ovat kuvailleet suomalaisen metsäteollisuuden osallistumista ympäristökeskusteluun seuraavanlaisesti: "Suomalaiset yritykset menettävät ympäristömaineensa usein turhaan, pelkkää omaa passiivisuuttaan. Yritykset jäävät odottamaan muiden keskustelijoiden kommentteja, joita sitten oikaistaan päätoimittajille suunnatuissa kirjeissä. Yksi lehtijuttu ei vielä ole keskustelua. Todellinen yhteiskuntaan vaikuttava keskustelu kestää pitkään. Se tarvitsee polttoainetta, säännöllisesti jaettua uutta tietoa, joka valottaa asiaa monesta eri näkökulmasta. Yksinpuhelu ei ole keskustelua. Aktiivinen julkiseen keskusteluun osallistuminen tarkoittaa sitä, että yritys on itse rohkeasti ja rehellisesti mukana keskustelussa. Oman alansa asiantuntijana yritys on vastuussa siitä, että keskusteluun tuodaan tutkimuksia, kansainvälisten asiantuntijoiden kommentteja, tilastoja ja vertailukelpoisia lukuja." (Linnanen ym. 1997, 137-138.)

Downsin (1988) mukaan organisaatiot voivat toimia ympäristönsä suhteen avoimena tai suljettuna. Suljettu systeemi ylläpitää tiettyjä rajoja siten, ettei se reagoi eikä tule vaikutetuksi ympäristön tapahtumista. (Downs, 1988, 39.) Suomen metsäteollisuuden tapaa reagoida esitettyyn kritiikkiin 90-luvun alussa voisi kuvailla melko suljetuksi, sillä vaikkakin syytöksiin loppujen lopuksi reagoitiin, tapahtui se melko hitaasti. Avoimempi toimintatapa mahdollistaa Downsin (1988, 40) mukaan organisaatiolle paremman kyvyn aistia ympäristönsä ja sopeutua mahdollisesti tulossa oleviin muutoksiin.

Kuten edellä jo todettiin, maassamme 80- ja 90-lukujen taitteessa voimakkaasti kasvanut julkinen ympäristökeskustelu tuli suomalaisen metsäteollisuuden

edustajille yllätyksenä. Kun keskusteluun ei oltu varauduttu, kärjistyi tilanne kriisiksi, jossa metsäteollisuus todella joutui ponnistelemaan pelastaakseen maineensa. Tämän luvun tarkoituksena on selvittää, kuinka yritykset voisivat ennakoita mahdollisia uusia nousevia keskustelunaiheita ja osallistua julkiseen keskusteluun ennen kuin tilanteet kehittyvät kriisien tasolle.

Kriisijohtamisesta puhutaan nykyään paljon. Aivan liian usein kriisijohtaminen on kuitenkin virheellisesti koettu välineeksi jolla hoidetaan yksittäinen ongelmatilanne sen sijaan, että se nähtäisiin jatkuvasti kehittämistä vaativana kriisejä ennaltaehkäisevänä prosessina. Laatimalla kriisitoimintaoppaan moni yritys luulee olevansa valmis kohtaamaan minkä tahansa tilanteen (Miller, 1999). Kitton (1998/1999) mukaan monet yhtiöt joutuvat käyttämään rahaa ilmenneiden kriisien ratkaisuun jälkikäteen, vaikka tämä raha olisi järkevämpää käyttää tulevaisuuden kriisitilanteiden ehkäisyyn. Kriisitilanteet eivät toki aina ole vältettävissä, mutta niistä voi hyötyä oppimisen ja omien toimintatapojen parantamisen kautta (Andrews & Baird 1989, 301). Pahimmassa tapauksessa kriisit koetaan yritykselle niin suurena uhkana, etteivät johtajat niiden pelossa uskalla ottaa mitään riskejä ja näin ollen toimivat tehottomammin ja vanhojen tuttujen tottumusten mukaisesti (Kitto, 1998/1999). Parhaimmillaan kriisitilanteet voivat kannustaa organisaatiota luovuuteen, kasvuun ja luoda uutta motivaatiota muutokseen (Andrews & Baird 1989, 319).

Ympäristöviestinnän hallinta ja positiivisten mielikuvien luominen on nykyisellään jo yksi yrityksen elinehtoja, sillä kriisien hoitaminen jälkikäteen on tullut entistä vaikeammaksi. Ei ainoastaan yleinen mielipide vaan myös lainsäädäntö on muuttunut tiukemmaksi ja yritysten on varauduttava entistä paremmin puolustamaan toimiansa. Suomessa esimerkiksi on tullut 1990-luvun puolenvälin jälkeen voimaan uusi ympäristövastuulaki, jossa sovelletaan ankaran vastuun periaatetta. Lain mukaan riittävän perusteltu epäily ympäristövahingon aiheuttamisesta voi johtaa korvausvelvollisuuksiin ja rangaistuksiin, mikäli epäilty yritys ei kykene osoittamaan syytteitä vääriksi. (Linnanen ym. 1997, 14.) Nyt siis yritys joutuu todistamaan syyttömyytensä kun aiemmin epäilijä joutui osoittamaan yrityksen syyllisyyden.

Kappaleessa kaksi käsiteltiin julkisen ympäristökeskustelun elinkaarta ja pohdittiin, mitkä tahot julkisen keskustelun kussakin vaiheessa osallistuvat keskusteluun. Ympäristökeskustelu on tutkimusten mukaan ohittanut jo kiivaimman vaiheensa ja jolleivät uudet ympäristöongelmat kiihdytä sitä uudelleen käyntiin tulee se taantumaan edelleen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että yritykset voisivat jälleen vetäytyä kuoreensa ja unohtaa yhteisön olemassaolon. Samalla kun jotkin keskustelunaiheet kuihtuvat syntyä alituisen uusia julkisia keskustelunaiheita jotka voivat olla yritykselle uhkia tai mahdollisuuksia riippuen siitä, kuinka hyvin

se on valmistautunut haasteisiin. Kuinka yritys voisi siis ennakoida julkista keskustelua ja valmistautua paremmin kohtaamaan ympäristön muutokset?

3.1 Julkisen keskustelun hallinta - Issues Management

Vaikka tämä tutkimus onkin keskittynyt nimenomaan ympäristökeskustelun seuraamiseen, on muistettava, että samanaikaisesti yhteisössämme käydään useita eri keskusteluja. Näistä keskustelunaiheista organisaatioiden olisi pyrittävä tunnistamaan ne joilla voi olla vaikutusta organisaation toimintaan. Organisaation kyky havainnoida uusia ja sen toimintaa mahdollisesti uhkaavia julkisen keskustelun aiheita vaikuttaa sen toimintamahdollisuuksiin kriisitilanteen torjumisessa. Saa-dakseen reagointiin tarvittavaa aikaa, yrityksen on pyrittävä ennakoimaan tulevia keskusteluja.

Kitto (1998/1999) jakaa julkiset keskustelut kolmeen eri luokkaan sen mukaan kuinka suorasti keskusteluun voidaan kyseisellä tarkasteluhetkellä vaikuttaa. Näitä luokkia ovat: 1) *Nykyiset keskustelunaiheet* ovat aiheita joiden parissa parhaillaan toimitaan, 2) *Ilmaantuvat aiheet* ovat keskustelunaiheita jotka tulevat käsittelyyn muutaman vuoden kuluessa, mutteivät vielä ole saavuttaneet vaihetta jossa niitä on helpointa kontrolloida ja 3) *Sosiaaliset trendit* koskettavat muuttuvia asenteita ja käyttäytymistapoja ja niihin on vaikeinta vaikuttaa. (Kitto, 1998/1999.) Organisaation tulisi pyrkiä tunnistamaan ilmaantuvat aiheet ja trendit jo niiden syntyvaiheessa pystyäkseen reagoimaan niihin aiheiden kehittyessä ajankohtaisemmiksi.

Grunigin (1992a) mukaan keskusteluyhteyden ylläpitäminen ja sidosryhmien kanssa auttaa rakentamaan pysyvän pitkäaikavälin suhteen jonka avulla voidaan hallita mahdollisia myöhemmin ilmeneviä konfliktitilanteita. Saattamalla yleisön mukaan yrityksen päätöksentekoon ja viestimällä päätösprosesseista voidaan välttää tilanteen kärjistyminen kampanjoinniksi. "Issues managementin" tehtävä on ennakoida näitä nousevia keskustelunaiheita ja hallita organisaation osallistumista keskusteluun. Mikäli organisaatio ei reagoi ajoissa, se on pakotettu kehittämään kriisiviestintäsuunnitelmia. (Grunig 1992a, 124.)

"Issues management" on siis toimintaa jonka tarkoituksena on tunnistaa ilmeneviä trendejä ja aihealueita joiden käsittely voi mahdollisesti vaikuttaa organisaation toimintaan lähivuosien aikana. Menetelmä pyrkii kehittämään organisaatiota positiiviseen suuntaan tulevaisuuden haasteiden vastaanottamisessa. (Miller, 1999.) Toisin sanoen "issues management" pyrkii estämään kriisit ennen kuin ne syntyvätään. Käytännössä "issues management" menetelmä edellyttää ympäris-

tön havainnointia ja tiedon keruuta koskien yhteisössä vallitsevia mielikuvia organisaatiosta, organisaatiolle tärkeistä aihealueista ja yleisön reaktioista julkiseen keskusteluun. Median sisältöanalyysi, sidosryhmäsuhteiden ylläpito ja erityisesti median edustajien ja asiantuntijoiden käyttö apuna tulevien sosiaalisten trendien ja julkisten keskustelunaiheiden tunnistamisessa ovat tärkeitä tiedon keruumenetelmiä. (Dozier 1999.) Näitä menetelmiä tullaan käytännössä kokeilemaan tämän tutkimuksen empiirisessä osiossa, jossa selvitetään median ja valittujen sidosryhmien mielikuvia ja asenteita koskien Enson Imatran tehtaiden tapaa toimia ja viestiä ympäristöasioissa.

3.2 Sidoryhmät tiedon välittäjinä

Vaikka sidoryhmäajattelulla on jo suhteellisen pitkät perinteet ja käsite on jo viestinnän ja markkinoinnin ammattilaisten parissa vakiintunut, on lienee hyvä tässä yhteydessä selvittää kuinka keskeinen merkitys sidoryhmillä on tiedon välittäjinä organisaation ja sitä ympäröivän yhteisön välillä. Sidoryhmien merkitys tiedon välittäjinä ja keskustelukumppaneina korostuu "issues management" ajattelussa. Organisaatio pystyy sidoryhmien välityksellä saamaan tietoa ympäröivästä yhteiskunnasta ja välittämään omia viestejään organisaation ulkopuolelle.

Millään organisaatiolla ei ole resursseja ylläpitää suhteita kaikkiin ihmisiin ja organisaatioihin. Tämän vuoksi on tärkeää määritellä ketkä ovat niitä sidoryhmiä, joihin yhteys pyritään luomaan ja säilyttämään. (Dozier&Ehling 1992, 169.) Sidoryhmälistan laatiminen tapahtuu pohtimalla mihin tahoihin yrityksen toiminnalla on vaikutuksia ja toisaalta ketkä voivat toiminnallaan vaikuttaa yritykseen (Grunig, 1992a, 126).

Dozier, Grunig & Grunig (1995, 31) ovat segmentoineet organisaatiota ympäröivät yleisöt neljään joukkoon sen mukaan miten organisaatio vaikuttaa noiden joukkojen edustajiin. Ne yksilöt ja organisaatiot joihin organisaation toiminta ei millään tavalla vaikuta kuuluvat "nonpublic" -joukkoon. Tahot joihin organisaation toiminta vaikuttaa heidän sitä tiedostamattaan ovat piilevää yleisöä. Kun nämä tahot joita organisaation vaikutukset koskevat havaitsevat yhteisen ongelman, heistä tulee tiedostava yleisö. Kun he sitten organisoituvat tehdäkseen jotain ongelmalle, heistä tulee aktiivinen yleisö. (Dozier ym. 1995, 31.)

Koska juuri tämä viimeksi mainittu aktiivisen yleisön joukko on se sidoryhmä joka puolestaan voi toimillaan vaikuttaa yrityksen toimintaan, saatetaan yrityksen viestinnässä usein jättää huomioimatta piilevät ja tiedostavat yleisöryhmät. Kriisitilanteita ennakoimaan ja välttämään pyrkivä viestijä ei kuitenkaan keskity

vain aktiivisen yleisön seuraamiseen, vaan hän pyrkii keskustelemaan myös passiivisempien yleisöjen kanssa silloin kun neuvottelunvaraa vielä on. (Dozier ym. 1995, 31-32.) Kommunikointi aktiivisen yleisön kanssa ei useinkaan ole helppoa. Aktiivinen yleisö ei vain passiivisesti vastaanota organisaation lähettämää tietoa, vaan hankkii tietoa monista eri lähteistä ja saattaa jopa torjua yrityksen lähettämät viestit tai tulkita niitä kriittisemmin kuin passiivisempi yleisö. (Dozier&Ehling 1992, 171 ja Dozier ym. 1995, 31) Toisaalta juuri sidosryhmien aktiivisuus tekee heistä organisaation kannalta tärkeitä tiedon välittäjiä - sidosryhmien välityksellä yritys tavoittaa useampia tahoja kuin mihin se pelkästään omilla viestintäresursseillaan kykenisi.

Käytännössä tyypillinen organisaation sidosryhmälista pitää sisällään mm. omistajat, kuluttajien edustajat, asiakkaat, median, työntekijät, erityiset aktivistiryhmät, yhteistyökumppanit ja viranomaiset (Grunig, 1992a, 126). "Sidosryhmät ovat yhteisön henkireikä ulkomaailmaan. Niiden kautta yhteisö saa viestinsä eteenpäin, ja niiltä yhteisö saa myös arvokasta tietoa toimintansa kehittämiseen." (Ikävalko, 1994, 195).

Sidosryhmien toimiminen tahokkaina tiedon levittäjinä perustuu siihen, että jokaisella sidosryhmän edustajalla on oma henkilölähiverkkonsa jossa hän viestii. Henkilölähiverkkoja on kolmea lajia: 1) lähiverkot eli henkilöt jotka tunnemme hyvin, henkilökohtaisella tasolla (esim. perheenjäsenet), 2) puskaradio eli henkilöt joita emme tunne kovin hyvin, mutta joiden kanssa olemme melko säännöllisesti tekemisissä (esim. työtoverit) ja 3) satunnaisverkko eli henkilöt, joita tapaamme satunnaisesti (esim. ihmiset junamatkalla). Yhden henkilön lähiverkkoon kuuluu yleensä noin 25 henkeä. Toisin sanoen pienessä tai keskisuuressa kaupungissa toimivan suuren työyhteisön henkilökunnan yhteenlaskettu lähiverkko tavoittaa lähes kaikki kaupunkilaiset. (Åberg 1994, 119-120.)

Lähiverkkojen teho viestin välittäjinä perustuu nopeuteen, viestien kertautumiseen ja siihen, että esittäjään uskotaan ja luotetaan (Åberg, 1994, 120). Osa sidosryhmien edustajista voi olla myös niin sanottuja mielipidejohtajia. "Mielipidejohtaja on henkilö, joka henkilökohtaisella panoksellaan pystyy vaikuttamaan haluumallaan tavalla toisten asenteisiin tai käyttäytymiseen. Mielipidejohtajuus on suhteellisen jatkuvaa. Mielipidejohtajan puoleen käännetään aina silloin, kun tarvitaan neuvoa tietystä asiasta". (Åberg 1993, 117.) Mielipidejohtajat eivät välttämättä ole henkilöitä jotka henkilökohtaisesti tunnemme, vaan he voivat olla myös henkilöitä joita muutoin arvostamme (Åberg 1994, 51). Mielipidejohtajat keräävät tietoja ja välittävät niitä muille (Wiio 1992, 80). He seuraavat muita enemmän joukkoviestimiä, heillä on paljon yhteyksiä henkilöihin, jotka vaikuttavat kohderyhmänsä edustajien päätöksentekoon, he osallistuvat sosiaalisesti, heillä on korkea sosiiaalinen

asema, he ovat uudistusystävällisiä mikäli sosiaalinen järjestelmä on muutoshaluisen ja säilyttävät perinteisiä toimintamuotoja jos normit ovat perinteisempiä. (Åberg 1993, 117.)

Tärkeimpien sidosryhmien ja mielipidejohtajien tunnistaminen on siis yrityksen viestinnän kannalta tärkeää. Ketkä ovat sitten yrityksen tärkeimpiä sidosryhmiä ja mielipidejohtajia nimenomaan ympäristöasioissa?

3.2.1 Sidosryhmät ympäristökysymyksissä

Heiskanen, Kärnä & Lovio (1995) esittelevät tutkimuksen, jossa yritysjohtajia pyydettiin valitsemaan kolme tärkeintä tahoa, joiden ympäristökysymyksiin liittyvät vaatimukset vaikuttavat yritykseen eniten, sekä asettamaan nämä tärkeysjärjestykseen. Kaikissa pohjoismaissa tärkeimmäksi tahoksi arvioitiin viranomaiset ja toiseksi tärkeimmäksi tahoksi arvioitiin maasta riippuen joko asiakkaat tai yrityksen henkilöstö. (Heiskanen ym. 1995, 74.)

Welfordin ja Gouldsonin (1993, 8-10) mukaan sidosryhmiä jotka yrityksen tulisi huomioida ympäristöjohtamisessa ja ympäristöviestinnässä ovat asiakkaat, kauppakumppanit, yhteisö, työntekijät, rahoittajat ja vakuutuksien antajat sekä media ja mielipideryhmät. Edellisessä luvussa pohdittiin kuinka ympäristöarvojen kehittyminen ja ympäristöjohtaminen ovat vaikuttaneet yritysten toimintatapoihin ja kuinka edelläkävijäyritykset ovat voineet hyötyä näistä muutoksista. Olennaista on kuitenkin huomioida myös mitä lisäarvoa ympäristöjohtaminen tuo yrityksen tärkeimmille sidosryhmille. Seuraavaksi esitelläänkin Welfordia ja Gouldsonia (1993, 8-10) mukaillen joitakin esimerkkejä siitä kuinka ympäristöjohtaminen vaikuttaa eri sidosryhmiin ja tätä kautta myös yrityksen kilpailukykyyn.

Ympäristöystävälliset tuotteet luovat ympäristötietoiselle kuluttajalle lisäarvoa. Kuluttaja tuntee käyttäytyvänsä oikein ostaessaan ympäristöystävällisen tuotteen. Kuten edellä kuluttaja-asenteita käsittelevässä kappaleessa todettiin, suurin osa kuluttajista koki edistävänsä ympäristönsuojelua ostamalla ja käyttämällä ympäristöystävällisiä tuotteita. Yritys puolestaan voi saavuttaa kilpailuetua kohdentamalla tuotteensa ja sen markkinoinnin juuri näille "vihreille" kuluttajille.

Koko yhteisön näkökulmasta katsottuna ympäristöjohtaminen alentaa ympäristökatastrofin riskiä ja lisää näin ollen turvallisuuden tunnetta. Kun yritys hoitaa vastuullisesti omat ympäristöasiansa saa se osakseen luottamusta ja vaikutusmahdollisuudet yhteisön sisällä paranevat. Myös työntekijöille turvallisuus on tärkeää. Ympäristöjohtamisella voidaan taata heille terveellisempi ja turvallisempi työympäristö. Yritys puolestaan saavuttaa kilpailuetua, kun työntekijät ovat terveitä,

työstään kiinnostuneita ja motivoituneita.

”Omistajat ja rahoittajat ovat kiinnostuneita siitä, miten ympäristöasiat vaikuttavat yrityksen kilpailukykyyn ja kannattavuuteen. Hyvä ympäristöosaaminen on useimmiten sidoksissa resurssitehokkuuteen ja sitä kautta kannattavuuteen. Erityisesti rahoittajia ja omistajia kiinnostavat yrityksen ympäristönsuojelulliset riskit, kuten saastuneiden maa-alueiden puhdistamisvelvoitteet.” (Linnanen ym. 1997, 76-77) Yrityksen rahoituksen kannalta on tärkeää saada rahoittajat vakuutuneeksi siitä, että yrityksen ympäristöriskit ovat mahdollisimman pienet ja yritys toimii vastuullisesti. Muutoin esimerkiksi rahoitus- ja vakuutusehdot saattavat aiheuttaa suuria lisäkustannuksia.

Suhteet mediaan ja eri mielipideryhmiin (esimerkiksi ympäristöaktivistit) ovat tärkeitä, jotta yritys saisi mahdollisimman positiivista julkisuutta ja pystyisi itse paremmin kontrolloimaan toimintaansa koskevan tiedonlevityksen totuudenmukaisuutta. Hyvät suhteet helpottavat myös negatiivisen julkisuuden käsittelyä. Avoin ja aktiivinen vuorovaikutus lähiympäristön asukkaiden kanssa ja yhteisöjen kanssa on tärkeää. Näin voidaan välttää monia vääriä käsityksiä ja turhia pelkoja. Mitä paremmat ja asiallisemmat ovat yrityksen suhteet viranomaisiin, sitä paremmin sujuvat myös lupa-asiat. (Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto 1995, 53-54.)

Kakkien ympäristöjohtamisen kannalta tärkeiden sidosryhmäsuhteiden ylläpitäminen ja kehittäminen vaatii organisaatiolta osaamista ympäristöviestinnässä. Organisaation ympäristöviestinnän haasteena on tunnistaa tärkeät sidosryhmät ja mielipidejohtajat ja kyetä tarjoamaan heille heidän tarvitsemaansa oikeaa informaatiota. Seuraavaksi käsitelläänkin lyhyesti mitä ympäristöviestinnällä tarkoitetaan ja millaista hyvä ympäristöviestintä on.

3.3. Yrityksen ympäristöviestintä

Ympäristöviestinnästä löytyy hyvin vähän tieteellistä kirjallisuutta. Ympäristöviestintää sivutaan kuitenkin usein ympäristölaskentatoimen ja ympäristöjohtamisen kirjallisuudessa. Näissä teoksissa ympäristöviestinnästä puhuttaessa viitataan usein ympäristöraportteihin, mutta unohdetaan niiden olevan vain yksi pieni osa ympäristöviestintää. Koska valmista ympäristöviestinnän määritelmää ei ole, lähestytään aihetta organisaation kokonaisviestinnän näkökulmasta. Ympäristöviestinnän katsotaan siis olevan yksi osa organisaation kokonaisviestintää.

Organisaatiot voidaan Ikävälkon (1994) mukaan jakaa viestintänäkemyksen-

sä ja -strategiansa mukaan kolmeen ryhmään:

1. *Aktiivinen viestijä*. Yhteisö on laatinut viestinnälleen tavoitteet ja niitä tukevan ohjelman. Perusajatuksena on se, että yhteisö pyrkii itse kertomaan asioistaan ensimmäisenä ja vaikuttamaan myös ulkoiseen kuvaansa.

2. *Reaktiivinen viestijä*. Yhteisö ei suunnittele viestintäänsä mitenkään, mutta suhtautuu avoimesti ja kertoo asioistaan, kun joku keksii kysyä.

3. *Passiivinen tai vetäytyvä viestijä*. Yhteisö tekee kaikkensa välttymään tapaamasta muita kuin aivan läheisiä ryhmiään ja jakaakseen tietoa ulkopuolisille. Kun joku kiinnostuu, yhteisö vetäytyy kuoreensa täysin ja kieltäytyy yhteistyöstä tietoa haluavien kanssa." (Ikävalko 1994, 13.)

Kuten edellä todettiin, harva suomalaisista metsäteollisuusyrityksistä oli ympäristökeskustelun herätessä valmiina oman viestintäsuunnitelmansa kanssa avoimesti kertomaan omasta toiminnastaan. Yrityksiin sopi tuolloin paremminkin passiivisen viestijän kuvaus kuoreen vetäytymisineen ja julkisuudelta suojautumisineen. Pian kuitenkin huomattiin, ettei sulkeutuneisuus auttanut vaan avoin ja aktiivinen viestintä oli yksi kilpailukeinoista. Kun metsäteollisuuden edustajat huolestuivat toimialansa huonosta ympäristöimagosta alettiin julkisuudessa puhumaan jopa imagonrakennuskampanjoista. Mutta mitä oikeastaan tarkoitetaan ympäristöimagolla ja voidaanko sitä ylipäänsä rakentaa?

Imagoajattelun mukaan organisaatio ei voi itse päättää imagostaan, koska imagot ovat kunkin henkilön kohteeseen liittämiä ominaisuuksia (Lehtonen, 1997). Organisaation tavoitekuva, jonka se on itselleen asettanut voidaan kutsua profiiliksi (Ikävalko, 1996, 21). Organisaation lähettämät sanomat joilla se pyrkii profiiliaan tukemaan, vaikuttavat vastaanottajaryhmien muodostamiin mielikuviin. Ihmiselle kohteesta muodostuva mielikuva ei ole kuitenkaan sama kuin kohde itse. Esimerkiksi organisaation toimintaan liittyvä objektiivinen tieto, kokemukset, asenteet ja odotukset muokkaavat mielikuvia. Mielikuvat vaikuttavat organisaation imagoon ja maineeseen yleisön silmissä. (Lehtonen, 1997 ja Ikävalko 1996, 21)

Yritys voi siis yrittää vaikuttaa mielikuviin joita sidosryhmät saavat koskien sen toimintaa, mutta mielikuvat rakentuvat niin monesta eri tekijästä, ettei yritys yksinään voi kontrolloida imagonsa rakentumista. Sen on otettava viestinnässään huomioon jo vallitsevat mielikuvat ja asenteet ja näiden selvittämiseksi yritysten on siirryttävä kohti kaksisuuntaista viestintää.

3.3.1 Siirtyminen yksisuuntaisesta kaksisuuntaiseen viestintään

Dozier ym. (1995, 13) jakavat organisaatioiden pr- ja viestintätavat yksisuuntaisiin

ja kaksisuuntaisiin malleihin. Yksisuuntaista viestintää harjoittavat organisaatiot huolehtivat siitä, että tieto kulkee yrityksestä ulos, mutta tieto organisaation ulkopuolelta takaisin yrityksen päätöksentekijöille ei kulje. (Dozier ym 1995, 13.) Tällainen toimintatapa perustuu vanhoihin uskomuksiin viestinnän vaikutuksista. Vielä vuosisadan alussa uskottiin, että joukkoviestinnällä voidaan muokata yleistä mielipidettä mielin määrin. Vähitellen kuitenkin huomattiin, että propaganda toimii vain niin sanotussa sulkeisessa yhteiskunnassa, jossa vastakkaiset tiedot on suljettu pois. Niinpä jo 1940-luvun alussa kyseenalaistettiin lääkeruiskuteoriaksi kutsuttu malli, jonka mukaan yleisö on passiivisesti sanomia vastaanottava ja niihin uskova massa. (Wiio 1989, 237-238.) Silti vielä monet yrityksistä pitivät riittävänä viestintänä tiedon lähettämistä ulos organisaatiosta. Wiio kirjoitti vielä vuonna 1989 seuraavanlaisesti: "Meidän päivittäinen viestintämme on paljolti viestintää viestinnän vuoksi sanoman sisällöstä piittaamatta... Tiedottajat ovat useimmiten huolissaan siitä, miten sanomat saapuvat perille vastaanottajille, mutta harvoin pohtivat sitä, miten sanomat ymmärretään tai mitä tietoa tulisi viestiä." (Wiio 1989, 24.)

Kaksisuuntaiset viestintätavat Dozier ym. (1995,13) jakavat epäsymmetrisiin ja symmetrisiin malleihin. Kaksisuuntaisessa mutta epäsymmetrisessä viestintävassa viestintähenkilöillä on suuri merkitys tiedon kerääjinä. He välittävät tietoa yleisöistä organisaation päätöksentekijöille ja pyrkivät kehittämään viestejä jotka vaikuttaisivat yleisöön yrityksen haluamalla tavalla. Yleisöstä kerättyä tietoa ei käytetä hyödyksi omien tavoitteiden ja toimintatapojen määrittelyssä. (Dozier ym. 1995, 13.) Tässä mallissa huomioidaan jo, että lähettäjän tuottama sanoma on materiaalia joka ei vastaanottajalle ole sellaisenaan vielä mitään, vaan joka vaatii häneltä tulkintaa "Jos sanoman vastaanottajan tulkinta- ja merkitysjärjestelmään kuuluviin merkityksiin ja koodeihin ei sisälly samoja merkityksiä ja koodeja, joita kuuluu lähettäjän vastaavaan järjestelmään, sanoma ei koskaan voi saavuttaa vastaanottajan tajuntaa samansisältöisenä kuin lähettäjä on ajatellut." (Wiio 1984, 87-88.) Tämän vuoksi viestinnän tulee olla paitsi informaation lähettämistä kohdeyleisölle, myös informaation keräämistä ympäristöstä. Tämän tiedon avulla organisaatio voi paremmin vastata kohderyhmiensä odotuksiin ja ympäristön haasteisiin.

Dozierin ym. kaksisuuntaista symmetristä viestintämallia noudattava organisaatio käyttää tehokkaasti hyväkseen ympäristöstä keräämäänsä tietoa. Viestinnän tehtävänä on käyttää tietämystä yleisöstä apuna johdon konsultoinnissa viestintäsuunnitelmia tehtäessä. Tavoitteena on hallita konfliktitilanteet ja etsiä yhteisymmärrys tärkeimpien sidosryhmien kanssa.

3.3.2 Vastaanottaja tiedon käsittelijänä

Åberg (1993) toteaa seuraavaa: "Monet yritykset olettavat omahyväisesti, että vastaanottajat jo tietävät paljon siitä ja sen tuotteista ja palveluista. Parempi olisi edetä varovaisemmin ja olettaa tiedot vähäisiksi." (Åberg 1993, 75.) Eri sidosryhmien tiedon määrä ja halukkuus ottaa tietoa vastaan vaihtelee. Monet tutkijat ovat pyrkineet määrittelemään kuinka erilaiset vastaanottajatyypit käsittelevät ja vastaanottavat tietoa.

Grunig (1992a, 139) on jakanut vastaanottajat neljään joukkoon sen mukaan mikä on heidän tapansa ottaa informaatiota vastaan: 1) Kaikkien aiheiden yleisön (All-issue Publics) edustaja on aktiivinen kaikkien aiheiden käsittelyssä, 2) Innottoman yleisön (Apathetic Publics) edustaja on tarkkaamaton kaikkien aiheiden käsittelyssä, 3) Yksittäisen aiheen yleisön (Single-Issue Publics) edustaja on aktiivinen pienessä joukossa aiheita jotka koskevat pientä osaa väestöstä ja 4) Kuumien aiheiden yleisön (Hot-issue Publics) edustaja on aktiivinen vain jos aihe koskettaa lähes jokaista ja aihe on saanut paljon julkisuutta. (Grunig, 1992a, 139.)

Vastaanottajan asenteet vaikuttavat häneen tapaansa vastaanottaa tietoa. Koska ihminen ei voi käsitellä kaikkea olemassa olevaa tietoa, täytyy yksilön jollain tavoin valikoida ja suodattaa tietoa. Tätä toimintaa kutsutaan selektiiviseksi havainnoinniksi. Tällä tarkoitetaan sitä, että yksilön ennakkomielikuva käsiteltävästä aiheesta on kuin aurinkolasit, joiden läpi ihminen katselee. Jos ennako-odotus on kielteinen, ihminen on herkempi havaitsemaan kielteisiä piirteitä ja vastaavasti tarkkaamattomampi tekemään havaintoja myönteisistä piirteistä. (Lehtonen, 1990) Festningerin dissonanssiteorian mukaan ihmiset pyrkivät pitämään yllä tasapainoa elämässään. Jos meihin siis esimerkiksi kohdistuu sanomia, jotka eivät ole asenteittemme mukaisia, emme mielellämme muuta asenteitamme tai käyttäytymistämme, vaan syntyy ristiriita jota pyrimme välttämään joko torjumalla epämiellyttävät tai hyödyttömät sanomat tai järkeilemällä riitasoinnut pois (Wii 1992, 148-149 ja Åberg 1994, 44).

Olemassa olevia asenteita on siis vaikea muuttaa. Niitä voi sen sijaan pyrkiä halutessaan tukemaan ja vahvistamaan. Åberg (1994) tuo teoksessaan esille McGuiren teorian jonka mukaan on olemassa kaksi tapaa vahvistaa vastaanottajan jo olemassa olevia asenteita: vahvistus- ja rokotusmalli. Vahvistusmallin mukaan nykyasenteet säilyvät, kun annetaan niitä tukevia viestejä. (Åberg, 1994, 45-46) Käytännön esimerkkinä tällaisesta toimintamallista voitaisiin pitää esimerkiksi joidenkin Yhdysvalloissa toimivien peitejärjestöjen tapaa viestiä. Suuryhtiöt ovat panneet näiden peitejärjestöjen kautta käyntiin vastahyökkäyksen ympäristönsuojelijoita vastaan. Esimerkiksi lapsille on annettu ilmaista opetusmateriaalia joka

on esittänyt suuryhtiöiden kannan tosiasiana. Toinen esimerkki tällaisesta asenteita säilyttämään pyrkivästä vahvistusmallin käytöstä ovat selkeästi ympäristönsuojelua vastustavat järjestöt. Esimerkiksi vuonna 1988 perustettu kansalaisliike WUM (Wise Use Movement) ruokki maaseudun asukkaiden pelkoja työpaikkojen menettämisestä ja luo epäluuloja ympäristönsuojelijoita kohtaan kärjistämällä lausuntoja. WUM kuvaa itseään heikosti rahoitetuksi kansalaisliikkeeksi, joka edustaa keskitason amerikkalaista. (Vahtera 1998.) Vahvistusmallin heikkoutena on se, että viestit koetaan herkästi vanhan liturgian toistamisena (Åberg, 1994, 45-46). Wiio (1992, 157) on myös todennut, että pelon vaikutus on suostutteluun on parhaimmillaan silloin kun pelkoa ei ole liian paljon tai liian vähän. Pelkkien uhkakuvien maalailu ei ole siis paras mahdollinen keino vaikuttaa asenteisiin niin teollisuuden kuin ympäristönsuojelijoidenkaan kannalta.

McGuiren rokotusmallin mukaan nykyasenteet kuitenkin säilyvät paremmin jos vastaanottajalle ensin annetaan heikennetty annos vastapuolen väittämiä. Näiden tarkoituksena on herättää kuulija pohtimaan, kuinka asiat oikeastaan ovat. Tämän jälkeen vastapuolen väittämät kumotaan antamalla olemassa olevia asenteita tukevia viestejä. Havahtumisen nostama epä tietoisuus haihtuu, kun vastaanottaja saa tukea omille asenteilleen epävarmuuden jälkeen. (Åberg, 1994, 45-46). Käytännön esimerkin rokotusmallin hyödyntämisestä käytännössä tarjoavat sellaiset peitejärjestöt, jotka julkisuudessa esittäytyvät puolueettomina ympäristöjärjestöinä tai tutkimuslaitoksina, mutta todellisuudessa ovatkin tärkeitä teollisuutta tukevia tutkimustiedon levittäjiä (Vahtera, 1998). Rokotusmallia käyttävä saattaa saada puolelleen helpommin myös aiemmin negatiivisia asenteita omanneita vastaanottajia, sillä se vetoaa usein järjenkäyttöön ja esittää kantoja jotka eivät eroa jyrkästi vastustajiensa kannoista. Tällaiseen sanomaan vastaanottajan saattaa olla helpompi samaistua kuin asenteiden äänilaitaa edustaviin väittämiin.

Organisaatioissa viestintäammattilaisten tulisi toimiva eräänlaisina aistijoina joiden tehtävänä on selvittää mitä ympäröivä yhteisö tietää yrityksestä, millaisia yritystä koskevia tuntemuksia yhteisön jäsenillä on ja kuinka yrityksen päätöksenteko vaikuttaa heidän toimintaansa (Dozier ym. 1995, 14-15). Kuten tämän kappaleen alussa todettiin, ei ympäristöviestinnälle ole olemassa valmista määritelmää. Tässä tutkimuksessa ympäristöviestintä käsitetään siten, että sen tarkoituksena on organisaation tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutuksista tiedottaminen ja ympäristöystävällisen yrityskuvan luominen. Ympäristöviestinnän kaksisuuntaisuudella varmistetaan tiedon kohdistaminen ja palautteen saanti kohdeyleisöltä.

4 TUTKIMUSKOHTENA STORA ENSO OYJ IMATRAN TEHTAAT

Metsäteollisuuskonserni Stora Enso Oyj aloitti toimintansa joulukuussa 1998 suomalaisen Enson ja ruotsalaisen STORA:n yhdistyttyä. Yhtiö on maailman suurin pakkauskartonkien tuottaja ja toiseksi suurin paperin valmistaja. Päämarkkina-alue on Eurooppa, mutta toiminta ulottuu lähes kaikkialle maailmassa. Vuonna 1998 Stora Enson liikevaihto oli 10 490 miljoonaa euroa ja liikevoitto 719 miljoonaa euroa ja konsernin palveluksessa oli 40 000 työntekijää. Stora Enso konserniin kuuluva Imatran tehtaat on Euroopan suurin paperin ja pakkauskartongin valmistusyksikkö. Tehtaiden palveluksessa on noin 2 200 henkeä. (Stora Enso -perustiedot 1999; Ympäristöselonteko 1998, Imatran tehtaat.)

Tässä vaiheessa on hyvä muistuttaa, että Imatran tehtaat kuului ennen kahden metsäjätin fuusioitumista Enso konserniin. Tämän tutkimuksen aineistokehuun alkuvaiheessa syksyllä 1997 ei fuusio ollut vielä tutkijan tiedossa ja siksi aineistossa puhutaan usein Enson Imatran tehtaista tai pelkästään Imatran tehtaista kun tarkoitetaan nykyistä Stora Enso Oyj Imatran tehtaita.

4.1 Imatran tehtaat ja ympäristö

Imatran tehtaiden toiminta vaikuttaa monin tavoin ympäristöön. Tuotteiden valmistukseen tarvitaan monia raaka-aineita, joista tärkein on puu. Puun hankinta vaikuttaa metsien monimuotoisuuteen ja puun kuljetukset aiheuttavat melua ja

ilmansaasteita. Tuotannossa syntyy päästöjä ilmaan ja vesistöön sekä kiinteää jätettä. Muita tehtaiden ympäristövaikutuksia ovat muun muassa energian käyttö ja meluhaitat. Lisäksi itse tuotteet vaikuttavat ympäristöön, vaikkakin ne oikein kierrettyinä palaavat tuotantoprosessiin. Tuotteiden kuljetukset aiheuttavat melua ja saasteita ja kierrättämättömänä paperituotteesta tulee jätettä. (Ympäristöselonteko 1998, Imatran tehtaas.)

Imatran tehtaas on pyrkinyt viime vuosina järjestelmällisesti pienentämään ympäristövaikutuksiaan. Imatran tehtaalle myönnettiin ISO 14 001 -ympäristösertifikaatti marraskuussa 1997 ja joulukuussa 1997 tehtaas liitettiin myös EMAS-rekisteriin. (Ympäristöselonteko 1998, Imatran tehtaas.) Vaikka toimintatapoja on muutettu ympäristöystävällisemmiksi ovat tehtaiden ympäristövaikutukset olleet aikaisemmin merkittävät, eikä tehdas ole voinut välttyä kritiikiltä. Esimerkiksi vuonna 1994 Suomen Luonto lehdessä kuvattiin sitä, kuinka Imatran tehtaiden hajupäästöt ilmaan olivat merkittävästi vähentyneet vasta aivan lähivuosien aikana (Karlsson 1994).

Lehti kritisoi Imatran tehtaaita muun muassa seuraavanlaisesti: "Vielä neljä vuotta sitten Enso-Gutzeitin Imatran tehtaailta syöksyi ilmaan yli 9000 tonnia kaasumaisia saasteita, joista suurin osa oli mädältä kananmunalta haisevia rikkiyhdisteitä. Ilmassa leijuvat hajut ärsyttävät. Tämä on todettu laajoissa Etelä-Karjalan Allergia- ja Ympäristöinstituutin terveystutkimuksissa...Päästöt näkyvät myös luonnossa: Imatralla ei puunrungoilla ole juuri jäkälää ja havupuissa on vaurioita...Tehtaaita on yritetty saada siistiytymään jo pitkään. Suuria työnantajia ei kuitenkaan ole niin vain määrälty. Hieñnan yli 33 000 asukaan Imatralla Enso-Gutzeitin leivissä on noin 2 500 ." (Karlsson 1994.)

Imatran tehtaas on siis ollut samanaikaisesti tärkeä työllistäjä mutta myös ympäristön saastuttaja. Nyt kun tehtailla järjestelmällisesti pyritään paremman ympäristömaineen saavuttamiseen ympäristöjohtamisen keinoin, on mielenkiintoista pohtia millaisena lähialueen sidosryhmät kokevat tehtaiden toiminnan vaikutukset.

4.2 Tutkimuksen aihe ja tutkimusmenetelmät

Tämän tutkimuksen tehtävänä on selvittää millaista Stora Enso Oyj Imatran tehtaasiin liittyvää ympäristökeskustelua käydään tehtaaita ympäröivässä yhteisössä. Lisäksi selvitetään Imatran tehtaiden kannalta tärkeiden päättäjien ja lähialueen vaikuttajien mielikuvia ja asenteita koskien tehtaiden ympäristöviestintää ja tehtaai-

den toiminnan ympäristövaikutuksia. Tavoitteena on kerätä tietoa niin nykyisistä kuin ilmaantuvistakin keskustelunaiheista sekä yhteisössä vallitsevista sosiaalisista trendeistä. Tutkimus on siis sekä kuvaileva että osin ennustava. Varsinaisia tutkimushypoteeseja ei tässä tutkimuksessa ole asetettu, sillä varsin yleinen käytäntö on, ettei niitä kuvailevissa tutkimuksissa käytetä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 157).

Tutkimuksessa pyritään siis paitsi kuvailemaan nykyhetken tilannetta, myös arvioimaan sitä, millaisia haasteita kohdeyritys saattaa kokea tulevaisuudessa seurauksena nykyisistä toimintatavoistaan. Kuten "Issues Management" -menetelmää esittelevässä kappaleessa todettiin ovat median sisältöanalyysi, sidosryhmäsuhteiden ylläpito ja erityisesti median edustajien ja asiantuntijoiden käyttö apuna tulevien sosiaalisten trendien ja julkisten keskustelunaiheiden tunnistamisessa tärkeitä tiedon keruumenetelmiä. (Dozier 1999) Niinpä tässä tutkimuksessa aihetta on lähestytty kolmella edellä mainitulla tutkimusmenetelmällä.

Tutkimuksessa on siis käytetty sekä kvalitatiivisen haastattelututkimuksen että kvantitatiivisen kyselytutkimuksen menetelmiä yhdistettynä median sisällönanalyysiin. Ensinnäkin Imatran tehtaista käytävää julkista keskustelua tarkkailtiin seuraamalla paikallisen lehdistön uutisointia vuoden ajan aikajaksolla 1.8.1997 – 31.7.1998. Tarkkailtavina lehtinä olivat Etelä-Saimaa ja Uutisvuoksi. Lehdistä poimittiin kaikki jutut joissa mainittiin sana Enso, mutta tarkastelun ulkopuolelle jätettiin maksetut ilmoitukset ja pikkuilmoitukset (esimerkiksi maininnat nimitysuutisissa, kuolinilmoituksissa, urheilusivujen tulostaulukoissa ja osakekurssitaulukoissa). Jutut luokiteltiin sisältönsä mukaan eri ryhmiin. Näin pyrittiin selvittämään millaista keskustelua Ensosta ja Imatran tehtaista käytiin paikallisessa lehdistössä. Luokitteluperusteita selvitetään myöhemmin tarkemmin tutkimustulosten yhteydessä.

Toiseksi selvitettiin Imatran tehtaiden kannalta tärkeiden paikallisten päättäjien ja lahialueen vaikuttajien mielikuvia tehtaiden vaikutuksesta ympäristöön ja tehtaiden ympäristöviestinnästä. Mielikuvia tutkittiin lähettämälle 46:lle Imatran tehtaiden kannalta tärkeälle päättäjälle/ mielipidejohtajalle kyselylomake aiheesta. Tämä tutkimusmenetelmä on muodoltaan perinteinen kvantitatiivinen survey-tutkimus, jossa kerätään tietoa standardoidussa muodossa valitulta joukolta ihmisiä jotka muodostavat otoksen tai näytteen tietystä perusjoukosta (ks. esimerkiksi Hirsjärvi ym. 1997, 189). Kyselylomake on liitteenä numero 1.

Kyselyyn osallistuneet ovat harkiten valittu näyte paikallisten yritysten, rahoitus- ja oppilaitosten sekä virastojen, järjestöjen ja viestintävälineiden johdosta. Näin ollen tulokset eivät ole yleistettävissä koskettamaan esimerkiksi koko Imatran väestön mielipidettä aiheesta, vaan tarkoituksena oli kuvailla juuri valitun kohde-

ryhmän mielikuvia ja asenteita Imatran tehtaita kohtaan. Kyselyn ulkopuolelle rajattiin tietoisesti kaikki sisäisten sidosryhmien edustajat, koska samana ajankohtana suoritettiin erikseen sisäinen ympäristöviestintätutkimus. Ulkoisista sidosryhmistä pyrittiin löytämään juuri sellaiset tehtaan lähialueella asuvat henkilöt, jotka eivät suoranaisesti tee yhteistyö Enson Imatran tehtaiden kanssa, mutta jotka voisivat asemansa puolesta olla asuinalueellaan tai omalla toimialallaan vaikuttajia tai jopa mielipidejohtajia. Oletuksena oli, että näiden henkilöiden kautta voitaisiin saada uutta tietoa alueen päättäjien asenteista ja siitä millaista kuvaa he puolestaan välittävät eteenpäin omille sidosryhmilleen Imatran seudulla. Esimerkiksi asiakkaiden ja yhteistyökumppanien olisi ollut vaikeaa vastata esitettyihin kysymyksiin, sillä he toimivat usein yhteistyössä koko konsernin kanssa eivätkä tunne erityisen hyvin juuri Imatran tehtaiden toimintaympäristöä. Luettelo henkilöistä joille kysely lähetettiin on liitteenä numero 2. Kyselyn palautti määräaikaan mennessä 36 vastaajaa, eli vastausprosentiksi tuli 78 %. Tulokset analysoitiin laskemalla prosenttija-kaumat, moodit, mediaanit, keskiarvot ja frekvenssit. Koska näytteen koko oli pieni, ei ristiintaulukointia taustamuuttujiin nähden katsottu tarpeelliseksi.

Kolmas käytetyistä tutkimusmenetelmistä oli teemahaastattelu. Teemahaastattelu on kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä jossa "haastattelun aihepiirit eli teema-alueet ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuu" (Hirsjärvi ym. 1997, 204-205). Teemahaastattelun runko on liitteenä numero 3. Haastatteluun valittiin yhdeksän kyselylomakkeen täyttäneitä henkilöä sekä kolme metsäasiantuntijaa kyselyn ulkopuolelta. Nämä kolme henkilöä eivät olleet osallistuneet kyselyyn, koska he eivät varsinaisesti kuulu paikallisiin vaikuttajiin, vaan he tarkkailevat tilannetta kauempaa omien työtehtäviensä kautta. Heidän uskottiin kuitenkin pystyvän oman asiantuntijuutensa kautta selittämään kyselyssä ilmenneitä seikkoja ja näin antamaan syvempää tietoa asioista. Lista haastatelluista henkilöistä on liitteenä numero 4. Kaikki haastattelut suoritettiin haastateltavan valitsemana ajankohtana 14.9.-29.10.1998 välisenä aikana. Kukin haastattelu kesti 1-1,5 tuntia ja haastattelupaikkana oli haastateltavan valitsema rauhallinen ympäristö, useimmiten haastateltavan oma työhuone. Kaikki haastattelut rauhoitettiin vaikkakin muistiinpanoja tehtiin myös haastattelun aikana.

Haastatteluissa pyrittiin siis tarkemmin selvittämään syitä kyselyssä ilmenneisiin asenteisiin ja mielikuviiin. Lisäksi haastateltavia pyydettiin arvioimaan ympäristöviestinnän tulevaisuutta ja mahdollisia kehittämisalueita Imatran tehtaiden toiminnassa. Haastattelu valitaankin usein tutkimusmenetelmäksi silloin kun halutaan syventää saatavia tietoja ja halutaan esimerkiksi pyytää perusteluja esitetyille mielipiteille (Hirsjärvi ym. 1997, 201-202). Tässä tutkimuksessa kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä toimivat siis toisiaan täydentävinä lähesty-

mistapoina. Kyselyssä saatujen vastausten perusteella voitiin muotoilla haastatteluun kysymyksiä, joilla pyrittiin syventämään kyselytutkimuksella saatuja tietoja. Downsin, Smeyakin & Martinin (1980,5) mukaan haastattelun etuja kyselylomakkeeseen verrattuna on, että vastaajat todennäköisesti puhuvat enemmän kuin kirjoittaisivat, ihmiset ovat motivoituneempia vastaamaan toisen henkilön läsnäollessa ja suullinen ilmaisu mahdollistaa välittömästi kysymysten ja vastausten selventämisen sekä palautteen. Haastattelutavaksi valittiin teemahaastattelu, koska esiin pyrittiin saamaan vapaampia vastauksia kuin strukturoidummissa tutkimusmuodoissa.

5 IMATRAN TEHTAAT JA JULKINEN KESKUSTELU

Koska tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää nimenomaan Enson Imatran tehtaista ja ympäristöstä käytävää julkista keskustelua, eikä esimerkiksi koko konsernia koskevaa uutisointia, päätettiin tutkimuksessa tarkkailla nimenomaan paikallisen lehdistön uutisointia. Miksi sitten seurattiin nimenomaan sanomalehtiä eikä esimerkiksi radiota tai televisiota? Syyt ovat hyvin käytännöllisiä.

Eräs sanomalehden ero verrattuna esimerkiksi televisioon tai radioon viestintävälineenä on siinä, että radio ja televisio välittävät tietoa noin 4-6 tunnin viiveellä ja parhaimmillaan lähes reaaliajassa, kun taas sanomalehti välittää tietoa noin 6-12 tunnin viiveellä (Huovila 1995, 1). Näin ollen sanomalehden on muiden viestintävälineiden kanssa kilpaillakseen pystyttävä tarjoamaan jotain muutakin kuin vain sen, minkä ihmiset ovat saaneet tietoonsa aikaisemmin muista välineistä. Tämän vuoksi useat sanomalehdet painottavat paikallisia uutisia, jotka eivät ylitä uutiskynnystä kansallisella televisio- tai radiokanavalla tai ne pyrkivät selvittämään asioiden taustoja enemmän kuin muut viestintävälineet. (Huovila 1995, 4.) Juuri siksi paikallisen lehdistön seuraamisen uskottiin olevan paras tapa tutkia nimenomaan Imatran tehtaista ja ympäristöstä käytävää julkista keskustelua. Lisäksi lehtiartikkelien järjestelmällinen tutkiminen on käytännössä paljon helpompaa kuin esimerkiksi paikallisradion uutisoinnin seuraaminen.

5.1 Imatran tehtaat ja paikallinen lehdistö

Tutkimuksessa tarkkaillut Uutisvuoksi ja Etelä-Saimaa ovat molemmat Imatran seudulla ilmestyviä sanomalehtiä. Etelä-Saimaa on koko maakunnan lehti, jonka levikki on noin 35 000. Etelä-Saimaan toimituksen päätoimipiste on Lappeenrannassa, mutta lehden toimittajia työskentelee myös Imatran toimituksessa. Lehden levikki Imatralla on alle 4 000. Uutisvuoksi on Imatran paikallislehti ja se jaetaan ilmaisjakeluna kolme kertaa viikossa kaikkiin talouksiin Imatran, Ruokolahden ja Joutsenon alueella. Tilattuna (levikki hieman alle 10 000) Uutisvuoksi ilmestyy kuusi kertaa viikossa.

5.1.1 Yhtiötä käsittelevien artikkelien määrä

Tarkastelujakson aikana Etelä-Saimaassa julkaistiin 135 ja Uutisvuoksessa 128 artikkelia joissa mainittiin sana Enso. Yhteensä lehdissä julkaistiin vuoden aikana 265 Ensoa käsittelevää artikkelia. Näistä 185:ssä Enso oli pääaiheena ja 78:ssa Enso vain mainittiin. Etelä-Saimaan ja Uutisvuoksen Ensoa koskevien artikkelien otsikot järjestyksessä lehden ilmestymispäivämäärän mukaan ovat liitteinä numero 5 ja 6.

Etelä-Saimaa julkaisi siis keskiarvolta 11,2 ja Uutisvuoksi 10,6 Ensoa koskevaa artikkelia kuukaudessa. Juttujen määrää tarkkailtaessa on kuitenkin huomioitava se, että Etelä-Saimaa ilmestyy seitsemänä ja Uutisvuoksi kuutena päivänä viikossa. Täten ei ole yllättävää, että juttujen määrä oli Etelä-Saimaassa korkeampi. Jos juttujen määrä suhteutetaan ilmestyneiden lehtien määrään, huomataan, että Etelä-Saimaa julkaisi keskimääräisesti 11,2 juttua 30 numerossa (noin 0,4 juttua / ilmestynyt lehti). Uutisvuoksi sitä vastoin julkaisi 10,6 juttua 26 numerossa (noin 0,4 juttua / ilmestynyt lehti). Juttujen määrä suhteessa ilmestyneisiin numeroihin on siis molemmilla lehdillä sama. Juttujen määrää arvioimalla ei siis voida sanoa, että toinen lehdistä olisi julkaissut selvästi enemmän Ensoa käsitteleviä juttuja kuin toinen.

Kun tarkastellaan juttujen määrää kuukausittain, huomataan, ettei juttujen määrä pysynyt tasaisena kuukaudesta toiseen (katso taulukko 1). Kuten taulukosta ilmenee, eniten Ensoa käsitteleviä juttuja julkaistiin kesäkuussa ja tammikuussa ja vähiten joulukuussa sekä lokakuussa. Kesäkuun poikkeuksellisen korkea juttumäärä johtuu suurelta osin Enson ja Storan fuusioon liittyvästä uutisoinnista. Tammikuussa jutut käsitelivät muun muassa investointisuunnitelmia ja Kuparin teh-

dasalueen purkamissuunnitelmaa. Vertailusta selviää myös se, että Uutisvuoksi kirjoitti Etelä-Saimaaseen verrattuna yli kaksinkertaisen määrän juttuja syyskuussa 1997 ja Etelä-Saimaa puolestaan kirjoitti juttuja huomattavasti enemmän kesäkuussa 1998.

Yksi selitys juttumäärien vaihtelulle saattaa olla siinä, että lehdet ovat kiinnostuneet erityyppisistä Ensoa koskevista uutisaiheista. Tarkasteltaessa juttujen näkökulmien eroja huomataan, että Etelä-Saimaan uutisoimat jutut olivat selvästi konsernipainotteisempia, kun taas Uutisvuoksi uutisoi enemmän nimenomaan Enson Imatran tehtaisiin liittyviä juttuja. Enson Imatran tehtaita käsiteltiin Uutisvuoksesa vuoden aikana 92 kertaa ja konsernia 47 kertaa. Etelä-Saimaassa Enson Imatran tehtaita käsiteltiin 52 kertaa ja konsernia 80 kertaa.

Uutisvuoksi pyrki siis kertomaan enemmän paikallisista asioista ja Etelä-Saimaa uutisoi mielellään koko konserniin liittyvistä aiheista. Tämä selittää osin sen, että Etelä-Saimaa julkaisi runsaasti artikkeleja kesäkuussa jolloin ilmoitettiin Enso-konsernin fuusioitumisesta Storan kanssa. Uutisvuoksi puolestaan uutisoi näkyvästi syyskuussa Imatralla juhlituista Enson 125-vuotisjuhlista sekä Enson Imatran tehtaita uhanneesta työnseisauksesta

TAULUKKO 1. Ensoa käsittelevien juttujen määrä 1.8.1997 - 31.7.1998

	Uutisvuoksi Etelä-Saimaa Yhteensä		
elokuu 1997	6	9	15
syyskuu 1997	18	7	25
lokakuu 1997	2	9	11
marraskuu 1997	8	6	14
joulukuu 1997	4	3	7
tammikuu 1998	20	18	38
helmikuu 1998	12	10	22
maaliskuu 1998	8	8	16
huhtikuu 1998	11	8	19
toukokuu 1998	15	12	27
kesäkuu 1998	18	28	46
heinäkuu 1998	6	17	23

Tarkasteltaessa juttujen sijaintia lehdessä, havaitaan, että Ensoa käsittelevistä artikkeleista Etelä-Saimaan etusivulle pääsi yksi artikkeli ja Uutisvuoksen etusivulle 26 artikkelia. Sivuille 1-3 Etelä-Saimaa kelpuutti 33 ja Uutisvuoksi 46 juttua. Näiden lukujen perusteella voidaan päätellä, että Ensoa käsittelevät uutiset ovat paikallis-

lehti Uutisvuokselle isompia ja tärkeämpiä uutisia kuin maakunnalliselle Etelä-Saimaalle.

Huovilan (1995, 88) mukaan valokuva on yksi sanomalehden vetovoimaisimpia elementtejä ja yleensä sen yhteydessä oleva juttu tulee myös huomatuksi. Juttujen saamasta painoarvoerosta kertoo siis myös se, että Uutisvuoksi käytti juttujen yhteydessä vuoden aikana 104 kuvaa, kun vastaava luku Etelä-Saimaan jutuissa oli 79 kuvaa.

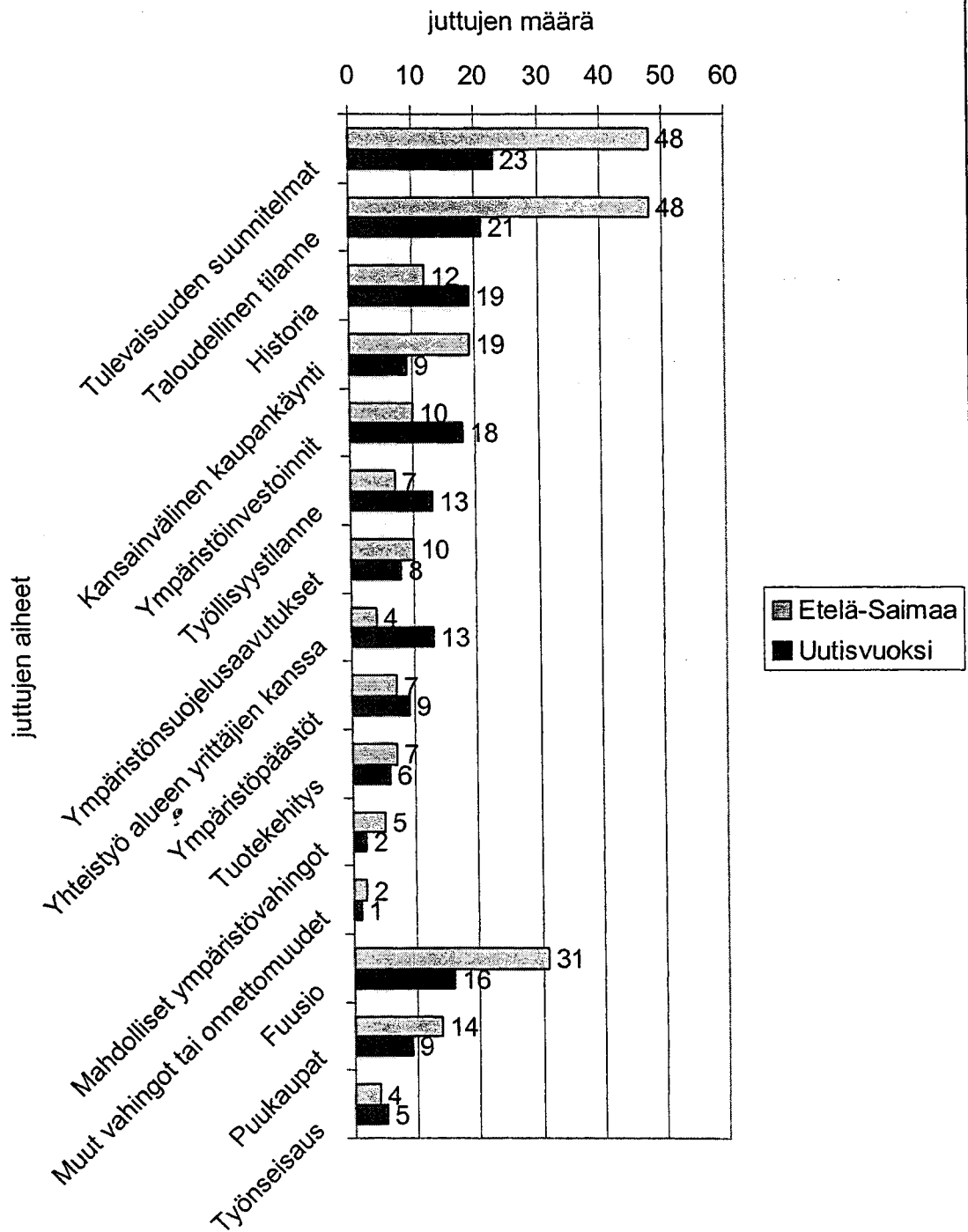
5.1.2 Lehdistön käsittelemät aiheet

Paikallisessa lehdistössä vuoden aikana julkaistun yhteensä 263 Ensoa käsittelevän jutun sisällön analysoimiseksi artikkelit pyrittiin tässä tutkimuksessa jakamaan sisältönsä mukaan kahteentoista luokkaan (työllisyystilanne, tuotekehitys, ympäristöpäästöt, taloudellinen tilanne, ympäristöinvestoinnit, tulevaisuuden suunnitelmat, historia, mahdolliset ympäristövahingot, muut vahingot ja onnettomuudet, ympäristönsuojelusaavutukset, kansainvälinen kaupankäynti ja yhteistyö alueen yrittäjien kanssa). Laskemalla kuinka monta kuhunkin luokkaan kuuluva juttua julkaistiin vuoden aikana, pystyttiin vertailemaan lehtien kiinnostusta eri aiheita kohtaan ja tutkimaan mistä aiheista lehdistö tarjoaa tietoa lukijoille.

Juttuja lajiteltaessa havaittiin, etteivät kaikki jutut kuuluneet välttämättä selvästi vain yhteen edellä luetelluista ryhmistä, vaan sama juttu saattoi käsitellä useampiakin aiheita. Esimerkiksi Etelä-Saimaassa 19.11.1997 julkaistu artikkeli "Enson Imatran tehtailla koneet pyörivät täysillä" kertoi Enson Imatran tehtaiden tuotannon ja liikevaihdon kasvaneen edelliseen vuoteen verrattuna. Koska seisokkeja koneilla ei juurikaan ollut tulossa, kesätöitä luvattiin tarjota 500 opiskelijalle. Tämä juttu merkattiin kuuluvan sekä taloudellisesta tilanteesta että työllisyystilanteesta kertoviin juttuihin. Toisaalta jotkut jutuista eivät myöskään selvästi kuuluneet mihinkään ylläluetelluista ryhmistä. Esimerkiksi fuusiosta kertovat uutiset olisi voinut luokitella kuuluvaksi taloudellisesta tilanteesta kertoviin uutisiin, mutta toisaalta ne muodostivat selvän ryhmän jo itsessään. Eri aihepiirejä käsittelevien juttujen määrä Etelä-Saimaassa ja Uutisvuoksessa on esitetty kuviossa 1. Kuvioon on kahdentoista pääluokan lisäksi nostettu fuusiota, puukauppoja ja työnseisausta käsittelevät jutut, koska ne olivat tärkeimpiä kahdentoista pääluokan ulkopuolelle jääviä paljon julkisuutta saaneita juttuaiheita.

Kuten kuvioista on havaittavissa, molemmat lehdet kirjoittivat eniten juttuja liittyen Enson taloudelliseen tilanteeseen ja tulevaisuuden suunnitelmiin. Etelä-Saimaa kirjoitti kuitenkin näistä aiheista sekä kansainvälisestä kaupankäynnistä

KUVIO 1. Ensoon liittyvien lehtijuttujen käsittelemät aiheet



ja fuusiosta selvästi enemmän kuin Uutisvuoksi. Uutisvuoksi puolestaan kirjoitti Etelä-Saimaata useammin työllisyystilanteesta, ympäristöinvestoinneista ja yrityksen historiasta. Erityisen positiivista Enson julkisuuskuvan kannalta on se, että mahdollisista ympäristövahingoista ja muista vahingoista tai onnettomuuksista juttuja kirjoitettiin hyvin vähän.

5.1.3 Yhtiön edustajat julkisuudessa

Viestin luotettavuuden ja perillemenon kannalta tärkeää ei ole vain se mitä viestissä sanotaan, vaan myös se, kuka sanoo. Ensoon liittyvissä artikkeleissa on melko usein haastateltu käsiteltävän aiheen asiantuntijaa joko yrityksen sisältä tai ulkopuolelta. Kun vuoden aikana ilmestyneistä artikkeleista poimittiin esiin henkilöt joiden puheita siteerattiin useimmin Ensoon liittyvissä artikkeleissa saatiin lista tärkeimmistä Enson edustajista paikallisessa lehdistössä.

Useimmin ensolaisista julkisuudessa näkemyksiään esittivät paikallisjohtaja ja konsernin toimitusjohtaja (ks. taulukko 2). Ympäristöasioiden tärkeyttä ja lehdistön kiinnostusta aiheita kohtaan kuvannee se, että ympäristönsuojelupäällikkö lausuntoja siteerattiin lehdistössä kolmanneksi useimmin.

TAULUKKO 2. Henkilöt joiden lausuntoja useimmin esiintynyt Ensoa käsittelevissä lehtijutuissa ajalla 1.8.1997 - 31.7.1998

	?	Etelä-Saimaa	Uutisvuoksi	Yhteensä
Paikallisjohtaja		16	14	20
Konsernin toimitusjohtaja		14	4	18
Ympäristönsuojelupäällikkö		8	7	15
Pääluottamusmies		3	6	9
Metsäpäällikkö		3	6	9

Yrityksen antamat lausunnot eivät kuitenkaan rajoittuneet pelkästään ylimmän johdon lausuntoihin, sillä kaiken kaikkiaan Etelä-Saimaan Ensoa koskevissa jutuisa esiintyi 79 eri henkilöä ja Uutisvuoksi toi esille 104 henkilön lausuntoja. Näin monen henkilön esiintyminen paikallisessa lehdistössä puhumassa Enson toimintaan liittyvistä asioista herättää ajatuksia ja kysymyksiä. Toisaalta on hyvä, että aiheesta riippuen eri asiantuntijat antavat lausuntoja aiheesta jonka juuri he hyvin hallitsevat. Toisaalta herää kysymys siitä, kuinka viestintätehtävät on yrityksen sisällä jaettu ja millaista kuvaa eri henkilöiden antamat lausunnot antavat yrityksestä.

Kiusallisia yrityksen imagon kannalta ovat esimerkiksi muutos- tai kriisitilanteessa annetut lausunnot jotka antavat kuvan siitä, ettei tilanne ole hallinnassa. Vaikka Imatran tehtailla ei tarkasteltavana olleena ajanjaksolla ollutkaan varsinaisia kriisitilanteita heijastuivat heikkoudet sisäisessä viestinnässä muutostilanteissa julkisuuteen annetuissa lausunnoissa. Esimerkiksi Etelä-Saimaassa 12.9.1997 julkaistussa artikkelissa jonka otsikko oli "Pääluottamusmiehet pitävät ulkopuolisen työvoiman käyttöä keskeisenä sopimuskysymyksenä", henkilöstön edustajat moittivat metsäyhtiöiden ja myös Enson johtoa neuvotteluhaluttomuudesta työsopimuskiistassa. Toisena esimerkkinä voidaan mainita heti Storan ja Enson fuusioitumistiedon julkaisun yhteydessä tehdyt lehtijutut, joissa henkilöstö ilmaisi hämmästyksensä siitä, että tietoja omaa työpaikkaa koskevista asioista sai aikaisemmin radiosta kuin työpaikalta. Vaikka yllämainitut esimerkit saattavat viitata enemmän koko konsernin sisäiseen viestintään kuin nimenomaan Imatran tehtaiden viestintään, on muistettava, että tällaiset lausunnot paikallisessa lehdistössä luovat negatiivista kuvaa yrityksessä vallitsevasta ilmapiiristä. Jotta tilanne korjaantuu on yrityksen sisällä tehtävä tarkennuksia kriisi- ja muutosviestintästrategiaan.

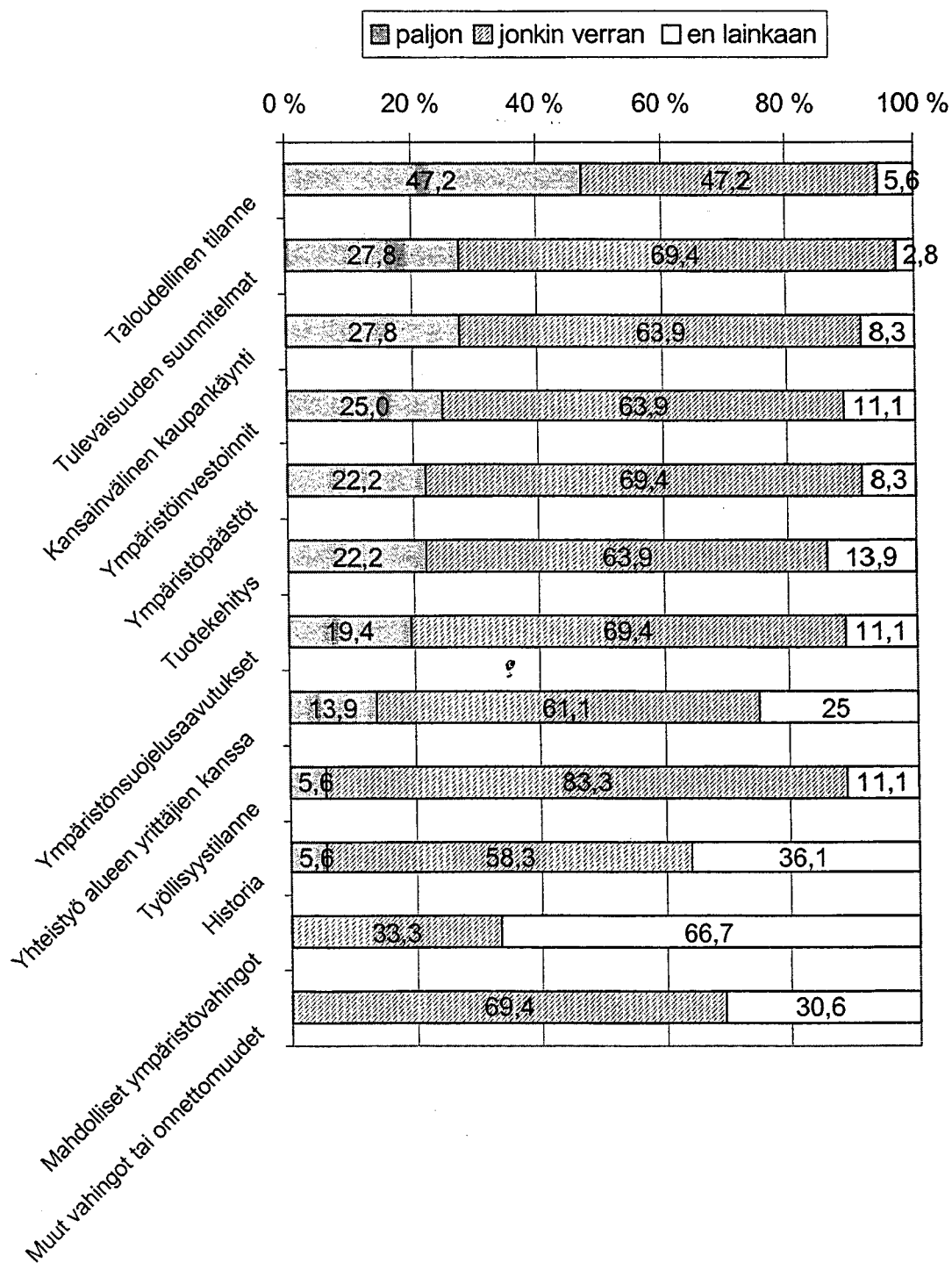
5.2 Imatran tehtaot ja lähialueen vaikuttajat

Tutkimuksen teoriaosassa todettiin, että yrityksen toiminnan kannalta on merkityksellistä pyrkiä tunnistamaan ketkä ovat yrityksen kannalta tärkeitä mielipidejohtajia. Heidän välityksellään yritys voi onnistuessaan tehokkaasti viestiä omaan toimintaansa liittyvistä asioista ja kerätä tietoa ympäröivän yhteisön asenteista ja mielikuvista. Tässä tutkimuksessa Imatran tehtaiden kannalta tärkeiksi Imatran seudun vaikuttajiksi ja mahdollisiksi mielipidejohtajiksi on katsottu kuuluvan esimerkiksi henkilöitä paikallisten rahoitus- ja oppilaitosten, virastojen, järjestöjen ja viestintävälineiden johdosta.

Valituille 46:lle mielipidejohtajalle (katso liite 2, kyselyn vastaanottaneet henkilöt) lähetetyssä kyselyssä (katso liite 1, kyselylomake) vastaajia pyydettiin muun muassa arvioimaan minkä verran Enson Imatran tehtaita käsitteleviä uutisia tai juttuja he olivat kuulleet tai nähneet kahdestatoista eri aihepiiristä (työllisyystilanne, tuotekehitys, ympäristöpäästöt, taloudellinen tilanne, ympäristöinvestoinnit, tulevaisuuden suunnitelmat, historia, mahdolliset ympäristövahingot, muut vahingot ja onnettomuudet, ympäristönsuojelusaavutukset, kansainvälinen kaupankäynti ja yhteistyö alueen yrittäjien kanssa) viimeisen vuoden aikana. Tulokset esitellään kuviossa 2.

KUVIO 2. Kuinka paljon Enson Imatran tehtaita käsitteleviä uutisia mielipidejohtajat muistavat nähneensä seuraavista aiheista viimeisen vuoden aikana

Olen kuullut tai nähnyt Enson Imatran tehtaita käsitteleviä uutisia seuraavista aiheista...



Eniten vastaajat olivat huomanneet juttuja Imatran tehtaiden taloudellisesta tilanteesta (47,2 % vastaajista huomannut paljon taloutta käsitteleviä uutisia). Toiseksi eniten vastaajat olivat huomioineet tehtaiden tulevaisuuden suunnitelmista ja kolmanneksi eniten kansainvälisestä kaupankäynnistä kertovia juttuja. Selvästi vähiten oli huomattu mahdollisia ympäristövahinkoja käsitteleviä uutisia, sillä 66,7 % vastaajista ei muistanut nähneensä lainkaan aihetta käsitteleviä uutisia. Myös historiaa ja vahinkoja tai onnettomuuksia sekä yhteistyötä alueen yrittäjien kanssa käsitteleviä uutisia oli havaittu vähän.

Kun verrataan vastaajien arvioita heidän havaitsemistaan juttuaiheista siihen mistä aiheista juttuja paikallisissa lehdissä vuoden aikana kirjoitettiin, voidaan huomata, että juuri niitä juttuja joista on kirjoitettu vähiten muistetaan myöskin nähdyistä vähiten. Ja päinvastoin - juttuaiheita joista on kirjoitettu paljon muistetaan myös nähdyistä eniten (ks. vertailu taulukossa 3).

TAULUKKO 3. Vertailu siitä kuinka paljon Imatran tehtaisiin liittyvistä aiheista sanomalehdet ovat kirjoittaneet ja mitä juttuja vastaajat muistavat huomanneensa viimeisen vuoden aikana.

Eniten juttuja on kirjoitettu	Eniten juttuja on huomattu
1. tulevaisuuden suunnitelmista	1. taloudellisesta tilanteesta
2. taloudellisesta tilanteesta	2. tulevaisuuden suunnitelmista
3. historiasta	3. kansainvälisestä kaupankäynnistä
4. kansainvälisestä kaupankäynnistä ympäristöinvestoinneista	4. ympäristöinvestoinneista
6. työllisyystilanteesta	5. ympäristöpäästöt
7. ympäristönsuojelusaavutuksista	6. tuotekehitys
8. yhteistyöstä alueen yrittäjien kanssa	7. ympäristönsuojelusaavutuksista
9. ympäristöpäästöistä	8. yhteistyöstä alueen yrittäjien kanssa
10. tuotekehityksestä	9. työllisyystilanteesta
11. mahdollisista ympäristövahingoista	10. historiasta
12. muista vahingoista ja onnettomuuksista	11. muista vahingoista ja onnettomuuksista
	12. mahdollisista ympäristövahingoista

Vaikka eniten julkisuutta saaneet aiheet muistetaan parhaiten ja vähiten julkisuutta saaneet huonoiten, löytyy näiden kahden ääripään väliltä paljon juttuaiheita joiden muistaminen ei tunnu olevan yhteydessä juttujen esiintymistiheyteen paikallisessa lehdistössä. Esimerkiksi Imatran tehtaiden historiasta kirjoitettiin viime vuonna kolmanneksi eniten juttuja ja siitä huolimatta vastaajat muistavat havainneensa historiaan liittyviä juttuja kolmanneksi vähiten luetelluista juttuaiheista. Toisaalta taas ympäristöpäästöistä ja tuotekehityksestä on havaittu juttuja enemmän kuin

aiheista lehdistössä on kirjoitettu. Tämä ei kuitenkaan ole yllättävää, sillä vertailun tuloksia tulkitessa on muistettava, että vastaajilla on varmasti käytettävissään muitakin tietolähteitä kuin paikalliset sanomalehdet ja he saattavat myös valikoida kaiken saatavilla olevan tiedon joukosta ne aiheet jotka heitä eniten kiinnostavat. He saattavat siis oman kiinnostuksensa ohjaamina saada joistain aiheista vähemmän ja toisista enemmän tietoa kuin mitä paikallinen lehdistö lukijoilleen tarjoaa.

5.2.1 Alueen vaikuttajia kiinnostavat aiheet

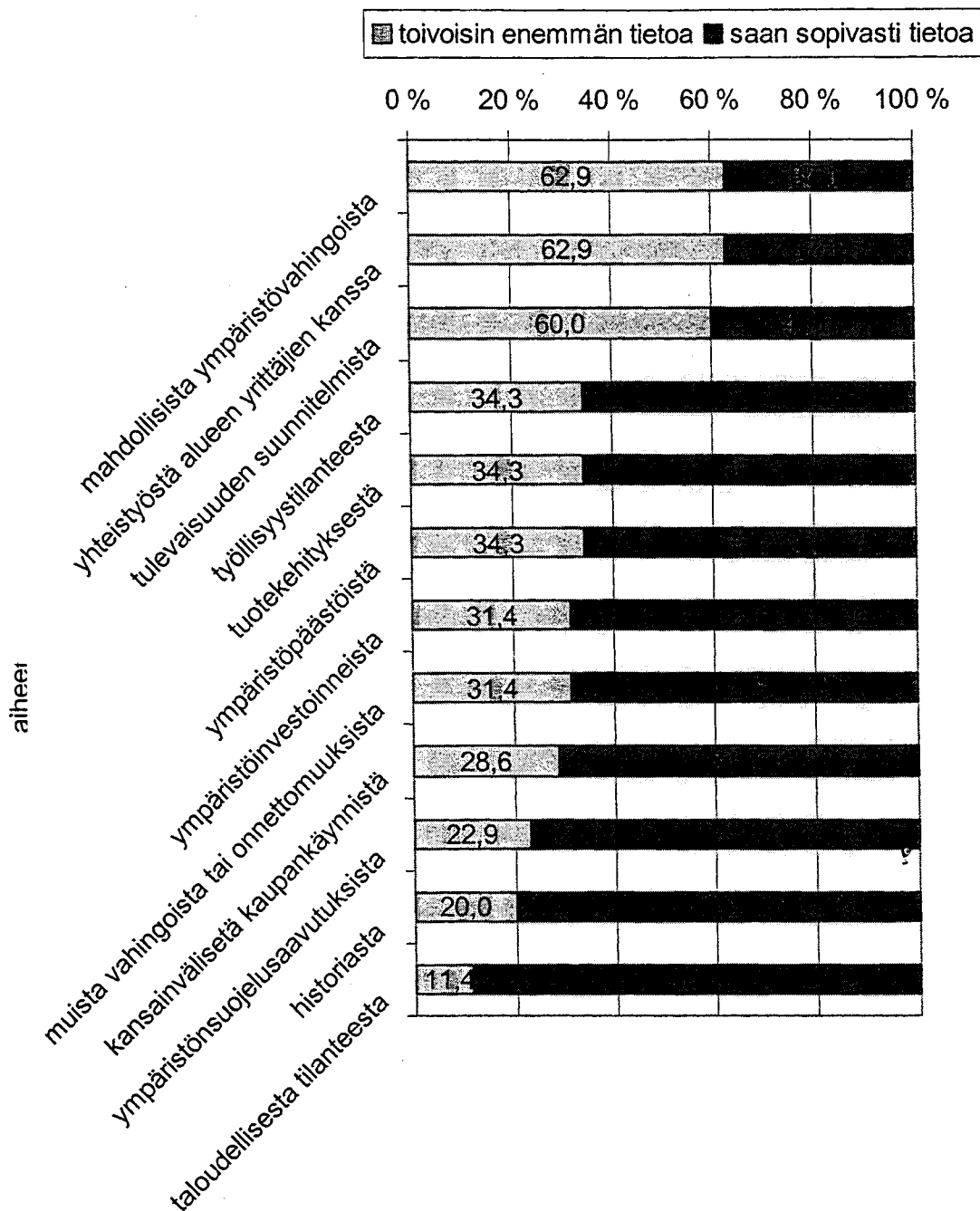
Vastaanottajat, tässä tapauksessa siis tutkimukseen valitut lähialueen vaikuttajat, valikoivat heitä ympäröivien viestien seasta heitä kiinnostavat viestit lähempään tarkkailuun. Ei siis auta vaikka yritys lähettäisi päivittäin kohderyhmälle suunnattuja viestejä, jolleivät viestit kiinnosta vastaanottajaa. Tämän vuoksi vastaajia pyydettiin kyselyssä kertomaan kuinka paljon lisätietoa eri aiheista ja minkä kanavan kautta he haluaisivat.

Selvästi eniten lisätietoa kaivataan Imatran tehtaiden yhteistyöstä alueen yrittäjien kanssa, mahdollisista ympäristövahingoista ja tehtaiden tulevaisuuden suunnitelmista (katso kuvio 3). Mielenkiintoiseksi näiden kolmen aiheen nouseminen esiin muiden aiheiden joukosta tekee se, että nimenomaan tehtaiden tulevaisuuden suunnitelmista on kirjoitettu paikallisessa lehdistössä eniten ja siitä huolimatta aiheesta kaivataan lisätietoja. Mahdollisista ympäristövahingoista ja yhteistyöstä alueen yrittäjien kanssa sitä vastoin on kirjoitettu lehdistössä melko vähän.

Yhtenä syynä siihen, että tehtaiden tulevaisuuden suunnitelmista halutaan edelleen lisätietoja saattaa olla ihmisten epävarmuus tulevasta. Ensossa on tapahtunut viimeisen vuoden aikana suuria muutoksia, jotka ovat saattaneet tulla paikallisille vaikuttajillekin yllätyksenä. Muutostilanteet herättävät usein epävarmuutta ja ehkä juuri tämän epävarmuuden poistamiseksi vastaajat kaipaavat lisätietoa tehtaiden tulevaisuuden suunnitelmista. Sama turvallisuuden tunteen säilyttämispyrkimys selittää osaltaan myös sen, että vastaajat ovat kiinnostuneita oman elinympäristönsä mahdollisista ongelmista ja siitä, miten Ensossa tapahtuvat muutokset vaikuttavat alueen muuhun elinkeinotoimintaan. Vaikka suurimmat muutospäätökset on tehty konsernijohdon tasolla, on Imatran tehtailla velvollisuus selvittää omille paikallisille sidosryhmilleen päätösten taustoja ja vaikutuksia yksikön toimintaan. Enson Imatran tehtaat on Imatran seudun tärkein työllistäjä ja muutokset sen toiminnassa voivat vaikuttaa merkittävästi koko ympäröivän yhteisön hyvinvointiin.

Vähiten lisätietoa kaivataan Enson Imatran tehtaiden taloudellisesta tilanteesta,

KUVIO 3. Mistä aiheista mielipidejohtajat toivovat enemmän tietoa.



historiasta ja ympäristönsuojelusaavutuksista. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteivät nämä aiheet kiinnostaisi vastaajia, vaan suurin osa vastaajista ilmoitti saavansa näistä aiheista tällä hetkellä sopivasti tietoa. Taloudellisesta tilanteesta ja historiasta kirjoitettiin vuoden aikana paljon juttuja, joten ihmisten tiedonjano on näiltä osin tyydytetty. Mielenkiintoista on kuitenkin pohtia, miksi 77,1 % vastaajista ilmoittaa saaneensa sopivasti tietoa Enson Imatran tehtaiden ympäristönsuojelusaavutuksista, mutta 62,5 % vastaajista kaipaa lisätietoja mahdollisista ympäristövahingoista.

Useimmat Imatran tehtaita ja ympäristöä käsittelevät artikkelit paikallisessa lehdistössä ovat käsitelleet tehtaiden selvästi vähentyneitä päästöjä vesistöön ja ilmaan. Lähiaikoina tehtaat ovat saaneet myös useita tunnustuksia ympäristöjärjestelmän kehittämistä, joten ulkopuolisesta tarkkailijasta saattaa hyvinkin tuntua, että ongelmat on ratkaistu eikä niihin tarvitse enää kiinnittää huomiota. Siksi vastaajat eivät katso tarvitsevänsä lisätietoja Enson Imatran tehtaiden ympäristönsuojelusaavutuksista. Tosiasiassahan Imatran tehtailla ympäristöjärjestelmän toteuttaminen on jatkuvaa kehittämistä ja ongelmien ratkaisua. Sitä vastoin tiedot mahdollisista ympäristövahingoista kiinnostavat vastaajia, koska vahinkotilanne saattaisi olla uhkaava myös itse vastaajalle. Ympäristövahingon tapahtuminen Imatran tehtailla tai jossain muussa lähialueen organisaatiossa herättäisi varmasti uudelleen julkisen keskustelun ympäristönsuojelusta suuryrityksissä.

Saadakseen huomion kiinnittymään ympäristönsuojelusaavutuksiinsa, Enson Imatran tehtaista ja ympäristöstä tarjotun tiedon tulee liittyä vastaanottajia kiinnostaviin aiheisiin. Yritys voisi antaa lisätietoja muun muassa siitä, kuinka ympäristöjärjestelmä vaikuttaa yhteistyöhön alueen yrittäjien kanssa, tehtaiden tulevaisuuden suunnitelmiin ja ympäristövahinkojen ennaltaehkäisyyn. Ihmiset eivät kaipaa vain tietoa yhden tuotantolaitoksen päästöjen vähentymisestä, vaan he haluavat tietoa koko prosessin ympäristöystävällisyydestä.

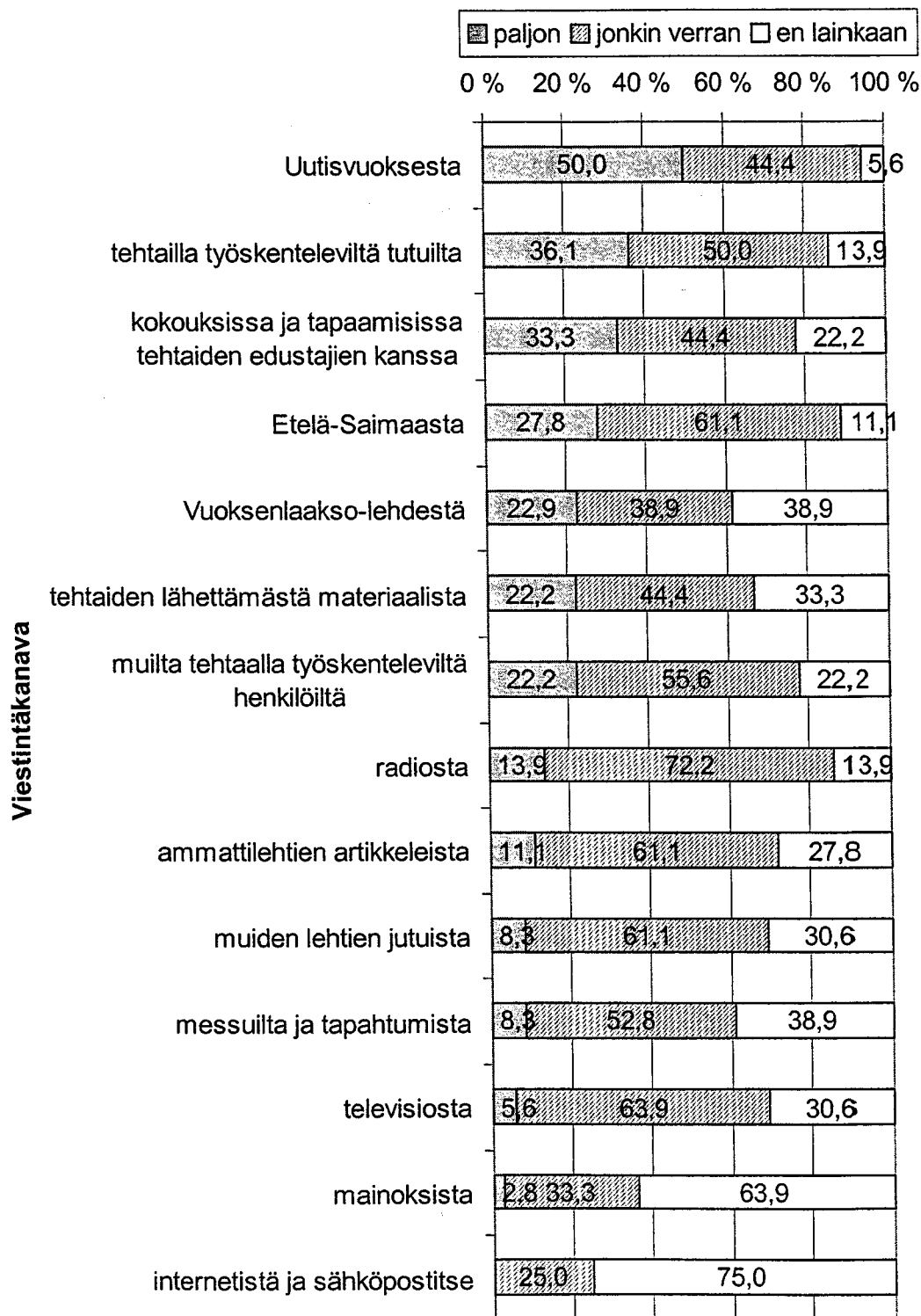
5.2.2 Vastaajien suosimat viestintäkanavat

Koska tässä tutkimuksessa on selvitetty, millaista julkista keskustelua Imatralla käydään aiheesta Imatran tehtaat ja ympäristö, on oleellista selvittää myös mitä viestintäkanavia pitkin Ensoa koskeva tieto parhaiten saavuttaa tutkimuksessa mukana olevat lähialueen vaikuttajat. Niinpä kyselyssä pyydettiin vastaajia arvioimaan kuinka paljon tietoa he saavat eri viestintäkanavista Imatran tehtaita koskevissa asioissa. Tulokset on esitetty kuviossa 4.

Eniten Imatran tehtaita koskevaa tietoa vastaajat ilmoittivat saavansa Uutis-

KUVIO 4. Mieliopideohtajien tiedonsaantikanavat Enson Imatran tehtaita koskevissa asioissa.

Saan Enson Imatran tehtaita koskevaa tietoa...



vuoksen välityksellä. (Puolet vastaajista ilmoitti saavansa paljon tietoa ja 44,4 % jonkin verran tietoa.) Uutisvuoksen katsottiin tarjoavan Etelä-Saimaata enemmän tehtaita koskevaa tietoa. Tämä tukee tutkimusraportin alussa esitettyä käsitystä jonka mukaan molemmat lehdet julkaisevat saman verran Ensoa käsitteleviä artikkeleita, mutta Etelä-Saimaa keskittyy konsernia käsitteleviin uutisiin ja Uutisvuoksi Imatran tehtaita koskeviin asioihin. Myös kyselyyn vastanneet näyttävät havainneen, että paikallislehti kertoo enemmän nimenomaan Imatran tehtaiden asioista. Molempien lehtien tärkeyttä tiedon tarjoajina kuvastaa se, että vain 5,6 % vastaajista ei saanut lainkaan tietoa Uutisvuoksen ja 11,1 % Etelä-Saimaan välityksellä.

Myös haastattelut vahvistivat käsitystä siitä, että Uutisvuoksi koetaan enemmän "omaksi" lehdeksi, mutta osa vastaajista arveli lehden olevan ilmoittajien "hallinnassa" ja kritiikitön seudun elinkeinoelämää kohtaan. Etelä-Saimaata pidettiin puolestaan arvovaltaisempana, mutta sitä kritisoitiin negatiivisesta asennoitumisesta Imatran asioita kohtaan. Seuraava esimerkkilause kuvaa kuinka erot lehtien tavassa kirjoittaa erään haastateltavan mielestä näkyvät:

"Se on kyllä yleinen tieto, että Etelä-Saimaa kertoo vain Imatran negatiivisista puolista. Ne on Lappeenrannan keskustapuolueen pää-äänenkantaja. Mieluummin kirjoitetaan hie-man negatiiviseen kuin positiiviseen sävyyn. En usko, että Uutisvuoksea kovin epäluotettavana pidetään. Se taas pikkuisen positiivisesti esittää asiat. Kaupungin virkamiesten mielihiteet tulee siellä hyvin ja ehkä hiukan liiankin helposti esille."

Vastaajille toiseksi tärkein tiedonlähde olivat tehtailla työskentelevät tutut, heiltä paljon tietoa sai yli kolmannes vastaajista. Myös kokoukset ja tapaamiset tehtaiden edustajien kanssa olivat tärkeä tietokanava (33,3 % saa paljon tietoa). Toisaalta on huomattava että lähes neljännes vastaajista ei saa lainkaan tietoa tehtaasta työntekijöiltä tai yhteisissä kokouksissa ja tapaamisissa tehtaasta edustajien kanssa. Heillä ei siis ole lainkaan henkilökohtaisia kontakteja tehtaaseen vaan he saavat tietonsa muita kanavia pitkin.

Vähiten tietoa vastaajat ilmoittivat saavansa internetin ja sähköpostin välityksellä (75 % ei saa lainkaan tietoa). Vähäiseen tiedonsaantiin tietokoneen välityksellä voidaan löytää useita selityksiä. Enso-konsernilla on omat kotisivunsa internetissä, mutta nimenomaan Imatran tehtaita koskevaa tietoa ei ole tarjolla. Toisaalta voidaan myös olettaa, ettei kaikilla vastaajilla ole mahdollisuutta käyttää sähköpostia ja internet-palveluita. Vähän tietoa mielipidejohtajat ilmoittivat saavansa myöskin mainoksista sekä messuilta ja tapahtumista. Tiedonsaanti Vuoksenlaaksolehdestä jakaantui mielenkiintoisesti kahtia, sillä 38,9 % vastaajista ei saanut lainkaan tietoa

ja 22,9 % ilmoitti saavansa paljon tietoa lehden kautta.

Yksi Imatran tehtaiden kohtaamista viestinnällisistä haasteista onkin pohtia, kuinka tehtaot pystyy tavoittamaan ne mielipidejohtajat joilla ei ole vielä kontakteja tehtaiden edustajien kanssa ja jotka eivät saa tietoa Enson omien julkaisujen tai tilaisuuksien kautta. Tätä ongelmaa pyrittiin ratkaisemaan kysymällä vastaajilta, mitä kanavia pitkin he olisivat kiinnostuneet saamaan lisätietoa Imatran tehtaisiin liittyvissä asioissa.

Ylivoimaisesti eniten lisätietoa haluttiin saada internetin ja sähköpostin välityksellä (katso kuvio 5). Peräti 45,7 % vastaajista kaipasi lisätietoa näihin viestintäkanaviin. Vastaajien mielipiteeseen saattaa tuki liittyä hieman viestintävälineeseen liittyvää uutuudenviehätystä, sillä haastatteluissa selvisi, että internet oli useimmille haastateltavista melko uusi tuttavuus. Tämä näkyy myös siinä, että peräti 36,1 % vastaajista arveli, että Enson Imatran tehtaot ylläpitää jo nyt ympäristöaiheisia www-sivuja. Onkin mahdollista, että Imatran tehtaiden kotisivujen osoitetta tullaan jatkossa tiedustelemaan useammin kuin nykyisin.

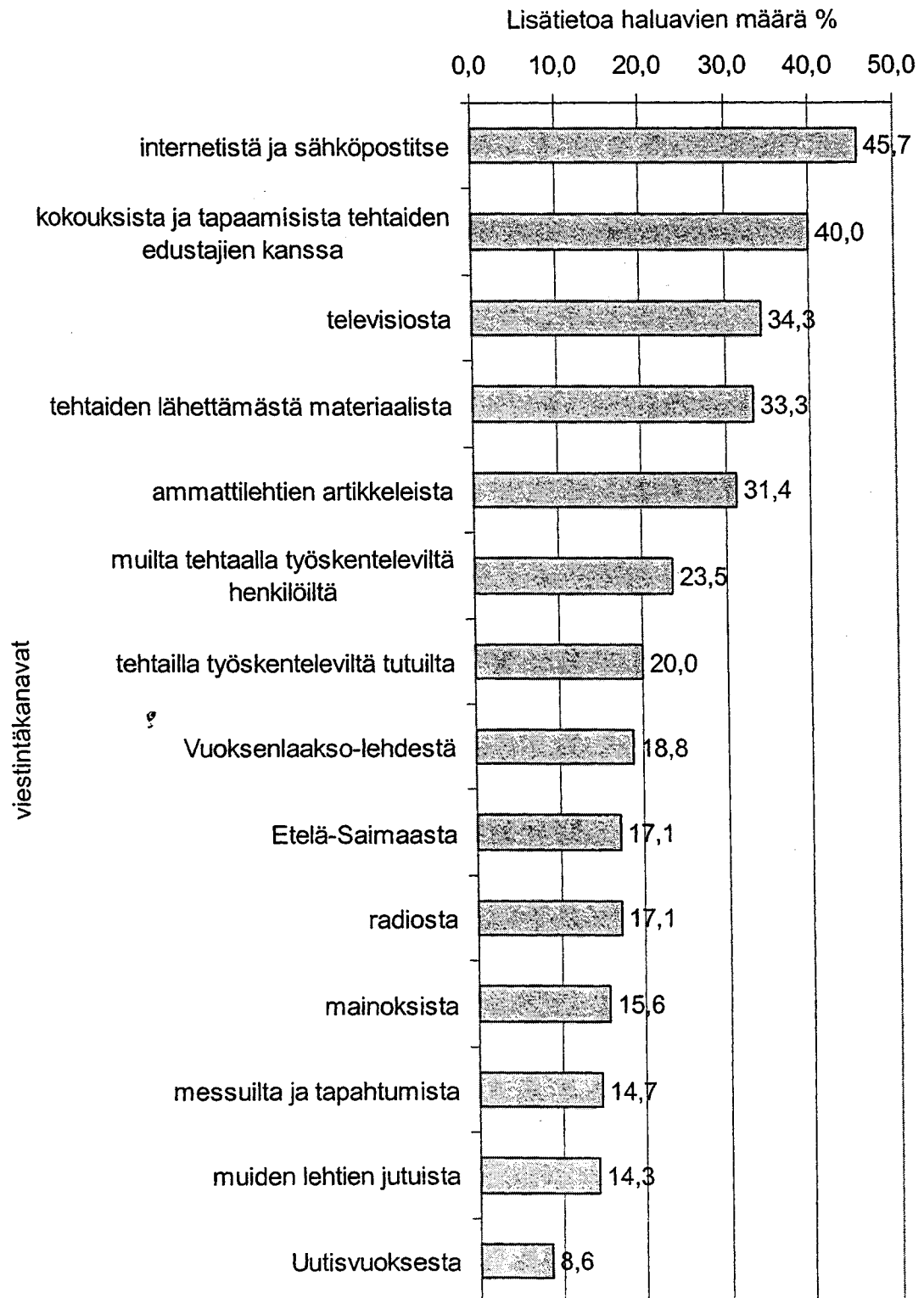
Vaikka internet ja sähköposti ovat nopeita tapoja viestiä omia ajatuksia sidosryhmille, ei yrityksen kannata lähteä tekemään sivuja vain sivujen vuoksi, vaan niiden mahdollista käyttötarkoitusta ja sisältöä tulee pohtia tarkoin. Eräs haastateltavista kiteytti ajatuksen Imatran tehtaiden mahdollisista internet sivuista seuraaviin lauseisiin:

“Se riippuu siitä mitä ne siellä Imatran tehtailla haluaa. Haluaako ne olla lähellä imatralaisia vai haluaako ne olla siellä konsernissaan. Imatralaiset joilla on luonnostaan paljon kontakteja sinne eivät välttämättä tietoa internetistä kaipaa.”

Internet voisi siis olla kanava jolla pyritään tavoittamaan ne henkilöt, joilla ei ole vielä kontakteja Imatran tehtaisiin. Internet voisi hyvin toimia osana Imatran tehtaiden ympäristökeskustelua lähiympäristön kanssa. Vaihtoehtona omien kotisivujen perustamiselle voi olla myös yhteistyö sellaisten tahojen kanssa joilla on jo toimiva www-palvelu. Yritys voisi harkita yhteistyötä esimerkiksi kaupungin tai konsernin kummikoulun, Vuoksenniskan lukion kanssa, jolla on jo rakennettuna metsäaiheiset sivut internetiin.

Toiseksi eniten tietoa toivottiin kokouksiin ja tapaamisiin tehtaiden edustajien kanssa. Haastatteluissa selvisi, että vaikka useilla henkilöillä oli kontakteja tehtaon henkilöstöön, virallisia palautteenantokanavia tai tehtaon tarjoamia mahdollisuuksia keskusteluun oli harvoin. Ne henkilöt jotka osallistuivat useammin neuvotteluihin ja keskusteluihin tehtaiden edustajien kanssa olivat tyytyväisiä siitä, että heidän mielipiteitään kuunneltiin.

KUVIO 5. Mistä viestintäkanavista mielipidejohtajat haluaisivat saada lisää Enson Imatran tehtaita koskevaa tietoa.



6 MIELIKUVIA IMATRAN TEHTAISTA JA YMPÄRISTÖSTÄ

Tämän kappaleen tarkoituksena on selvittää kuinka hyvin lähialueen vaikuttajat tuntevat Enson Imatran tehtaat. Tunnettuuden selvittäminen on tärkeää, koska vastaajien tietotaso on yhdessä asenteiden kanssa tärkeä tekijä mielikuvien rakentumisessa ja vaikuttaa ratkaisevasti viestien perillemenoon (Åberg 1993, 73). Vastaajien tietotaso mitattiin esittämällä kyselylomakkeessa 18 Enson Imatran tehtaita koskevaa väittämää (katso liite 1, sivu 2). Tehtaaseen liittyviä mielikuvia selvitettiin sekä kyselylomakkeessa että haastattelujen avulla. Kyselyssä annettiin valmiita adjektiivipareja joista vastaajien tuli valita Imatran tehtaita paremmin kuvaava. Haastattelussa puolestaan pyydettiin haastateltavia selittämään miksi vastaajat pitivät tehtaita sellaisina kuin kyselyn tulokset antoivat ymmärtää ja mitä eri adjektiiveilla heidän mielestään tässä yhteydessä tarkoitetaan.

6.1 Imatran tehtaiden tuotteiden ja ympäristötiedotuksen tunnettuus

Ensimmäiset väittämät käsittelivät Imatran tehtaiden tuotteita. Vastaajille luettiin tuotteita ja heitä pyydettiin määrittelemään valmistetaanko kyseisiä tuotteita Enson Imatran tehtailla vai ei. Tulokset esitetään taulukossa 4.

Vastaajat tiesivät ettei Imatran tehtailla valmisteta lastulevyä, lattiaparkettia tai wc-paperia ja he tiesivät tehtaiden valmistavan paperia ja kartonkia, mutta he eivät osanneet kovin hyvin määritellä tarkemmin millaisesta paperista tai karton-

TAULUKKO 4. Enson Imatran tehtailla valmistetaan...

	kyllä	ei	en osaa sanoa
pakkauskartonkia	86,1 %	5,6 %	8,3 %
lastulevyä	0 %	94,4 %	5,6 %
sanomalehtipaperia	41,7 %	44,4 %	13,9 %
maitopurkkeja	50,0 %	47,2 %	2,8 %
lattiaparkettia	0 %	97,2 %	2,8 %
wc-paperia	0 %	94,4 %	5,6 %
aikakauslehtipaperia	66,7 %	19,4 %	13,9 %

gista on kyse. Vain alle puolet vastaajista tietää esimerkiksi valmistetaanko tehtailla sanomalehtipaperia ja maitopurkkeja.

Aikaisemmin tutkimuksessa todettiin, että juuri tuotekehityksestä oli ollut melko vähän juttuja paikallisessa lehdistössä viimeisen vuoden aikana. Kansainvälisestä kaupasta toisaalta oli kirjoitettu paljon, mutta näiden juttujen yhteydessä Enson tuotteista esiin tulivat juuri nimitykset pakkauskartonki ja painopaperi. Eniten tietoa tuotteista oli lienee ollut saatavissa Enson omissa julkaisuissa, mutta kaikki vastaajathan eivät saaneet tietoa esimerkiksi Vuoksenlaakso-lehden välityksellä. Näin ollen ei ollutkaan ihme, etteivät vastaajat tieneet millaisia Enson tuotteet tarkemmin ajatellen ovat. Haastateltavat kuvasivat tilannetta esimerkiksi näin:

"On ymmärrettävää ettei Enson tuotteita tunneta. Eihän tavallinen ihminen edes tiedä mitä kartonki on. Ei siitä ehkä ole tarpeeksi kerrottukaan. Se on toinen asia, onko oleellista tietääkään tehdäänkö siellä kartonkia vai sanomalehtipaperia. Tavallinen ihminen ei kuitenkaan koskaan osta tuotetta tehtaalta."

"Saattaisi olla keskimääräisille kansalaiselle tarve hieman tiedotusta lisätä tehtaiden ja sen valmistamien tuotteiden ympäristövaikutuksista. Maitopurkkien kierrätyksen kaikki tietää, mutta ei sekään ole Enson tiedottama asia."

Haastatteluissa selvisi siis, että vastaajat arvelivat lisätiedotuksen koskien tuotteiden ympäristöystävällisyyttä olevan tarpeen. Vaikka esimerkiksi monet pakkauskartongit ovat kehittyneet ympäristöystävällisemmiksi, voi niiden markkinointi kuluttajalle ympäristöystävällisinä Enso-tuotteina olla hankalaa. Ongelmalliseksi Enson tuotteiden ympäristöystävällisyyden markkinoinnin tekee se, että usein lopullisissa tuotteissa ei lainkaan näy esimerkiksi Enson logoa josta kuluttaja tunnistaisi tuotteen juuri Enson valmistamaksi.

Ympäristöarvojen vapaaehtoinen esiintuominen voisi kuitenkin jossa in tilan-

teessa tuoda lisäarvoa sekä tuotteen valmistajalle että asiakkaalle. Tällöin ympäristöarvoja voitaisiin tuoda esiin yhteistyössä asiakkaan kanssa. Esimerkki tällaisesta kampanjasta voisi olla esimerkiksi arvostetussa viikkolehdessä ilmoitus jossa korostettaisiin, ettei lehti käytä aarniometsistä kaadetuista puista tehtyä painopaperia ja sen vuoksi luottaa Ensoon, jolla on ympäristösertifikaatti. Joihinkin tuotteisiin voisi myös lisätä vapaaehtoisen tuoteselosteen, jossa kerrottaisiin esimerkiksi tuotteen materiaalin alkuperämaa, valmistuspaikka ja tietoja ympäristöystävällisyydestä (esimerkiksi kierrätettävyydestä).

Vastaaajien tietoja koskien Enson tekemää ympäristötiedotusta mitattiin aluksi viidellä tiedotusta koskevalla väittämällä. Vastaukset väittämiin näkyvät taulukossa 5. Vastauksista ilmenee, etteivät vastaajat tieneet miten Enson Imatran tehtaas tiedottaa ympäristöasioistaan. Lähes puolet vastaajista uskoi, että tehtaas julkaisee ympäristöasioista kertovaa lehteä. Lukuun voi vaikuttaa se, että osa vastaajista saattaa tulkita Vuoksenlaakso-lehden Enson ympäristölehdiksi. Viidennes vastaajista on kuitenkin sitä mieltä, ettei ympäristölehteä julkaista ja kolmannes vastaajista ei osaa vastata kysymykseen. Sama epävarmuus näkyy myös muissa vastauksissa. Esimerkiksi vain 5,6 % vastaajista tietää, ettei Imatran tehtailla ole ympäristöaiheisia www-sivuja - yli kolmannes vastaajista uskoo tällaisten sivujen löytyvän verkosta.

TAULUKKO 5. Tiedottaakseen ympäristöasioista Enson Imatran tehtaas...

	kyllä	ei	en osaa sanoa
julkaisee ympäristöasioista kertovaa lehteä	47,2 %	22,2 %	30,6 %
pitää yllä ympäristöaiheisia www-sivuja	36,1 %	5,6 %	58,3 %
julkaisee säännöllisesti ympäristökatsauksen	61,1 %	2,8 %	36,1 %
on nimennyt yhteyshenkilön	72,2 %	2,8 %	25 %
perustanut ympäristöasioissa palvelevan puhelimen	8,3 %	2,8 %	80,6 %

Suurin osa vastaajista tiesi, että Imatran tehtailla on ympäristöasioita hoitava yhteyshenkilö ja että tehtaas julkaisevat säännöllisesti ympäristökatsauksen. Haastattelussa kuitenkin ilmeni, että harva osasi nimetä ympäristöasioiden yhteyshenkilön eikä ympäristövuosikatsauskaan ollut vastaajille kovin läheinen. Suurin osa

haastateltavista kertoi, ettei ympäristövuosikatsauksesta ole juurikaan hyötyä heille esimerkiksi työtehtävissä. Osa vastaajista oli kuitenkin silmäillyt ympäristökatsauksia ja säilyttänyt ne koska arvelivat niiden tarjoavan silloin tällöin tarpeellista taustatietoa (esimerkiksi numerotietoa koskien ympäristöpäästöjä ja -investointeja). Koska ympäristökatsaukset ovat melko uusi tiedotuksen muoto, eikä niillä ole vielä vakiintunutta kaavaa, tulisi yrityksen pyrkiä pohtimaan kuinka tarjotaan mahdollisimman kiinnostavaa, tarpeellista ja selkeää tietoa sidosryhmille. Ympäristökatsaus ei saa olla vain nippu paperia joka tehdään siksi, että se kuuluu tehdä osana sertifiointiprosessia. Seuraavassa on vastaajien kommentteja ympäristöraportista ja sen kehittämistä:

"Ei tavoita tavallista lukijaa. Hinta-hyötysuhde ei ole kohdallaan."

"Hyöty on sisälle päin, kertoo talolle missä mennään."

"Heidän liiketaloudellinen toimintansa ja markkinointinsa ei kuulu meille. Antaa kuitenkin taustatietoja."

"Niissä firmoissa joissa panostetaan ympäristöasioiden eteenpäin viemiseen eikä siihen viestintään on pitemmän päälle paremmat asiat. Niillä on viiden vuoden päästäkin jotakin viestittävää."

"Pitää antaa totuudenmukainen kuva"

9

"Tärkeä kriteeri ympäristöraportissa on se, kuinka avoimesti yritys myöntää aiheuttamansa merkityksen. Vilpittömän avoimuus ja nöyryys tulee siitä, että on hyvä itsetunto... Ei päätöksellistä "meidän isiemme metsät" tekstiä vaan avointa ja vastaanottajaa arvostavaa sanoa."

"Raportti on näyteikkuna. Rahoittajien ja sijoittajien palvelu on tulevaisuuden haaste."

Ympäristötiedotusta käsittelevien väittämien lisäksi vastaajille esitettiin ympäristösertifiointia, -päästöjä ja -investointeja koskevia väittämiä. Positiivista oli havaita, että kaikki vastaajat tiesivät Enson Imatran tehtaiden päästöjen vesistöön vähentyneen viime vuosina. Ilmansaasteiden vähenemiseen uskoi 97,2 % vastaajista. Mieliopiojohtajista 80 % tiesi Enson Imatran tehtaiden saaneen kansainvälisen EMAS-ympäristösertifikaatin vuonna 1997, mutta sertifikaatin merkitys ei välttämättä ollut kaikille selvinyt. Viidennes vastaajista uskoi, että Imatran tehtailla

on nimenomaan Greenpeacen hyväksymä ympäristösertifikaatti – alle puolet tiesi, ettei sertifikaatilla ole tekemistä Greenpeacen kanssa. Vain 13,9 % vastaajista arvioi Enson tehneen ympäristöinvestointeja vuonna 1996 yli 50 miljoonalla markalla, suurin osa vastaajista arvioi investointien olleen noin 20 miljoonaa markkaa.

6.2 Mielikuvia Imatran tehtaista

Kyselyn alussa vastaajia pyydettiin arvioimaan millaisilla adjektiiveilla he kuvaisivat Imatran tehtaita. Tarjolla oli 14 adjektiiviparia (esimerkiksi jäykkä vai joustava, avoin vai sulkeutunut ja luotettava vai epäluotettava). Enson Imatran tehtaita parhaiten vastaajien mielestä kuvaavia adjektiiveja olivat ”luotettava, menestyvä ja hyvämaineinen”. (Katso kuvio 6, jossa on esitetty 14 parhaiten Enson Imatran tehtaita kuvaavaa adjektiivia)

Negatiivisista adjektiiveista selvimminkin esiin nousivat ”itseks, jäykkä ja sulkeutunut”. Kukaan vastaajista ei kokenut Enson Imatran tehtaita taantuvaksi tai huonomaineiseksi. (Katso kuvio 7). Tuloksia tulkitessa on otettava huomioon että esimerkiksi adjektiivipareissa suomalainen – kansainvälinen ja ympäristöstävällinen – saastuttaja adjektiivit eivät ole vaihtoehtoina toinen toisensa pois sulkevia. Ympäristöstävällinenkin yritys voi saastuttaa ja suomalainen yritys voi olla kansainvälinen.

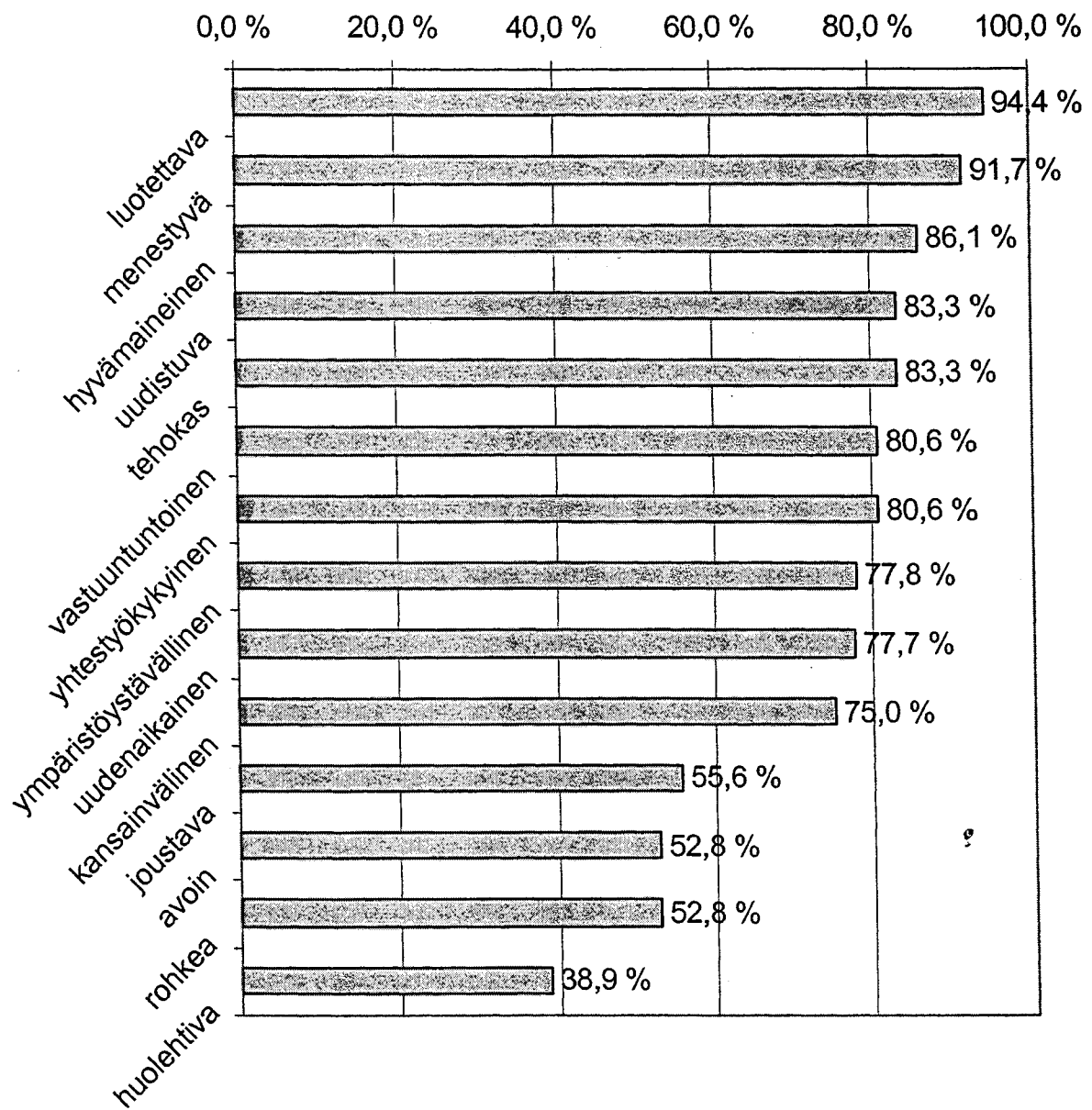
Haastattelussa vastaajia pyydettiin arvioimaan syitä siihen, että osa vastaajista näkee Enson Imatran tehtaot itsekkäänä, sulkeutuneena ja jäykkänä. Syitä löydettiin niin menneisyydestä kuin siitä, että tehtaan portit ovat nykyisinkin tiukasti suljetut ulkopuolisilta ja tiedonsaantia tulisi edelleen kehittää. Seuraavassa on muutamia esimerkkejä haastateltavien vastauksista:

”Enso saneli asioista paljon ja oli paikkakunnan veturin roolissa ja hieman ylimielinen...On ollut yritystä pois siitä, mutta varmaan enemmänkin olisi tehtävissä. Portteja pitäisi jotenkin avata. Ehkä ajatellaan, että kaikki tuntee, on olleet töissä – muttei kaikki kuitenkaan tunne.”

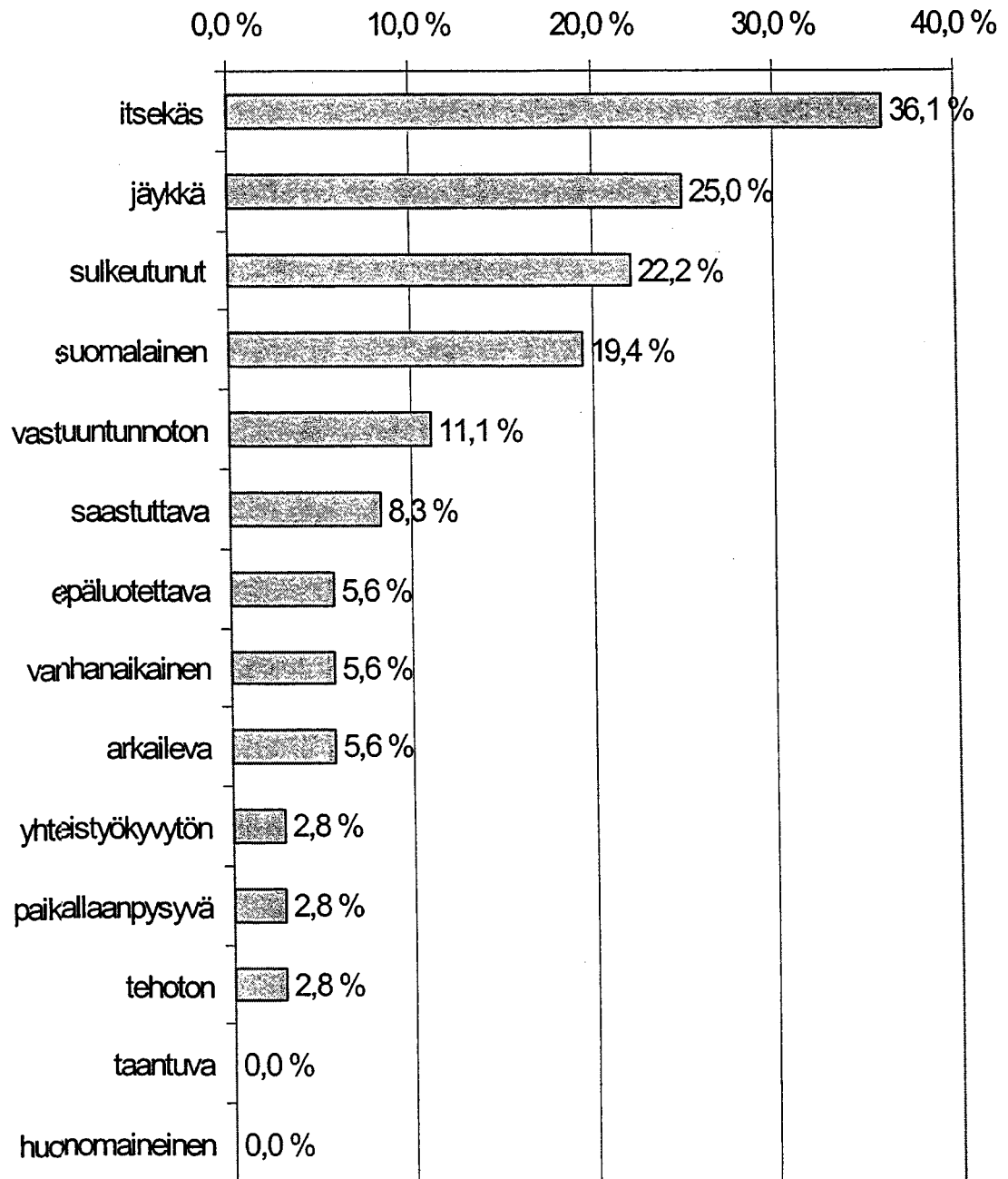
”Suuryritys on aina jäykkä. Tehtaiden johto on jäänyt melko kasvottomaksi paikallisille asukkaille. Elää omaa elämäänsä ensolaisten sisäpiirinä. Vuorovaikutus ulospäin on melko rajoittunutta, sillä ei ole kontakteja.”

”Tehtaan porttien sisäpuolelle ei ole päästy tutustumaan. On ollut hyvin byrokraattinen järjestelmä ja metsäpuolen hommissa on katsottu oman edun puolelta...On hyvin vähän

KUVIO 6. Kuinka moni vastaajista kuvailisi Enson Imatran tehtaita seuraavilla sanoilla



KUVIO 7. Kuinka moni vastaajista kuvailisi Enson Imatran tehtaita seuraavilla sanoilla



tiedottanut toimistaan, nyt tilanne on muuttunut...Ei tunneta riittävän hyvin...Enso on Enso ja jos et sopeudu pelisääntöihin, ei täällä ole töitäkään."

"Vaikka nykyisin on ollut paljon puhetta siitä, että nyt meillä puhalletaan yhteen hiileen, niin ei se välttämättä ole organisaatiossa täysin toteutunut. Ehkä siellä on pomot pomoja ja duunarit duunareita...Ammattiyhdistys on melko vahva ja asiat helposti kärjistyvät, joustamaton neuvotteluilmapiiri."

"Se (jäykkyys) pitää paikkansa. Enso on vanha valtion yhtiö jossa oli, on vieläkin hyvin hierarkkinen järjestelmä – se on sen pahin puute."

Lehtijutuissa ja haastatteluissa esiin nousseet maininnat joustamattomasta neuvotteluilmapiiristä viittasivat useimmin joko talon sisäisiin neuvotteluihin työnantajapuolen ja työntekijöiden välillä tai kauppaneuvotteluihin puun myyjien ja ostajan välillä. Haastateltavilla ei henkilökohtaisesti ollut ollut ongelmia yhteistyössä Enson Imatran tehtaiden kanssa, vaan tehtaita keuhuttiin erittäin yhteistyökykyiseksi tahoksi, joka on "herkällä korvalla" sidosryhmien toiveiden suhteen. Vaikka monissa vastauksissa ehdotettiin porttien avaamista ja muiden huomioimista päätöksenteossa, ymmärsivät vastaajat, että asiaa tulee katsoa myös yrityksen edun kannalta. Tästä kertovat esimerkiksi seuraavat vastaukset:

"Ei ole mahdollistakaan, että kuka tahansa tehdasalueelle menee, se on turvallisuuskysymys, yrityssalaisuuskysymys. Nykyaikainen tiedustelu, hiippailu on turvallisuusriski."

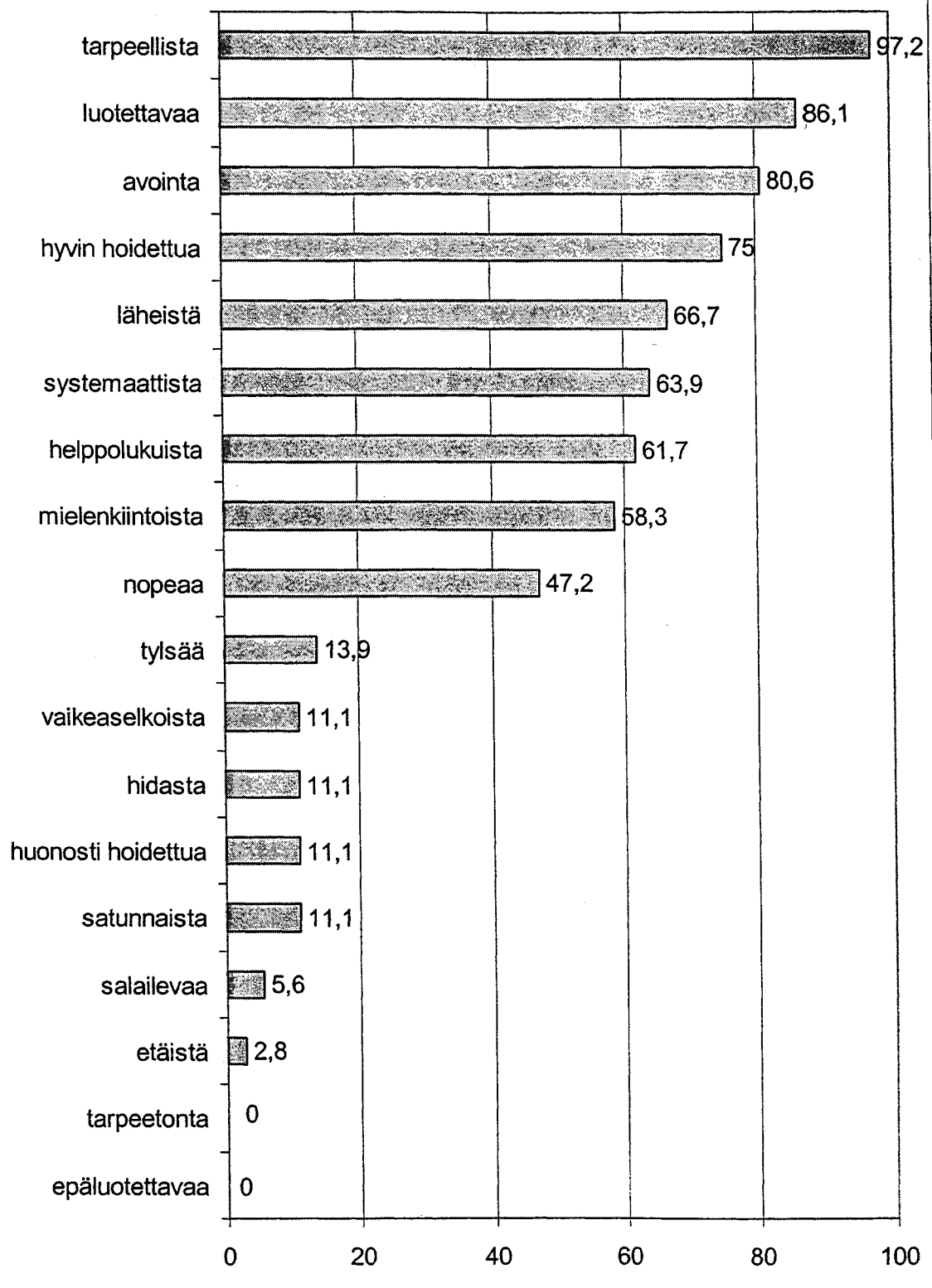
"Mikähän yritys ei olisi itsekäs. Jos yritys aikoo menestyä, sen on valvottava omia etujaan."

6.1 Mielikuvia tehtaiden ympäristöviestinnästä

Vastaajia pyydettiin kuvaamaan Enson Imatran tehtaiden ympäristöviestintää valitsemalla yhdeksästä annetusta adjektiiviparista parhaiten tehtaiden ympäristöviestintää kuvaavat adjektiivit. Vastaajien mielestä Imatran tehtaiden ympäristöviestintä on tarpeellista, luotettavaa ja avointa. Kukaan vastaajista ei pitänyt ympäristöviestintää tarpeettomana tai epäluotettavana. (Katso kuvio 8.)

Vastaajista 86,1 % piti siis Enson Imatran tehtaiden ympäristöviestintää luotettavana ja kuten edellä todettiin sana "luotettava" kuvasi vastaajien mielestä parhaiten myös Enson Imatran tehtaita kokonaisuutena. Luotettavuus on varmaksi yksi yrityksen menestyksen tärkeimpiä tukijalkoja. Mielenkiintoista pohdittavaa tarjoa-

KUVIO 8. Enson Imatran tehtaiden ympäristöviestintä on...



vatkin haastateltavien vastaukset kysymykseen ”kuinka luotettavia Imatran tehtaiden ympäristöä koskevat tiedonannot ovat?”. Vastaukset osoittavat, että Enso ei ole saavuttanut luottamusta pelkästään rehellisellä ja avoimella tiedottamisella, vaan vastaajat uskovat, että ulkopuoliset tahot kontrolloivat Enson sanomisia tarkoin, eikä yritys voi tämän vuoksi olla tiedonannoissaan epäluotettava. Seuraavassa on muutamia esimerkkejä siitä, kuinka luotettavaksi Enson ympäristöasioita koskevat tiedonannot koetaan:

”Minusta erittäin luotettavia. Ne on 110 prosenttisen luotettavia, koska Enso kansainvälisenä yhtiönä, niin ei sillä ole varaa tehdä sitä, että se pistää epäluotettavaa tai vilunkia teke siinä, koska sen kun huomaa keskieurooppalainen asiakas niin se päättyy kuin kanan lento se meno silloin. Niillä ei ole varaa jäädä kiinni tällaisesta epäluotettavasta tiedottamisesta, oli se sitten ympäristöasiat tai mikä hyvänsä.”

”Kyllä minä koen tiedot luotettavina, koska niillä ei ole varaa kärkehtää.”

”Tiedot on täysin luotettavia, mutta on varmaan tietoja, joita ei anneta... Se on aika inhimillistä, tuskin kukaan omia huonoja puolia esiin tuo jos niitä ei kysytä.”

”Mikäpäs yhteisö se ei olisi ollut että pyrkii ne tosiasiat vähän kuorruttamaan. Positiivista puolta tuodaan tehokkaammin julki kuin negatiivista.”

Haastateltavat kokivat, että se tieto minkä he Ensolta saavat on luotettavaa, mutta toisaalta he eivät olleet varmoja tiedotetaanko kaikista asioista tarpeeksi ja jätetäänkö negatiivisia asioita kertomatta. Lähes kolmannes (27,8 %) vastaajista uskoi, että paperiteollisuus pyrkii kaunistelemaan toimintansa ympäristövaikutuksia. Vaikka vain 5,6 % vastaajista kuvaili Enson Imatran tehtaita salailevaksi, 22,2% vastaajista uskoi, että Imatran tehtaiden kielteiset uutiset jäävät usein kertomatta.

Vastaajista yli kolmannes (36,1 %) oli sitä mieltä, ettei Enson Imatran tehtaiden ympäristöasioista kerrota tarpeeksi joukkoviestimissä. Tämä tulos on ristiriidassa sen kanssa, että suurin osa vastaajista ilmoitti aikaisemmin saavansa sopivasti tietoa eri viestintävälineistä. Esimerkiksi Uutisvuokseen lisätietoa kaipasi vain 8,6 % ja Etelä-Saimaaseen 17,1 % vastaajista. (Katso kuvio 5, sivulla 61).

Haastatteluissa selvisi, että syynä lisätiedon kaipaamiseen oli se, että tehtaiden toiminta vaikuttaa myös monien sidosryhmien toimintaan. Sidosryhmien edustajat kaipasivat erityisesti tietoa yrityksen tulevaisuuden suunnitelmista aiemmin asioiden valmistelua varten. Vastauksissa viitattiin myös esimerkiksi ruotsalaisten metsäteollisuusyritysten tapaan tiedottaa suunnitelmistaan aikaisemmassa

vaiheessa. Toiveista tiedon saamiseksi aikaisemmin kertovat seuraavat vastaukset:

"On hirveän vaikea saada Ensolta etukäteen tietoa esimerkiksi investointipäätöksistä, koska ne on niin hiljaa siellä. He ei sen vertaa luota, että vois kertoa taustaa näille asioille jo ennen varsinaista päätöstä."

"Ruotsalaiset yritykset ovat aina olleet parempia tiedottamisessa. He ovat jo etukäteen markkinoineet itsensä parempana. Puhuvat asioista. Olivat tehneet asioita jo aikaisemmin."

"Ruotsissa otetaan riskejä, julkaistaan projekteja jo alkuvaiheessa."

"Ei siellä tehtailla mitään korkeaa profiilia ole ja minun mielestä ne vois tehdä enemmän. Just se tiedotuspuoli, säännöllisyys, pitäisi kertoa avoimesti päästöistä ja investointien ympäristövaikutuksista."

7 IMATRAN TEHTAIDEN VIHERTYMINEN

Tässä luvussa pyritään kuvaamaan Imatran tehtaiden vihertymisprosessia niin kuin tutkimukseen osallistujat ovat sen nähneet. Teemahaastattelussa haastateltavia pydettiin kuvailemaan, kuinka ympäristöajattelu suomalaisissa teollisuusyrityksissä ja erityisesti Ensolla sai alkunsa. Lisäksi selvitettiin millaista Imatran tehtaiden suhtautuminen ympäristöasioihin nykypäivänä on vastaajien mielestä. Nykyistä ympäristökeskustelua oli selvitetty ennen haastattelujen suorittamista myös kyselylomakkeessa esitettyjen kysymysten avulla. Lopuksi haastateltavia pyrittiin vielä vastaajia arvioimaan mitkä olisivat mahdollisia tulevaisuuden keskusteluaiheita.

7.1 Ympäristökeskustelun herääminen ja kehitys

Haastateltavat muistelivat ympäristökeskustelun alkaneen 70-luvulla käydystä arvokeskustelusta, mutta uskoivat Enson asenteiden muuttuneen ympäristöstävällisiksi vasta kymmenen vuotta myöhemmin. Ensimmäisiä julkisuudessa käytyjä ympäristökeskustelun aiheita muisteltiin olleen metsäsodat, vesakkomyrkytykset ja jätevesiasiat. Seuraavat haastattelupätkät kuvaavat ympäristökeskustelun heräämisen alkuvaiheita:

" Murrosiässä aloin pohtimaan maailmankuvaan ja oikeudenmukaisuuteen liittyviä kysymyksiä... 70-luvun puolessavälissä oli voimakas rauhanaate, rauhan marsse-

ja...Opiskeluaikana oikeudenmukaisuuskäsitys törmäsi teolliseen metsäkäsitykseen."

"Ihmisten arvot ovat muuttuneet."

"50-luvulla Enso saastutti suruttomasti...60-luvullakin ympäristökeskustelu oli vielä vähäistä, mutta 70-luvulla asioista jo puhuttiin."

1980-luvulla puheenaiheita olivat haastateltavien mukaan mm. sademetsien tuhoutuminen ja happosateet. Enson suhtautuminen ympäristöasioihin on vastaa-
jien mielestä muuttunut positiiviseksi vasta viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tätä kehitystä kuvaavat seuraavat haastateltavien kommentit Enson Imatran teh-
taiden toiminnasta 1980-luvulla:

"Enso saneli asioita ja oli paikkakunnan veturin roolissa. Vielä 70-luvulla ja 80-luvun puoliväliinkin saakka Enso oli hieman ylimielinenkin."

"Enson oma suhtautuminen ympäristöasioihin oli vielä 80-luvulla nuijaa. Lupaehtoihin suhtauduttiin kielteisesti...Hampaita kiristellen tehtiin se minkä laki vaati."

"Vielä 80-luvun alussa ympäristöasioita pidettiin pakollisena pahana. Oli vaikea saada ajatuksiaan läpi – piti osoittaa hyöty rahassa."

*"Teollisuudelle ympäristöliikkeiden ajamat asiat olivat tuolloin höpönlöpön puhetta. Ympä-
ristöasioille naureskeltiin."*

Kun viestintävälineet kiinnostuivat ympäristökeskustelusta oli teollisuusyri-
tystenkin osallistuttava ympäristökeskusteluun puolustautuakseen ympäristöliik-
keiden hyökkäyksiä vastaan. Enson toiminnan kannalta merkittäviä puheenaiheita
olivat erämaahakkuut ja Greenpeacen esittämä kritiikki pohjolan metsänhoitoa
kohtaan. Negatiivinen julkisuus herätti keskustelua joka uhkasi Enson kaupan-
käyntimahdollisuuksia Keski-Euroopassa ja etenkin Saksassa. Haastateltavat
muistelevat tilannetta seuraavanlaisesti:

"Ensolle ympäristöasiat on tulleet Saksasta asiakkaiden painostuksesta."

*"Ensolla oltiin erittäin herkällä korvalla ja varovaisia, "pelättiin" tulevaisuutta jos musta-
maalauslinja jatkuu...Greenpeacella on iso vaikutus. Viranomaiset eivät ole Ensola vaati-
neet lähestulkoonkaan sitä, mitä he ovat tehneet. Lainsäädäntö on ollut löysää ja tullut*

jälkijunassa. Jos ei Keski-Euroopassa olisi nostettu asioita esille kehitys olisi ollut paljon hitaampaa."

"Hyökkäys tuli yllätyksenä – oli yliammuttu. Tilanne ei ollut niin paha kuin annettiin ymmärtää."

"On hyvä, että on olemassa ihmisiä, jotka tuovat esiin epäkohtia ja kysymyksiä. Ympäristöjärjestöistä kuitenkin 90 % ampuu yli. He lähtevät siitä ettei heillä ole liiketaloudellista tavoitetta tehdä voittoa – joten ihmiset uskovat heitä."

Haastateltavat näkevät siis ympäristöjärjestöjen luoman paineen olleen tärkeä tekijä Enson vihertymisprosessissa, mutta toisaalta he kritisoivat ympäristöliikkeiden "yliampuvia" toimintatapoja. Koska Enso koetaan alueella tärkeäksi työllistäjäksi ja hyvinvoinnin tuojaksi, asettuvat vastaajat mieluummin yrityksen puolelle kuin kannattavat ympäristöjärjestöjen julkisuushakuisia tempauksia.

7.2 Imatran tehtaiden suhde ympäristöön nykypäivänä

Kyselyn vastaajista 61,1 % arveli, että Enso on jo nyt tehnyt ympäristöasioiden eteen enemmän kuin mitä viranomaiset vaativat. Lähes kaikki vastaajat (97,2 %) uskoivat, että Enson Imatran tehtailla suhtaudutaan nykyisin myönteisesti ympäristönsuojeluun. Ympäristöasioiden kehittäminen jatkossakin, on tärkeää, sillä ympäristöasioista puhuminen ei ollut vastaajien mielestä ohimenevä muoti-ilmiö. Vastaajat uskoivat tärkeimmän syyn Enson vihertymiseen olevan asiakkailta tuleva paine, tästä kertoo muun muassa seuraava kommentti:

"Se on imagon luomista, kuluttajien mielipiteet vaikuttaa – on pakko kuunnella. Mutta ei se tee asiaa sen huonommaksi. Pääasia on, että yritys tekee jotain ympäristöasioiden eteen."

Vastaajista yli puolet (58,3 %) oli sitä mieltä, ettei paperiteollisuus nykyisin aiheuta pahoja ympäristöhaittoja ja 77,8 % mielestä, Imatran tehtaat ei rasittanut kohtuuttomasti luontoa. Enson vaikutuksista ympäristöön negatiivisina nähtiin kuitenkin vaikutus lähialueen metsiin (tuhohyönteiset tehtaan lähellä, kaasumaisien päästöjen vaikutukset ja happamoittava laskeuma), ilman- ja vedenlaatuun (haju ja vesien kalattomuus) ja toimintaan liittyvän liikenteen ympäristökuormitus. Ympäristövaikutuksista puhuessaan vastaajat viittasivat usein menneeseen ja kertoivat kuinka tilanne ympäristöpäästöjen osalta on huomattavasti parantunut.

Päästöjen vähenemistä konkreettisesti kuvastivat ihmisten kertomukset kalojen palaamisesta kesämökkivesistöihin ja pistävien hajuhaittojen vähenemisestä. Ympäristöhaittojen torjumista paperiteollisuudessa piti tärkeänä 97,2 % vastaajista.

Vastaajista 55,6% piti tehtaiden panostusta ympäristönsuojeluun riittävänä. Vaikka ympäristöinvestointien katsottiin puhdistaneen lähiympäristöä eivät kaikki vastaajat vielä uskoneet Imatran tehtaiden ympäristötekojen käytännössä tehonneen. Esimerkiksi lähialueen marjojen syömäkelpoisuuteen uskoi 86,2 % vastaajista, mutta vain 58,3 % vastaajista sanoi kalojen viihtyvän tehtaiden läheisyydessä ja 55,6 % vastaajista ilmoitti tehtaiden lähellä olevan metsän olevan hyvässä kunnossa.

7.3 Tulevaisuuden keskusteluaiheita

Vaikka ympäristöasiat on Ensossa saatu tiettyyn kontrolliin ympäristö- ja laatujärjestelmien myötä, ei yrityksen sisällä voida jäädä aloilleen odottamaan. Ympäristössä tapahtuu jatkuvasti muutoksia ja esiin nousee uusia keskustelunaiheita, joiden ennakointi voi olla yrityksen menestyksen kannalta tärkeää. Kilpailuedun ympäristöasioissakin saavuttaa se yritys joka on muita edellä ja valmiina reagoimaan muutoksiin. Haastatteluissa nousi esiin useita mahdollisia tulevaisuuden keskustelunaiheita, joista tärkeimpinä kansainvälisen ja jatkuvan kasvun herättämät kysymykset yrityksen arvoista ja yhteiskunnallisesta vastuusta.

?

7.3.1 Jatkuva kasvu, ympäristönsuojelu ja yhteiskunnallinen vastuu

Jatkuvan kasvun tavoitteiden ja ympäristön säilymisen välillä on useita ratkaisemattomia ristiriitoja. Vaikka 97,2 % vastaajista sanoi, että tehtaiden ympäristön kuormitus on vähentynyt tuotannon kasvusta huolimatta on muistettava, että yritys vaikuttaa ympäristöön muutenkin kuin saastepäästöillä. Haastateltavat toivat esiin useita tuotannon kasvuun liittyviä epäkohtia:

” Vaikka päästöt ovat vähentyneet tuotannon määrien kasvaessa, ovat välilliset vaikutukset (esimerkiksi melu ja kuljetuksen aiheuttamat saasteet) saattaneet lisääntyä”

”Tuotteiden hyväksyttävyydessä on riskinsä. Onko paperi ympäristön kannalta heikompi vaihtoehto? Tuotekehitystä ja parannusta tulee tapahtumaan edelleen. Esimerkiksi keveät

painopaperit...Kulutuksen hillintä länsimaissa on oltava tavoitteena. Samaa kulutustasoa ei voida tulla pitämään yllä maapallolla."

"Paperin kulutuksen kasvu on ympäristöhaitta. Yrityksen pitäisi sanoa emme tue paperin kulutuksen kasvua, pyrimme pois tältä alueelta."

Huolta maapallon jätemäärän kasvusta ja ympäristön tuhoutumisesta osoittaa myös se, että vastaajista 75 % oli sitä mieltä, että Enson tulisi käyttää ympäristöystävällisempiä raaka-aineita ja tuotantomenetelmiä, vaikka se nostaisikin tuotteiden hintaa. Kaikki vastaajat ovat myös yksimielisiä siitä, että Enson Imatran tehtaiden tulisi huolehtia siitä, että sen tuotteet ovat helposti kierrätettäviä. Ihmiset eivät olleet siis huolissaan vain yksittäisen tuotantolaitoksen päästöistä, vaan he kantoivat huolta koko tuotantoketjun ympäristöystävällisyydestä. Enson pitää vastaajien mielestä esimerkiksi pystyä vastaamaan raaka-aineen alkuperää metsänhoitoa koskeviin kysymyksiin:

"Enso on pyrkinyt varmentamaan venäläisen puun lähteen, mutta voiko luottaa venäläisiin? Siinä pitää olla varpaillaan."

"Enso ei lähde aarniometsiä hakkaamaan. Greenpeace herkästi laajentaa aarniometsäksi kaiken – eihän jokainen metsä ole aarniometsä, jos annetaan olla, tehdään metsälle enemmän haittaa. Metsää pilataan hapattamalla se pystyyyn."

"Kyllä Enson pitää pystyä selvoittamaan mistä puu tulee."

Itse valmistusprosessia koskevia tulevaisuudessa vastaan tulevia kysymyksiä haastateltavien mielestä olivat jätteiden hyötykäytön, energialähteen ja tarvittavan energiamäärän pohtiminen sekä vastuu vanhoista vahingoista:

"Kemikaalien kierrätykseen ja jätteiden hyötykäyttöön joudutaan kiinnittämään enemmän huomiota, koska siellä tehdään niin merkittäviä muutoksia ympäristöön."

"Millä energialla laitos toimii? Ydinvoima vai puusta syntyvä energia? Kuinka paljon energiaa toiminta vaatii?"

"Saastuneet maat, riski uusiin haavereihin"

Eräs viimeaikoina julkisuuteen noussut kasvuun ja kansainvälistymiseen liit-

tyvä keskustelunaihe on ollut suomalaisten metsäteollisuusyritysten toimiminen ulkomailla eri kehitystasoilla olevissa kulttuureissa. Erityisesti UPM-Kymmene ja Aprilin yhteistyö on herättänyt keskustelun yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta myös ulkomaankohteissa:

"Perustavanlaatuisia kysymyksiä, kuten miksi ulkomaalaisen yrityksen pitää toimia maassa jossa ihmisarvoja ei kunnioiteta? Yrityksen täytyy ottaa kantaa, jos maahan menee... Yhteiskunnallinen vastuu mitä yritys väittää kantavansa...kun kolahtaa toiseen kulttuuriin, sanookin että 'eihän me voida ottaa vastuuta'."

Koska myös Ensolla on useita yksiköitä ulkomailla on sen varauduttava eettisiin arvoihin liittyvien kysymysten lisääntymiseen. Suuryritysten toiminnan oikeudenmukaisuuteen liittyvät arvokysymykset ovat yksi tärkeistä tulevaisuuden keskustelunaiheista. Yrityksen on kyettävä osoittamaan, että se tekee parhaansa toiminta-alueensa ihmisten ja ympäristön hyvinvoinnin eteen - yrityksen on pystyttävä perustelemaan olemassaolonsa tärkeys.

7.3.1 Fuusioitumisen riskit ja edut

Storan ja Enson fuusioituminen nähtiin yhtenä riskitekijänä ympäristöviestinnälle. Vastajat arvelivat, että suurempi yhtiö on kiinnostava hyökkäyksen kohde ympäristöjärjestöille. Eräs vastaaja kuvaa uhkaa näin:

"Ne on niin iso, maailman suurin, että mun mielestä niiden on oltava varuillaan, ettei niitä vastaan aleta hyökkäämään. Storan ja Enson yhteinen määrä miten paljon ne saastuttaa ja kaataa metsää on merkittävä. Varmasti sitä kohtaan tullaan hyökkäämään entistä enemmän."

Epävarmuutta herätti myös fuusioitumisen vaikutus paikalliseen elinkeinoelämään. Pelkoja ja epävarmuutta heijastavat esimerkiksi seuraavat lausunnot:

"Fuusio mietityttää, milloin jätit ovat liian isoja. Yhtiö elää omaa maailmaansa. Jossainhan loppuu suuruudenkin etu. Iso organisaatio elättää itse itsensä."

"Ongelmia (fuusioitumisprosessissa) ei saa vähätellä."

Kaikki vastaajat eivät nähneet muutosta uhkana, vaan osa vastaajista näki

fuusion vahvistavan yrityksen ympäristöystävällistä asemaa:

"Ruotsi on aina ollut pikkuisen edellä, joten ei sillä ole negatiivista vaikutusta ympäristöasioihin."

"Ruotsissa ja Suomessa on annettu painoarvoa ympäristöasioille. Ruotsissa on oltu avoimempia. Taustalla on jo vahva ympäristöajattelu."

7.3.3 Suhtautuminen ympäristönsuojelu- ja peitejärjestöihin

Osa haastateltavista toi esiin huolestumisensa siitä mihin suuntaan teollisuusyritysten ja ympäristönsuojeluliikkeiden yhteistyö ristiriitojen kärjistyessä saattaa kehittyä. Lakien uskottiin kyllä suojaavan yritystoimintaa itse hyökkäyksiltä, mutta osa vastaajista epäili ympäristöjärjestöjen vilpittömyyttä.

"Greenpeace on tunnettu terroristijärjestö... Se mikä meikäläistä kiinnostaa, että kuka sitä rahoittaa, kuka maksaa."

"Suomalaiset yritykset toimii yhteistyössä, heillä on kontakteja niin sanottuihin peitejärjestöihin. Liikkeiden edustajia on ollut Suomessa vierailulla...Pelkään, että se on lähellä. Ei ehkä järjestöjä, mutta yksittäisiä henkilöitä. Jo nyt mietityttää kenenköhän suulla kukin puhuu."

Peitejärjestöt ovat alun perin lähtöisin Yhdysvalloista, jossa suuryhtiöt ovat käynnistäneet vastahyökkäyksiä ympäristönsuojelijoita vastaan. Ideana on turvautua kansalaisjärjestöihin, jotka edistävät yhtiöiden tavoitteita. Ympäristönsuojelu onkin Yhdysvalloissa joutunut puolustuskannalle ja vanhat vakiintuneet ympäristöjärjestöt ovat omaksuneet maltillisen kompromissilinjan välttämällä kiistakysymyksissä jyrkkiä asenteita, jotka saattaisivat vieroittaa varakkaita lahjoittajia. (Vahtera 1998.)

Koska osa haastateltavista pelkäsi peitejärjestöjen yleistyvän myös Euroopassa, on Imatran tehtaiden oltava valmiita vastaamaan mahdollisiin epäilyksiin kytköksistä peitejärjestöihin. Vastaajat eivät kokeneet peitejärjestöjä oikeana tapana toimia. Suositeltavampia vaihtoehtoja ristiriitojen ratkaisemiseksi ovat vastaajien mielestä avoin tiedottaminen, keskustelu ja erilaisuuksien salliminen:

"Toivottavasti (peitejärjestöjä) ei tule koskaan Suomeen, se on huono tapa. Ei minusta"

pidä lähteäkään siitä, että niissä asioissa on täydellistä yksimielisyyttä. He saa olla eri mieltä...Kerrotaan omista lähtökohdista mahdollisimman paljon julkisesti eikä tueta vastakkaisia leirejä."

LOPPUYHTEENVETO JA POHDINTAA

Kuluttajien ympäristötietoisuus ja julkisuudessa käytävä ympäristökeskustelu kasvoivat Suomessa voimakkaimmin 1980- ja 1990 luvuilla. Tuolloin julkisuudessa käsiteltiin kriittisesti muun muassa metsäteollisuusyritysten aiheuttamia metsätuhoja. Koska metsäteollisuus ei ollut valmistautunut osallistumaan ympäristökeskusteluun, kärjistyi keskustelu mediassa usein metsäteollisuuden ja luonnonsuojelujärjestöjen edustajien lausuntojen vastakkainasetteluksi. Tämän "taistelun" seurauksena suomalainen metsäteollisuus menetti luottamustaan kuluttajien silmissä.

Maineensa parantamiseksi ja kilpailukykynsä säilyttämiseksi yritysten oli negatiivisesta julkisuudesta seuranneen kriisitilanteen vuoksi parannettava toimintatapojaan. Perinteisesti tuotantokeskeisellä metsäteollisuuden alalla ryhdyttiin pohtimaan asioita myös asiakkaiden ja ympäristön näkökulmasta. Laatujohtamisen kautta on vähitellen siirrytty kohti ympäristöjohtamista, jossa tavoitteena on ympäristönäkökulmien huomioiminen yrityksen toiminnan kaikissa vaiheissa.

Teollisuuden uudeksi haasteeksi ympäristöystävällisen toiminnan ohella on noussut ympäristötiedottaminen. Erilaiset ympäristöraportointijärjestelmät ovat osaltaan parantaneet sidosryhmien tiedonsaantimahdollisuuksia, mutta edelleenkin luotettavan ja vertailukelpoisen ympäristötiedon saanti on ongelma. Ei voida myöskään ajatella, että pelkkä yksisuuntainen ympäristöraporttien tuottaminen olisi hyvää ympäristöviestintää. Tehokas ympäristöviestintä käyttää yrityksen sidosryhmiä hyväkseen sekä lähettäessään tietoa ulos yrityksestä että kartoittaessaan ympäröivässä yhteisössä vallitsevia arvoja, asenteita ja trendejä.

"Issues Management" -ajattelutavan mukaan yrityksen tulisi pyrkiä tunnistamaan sellaiset tulevat trendit ja keskustelunaiheet, jotka mahdollisesti vaikuttavat

yrityksen toimintaan. Näin pyritään ennakoimaan ja estämään mahdollisuudet tulevaisuuden kriisitilanteet. Esimerkiksi ympäristökeskustelun heräämisestä oli nähtävissä ennusmerkkejä jo 1970-luvulla, kun ympäristöaiheisten lehtiartikkelien määrä kasvoi nopeasti ja aiheesta alettiin julkaista etenkin asiantuntija-artikkeleja ja tutkimuksia. Mikäli metsäteollisuusyritysten edustajat olisivat tuolloin havainneet ympäristöasenteiden merkityksen kasvun, olisivat he voineet rauhassa valmistautua tuleviin haasteisiin ja voineet jopa välttää kriisitilanteen.

Dozierin (1999) mukaan nimenomaan median sisältöanalyysi, sidosryhmäsuhteiden ylläpito ja median edustajien sekä muiden asiantuntijatahojen käyttäminen tietolähteinä, ovat tärkeimpiä työkaluja tulevien keskustelunaiheiden tunnistamisessa. Näitä menetelmiä käyttäen tutkimuksen empiirisessä osiossa tarkkailtiin Stora Enso Oyj Imatran tehtaiden ympärillä käytyä ympäristökeskustelua vuosien 1997-1998 aikana.

Median sisältöanalyysiä varten tutkimuksessa tarkkailtiin kahta suurinta Imatran seudulla ilmestyvää sanomalehteä. Useimmiten lehtien jutut käsittelivät tuolloisen Enson taloudellista tilannetta ja tulevaisuuden suunnitelmia. Mahdollisista ympäristövahingoista tai onnettomuuksista juttuja oli hyvin vähän. Juttujen sisältöön vaikutti huomattavasti se, että seurattavaksi valitulla ajanjaksolla tapahtui Storan ja Enson fuusioituminen. Tutkimuksen kannalta on tavallaan valitettavaa, että tällainen yllättävä tapahtuma sattui kesken havainnointikauden ja näin ollen esimerkiksi taloudellisen uutisoinnin osuus on saattanut tutkimusaineistossa painottua liikaa. Mikäli samoja lehtiä olisi seurattu vuotta aiemmin tai vuotta myöhemmin, olisi juttuaineiden painotus saattanut olla toisenlainen.

Median sisältöanalyysi⁹ oli lisäksi erittäin työläs menetelmä ja voitaisiinkin kenties pohtia, olisiko tällä menetelmällä saatu tieto voitu kerätä jollain helpommalla ja vähemmän aikaa vievällä tavalla. Työtä olisi helpottanut jo se, jos Ensoa käsittelevät lehtiartikkelit olisivat olleet valmiiksi seulottuna muista lehtien jutuista. Toisaalta juttujen etsiminen paikallisista lehdistä auttoi tutkijaa yrityksen ympäristön hahmottamisessa. Jutut antoivat myös arvokasta taustatietoa, jota voitiin hyödyntää kyselylomakkeen suunnittelussa ja kyselyyn sekä haastatteluun valittavien henkilöiden valinnassa.

Eräs ongelmallinen kohta tutkimuksen suunnittelussa oli juuri kyselyyn ja haastatteluun valittavien henkilöiden valitseminen. Vastaaajiksi pyrittiin etsimään henkilöitä, joilla olisi paljon kontakteja imatralaisiin, muttei välttämättä läheistä suhdetta Imatran tehtaisiin. Tärkeämpää kuin se, mitä kyselyyn osallistujat tiesivät tehtaista, oli se kuinka hyvin he tunsivat ja osasivat kuvata lähialueen vaikuttajien ajatuksia ja asenteita tehtaita kohtaan. Vaikka tutkijan "puolueettomuudesta" ja ulkopuolisuudesta saattoi olla hyötyä tutkimuksen teon muissa vaiheissa, tässä

kohdassa se oli heikkous. Tämän vuoksi tukeuduttiin Imatran tehtaiden edustajien (ympäristönsuojelupäällikkö Hilikka Hännikäisen, viestintäpäällikkö Martti Savolaisen ja ympäristöpäällikkö Matti Salsteen) apuun ja annettiin heidän tarkastaa ja täydentää listaa vastaajiksi valittavista lähialueen vaikuttajista. Tästä huolimatta sidosryhmälistaa voisi kritisoida. Siitä esimerkiksi puuttuvat paikallisradion edustajat ja pankkien edustus puolestaan on ehkä painottunut liikaa. Toisaalta valitut henkilöt olivat varmasti sikäli ”oikeita” henkilöitä, että vastauksia tuli runsaasti ja vastaajat olivat selvästikin kiinnostuneet kyselystä ja siitä saatavista tuloksista.

Koska jo kyselylomaketta suunniteltaessa tiedettiin, että kyselyn avulla saatavaa tietoa voitaisiin täydentää ja syventää haastattelujen avulla, ei kyselylomakkeessa ollut lainkaan avoimia kysymyksiä. Ainoastaan kyselylomakkeen lopussa oli tilaa vastaajan omille kommenteille. Kyselylomake oli siis nopea täyttää ja tämä saattoi osaltaan vaikuttaa siihen, että lomakkeet oli täytetty varsin hyvin ja palautusprosentti oli hyvä. Tutkijan kannalta kyselylomakkeen etuja olivat helppo tulosten analysointi ja se, että kyselyistä saatujen tulosten avulla voitiin suunnitella haastattelujen keskustelunaiheita.

Ehkä juuri hyvät esivalmistelut (median sisältöanalyysi ja kyselyn antamien pohjatietojen hyväksikäyttö haastattelun suunnittelussa) saivat tutkijalle aikaiseksi tuntemuksen siitä, että nimenomaan haastattelut olisivat tässä tutkimuksessa olleet paras ja antoisin tutkimusmenetelmä. Haastateltavat kertoivat mielellään omia näkemyksiään, eivätkä vältäneet kärkeviäkään ilmaisuja. Heidän avullaan kyselytutkimuksella saatu numerotieto kääntyi asenteiksi, ajatuksiksi ja selityksiksi, miksi vastaajat olivat vastanneet kyselyyn niin kuin olivat. Tässä tutkimuksen vaiheessa tutkijan ulkopuolisuudesta oli varmasti hyötyä, sillä muualta tulleelle tutkijalle paikkakunnan asioista on luultavasti helpompi puhua, kuin esimerkiksi suoraan tehtaan edustajalle olis ollut.

Kyselyihin ja haastatteluihin osallistuneet kokivat Imatran tehtaas luotettavaksi, menestyväksi ja hyvämaineiseksi yritykseksi. Heillä oli myös positiivinen asennoituminen tehtaiden ympäristöviestintään ja ympäristöasioiden hoitoa kohtaan. Toisaalta he kuitenkin tiesivät, millaisia negatiivisia vaikutuksia tehtaiden toiminnalla on lähialueen metsiin sekä ilman- ja vedenlaatuun. Nämä henkilöt ovatkin yrityksen viestinnän kannalta tärkeä sidosryhmä, koska he ovat kiinnostuneet vastaanottamaan yritystä koskevaa tietoa ja voivat tehokkaasti välittää sitä omassa lähiverkossaan.

Täysin vailla kritiikkiä eivät Imatran tehtaas selvinneet tutkimuksesta. Huomattava osa vastaajista koki tehtaas sulkeutuneeksi, jäykäksi ja itsekkääksi. Lisätietoa kaivattiin etenkin Internetin, sähköpostin ja tapaamisten välityksellä. Vastaajat

painottivat sitä, että sidosryhmät tarvitsevat kohdennetumpaa tietoa ja etenkin tulevaisuuden suunnitelmista toivottiin tietoa varhaisemmassa vaiheessa. Vastaa- jien mielestä uusia piileviä keskustelunaiheita, jotka tulevaisuudessa saattavat vai- kuttaa Imatran tehtaiden toimintaan ovat esimerkiksi: 1) jatkuvan kasvun tavoittei- den ja ympäristön hyvinvoinnin ristiriidat, 2) kansainvälistyminen, liiketoiminta ja yhteiskunnallinen vastuu eri kehitysvaiheissa olevissa kulttuureissa sekä 3) suh- teet ympäristönsuojelu- ja peitejärjestöihin.

Tämän tutkimuksen ehkäpä suurin haaste oli tutkijan kannalta siinä, ettei varsinaista ympäristöviestinnän kirjallisuutta ole vielä olemassa riittävästi luo- maan vahvaa teoriapohjaa tutkimukselle. Tässä tutkimuksessa tukeuduttiin vies- tinnän tutkimusten lisäksi paljolti ympäristölaskentatoimen ja ympäristöjohta- misen julkaisuihin ja niiden tarjoamia näkemyksiä pyrittiin arvioimaan viestinnän näkökulmasta. Hyvänä jatkotutkimushaasteena olisikin varmasti tutkimus, jossa tarkemmin määriteltäisiin, mitä ympäristöviestintä on ja kuinka se liittyy organi- saation muun viestinnän kanssa. Mielenkiintoista olisi myös laajentaa tarkastelua pelkästä ympäristöviestinnästä koskemaan koko julkisuuden hallintaprosessia "Issues Management" -menetelmiä käyttäen ja tarkkailla pitkällä aikavälillä jonkin yrityksen tai toimialan kannalta uhkaavia ja mahdollisuuksia tarjoavia keskuste- lunaiheita julkisuudessa.

Vaikka tämän tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää nimenomaan Stora Enso Oyj Imatran tehtailla, on tehdystä ympäristöasenteiden ja ympäristökeskus- telun kehitystä kuvaavasta osiosta varmasti hyötyä monille ympäristökeskustelua kiinnostuneena seuranneille viestinnän tutkijoille. Vaikka usein kritisoidaan sitä, että tutkimuksia tehdään ulkopuolisille tahoille aiheesta kuin aiheesta, on tämän tutkimuksen aihe mielestäni erittäin ajankohtainen ja uusia näkökulmia luova. Työ oli haasteellista eikä noudattanut vanhoja kaavoja. Tämä tutkimus on toivotta- vasti myös esimerkki siitä, että yrityksen ympäristöasioiden hoitamista voi seurata paitsi talous- tai luonnontieteilijän myös viestinnän tutkijan näkökulmasta.

LÄHDELUETTELO

- Allardt, E. 1991. Kestävän kehityksen yhteiskunnallisista edellytyksistä. (11-23) Teoksessa I. Massa & R. Sairinen (toim.) Ympäristökysymys, Ympäristöuhkien haaste yhteiskunnalle. Helsinki: Gaudeamus.
- Andrews, P. & Baird, J. 1989. Communication for Business and the Professions. (4. painos). Dubuque: Wm.C.Brown.
- Antonides, G. & van Raaij, W. F. 1998. Consumer Behaviour, A European Perspective. Wiley: Chichester.
- Cracknell, J. 1993. Issue arenas, pressure groups and environmental agendas. Teoksessa A. Hansen (toim.). The Mass Media and Environmental Issues. 1993, Leicester University Press, 3-21.
- Downs, C.W. 1988. Communication Audits. Glenview (Ill.) Scott, Foresman and Company cop.
- Downs, C.W., Smeyak, P.G. & Martin E. 1980. Professional Interviewing. New York: Harper & Row.
- Dozier, D.M. 1999. Public Relation Research Annual, VOL. 2, p. 3-28
- Dozier, D. M. & Ehling, W. P. 1992. Evaluation of Public Relations Programs;: What the Literature Tells Us About Their Effects. Teoksessa Grunig, J.E. (toim.)1992. Excellence in Public Relations and Communication Management. New Jersey: LEA, 159-184.
- Dozier, D.M., Grunig, L.A. ,Grunig J.E. 1995. Manager's guide to excellence in Public Relations and Communication Management. New Jersey: LEA.
- Eiser, J. R. & van der Pligt, J. 1998. Attitudes and Decisions. London: Routledge.
- Elinkaari ry 1998. <http://www.elinkaari.fi/seuranta.html>, 15.7.1998
- EMAS-järjestelmää muokataan entistä laajemmaksi, Taloussanomat, 25.6.1999, 9.
- Eurostat 1996, Social Portrait of Europe.
- Eurostat, Vuosikirja 1997, Tilastokatsaus Eurooppaan 1986-1996.
- Gopalkrishnan, R. I. 1999. Business, consumers and sustainable living in an interconnected world: A multilateral ecocentric approach, Journal of Business Ethics, Jul 1999, Vol. 20, Iss.4, 273-288.
- Greenberg, J. & Baron, R. A. 1995. Behavior in Organizations. (5. painos). New Jersey: Prentice Hall.
- Grunig, J. E. 1992a. Strategic Management, Publics, and Issues, teoksessa Grunig, J.E. (ed.)1992. Excellence in Public Relations and Communication Management. New Jersey: LEA, (117-157).

- Grunig, L.A. 1992b. Activism: How It Limits the Effectiveness of Organizations and How Excellent Public Relations Departments Respond. Teoksessa Grunig, J.E. (toim.) 1992. Excellence in Public Relations and Communication Management. New Jersey: LEA, 503-539.
- Heiskanen, E., Kärnä A. & Lovio, R. 1995. Tuotelähtöinen ympäristönsuojelu. Helsinki: SITRA 143.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Kirjayhtymä: Helsinki.
- Honkasalo, A. 1999. <http://www.vyh.fi/palvelut/yritys/emas/katsaus/emas197.htm#JUTTU1>. 10.9.1999.
- Huovila, T. 1995. Uutisvuorokausi: tutkimus medioiden eroista. Helsinki: Inforviestintä.
- Ikävalko, E. 1994. Käytännön tiedottaminen. Jyväskylä:Gummerus.
- Ikävalko, E. 1996. Ylivoimapeli mediassa, Julkisuusmekanismit ja julkisuuden hallinta. Inforviestintä: Hakapaino.
- Junkkari, M. 1998a. Vastuu mitataan markoissa/ Vihreää kultaa vuolemassa. Helsingin Sanomat. 14.6.1998. E1.
- Karlsson, A. 1994. Kuluttaja kesytti sellujätin. Suomen Luonto 11/94, 53 vsk., 20-22.
- Karttunen, M. 1998. Kanadassa vihreät arvot valtaavat tilaa. Taloussanomien 25.6.1998, 20.
- Kitto, J. A. 1998 /1999. The evolution of public issues management. Public Relations Quarterly. Rhinebeck, Winter 1998 / 99, Vol 43, Is 4, 34-38.
- Kotler, P. 1988. Marketing Management. (6. painos). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P. 1997. Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control. (9. painos). New Jersey: Prentice Hall.
- Kuusela, K. 1999. Metsän leiviskät. Metsäsuunnittelu ja saavutukset 1947-1996. Jyväskylä: Atena.
- Lehtonen, J. 1990. Julkisyhteisöt mielikuvayhteiskuntaan. Hallinto 5/90,17-19.
- Lehtonen, J. 1995. Umweltkommunikation der Unternehmen: Zeichen wahren Umweltbewusstseins oder neuer Marketingtrick. Vortrag am Finnland-Institut in Deutschland, Berlin 24. Oktober 1995. Käsikirjoitus. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitos.
- Lehtonen, J. 1997. Kansallisidentiteetti ja yhteisöidentiteetti, käsitteitä ja käsityksiä. Teoksessa K. Virtapohja (toim.) 1997. Puheenvuoroja identiteetistä, Jyväskylä: Atena-kustannus, 21-36.
- Linnanen, L., Boström, T. & Miettinen, P. 1994. Ympäristöjohtaminen, Elinkaariajattelu yrityksen toiminnassa. Juva: WSOY.
- Linnanen, L., Markkanen, E., Ilmola L. 1997. Ympäristöosaaminen. Helsinki: Otaniemi Consulting Group.

- Meriläinen, S. 1995. Liikkeenjohdon vihertymisprosessi, Case Vuorikemia. Helsingin Kauppakorkeakoulun julkaisuja B-155. Lisensiaattityö.
- Metsäteollisuus ry, 1999a. <http://www.forestindustries.fi/>, 17.12.99.
- Metsäteollisuus ry, 1999b. <http://www.forestindustries.fi/fi/markkinat/ktalous.htm>, 15.6.99.
- Metsäteollisuus ry, 1999c. <http://www.forestindustries.fi/fi/markkinat/kauppa.htm>, 15.6.99.
- Metsäteollisuus ry, 1999d. <http://www.forestindustries.fi/fi/markkinat/maailmam.htm>, 15.6.99.
- Mielipiteiden sateenkaari: erivauhtiset suomalaiset, Raportti suomalaisten asenteista 1999. Helsinki: EVA.
- Miller, K. 1999. Issues Management: The Link Between Organization Reality and Public Perception. Public Relations Quarterly, Summer 1999, Vol 44, Number 2, 5-11.
- Möller, K. 1991. Markkinointiosaaminen. Yritystalous 2 / 91, 15-22.
- Niskala, M. & Mätäsaho, R. 1996. Ympäristölaskentatoimi. Porvoo: WSOY.
- Plünderer im Norde. 1993. Der Spiegel 46/1993. 15.11.1993.
- Pohjolan ja Venäjän Greenpeacet vetoavat Ensoon 1998. , Talous-Sanomat, 5.8.1998, 3.
- Rissa, K. 1997. Graafisen alan ympäristöopas. Gummerus: Jyväskylä
- Stora Enso - perustiedot, 1999, yhtiön esite.
- Suhonen, P. 1994. Mediat, me ja ympäristö. Helsinki: Hanki ja jää.
- Suomen Ympäristökeskus 1999a. <http://www.vyh.fi/palvelut/yritys/emas/katsaus/emas198.pdf>, 17.8.1999.
- Suomen Ympäristökeskus 1999b. <http://www.vyh.fi/palvelut/yritys/emas/katsaus/emas196.htm#juttu7>, 17.8.1999.
- Teollisuuden ja työnantajain keskusliitto. 1995. Teollisuuden ympäristölinjaukset, Osaaminen, kumppanuus, ekokilpailukyky. Keskustelumuistio syyskuu 1995, Helsinki.
- Uusitalo, L. 1986. Suomalaiset ja ympäristö. Helsinki: The Helsinki School of Economics.
- Uusitalo, L. 1991. Oma etu vai yhteinen hyvä – Ympäristötietoisuuden ja toiminnan ristiriita. Teoksessa I. Massa & R. Sairinen (toim.) Ympäristökysymys, Ympäristöuhkien haaste yhteiskunnalle. Helsinki: Gaudeamus. 24-48.
- Vahtera, A. 1998. Savuverhon suojassa. Helsingin Sanomat 26.7.1998, D4.
- Väliverronen, E. 1996. Ympäristöuhkan anatomia. Jyväskylä: Vastapaino.
- Väliverronen, E. 1998. Medierna som arena för miljöpolitiken. Nordicom Information, Media- och kommunikationsforskning i Norden. Volym 20. Nummer 1-2. 1998, 81-85.

Welford, R. & Gouldson, A. 1993. Environmental Management & Business Strategy. London: Pitman Publishing.

Wiio, O. A. 1984. Televisio ja arkikäyttäytyminen. Espoo: Weilin+Göös

Wiio, O. A. 1989. Viestinnän perusteet. (5. painos). Espoo: Weilin+Göös.

Wiio, O. A. 1992. Viestinnän tutkimussuuntia. Helsinki: Yliopistopaino.

Ympäristöasiat eivät houkuttele suomalaisia uhrauksiin 1997. Etelä-Saimaa 18.9.1997, 13.

Ympäristöministeriö. 1995. EMAS – hyötyä ympäristölle ja yrityksille. Vantaa: Sinari.

Ympäristöselonteko 1998, Imatran tehtaat 1999, Imatran tehtaiden ympäristöselonteko

Åberg, L. 1993. Viestintä – tuloksen tekijä. (4.painos). Tietopaketti: Helsinki.

Åberg, L. 1994. Esimiehen viestintäopas. (2.painos). Jyväskylä: Gummerus.

Kysely: Enson Imatran tehtaat ja ympäristö

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää mielikuviinne Enson Imatran tehtaista. Tarkoituksena ei ole mitata tietoaanne, vaan mielipiteitänne, joten älkää epäröikö vastata todellisten mielipiteidenne mukaisesti. Kaikki kyselyyn liittyvät tiedot käsitellään nimettöminä ja täysin luottamuksellisesti.

1. Millaisilla sanoilla kuvailisitte Enson Imatran tehtaita? Merkitkää yksi rasti (x) jokaiselle riville parhaiten mielikuvaanne vastaavan vaihtoehdon kohdalle.

jäykkä	()	()	()	()	()	joustava
kansainvälinen	()	()	()	()	()	suomalainen
yhteistyökykyinen	()	()	()	()	()	yhteistyökyvytön
uudistuva	()	()	()	()	()	paikallaanpysyvä
avoin	()	()	()	()	()	sulkeutunut
huonomaineinen	()	()	()	()	()	hyvämaineinen
vastuuntuntoinen	()	()	()	()	()	vastuuntunnoton
ympäristöystävällinen	()	()	()	()	()	saastuttaja
taantuva	()	()	()	()	()	menestyvä
luotettava	()	()	()	()	()	epäluotettava
itseks	()	()	()	()	()	huolehtiva
rohkea	()	()	()	()	()	arkaileva
vanhanaikainen	()	()	()	()	()	uudenaikainen
tehokas	()	()	()	()	()	tehoton

2. Seuraavassa on esitetty joukko väittämiä. Ympyröikää mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto jokaiselta riviltä. (1 = täysin eri mieltä, 2 = jonkin verran eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = jonkin verran samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Paperiteollisuus aiheuttaa pahoja ympäristöhaittoja	1	2	3	4	5
Ympäristöhaittojen torjuminen on paperiteollisuudelle tärkeää	1	2	3	4	5
Paperiteollisuus pyrkii kaunistelemaan toimintansa ympäristövaikutuksia.	1	2	3	4	5
Enson Imatran tehtailla suhtaudutaan myönteisesti ympäristönsuojeluun	1	2	3	4	5
Enson Imatran tehtaiden ympäristöteknologia on nykyaikaista	1	2	3	4	5
Enson Imatran tehtaiden panostus ympäristönsuojeluun on riittävä.	1	2	3	4	5
Enson Imatran tehtaat rasittaa kohtuuttomasti luontoa.	1	2	3	4	5

3. Seuraavassa on esitetty Enson Imatran tehtaita koskevia väittämiä. Merkitkää rasti (x) mielestänne oikean vaihtoehdon kohdalle.

Enson Imatran tehtailla valmistetaan...	kyllä	ei	en osaa sanoa
...pakkauskartonkia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...lastulevyä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...sanomalehtipaperia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...maitopurkkeja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...lattiaparkettia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...wc-paperia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...aikakauslehtipaperia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiedottaakseen ympäristöasioista Enson Imatran tehtaat...			
...julkaisee ympäristöasioista kertovaa lehteä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...pitää yllä ympäristöaiheisia www-sivuja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...julkaisee säännöllisesti ympäristökatsauksen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...on nimennyt yhteyshenkilön.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...on perustanut ympäristöasioissa palvelevan puhelimen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enson Imatran tehtailla on Greenpeacen hyväksymä ympäristösertifikaatti.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enson Imatran tehtaiden päästöt ilmaan ovat vähentyneet viime vuosina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enson Imatran tehtaiden päästöt vesiin ovat lisääntyneet viime vuosina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enson Imatran tehtaat on saanut kansainvälisen EMAS-ympäristösertifikaatin...	<input type="checkbox"/> vuonna 1990 <input type="checkbox"/> vuonna 1997 <input type="checkbox"/> vuoteen 2001 mennessä		
Enson Imatran tehtaiden ympäristöinvestoinnit olivat vuonna 1996...	<input type="checkbox"/> alle 3 miljoonaa markkaa <input type="checkbox"/> n. 20 miljoonaa markkaa <input type="checkbox"/> yli 50 miljoonaa markkaa		
Enson Imatran tehtailla työskentelee	<input type="checkbox"/> n. 500 henkilöä <input type="checkbox"/> 1000-2000 henkilöä <input type="checkbox"/> 2000-3000 henkilöä <input type="checkbox"/> 3000-4000 henkilöä <input type="checkbox"/> n. 5000 henkilöä		

4. Millaisia Enson Imatran tehtaita käsitteleviä uutisia tai juttuja olette kuullut tai nähnyt viimeisen vuoden aikana? Merkitkää jokaiselle riville, minkä verran uutisia olette huomannut tai kuullut (lehdistä, kuulopuheista, tv:stä jne.) ja minkä verran toivoisitte seuraavista aihepiireistä lisätietoa. Ympyröikää mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto.

	Olen huomannut			Toivoisin		
	ei lainkaan uutisia	jonkin verran uutisia	paljon uutisia	vähemmän tietoa	saan sopivasti tietoa	enemmän tietoa
a) Työllisyystilanne	1	2	3	1	2	3
b) Tuotekehitys	1	2	3	1	2	3
c) Ympäristöpäästöt						
d) Taloudellinen tilanne	1	2	3	1	2	3
e) Ympäristöinvestoinnit						
f) Tulevaisuuden suunnitelmat	1	2	3	1	2	3
g) Historia						
h) Mahdolliset ympäristövahingot	1	2	3	1	2	3
i) Muut vahingot tai onnettomuudet						
j) Ympäristönsuojelusaavutukset	1	2	3	1	2	3
k) Kansainvälinen kaupankäynti						
l) Yhteistyö alueen yrittäjien kanssa	1	2	3	1	2	3

5. Mistä saatte tietoa Enson Imatran tehtaita koskevissa asioissa? Merkitkää jokaiselle riville minkä verran tietoa saatte seuraavista tietolähteistä ja kuinka paljon tietoa toivoisitte saavanne.

	Saan Imatran tehtaista tietoa seuraavista lähteistä			Haluaisin Imatran tehtaita koskevaa tietoa seuraaviin lähteisiin		
	en lainkaan	jonkin verran	paljon	vähemmän saman verran	kuin nyt	enemmän
a) Vuoksenlaakso-lehti	1	2	3	1	2	3
b) Tehtaiden lähettämä materiaali	1	2	3	1	2	3
c) Mainokset	1	2	3	1	2	3
d) Tehtailla työskentelevät tutut	1	2	3	1	2	3
e) Lehtiartikkelit Uutisvuoksessa	1	2	3	1	2	3
f) Lehtiartikkelit Etelä-Saimaassa	1	2	3	1	2	3
g) Ammattilehtien artikkelit	1	2	3	1	2	3
h) Jutut muissa lehdissä	1	2	3	1	2	3
i) Televisio	1	2	3	1	2	3
j) Radio	1	2	3	1	2	3
k) Kokoukset ja tapaamiset Imatran tehtaiden edustajan kanssa	1	2	3	1	2	3
l) Enson muut työntekijät	1	2	3	1	2	3
m) Internet ja sähköposti	1	2	3	1	2	3
n) Messut ja tapahtumat	1	2	3	1	2	3

6. Millaisilla sanoilla kuvailisitte Enson Imatran tehtaiden ympäristöviestintää? Merkitkää yksi rasti (x) jokaiselle riville parhaiten mielikuvaanne vastaavan vaihtoehdon kohdalle.

luotettavaa	()	()	()	()	()	epäluotettavaa
salailevaa	()	()	()	()	()	avointa
hyvin hoidettua	()	()	()	()	()	huonosti hoidettua
systemaattista	()	()	()	()	()	satunnaista
nopeaa	()	()	()	()	()	hidasta
tylsää	()	()	()	()	()	mielenkiintoista
vaikeaselkoista	()	()	()	()	()	helppolukuista
tarpeellista	()	()	()	()	()	turhaa
läheistä	()	()	()	()	()	etäistä

7. Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat mielipidettänne Enson Imatran tehtaiden ympäristöviestinnästä?

Ympyröikää oikea vaihtoehto. (1=täysin eri mieltä, 2=jonkin verran eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jonkin verran samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

	täysin eri mieltä			täysin samaa mieltä	
a) Minulle on tärkeää saada tietoa Enson Imatran tehtaiden ympäristöasioista	1	2	3	4	5
b) Enson Imatran tehtaiden ympäristöasioista ei kerrota tarpeeksi joukkoviestimissä	1	2	3	4	5
c) Olen kyllästynyt ympäristötiedottamiseen.	1	2	3	4	5
d) Enson Imatran tehtaiden kielteiset uutiset jäävät usein kertomatta	1	2	3	4	5
e) Enson Imatran tehtaita koskevaa ympäristötietoa on helposti saatavilla	1	2	3	4	5
f) Joukkoviestimissä kerrotaan Enson Imatran tehtaista yleensä vain negatiivisia asioita	1	2	3	4	5
g) Enson Imatran tehtaiden johto pyrkii salaamaan hallussaan olevia tehtaan päästöjä koskevia tietoja	1	2	3	4	5

LIITE 1 Kyselylomake 5/6

8. Kuinka hyvin seuraavat väittämät vastaavat mielipidettänne Enson Imatran tehtaiden ympäristöystävällisyydestä?

Ympyröikää mielipidettänne vastaava numero. (1=täysin eri mieltä, 2=jonkin verran eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jonkin verran samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

	eri mieltä			samaa mieltä	
a) Enson Imatran tehtaiden ympärillä oleva metsä on hyvässä kunnossa	1	2	3	4	5
b) Enson Imatran tehtaiden ympäristön kuormitus on vähentynyt vaikka tehtaiden tuotanto on kasvanut. . . .	1	2	3	4	5
c) Enson Imatran tehtaiden lähialueen marjoja voi syödä	1	2	3	4	5
d) Kalat viihtyvät Enson Imatran tehtaiden läheisyydessä.	1	2	3	4	5
e) Enson Imatran tehtaiden tulisi huolehtia, että sen tuotteet ovat helposti kierrätettäviä	1	2	3	4	5
f) Enson Imatran tehtaiden tulisi vastata maan rajojen ulkopuolelle leviävistä päästöistään.	1	2	3	4	5
g) Enson Imatran tehtaot vaatii yhteistyökumppaneiltaan ympäristöystävällisyyttä	1	2	3	4	5
h) Enson Imatran tehtaiden tulisi käyttää ympäristöystävällisempiä raaka-aineita ja tuotantomenetelmiä, vaikka se nostaisikin tuotteiden hintaa	1	2	3	4	5
i) Enson Imatran tehtaot on tehnyt ympäristöasioiden hyväksi enemmän kuin mitä viranomaiset vaativat . . .	1	2	3	4	5
j) Ympäristöasioista puhuminen on ohimenevä muoti-ilmiö	1	2	3	4	5
k) Enson Imatran tehtaiden johto ei ymmärrä ympäristöasioiden tärkeyttä	1	2	3	4	5
l) Olisin kiinnostunut tekemään enemmän yhteistyötä ympäristöasioiden hoidossa Enson Imatran tehtaiden kanssa	1	2	3	4	5
m) Enson Imatran tehtaiden ympäristöasioista vastaavat henkilöt ottavat mielellään vastaan ympäristönsuojelua koskevia mielipiteitä ja ideoita . . .	1	2	3	4	5

LIITE 1 Kyselylomake 6/6

Kyselyn lopuksi toivoisin Teidän vastaavan vielä seuraaviin taustakysymyksiin. Kyselyn takasivulle voitte kirjoittaa vapaasti kyselyn herättämiä ajatuksia ja kommentteja.

Vastaajan sukupuoli

- mies
 nainen

Vastaajan ikä

- alle 25 vuotta
 25-35 vuotta
 36-45 vuotta
 46-55 vuotta
 56-65 vuotta
 yli 65 vuotta

Asuinpaikkakunta

Oletteko Te tai joku perheenjäsenistänne työskennellyt Enson Imatran tehtailla?

- Ei Kyllä, milloin? _____

Kuinka usein olette vierailut Enson Imatran tehtailla?

- En ole koskaan vierailut Enson Imatran tehtailla.
 Olen vierailut Enson Imatran tehtailla kerran.
 Olen vierailut Enson Imatran tehtailla 2-5 kertaa.
 Olen käynyt Enson Imatran tehtailla useammin kuin viisi kertaa.

Jos vastasitte edelliseen kysymykseen vierailleenne Enson Imatran tehtailla useammin kuin viisi kertaa, niin tarkentakaa kuinka usein oman arvionne mukaan käytte tehtailla.

Missä työskentelette?

- oppilaitoksen johdossa tai opettajana
 pankki- tai vakuutuslalla
 kunnan tai kaupungin virassa
 valtion virassa
 jokin muu, mikä? _____

KIITOKSIA AVUSTANNE!

LIITE 2 Kyselyn vastaanottaneet mielipidejohtajat 1/2

1. Vuoksenniskan yhteiskoulun lukion biologian opettaja Hannu Aarnio
2. Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulun tekniikan toimialarehtori Hannu Kääriä
3. Imatran yhteislukion rehtori Heikki Mattila
4. Imatran aikuislukion rehtori Reino Tolonen
5. Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulu, ammattiopiston rehtori Seppo Saarinen
6. Imatran ammattioppilaitoksen johtava rehtori Reijo Linnanen
7. Imatran ammattioppilaitos, metalliosasto, Seppo Hintsanen
8. Imatran ammattioppilaitos, paperi- ja kemianosasto, Rauno Nykänen
9. Lappeenrannan teknillinen korkeakoulun Rehtori Markku Lukka
10. Ruokolahden kunnan ympäristösihteeri Juha Hyrkäs
11. Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy, Pekka Ruotsalainen
12. Ruokolahden kunnanjohtaja Keijo Sikiö
13. Imatran kaupungin ympäristönsuojelupäällikkö Ilppo Silakoski
14. Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy, elinkeinoasiamies Risto Luukkonen
15. Imatran kaupunginjohtaja Tauno Moilanen
16. Kaupungin hallituksen puheenjohtaja Pentti Komi
17. Koulutoimen johtaja Jorma Puhakka
18. Tekninen toimi, Metsänhoito, metsätalousinsinööri Luostarinen
19. Kaupunginvaltuuston puheenjohtaja Toivo Uosukainen
20. Kansanedustaja Sinikka Hurskainen
21. Kansanedustaja Riitta Uosukainen
22. Kansanedustaja Heikki Järvenpää
23. Kansanedustaja Sinikka Mönkäre
24. Kansanedustaja Tuija Maaret Pykäläinen
25. Merita, Imatra, pankinjohtaja Jarmo Semi
26. Postipankki, Imatran konttori, konttorin johtaja Arto Valjakka
27. Etelä-Karjalan Osuuspankki, Imatrankoski, yrityspalvelut, rahoituspäällikkö Eira Jouhki
28. Etelä-Karjalan Osuuspankki, Vuoksenniskan konttori, rahoitusjohtaja Pentti Hinkkanen
29. Etelä-Karjalan Säästöpankki, pankinjohtaja Pekka Ruokonen
30. Etelä-Karjalan Säästöpankki, pankinjohtaja Kaarina Törönen

LIITE 2 Kyselyn vastaanottaneet mielipidejohtajat 2/2

31. Etelä-Karjalan Säästöpankki, Vuoksenniska, pankinjohtaja Jorma Ihalainen
32. Uutisvuoksi Oy sanomalehti, päätoimittaja Harri Manskinen
33. Etelä-Saimaa Sanomalehti Oy, päätoimittaja Mikael Pentikäinen
34. Pelastuslaitoksen palo- ja väestönsuojelupäällikkö Forsman
35. Imatran Lämpö, lämpölaitoksen johtaja Lauri Lihavainen
36. Imatran Vesi
37. Vuoksenniskan terveysaseman ylilääkäri Jarmo Miettinen
38. Imatran kihlakunnan poliisilaitoksen poliisipäällikkö Aimo Rauma
39. Imatran Seudun Keuhkovammayhdistys ry:n puheenjohtaja Marja-Liisa Sivonen
40. Imatran Seudun Sähkö Oy:n toimitusjohtaja A Sepponen
41. Etelä-Saimaan Sanomalehti Oy:n Imatran toimituksen esimies Hannu Ojala
42. Helsingin Sanomat, Lappeenrannan toimitus
43. Imatra Steel Oy Ab, tehtaanjohtaja Kalevi Taavitsainen
44. Imatra Steel Oy Ab, ympäristönsuojelu, Uolevi Idman
45. Imatralainen Kaupunkilehti
46. Metsänhoitaja Kimmo Tiilikainen

9

HAASTATTELUSSA LÄPIKÄYTYJÄ KESKUTELUNAIHEITA

1. Tietoja vastaajasta (esimerkiksi asuinpaikka ja työtehtävät)
2. Miten metsäteollisuus / Enson Imatran tehtaot vaikuttaa vastaajan mielestä elinympäristöön?
3. Millaista yhteistyötä vastaaja tekee metsäteollisuuden / Enson Imatran tehtaotien / ympäristönsuojelujärjestöjen kanssa ? (millaisia kontakteja, kuinka yhteistyötä voisi parantaa)
4. Onko metsäteollisuus / Enson Imatran tehtaot ympäristöystävällinen ? (toiminnan ja tuotteiden ympäristöystävällisyys, haitat ympäristölle, onko toimintatavoissa tapahtunut muutoksia, kuinka jatkossa voisi kehittyä ympäristöystävällisemmäksi)
5. Metsäteollisuuden / Enson Imatran tehtaotien suhde sidosryhmiin ja kuluttajaan. (onko sidosryhmillä vaikutusmahdollisuuksia)
6. Metsäteollisuus, vastaaja ja viestintävälineet. (viestien sisältö, viestien luotettavuus, viestintävälineiden käyttötottumukset, kuinka viestintää voisi kehittää, ympäristöraportoinnin merkitys)
7. Ympäristöasenteet. (omat asenteet, asenteet yleensä Suomessa, arvioita siitä kuinka asenteet ovat muuttuneet ja kuinka tulevat muuttumaan, mihin asioihin metsäteollisuuden jatkossa tulisi kiinnittää enemmän huomiota)

LIITE 4 Haastatellut henkilöt

1. Teollisuusvakuutus Oy, Heikki Laurola
2. Metsä-Serla Oyj, Armi Temmes
3. Signals, Sari Kuvaja
4. Vuoksenniskan yhteiskoulun lukion biologian opettaja Hannu Aarnio
5. Ruokolahden kunnan ympäristösihteeri Juha Hyrkäs
6. Ruokolahden kunnanjohtaja Keijo Sikiö
7. Imatran kaupungin ympäristönsuojelupäällikkö Ippo Silakoski
8. Merita, Imatra, pankinjohtaja Jarmo Semi
9. Uutisvuoksi Oy sanomalehti, päätoimittaja Harri Manskinen
10. Etelä-Saimaa Sanomalehti Oy, päätoimittaja Mikael Pentikäinen
11. Imatran Lämpö, lämpölaitoksen johtaja Lauri Lihavainen
12. Metsänhoitaja Kimmo Tiilikainen

LIITE 5 Etelä-Saimaan julkaisemat Ensoa käsittelevät artikkelit 1/3

- 6.8.1997 Ulkomaisessa omistuksessa yli 44 prosenttia pörssiosakkeista
- 7.8.1997 Valtionyhtiöiden tulos selvästi parantunut viidessä vuodessa
- 14.8.1997 Enson Imatran tehtaat vuoden 1995 vauhdissa
- 14.8.1997 Enson tulos laski
- 14.8.1997 Enson voitto laski hieman viime vuodesta
- 16.8.1997 Raakapuun markkinat ovat koko maassa entistä keskittyneempiä
- 25.8.1997 Enso isännöi presidentin sorsastusta Imatran seudulla
- 27.8.1997 Asiakkaat kielteisiä Neste-Ivo -fuusiolle
- 29.8.1997 Enso siistii Imatrankosken vanhaa tehdasaluetta
- 5.9.1997 Gutzeitin tähti loisti Imatralla Enson 125-vuotisjuhliissa
- 5.9.1997 Kutseitin miehet tulivat taas
- 8.9.1997 Nokian Paperin tukilakot näyttivät lähes varmoilta
- 12.9.1997 Pääluottamusmiehet pitävät ulkopuolisen työvoiman käyttöä keskeisenä sopimuskysymyksenä
- 12.9.1997 Etelä-Karjalan paperiteollisuus menettää ja säästää lakon aikana
- 13.9.1997 UPM-Kymmene saa jalansijan Aasian kasvaville markkinoille
- 16.9.1997 Sellutehtaiden alasajosta 1-2 miljoonan menetykset
- 9.10.1997 Enson tehtaiden puhdistamo laajennetaan Anjalankoskella
- 13.10.1997 Greenpeace virittelee yhteistyötä Kontupohjan tehtaan kanssa
- 16.10.1997 KTM valitsi Enso-neuvonantajat
- 17.10.1997 Puuta pitää käyttää, mutta sitä ei saisi kaataa
- 22.10.1997 Venäjän puukuljetusten tyrehtyminen tuo tuhansien markkojen päivätappiot urakoitsijoille
- 24.10.1997 Ecohaketuotanto alkaa Vuoksenniskalla
- 27.10.1997 Enso tutkii uuden kartonkikoneen rakentamista Kaukopään tehtaille
- 30.10.1997 Valtion osuus Ensossa alle puoleen
- 30.10.1997 Valtion äänivalta Ensossa laskee syksyllä alle puoleen
- 13.11.1997 Enson vanha varásto paloi Rutolassa
- 14.11.1997 Enso-konserni parantaa tulostaan
- 16.11.1997 Kansainvälinen vahvistuminen jatkuu ja rakennejärjestelyt kotimaassa etenevät
- 16.11.1997 Enson Härmälä: Metsäjättien keskinäinen hienosäätö jatkuu
- 19.11.1997 Enson Imatran tehtailla koneet pyörivät täysillä
- 19.11.1997 Enson tulosparannus jatkuu edelleen
- 16.12.1997 Enso ja Imatra vaihtavat maita, Lammassaari kaupungille
- 18.12.1997 Enson Imatran tehtaille ympäristösertifikaatti
- 18.12.1997 Enson työterveysasema sai laatusertifikaatin
- 5.1.1998 Metsäteollisuudella ja kaupalla suurinvestointeja Etelä-Karjalassa
- 6.1.1998 Puukaupan keskittyminen ajaa metsäkoneyrittäjän ahtaalle
- 9.1.1998 Ulkomaisessa omistuksessa 174,1 mrd. pörssiosakkeet
- 10.1.1998 Enso peilaa Imatralla ympäristökuvaansa
- 14.1.1998 Enso Timber uudistaa Tolkkisten sahan
- 17.1.1998 Enson tutkimuskeskus Imatran suurin työmaa
- 18.1.1998 Kilpailuvirasto tutki suuret metsäyhtiöt
- 18.1.1998 Kilpailuvirasto epäilee metsäyhtiöitä kartelleista
- 21.1.1998 Vierailut liennyttävät Ensoon kohdistunutta Greenpeace-kohua
- 21.1.1998 Enson Imatran tehtaiden kiireisin hanke on kuitulinja ykkösen uusinta
- 21.1.1998 Miljoonan tonnin raja rikki Enson Imatran tehtailla
- 22.1.1998 Vattenfallin hallitukselta toivotaan investointipäätöstä Imatralla kevään aikana

LIITE 5 Etelä-Saimaan julkaisemat Ensoa käsittelevät artikkelit 2/3

- 22.1.1998 Imatrankosken tehdasmiljöö poistetaan voimalan tieltä
- 28.1.1998 Enso panostaa Imatralla voimakkaasti kartonkituotantoon
- 28.1.1998 Imatralla valmistetaan jatkossakin maailman puhtainta kartonkia
- 28.1.1998 Enso nostaa kartonkituotannon määrää ja laatua Imatralla
- 29.1.1998 Enson työterveysasema sai laatusertifikaatin
- 30.1.1998 Enson metsäosasto ja Novosys solmivat palvelusopimuksen
- 3.2.1998 Enson Imatran tehtaot EU:n erikoisrekisteriin
- 3.2.1998 Tavoitteena rahan hajun laimentaminen
- 11.2.1998 Saako Enson yövuorossa keskittyä työn ohessa myös mitalijahtiin?
- 22.2.1998 Enso alkaa ammuttaa Imatrankosken tehdasaluetta sileäksi
- 24.2.1998 Enson tehdasalueella paukkuu tänään
- 25.2.1998 Enson Imatran tehtaot olivat ennätysvauhdissa
- 25.2.1998 Enso kohensi viime vuonna tulostaan 2,3 miljardiin
- 25.2.1998 Imatran teollistamisen historiaan panostettiin 60 kiloa dynamiittia
- 25.2.1998 Hyvä kysyntä nosti Enson Imatran tehtaot jälleen voitolle
- 25.2.1998 Savupiipputeollisuuden symboli kaatui Imatralla
- 4.3.1998 Enso palkitsi Imatran tehtaiden alihankkijoita
- 12.3.1998 Enso jakoi aloitepalkintoja kartonkimiehille
- 19.3.1998 Enso neuvottelee thaimaalaisen yhtiön kanssa yhteistyöstä
- 21.3.1998 Enson imagotutkimus tuotti mairittelevan tuloksen
- 21.3.1998 Rajan aukeaminen on sekä vahvuus että uhka
- 21.3.1998 Enso on myönteinen käsite Imatralla ja Ruokolahdella
- 23.3.1998 Ensolla voidaan olla rauhassa
- 30.3.1998 Kaataminen ei onnistu tilanpuutteen vuoksi
- 8.4.1998 Metsänviljely jarruttaa kasvihuoneilmiötä
- 9.4.1998 UPM-Kymmene jatkaa nykyisillä hinnoilla
- 10.4.1998 Hintasavun kaatuminen ei vaaranna puuhuoltoa
- 19.4.1998 Ensolle sellupuuta Kalimantalilta
- 21.4.1998 Kartonkituotteiden värikästä historiaa esitellään Imatralla
- 24.4.1998 Enson Jukka Härmälä haluaa ydinvoiman hallitusohjelmaan
- 24.4.1998 Imatran kuitulinjan oltava käytössä viimeistään elokuussa vuonna 2001
- 29.4.1998 Metsäyhtiöt luomassa uutta etupiirijakoa
- 12.5.1998 Metsä-Serla halajaa Enson osakkeita
- 12.5.1998 Metsä-Serlan ja Enson liitto taas esille
- 14.5.1998 Korit voivat kaatua, ensolaisten kunto ei
- 15.5.1998 Enso palkitsi Tainionkosken vuoden ideayksikkönään
- 16.5.1998 Enso valmistautuu evakuoimaan metsäväkensä Malesian puolelle
- 21.5.1998 Enson alkuvuoden tulos tuplaantui
- 21.5.1998 Enson hyvä tulos heijastuu Imatrallekin
- 21.5.1998 Enso teki hyvän tuloksen ja kasvoi alkuvuonna
- 21.5.1998 Enso jatkaa kasvulukujen tehtailua myös Imatralla
- 21.5.1998 Esiselvitys uudesta kartonkikoneesta valmistuu tänä vuonna
- 24.5.1998 Kenellä on valtaa Etelä-Karjalassa
- 28.5.1998 Enso aikoo betonoida raskasmetallimaita
- 3.6.1998 Stora Enso nostaa suuria kysymyksiä
- 3.6.1998 Imatran Ensolaiset hyväksyvät Storan ja luottavat huomiseen

LIITE 5 Etelä-Saimaan julkaisemat Ensoa käsittelevät artikkelit 3/3

- 3.6.1998 Enso ja Stora ovat yllättävän samanlaisia
- 3.6.1998 Markkinat odottivat jotain parempaa
- 3.6.1998 UPM:n Niemelä: Fuusio odotettu kehitystä
- 3.6.1998 EU-komissio: Enson ja Storan fuusio tutkitaan
- 3.6.1998 Fuusio oli täysi yllätys
- 3.6.1998 Storan ja Enson liitosta syntyy maailman suurin paperin tuottaja
- 3.6.1998 Fuusion ei uskota vaikuttavan Imatran tehtaiden arkeen
- 3.6.1998 Enso ja ruotsalainen Stora yhdistyvät
- 4.6.1998 Uudessa Stora Ensossa ei ole hallintoneuvostoa
- 4.6.1998 Euroopan investointipankilta Joutsenon Pulpille 250 miljoonan markan laina
- 6.6.1998 Enso-omistus eduskuntaan
- 6.6.1998 Presidentti Ahtisaari on tyytyväinen metsäfuusioon
- 8.6.1998 Omistuksella on väliä
- 8.6.1998 Stora Ensosta sorvataan entistä isompaa
- 9.6.1998 Wallenberg ja Härmälä talousvaliokunnan kuultavina
- 9.6.1998 Kalliomäki puolusti Enson ja Storan fuusiota
- 9.6.1998 Enson ja Storan fuusiosta kipakka keskustelu eduskunnassa
- 10.6.1998 Enson vanhat työpaikat turvattava
- 11.6.1998 Miksi Enson kurssi oli niin alhaalla?
- 11.6.1998 Keskusta ratsastaa populistisella teemalla
- 12.6.1998 Keskusta äänestää Enson ja Storan liittoa vastaan
- 13.6.1998 Enson ja Storan fuusio eteni eduskunnassa
- 18.6.1998 Eduskunta sinetöi Enson omistusjärjestelyt
- 25.6.1998 Vuoksenniskan peitti harmaa, voimakkaasti haiseva pilvi
- 30.6.1998 Ensolle kumppani Thaimaasta
- 30.6.1998 Enson metsäosastolle myönnettiin kansainväliset ISO-sertifikaatit
- 1.7.1998 Puun hinnasta saatiin sopimus
- 3.7.1998 Honkalahden sahan tuotteille Enso-merkki
- 3.7.1998 Ensossa minimoidaan hajupäästöjä ja Imatra-Steelillä öisiä kolahduksia
- 3.7.1998 Miten saadaan kalliista puusta vielä kalliimpaa
- 7.7.1998 Paperiteollisuudella hyvä kilpailukyky
- 8.7.1998 Metsänomistajat hyväksyivät puun hintaratkaisun
- 8.7.1998 Enson osalta neuvottelut ovat edelleen jumissa
- 8.7.1998 Puun myyjien näkemys syntyi vain yhden äänen enemmistöllä
- 10.7.1998 Stora Enson avainpaikat tulevat suomalaisten käsiin
- 14.7.1998 Uusi aluevaltaus suomalaisen rakennusperinteen suojelutyössä
- 14.7.1998 Enso ja Museovirasto sopivat rakennussuojelukohteista
- 17.7.1998 Alkuvuoden puukauppa vaisua
- 24.7.1998 Suomalainen osaaminen näkyy Stora Ensossa
- 24.7.1998 Enson ylimääräinen yhtiökokous päätti Stora-järjestelyistä
- 24.7.1998 Enson yhtiökokous sinetöi Stora-fuusion
- 25.7.1998 Stora Ensossa keskustellaan vasta syksyllä tulospalkkiojärjestelmästä
- 29.7.1998 Puun hintanäkemyistä hierotaan elokuussa

LIITE 6 Uustisvuoksen julkaisemat Ensoa käsittelevät artikkelit 1/3

- 3.8.1997 Imatraa kuvattiin kuumailmapallolla
- 14.8.1997 Enson tuotteilla hyvä menekki
- 15.8.1997 Enson ilmansuojelupäätökseen ei huomautettavaa
- 15.8.1997 Enson Imatran tehtaiden päästöt pysyneet kurissa
- 21.8.1997 Imatra haluaa Lammassaaren omistajaksi
- 21.8.1997 Imatra havittelee Lammassaarta kokonaan itselleen
- 2.9.1997 Enso-Gutzeitin eläkeläiset laulavat iloa elämään
- 4.9.1997 125-vuotias Enso juhli näyttävästi
- 4.9.1997 Juhlassa kuultua ensolaishuumoria
- 4.9.1997 Enson historia täynnä menestystä ja vastoinkäymisiä
- 4.9.1997 Enso vuosien saatossa
- 12.9.1997 Paperin mahdollinen lakko sulkee tehtaat koko maassa
- 12.9.1997 Kyse on isosta asiasta
- 14.9.1997 Puukauppa vilkastuu syksyllä
- 15.9.1997 Neuvottelut Paperiliiton lakosta venyivät myöhään yöhön
- 16.9.1997 Paperiteollisuuden tukilakko peruuntui viime tingassa
- 16.9.1997 Saimaan veden laatu on kohentunut roimasti
- 16.9.1997 Järki voitti – toivottavasti lopullisesti
- 17.9.1997 Enso rakentaa aaltopahvitehtaan Moskovan alueelle
- 17.9.1997 Enson Imatran tehtaille haetaan ympäristösertifikaattia
- 18.9.1997 Paperin lakkouhka jätti arpia työmarkkinakenttään
- 24.9.1997 Enson tutkimuskeskus etenee
- 24.9.1997 Enson tutkimuskeskuksen urakka etenee aikataulussaan
- 28.9.1997 Erä-Enso Kolmiseuraottelun ykkönen
- 14.10.1997 Moottoritiepäätöstä edelsi melkoinen kädenvääntö
- 17.10.1997 Teollisuudessa työtä ja palkkaa
- 5.11.1997 Imatra ostaa maata Lammassaaresta
- 14.11.1997 Enso päätti henkilöstöannista
- 14.11.1997 Paperin ja kartongin vahva kysyntä näkyy Enson Imatran tehtailla
- 18.11.1997 Enso kartutti rahastonsa pääomaa liikesisivistysrahastosta
- 18.11.1997 Rakennusjätettä haketetaan Imatralla polttoaineeksi
- 19.11.1997 Enso odottaa ensi vuoden tuloksesta hyvää
- 25.11.1997 Enson Imatran tehtaat saivat ympäristösertifikaatin toisella yrittämällä
- 27.11.1997 Enson vanhan tehdasalueen purkutyöt käynnistymässä
- 4.12.1997 Kun tehtaatkin kävivät puulla
- 5.12.1997 Joulukuun 6. päivä 1917 oli Imatralla päivä muiden joukossa
- 23.12.1997 Enson Tehdaspalvelu kohosi konsernin tähtiluokkaan
- 23.12.1997 Mikä Tehdaspalvelu?
- 11.1.1998 Kesätyöpaikat yhä kortilla
- 11.1.1998 Kesätyöpaikat jaossa lähiviikkoina
- 16.1.1998 Enso aloittaa purkutyöt Kuparissa helmikuun lopulla
- 18.1.1998 Enson tutkimuskeskus harjakorkeudessa
- 18.1.1998 Arkkitehdin ahtaat reunaehdot
- 18.1.1998 Tutkimuskeskuksen uusia tiloja odotetaan innolla
- 20.1.1998 Enso kiistää kartelli
- 20.1.1998 Kilpailuvirasto tutkii metsäyhtiöiden epäiltyjä kartelleja
- 21.1.1998 Enson Imatran tehtailla viime vuonna ennätystuotanto
- 23.1.1998 Enso kiillotti kilpeään

LIITE 6 Uustisvuoksen julkaisemat Ensoa käsittelevät artikkelit 2/3

- 25.1.1998 Enson piippu kumoon keväällä
- 25.1.1998 Enson vanhan tehdasalueen piippu kaatuu helmikuussa
- 27.1.1998 Suomalaisyrityksiä venäläisten ympäristöjärjestöjen mustalla listalla
- 27.1.1998 Kansainvälisyyttä ja metsäekologiaa Comenius-paketissa
- 28.1.1998 Enso suunnittelee kartonkikonetta
- 28.1.1998 Tainionkoskelle ja Kaukopäähän kehitysinvestoinnit
- 28.1.1998 Enso suunnittelee uutta kartonkikonetta Imatralle
- 28.1.1998 Metsänäyttely avasi jälleen ovensa
- 28.1.1998 Ytimennävertäjä tuhoaa Vuoksenniskan männikköä
- 29.1.1998 Enson työterveyshuolto sai ISO-9001 sertifikaatin
 - 1.2.1998 Enson miljardihankkeet nytkähtivät eteenpäin
 - 3.2.1998 Tavoitteet korkealla
 - 3.2.1998 Enson Imatran tehtaat pääsivät EMAS-rekisteriin
 - 3.2.1998 Enso sai EMAS-sertifikaatin
 - 4.2.1998 Hannu Koskelle Enson kaikkien aikojen suurin henkilökohtainen aloitepalkinto
 - 8.2.1998 Vattenfallin voimalan rakentaminen Imatralle varmistumassa
 - 8.2.1998 Oliko asemakaava Enson?
- 24.2.1998 Kuparin 92 metriä korkea savupiippu kaatuu tänään
- 25.2.1998 Piippua alettiin purkaa jo 1970-luvulla
- 25.2.1998 Kuparin piippu ja kaksi rakennusvanhusta tiilikasoksi
- 25.2.1998 Enson Imatran tehtailla miljoonavuosi
- 25.2.1998 Kuparin piippu tiilikasaksi
 - 2.3.1998 Puun hintaneuvottelut alkutekijöissään
 - 4.3.1998 Myös ympäristökysymyksillä nyt merkitystä
 - 5.3.1998 Vattenfall ja Enso esisopimukseen voimalan maakaupoista
 - 8.3.1998 Erä-Enso 25 vuotta
- 12.3.1998 Kartonkikone ykkönen on huippu
- 15.3.1998 Tetra Laval neuvottelee yhteistyökumppanuudesta
- 22.3.1998 Mielikuvat Enson tehtaista myönteisiä
- 22.3.1998 Mielikuvat Enson Imatran tehtaista pääosin myönteisiä
 - 1.4.1998 Kuljetusala odottaa Vattenfallin ja Enson investointeja
 - 5.4.1998 Esa Piepposella on paljon kertomista, onhan hän nähnyt kolme sotaakin
 - 6.4.1998 Enson vanha liimatehdas kaatui tanner põlisten
 - 8.4.1998 Tainiokosken metsiköt siistitään hakkuilla
 - 10.4.1998 Näillä hinnoilla puukauppa ei lähde käyntiin
 - 15.4.1998 Enson Imatran tehtaiden ITE-projektille tunnustusta
 - 20.4.1998 Ensolle sellupuuta Indonesian Kalimantanilta
 - 21.4.1998 Enson kartonkituotanto tutuksi imatralaisille näyttelyllä
 - 24.4.1998 Svetogorsk vai Enso
 - 24.4.1998 "Olen tyytyväinen Imatran tehtaiden saavutuksiin"
 - 24.4.1998 Päätös kuitulinjan uusimisesta tehtävä viimeistään vuoden 2000 alussa
 - 7.5.1998 Enson pölkkykeittäjä – Vuoksenniskan puuhiomo
 - 8.5.1998 Etelä-Karjalan ilman laatu jatkaa kohentumistaan
 - 13.5.1998 Vattenfall siirsi jälleen kaasuvoimalan investointipäätöstä
 - 21.5.1998 Fanerikoivuje, Tornatorin pikkutukkien ja Enson propsien vanavedessä

LIITE 6 Uustisvuoksen julkaisemat Ensoa käsittelevät artikkelit 3/3

- 21.5.1998 Kaukopäässä kärehti
- 21.5.1998 Ensolla menee hyvin
- 21.5.1998 Metsäjätin tuloskehitys näkyy myös Corensolla
- 21.5.1998 Imatran tehtaat ajavat kesän ilman lomaseisokkeja
- 21.5.1998 Kaukopään selluloosatehdas ja sen puuvarastot vuonna 1956
- 24.5.1998 "Kaukopää on kuin oma lapsi"
- 24.5.1998 Venäläisen tuontipuun hintaneuvottelut päätökseen
- 24.5.1998 Kaukopään tehtaat tuntuvat ihan kuin omalta lapselta
- 27.5.1998 Ensolaiset nopeimpia Business Rowing –kisassa
- 28.5.1998 Ensolta ekobetonia saastuneesta maasta
- 28.5.1998 Enso valmistaa myrkkymaista ekobetonia
- 3.6.1998 Enso ja Stora muodostavat metsäjätin
- 3.6.1998 Enso ja ruotsalainen Stora yhdistyvät
- 3.6.1998 Siitä tuli Suur-Enso
- 3.6.1998 Storan toimitusjohtaja: Fuusion kautta Emuun
- 3.6.1998 Suomen suurin
- 3.6.1998 Härmälä uskoo tuotevalikoimaan
- 3.6.1998 Enson ja Storan yhdistyminen yllätti Imatralla
- 4.6.1998 Valtionyhtiö Ensosta kansainvälinen Stora Enso
- 4.6.1998 Uusi metsäjätti voi näkyä puukaupassa
- 10.6.1998 Talousvaliokunnassa ei uuttaa Stora-Ensosta
- 10.6.1998 Stora-Enso voi viedä monopoliin metsäsertifioinnissa
- 12.6.1998 Keskusta äänestää Enson ja Storan liittoa vastaan
- 14.6.1998 Enson ja Storan yhdistyminen eteni
- 16.6.1998 Paperiliitto: Eduskunnan on taattava henkilöstön asema Enso-Stora-fuusiossa
- 16.6.1998 Enson omistusjärjestely hyväksyttiin eduskunnassa
- 22.6.1998 Stora-Enso
- 30.6.1998 Enson metsäosastolle sertifikaatteja
- 30.6.1998 Enson metsäosastolle laatu- ja ympäristösertifikaatti
- 8.7.1998 Metsäkauppa käyntiin kesän aikana
- 8.7.1998 Enso Oyj:n ylimääräinen yhtiökokous heinäkuussa
- 10.7.1998 Metsäiltamista jälleen metsätietoa "huvittavalla" tavalla
- 14.7.1998 Enso säilyttää vanhoja tehdas- ja asuinalueita
- 16.7.1998 Enso haluaa turvata myös menneisyyden
- 24.7.1998 Enson ja Storan liitolle siunaus yhtiökokouksessa

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 1/9

Vastaukset kysymykseen 1. Millaisilla sanoilla kuvailisitte Enson Imatran tehtaita ?

	1.	2.	3.	4.	5.	
jäykkä	5,6 %	19,4 %	19,4 %	52,8 %	2,8 %	joustava
kansainvälinen	27,8 %	47,2 %	5,6 %	11,1 %	8,3 %	suomalainen
yhteistyökykyinen	38,9 %	41,7 %	16,7 %	2,8 %	0 %	yhteistyökyvytön
uudistuva	27,8 %	55,6 %	13,9 %	2,8 %	0 %	paikallaanpysyvä
avoin	8,3 %	44,4 %	25 %	22,2 %	0 %	sulkeutunut
huonomaineinen	0 %	0 %	13,9 %	47,2 %	38,9 %	hyvämaineinen
vastuuntuntoinen	36,1 %	44,4 %	8,3 %	11,1 %	0 %	vastuuntunnoton
ympäristöystävällinen	19,4 %	58,3 %	13,9 %	8,3 %	0 %	saastuttaja
taantuva	0 %	0 %	8,3 %	41,7 %	50 %	menestyvä
luotettava	50 %	44,4 %	5,6 %	0 %	0 %	epäluotettava
itseks	8,3 %	27,8 %	25 %	30,6 %	8,3 %	huolehtiva
rohkea	11,1 %	52,8 %	30,6 %	5,6 %	0 %	arkaileva
vanhanaikainen	0 %	5,6 %	16,7 %	44,4 %	33,3 %	uudenaikainen
tehokas	41,7 %	41,7 %	13,9 %	2,8 %	0 %	tehoton

(esim. 1 = erittäin jäykkä, 2 = melko jäykkä, 3 = en osaa sanoa, 4 = melko joustava, 5 = erittäin joustava)

Vastaukset kysymykseen 2. Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat vastaajien mielipiteitä?

	1.	2.	3.	4	5.
Paperiteollisuus aiheuttaa pahoja ympäristöhaittoja	8,3 %	50 %	19,4 %	16,7 %	5,6 %
Ympäristöhaittojen torjuminen on paperiteollisuudelle tärkeää	0 %	0 %	2,8 %	19,4 %	77,8 %
Paperiteollisuus pyrkii kaunistelemaan toimintansa ympäristövaikutuksia	5,6 %	41,7 %	25 %	22,2 %	5,6 %
Enson Imatran tehtailla suhtaudutaan myönteisesti ympäristönsuojeluun	0 %	0 %	2,8 %	41,7 %	55,6 %
Enson Imatran tehtaiden ympäristöteknologia on nykyaikaista	0 %	2,8%	5,6 %	38,9 %	52,8 %
Enson Imatran tehtaiden panostus ympäristönsuojeluun on riittävä	0 %	11,1 %	27,8 %	55,6 %	5,6 %
Enson Imatran tehtaot rasittaa kohtuuttomasti luontoa	22,2 %	55,6 %	19,4 %	2,8 %	0 %

(1 = täysin eri mieltä, 2 = melko eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = melko samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 2/9

Vastaukset kysymykseen 3. Pitävätkö seuraavat väitteet paikkansa?

a) Enson Imatran tehtailla valmistetaan...

	kyllä	ei	en osaa sanoa
pakkauskartonkia	86,1 %	5,6 %	8,3 %
lastulevyä	0 %	94,4 %	5,6 %
sanomalehtipaperia	41,7 %	44,4 %	13,9 %
maitopurkkeja	50,0 %	47,2 %	2,8 %
lattiaparkettia	0 %	97,2 %	2,8 %
wc-paperia	0 %	94,4 %	5,6 %
aikakauslehtipaperia	66,7 %	19,4 %	13,9 %

b) Tiedottaakseen ympäristöasioista Enson Imatran tehtaas...

	kyllä	ei	en osaa sanoa
julkaisee ympäristöasioista kertovaa lehteä	47,2 %	22,2 %	30,6 %
pitää yllä ympäristöaiheisia www-sivuja	36,1 %	5,6 %	58,3 %
julkaisee säännöllisesti ympäristökatsauksen	61,1 %	2,8 %	36,1 %
on nimennyt yhteyshenkilön	72,2 %	2,8 %	25 %
perustanut ympäristöasioissa palvelevan puhelimen	8,3 %	2,8 %	80,6 %

c) Muut väittämät

	kyllä	ei	en osaa sanoa
Enson Imatran tehtailla on Greenpeacen hyväksymä ympäristösertifikaatti	19,4 %	44,4 %	36,1 %
Enson Imatran tehtaiden päästöt ilmaan ovat lisääntyneet viime vuosina	0 %	97,2 %	2,8 %
Enson Imatran tehtaiden päästöt vesiin ovat lisääntyneet viime vuosina	0 %	100 %	0 %

	vuonna 1990	vuonna 1997	vuoteen 2001 mennessä
Enson Imatran tehtaas on saanut kansainvälisen EMAS-ympäristösertifikaation	0 %	80 %	20 %

	alle 3 miljoonaa markkaa	noin 20 miljoonaa markkaa	yli 50 miljoonaa markkaa
Enson Imatran tehtaiden ympäristöinvestoinnit vuonna 1996 olivat	8,3 %	77,8 %	13,9 %

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 3/9

	noin 500 henkilöä	1000-2000 henkilöä	2000-3000 henkilöä	3000-4000 henkilöä	noin 5000 henkilöä
Enson Imatran tehtailla työskentelee	0 %	33,3 %	61,1 %	5,6 %	0 %

Vastaukset kysymykseen 4.

Kuinka paljon Enson Imatran tehtaita käsitteleviä juttuja olette huomanneet seuraavista aiheista viimeisen vuoden aikana?

	en lainkaan	jonkin verran	paljon
a) Työllisyystilanne	11,1 %	83,3 %	5,6 %
b) Tuotekehitys	13,9 %	63,9 %	22,2 %
c) Ympäristöpäästöt	8,3 %	69,4 %	22,2 %
d) Taloudellinen tilanne	5,6 %	47,2 %	47,2 %
e) Ympäristöinvestoinnit	11,1 %	63,9 %	25 %
f) Tulevaisuuden suunnitelmat	2,8 %	69,4 %	27,8 %
g) Historia	36,1 %	58,3 %	5,6 %
h) Mahdolliset ympäristövahingot	66,7 %	33,3 %	0 %
i) Muut vahingot tai onnettomuudet	30,6 %	69,4 %	0 %
j) Ympäristönsuojelusaavutukset	11,1 %	69,4 %	19,4 %
k) Kansainvälinen kaupankäynti	8,3 %	63,9 %	27,8 %
l) Yhteistyö alueen yrittäjien kanssa	25 %	61,1 %	13,9 %

Minkä verran toivoisitte seuraavista aihepiireistä tietoa?

	vähemmän	saan sopivasti tietoa	enemmän
a) Työllisyystilanne	0 %	65,7 %	34,3 %
b) Tuotekehitys	0 %	65,7 %	34,3 %
c) Ympäristöpäästöt	0 %	65,7 %	34,3 %
d) Taloudellinen tilanne	0 %	88,6 %	11,4 %
e) Ympäristöinvestoinnit	0 %	68,6 %	31,4 %
f) Tulevaisuuden suunnitelmat	0 %	40 %	60 %
g) Historia	0 %	80 %	20 %
h) Mahdolliset ympäristövahingot	0 %	37,1 %	62,9 %
i) Muut vahingot tai onnettomuudet	0 %	68,6 %	31,4 %
j) Ympäristönsuojelusaavutukset	0 %	77,1 %	22,9 %
k) Kansainvälinen kaupankäynti	0 %	71,4 %	28,6 %
l) Yhteistyö alueen yrittäjien kanssa	0 %	37,1 %	62,9 %

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 4/9

Vastaukset kysymykseen 5.

Kuinka paljon Enson Imatran tehtaita koskevaa tietoa saatte seuraavista tietolähteistä?

	en lainkaan	jonkin verran	paljon
Vuoksenlaakso-lehti	38,9 %	38,9 %	22,2 %
Tehtaiden lähettämä materiaali	33,3 %	44,4 %	22,2 %
Mainokset	63,9 %	33,3 %	2,8 %
Tehtailla työskentelevät tutut	13,9 %	50 %	36,1 %
Lehtiartikkelit Uutisvuoksessa	5,6 %	44,4 %	50 %
Lehtiartikkelit Etelä-Saimaassa	11,1 %	61,1 %	27,8 %
Ammattilehtien artikkelit	27,8 %	61,1 %	11,1 %
Jutut muissa lehdissä	30,6 %	61,1 %	8,3 %
Televisio	30,6 %	63,9 %	5,6 %
Radio	13,9 %	72,2 %	13,9 %
Kokoukset ja tapaamiset Imatran tehtaiden edustajien kanssa	22,2 %	44,4 %	33,3 %
Enson muut työntekijät	22,2 %	55,6 %	22,2 %
Internet ja sähköposti	75 %	25 %	0 %
Messut ja tapahtumat	38,9 %	52,8 %	8,3 %

Kuinka paljon haluaisitte Enson Imatran tehtaita koskevaa tietoa seuraavien viestintäkanavien välityksellä?

	vähemmän	saman verran kuin nyt	enemmän
Vuoksenlaakso-lehti	3,1 %	78,1 %	18,8 %
Tehtaiden lähettämä materiaali	0 %	64,7 %	35,3 %
Mainokset	9,4 %	75 %	15,6 %
Tehtailla työskentelevät tutut	0 %	80 %	20 %
Lehtiartikkelit Uutisvuoksessa	2,9 %	88,6 %	8,6 %
Lehtiartikkelit Etelä-Saimaassa	2,9 %	80 %	17,1 %
Ammattilehtien artikkelit	0 %	68,6 %	31,4 %
Jutut muissa lehdissä	2,9 %	82,9 %	14,3 %
Televisio	0 %	65,7 %	34,3 %
Radio	0 %	82,9 %	17,1 %
Kokoukset ja tapaamiset Imatran tehtaiden edustajien kanssa	0 %	60 %	40 %
Enson muut työntekijät	0 %	76,5 %	23,5 %
Internet ja sähköposti	0 %	54,3 %	45,7 %
Messut ja tapahtumat	2,9 %	82,4 %	14,7 %

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 5/9

Vastaukset kysymykseen 6. Millaisilla sanoilla kuvailisitte Imatran tehtaiden ympäristöviestintää?

	1.	2.	3.	4.	5.	
luotettavaa	25 %	61,1 %	13,9 %	0 %	0 %	epäluotettavaa
salailevaa	0 %	5,6 %	13,9 %	52,8 %	27,8 %	avointa
hyvin hoidettua	19,4 %	55,6 %	13,9 %	11,1 %	0 %	huonosti hoidettua
systemaattista	13,9 %	50 %	25 %	11,1 %	0 %	satunnaista
nopeaa	8,3 %	38,9 %	41,7 %	11,1 %	0 %	hidasta
tylsää	0 %	13,9 %	27,8 %	47,2 %	11,1 %	mielenkiintoista
vaikeaselkoista	2,8 %	8,3 %	22,2 %	61,6 %	5,6 %	helppolukuista
tarpeellista	75 %	22,2 %	2,8 %	0 %	0 %	turhaa
läheistä	25 %	41,7 %	30,6 %	2,8 %	0 %	etäistä

(esim. 1 = erittäin jäykkä, 2 = melko jäykkä, 3 = en osaa sanoa, 4 = melko joustava, 5 = erittäin joustava)

Vastaukset kysymykseen 7. Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat vastaajien mielipiteitä?

	1.	2.	3.	4	5.
Minulle on tärkeää saada tietoa Enson Imatran tehtaiden ympäristöasioista	0 %	0%	2,8 %	22,2 %	75 %
Enson Imatran tehtaiden ympäristöasioista ei kerrota tarpeeksi joukkoviestimissä	14,3 %	28,6 %	20 %	34,3 %	2,9 %
Olen kyllästynyt ympäristötiedottamiseen	75 %	22,2 %	2,8 %	0 %	0 %
Enson Imatran tehtaiden kielteiset uutiset jäävät usein kertomatta	19,4 %	27,8 %	30,6 %	19,4 %	2,8 %
Enson Imatran tehtaita koskevaa ympäristötietoa on helposti saatavilla	0 %	16,7 %	33,3 %	44,4 %	5,6 %
Joukkoviestimissä kerrotaan Enson Imatran tehtaista yleensä vain negatiivisista asioista	27,8 %	55,6 %	11,1 %	2,8 %	2,8 %
Enson Imatran tehtaiden johto pyrkii salaamaan hallussaan olevia tehtaalan päästöjä koskevia tietoja	36,1 %	33,3 %	25 %	2,8 %	2,8 %

(1 = täysin eri mieltä, 2 = melko eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = melko samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 6/9

Vastaukset kysymykseen 8. Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat vastaajien mielipiteitä?

	1.	2.	3.	4	5.
Enson Imatran tehtaiden ympärillä oleva metsä on hyvässä kunnossa	5,6 %	33,3 %	5,6 %	41,7 %	13,9 %
Enson Imatran tehtaiden ympäristön kuormitus on vähentynyt vaikka tuotanto on kasvanut	0 %	0 %	2,8 %	50 %	47,2 %
Enson Imatran tehtaiden lähialueen marjoja voi syödä	0 %	0 %	13,9 %	30,6 %	55,6 %
Kalat viihtyvät Enson Imatran tehtaiden läheisyydessä	2,8 %	16,7 %	22,2 %	25 %	33,3 %
Enson Imatran tehtaiden tulisi huolehtia, että sen tuotteet ovat helposti kierrätettäviä.	0 %	0 %	0 %	36,1 %	63,9 %
Enson Imatran tehtaiden tulisi vastata maan rajojen ulkopuolelle leviävistä päästöistään.	5,6 %	2,8 %	5,6 %	44,4 %	41,7 %
Enson Imatran tehtaat vaatii yhteistyökumppaneitaan ympäristöystävällisyyttä	0 %	2,8 %	13,9 %	44,4 %	38,9 %
Enson Imatran tehtaiden tulisi käyttää ympäristöystävällisempiä raaka-aineita ja tuotanto-menetelmiä, vaikka se nostaisi tuotteiden hintaa	5,6 %	5,6 %	13,9 %	55,6 %	19,4 %
Enson Imatran tehtaat on tehnyt ympäristöasioiden hyväksi enemmän kuin mitä viranomaiset vaativat.	0 %	0 %	38,9 %	33,3 %	27,8 %
Ympäristöasiöistä puhuminen on ohimenevä muoti-ilmiö	80,6 %	19,4 %	0 %	0 %	0 %
Enson Imatran tehtaiden johto ei ymmärrä ympäristöasioiden tärkeyttä	61,1 %	27,8 %	11,1 %	0 %	0 %
Olisin kiinnostunut tekemään enemmän yhteistyötä ympäristöasioiden hoidossa Enson Imatran tehtaiden kanssa	2,8 %	11,1 %	30,6 %	44,4 %	11,1 %
Enson Imatran tehtaiden ympäristöasioista vastaavat henkilöt ottavat mielellään vastaan ympäristönsuojelua koskevia mielipiteitä ja ideoita	0 %	8,3 %	30,6 %	38,9 %	22,2 %

(1 = täysin eri mieltä, 2 = melko eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = melko samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 7/9

Vastaajien taustatiedot

Sukupuoli:

mies	80 %
nainen	20 %

Ikä:

25-35 vuotta	13,9 %
36-45 vuotta	16,7 %
46-55 vuotta	44,4 %
56-65 vuotta	25 %

Asuinpaikkakunta:

Imatra	71,4 %
Lappeenranta	8,6 %
muu	20 %

Itse tai perheenjäsen työkennellyt Enson Imatran tehtailla.

kyllä	36,1 %
ei	63,9 %

Kuinka usein vieraillut Enson Imatran tehtailla?

enintään kerran	8,3 %
2-5 kertaa	30,6 %
useammin kuin viisi kertaa	61,2 %

Vastaajien työnkuva.

oppilaitoksen johdossa tai opettajana	16,7 %
pankki- tai vakuutuslalla	22,2 %
kunnan, kaupungin tai valtion virassa	30,6 %
viestintä- tai markkinointialalla	11,1 %
muu	19,4 %

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 8/9

Vastaajien kommentteja:

- Olisi mielenkiintoista nähdä tutkimuksen tulokset ja tietää mitä ne vaikuttavat Enson Imatran tehtaiden toimintaan ja yhteistyöhön eri tahojen kanssa, ja onko tutkimuksella minkäänlaista vaikutusta Enso Imatran ympäristöpolitiikkaan
 - Enso voi olla ylpeä toimintatavoistaan!
 - Mielenkiintoista, että tällaista kysellään. Yleiskysymyksiä olisi kaivannut lisää koskien esim. henkilöstön suhtautumista ja joustavuutta, ”edistysellisyyttä” jne. Vertailevia kysymyksiä olisi voinut mukana esim. vrt UPM-Kymmene, Kaukas, Imatra Steel jne. Terveisiä Jyväskylään ja hyvää syksyä!
 - Enso hoitaa aivan kohtuullisen hyvin ympäristöasioitaan. Kaukopää on napakasti hoidettu edustuskelpoinen tehdas myös ympäristökysymyksien hoidossa. Parantamisen varaa on silti. Imatran tehtaiden organisaatiokulttuurista välittyy ulkopuoliselle havainnoitsijalle vähän laitosmainen, jäykähkö ja hierarkkinen kuva. Vaikuttaisiko kuvaan myös ay-liikkeen (Paperiliitto) vahva kaavamainen ote, joka vaikuttaisi myös yrityksen imagoon sitä jäykistävästi?
- ?
- Mielenkiintoisia kysymyksiä. Toivoisin enemmän Enso Oyj:n edustajien vierailuja oppilaitoksessemme luennoimassa kaikille opiskelijoillemme siitä, kuinka paljon ympäristönsuojelun vuoksi on tehty ja tullaan tekemään.
 - 1. Kyselyn tarkoituksena on selvittää mielikuvia Enson Imatran tehtaista, mutta mielestäni kysely käsitti pääasiassa ympäristöasioita.
2. Mielenkiintoisia kysymyksiä. Esim. jäykkä – joustava. Ihmettelen, että jollakin yrityksellä on edelleen varaa ottaa kesätyöntekijänsä tai työntekijänsä sillä perusteella että isä tai äiti on yrityksessä töissä. Ymmärrän, että se on siinä tilanteessa mahdollista, kun on kaksi saman tasoista työntekijää, tai paremminkin hakijaa. Mutta en ymmärrä, että kouluista otetaan heikoin (useasti luokalle jäänyt) henkilö töihin sillä perusteella, että äiti tai isä on Enson Imatran tehtailla töissä, vaikka samaan aikaan paikkaa hakee koulussa keskitasoa paremmin menestynyt opiskelija jonka vanhemmat ovat muualla töissä (esimerkiksi VR:llä tms.). Useasti koulussa heikosti motivoitunut myös töissä (ei välttämättä), miten tällaisen työntekijän kanssa voidaan puhua elinikäisestä

LIITE 7 Vastaukset kyselylomakkeen kysymyksiin 9/9

oppimisesta. Onko koulutetut henkilöt turhia Ensolle, jos sinne riittäisikin pelkkä peruskoulu ja isän tai äidin Ensolla oleminen niin yhteiskunta säästäisi koulutuksessa.

- Tehtaiden on syytä satsata ympäröivien puistoalueiden hoitoon enemmän.
- Enso on Imatran elinsuoni, niin myös Stora-Enso. Nimim. "Born in Enso".
- Kysely pisti huomaamaan tiedonpuutteita monessa asiassa. Karkea yleiskuva Enson toiminnasta on tiedotuksen kautta tullut, mutta yksityiskohdat esim. tuotannosta puuttuvat.
- Haluaisin tutkimuksen / kyselyn yhteenvedon, kun se valmistuu!