

Sitran selvityksiä 15

Tampereen Ilmankos- hankkeen seurantaraportti

Ruus Tuusa

SITRA

Tampereem Ilmankos-hankkeen seurantaraportti

Sitran ja Tampereen kaupungin rahoittaman Ilmankos -tutkimushankkeen seuranta- ja dokumentointiosion raportti

Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskus, Teknillinen korkeakoulu

Kirjoittanut: Tutkimusavustaja Ruusu Tuusa
Muu tutkimusryhmä: Tutkimuspäällikkö Lasse Peltonen
Tutkija Janne Roininen
Tutkija Terttu Nupponen

Sisällysluettelo

| | |
|---|-----------|
| 1. Johdanto | 4 |
| 1.1 Tutkimus- ja kehittämishanke | 4 |
| 1.2 Tutkimuksen seuranta- ja dokumentointiosio | 5 |
| 2. ILMANKOS-kampanjan taustaa ja lähtökohtia | 7 |
| 2.1 Tampereen seudun ilmastostrategia | 7 |
| 2.2 ILMANKOS- kampanjan tavoitteet | 8 |
| 3. ILMANKOS-kampanjan toteutus | 12 |
| 3.1 Yleisesti kampanjan toteutuksesta | 12 |
| 3.2 Tapahtumien tarkempi kuvaus | 15 |
| 3.3 Ilmastorahasto | 20 |
| 3.4 Teematyöpajat | 21 |
| 3.4.1 Asumisen ja rakentamisen teematyöpaja 24.11.2008 | 23 |
| 3.4.2 Ruoka ja ilmasto- teematyöpaja 19.1.2009 | 25 |
| 3.4.3 Perhejärjestöt ja kasvatustyö -teematyöpaja 26.1.2009 | 27 |
| 3.4.4 Englanninkielinen teematyöpaja 4.2.2009 | 28 |
| 3.4.5 Yhteenvetotyöpaja 16.5.2009 | 29 |
| 3.5 SWAP-kysely teematyöpajoissa | 29 |
| 4. ILMANKOS-kampanjan medianäkyvyys ja viestintä | 33 |
| 5. Yhteenveto: seuranta- ja dokumentointiosion löydöksiä | 37 |
| 5.1 Pohdintaa kampanjan toimintamuodoista | 37 |
| 5.2 Pohdintaa teematyöpajojen annista ja kulusta | 39 |
| Lähteitä | 45 |
| Liitteet | 47 |
| LIITE 1 Tampereen seudun ilmastostrategia | 47 |
| LIITE 2 Ideatyöpajan muistio | 52 |
| LIITE 3 Asumisen ja rakentamisen teematyöpajan muistio | 59 |
| LIITE 4 Ruoka ja ilmasto -teematyöpajan muistio | 64 |
| LIITE 5 Perhejärjestöt ja kasvatustyö -teematyöpajan muistio | 67 |

1. Johdanto

Tämä raportti on työpaperi, joka liittyy Teknillisen korkeakoulun Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen (YTK) tutkimus- ja kehittämishankkeeseen *Ilmastonmuutos ja kansalaisosallistuminen – ILMANKOS*. Tutkimus- ja kehittämishanke on Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran sekä Tampereen kaupungin rahoittama noin kaksivuotinen projekti, jossa tutkitaan ja kehitetään paikallisen ja seudullisen ilmastostrategian ja ilmastotyön kansalaislähtöistä arviointia sekä kansalaislähtöisiä arviointikriteereitä. Tutkimus- ja kehittämishanke liittyy Sitran Energiaohjelmaan (Sitra 2009).

Tutkimus- ja kehittämishankkeessa käytetään tutkimuskohteena tamperelaista ilmastokampanjaa *ILMANKOS - Ilmastonmuutos ja kansalaisosallistuminen Tampereella* (myöhemmin ILMANKOS-kampanja) sekä Tampereen seudun ilmastostrategiahanketta. Tämä raportti on YTK:n tutkimus- ja kehittämishankkeen seuranta- ja dokumentointiosion raportti ja kuvaa lähinnä ILMANKOS-kampanjaa, joka on myös Sitran Energiaohjelman hanke (Sitra 2009). Kampanjan kuvaus perustuu kampanjan omiin materiaaleihin sekä kampanjan ulkopuolisen tutkijan havainnointiin.



Kuvio 1 ILMANKOS-kampanjan, ilmastostrategian sekä tutkimus- ja kehittämishankkeen etenemisaikataulut

1.1 Tutkimus- ja kehittämishanke

Tutkimus- ja kehittämishanke alkoi syksyllä 2008 ja jatkuu vuoden 2010 loppuun. Hanke on ensinnäkin arviointitutkimushanke, jossa muodostetaan kansalaislähtöisiä arviointikriteereitä, joiden avulla arvioidaan Tampereen seudun ilmastonmuutoksen hillintää ja ilmastostrategiaa. Arvioinnissa ei varsinaisesti arvioida ILMANKOS-kampanjan tai Tampereen seudun ilmastostrategian kansalaisosallistumisen onnistumista. Kampanja ja strategia ovat tutkimustapauksia, joiden avulla pohditaan kansalaisten muodostamien kriteerien kansallisen ja ylikansallisen tason ilmastonmuutostavoitteiden soveltamista seudulle, kansalaisille jalkauttamista sekä kansalaisten osallistumista ilmastostrategiaan.

Toiseksi, tutkimus- ja kehittämishankkeen tavoite on Tampereen tapauksen avulla myös kehittää yleistettäviä kansalaislähtöisiä seudullisen ja paikallisen tason ilmastostrategian arviointikriteereitä sekä kansalaislähtöistä arviointia menetelmänä.

Tutkimus- ja kehittämishankkeessa on viisi vaihetta:

1. Seuranta- ja dokumentointiosio, jossa havainnoidaan ILMANKOS-kampanjaa sekä seudullisen ilmastostrategiatyön etenemistä;
2. Kirjallisuuskatsaus kansalaisten osallistumisesta paikalliseen/alueellisen ilmastopolitiikkaan;
3. Taloyhtiöt ilmastotoimijoina -erillistutkimus;
4. Kansalaislähtöinen arviointi ja sen menetelmien kehittäminen ILMANKOS-kampanjan ja Tampereen seudun ilmastostrategiahankkeen avulla; sekä
5. Synteesi.

Seuranta- ja dokumentointiosio on materiaalin keräämistä arviointi- ja synteesiosioita (vaiheet 4 ja 5) varten. Arvioinnissa pohditaan kansalaislähtöisesti ja kansalaisten näkökulmasta sitä, minkälaista hyvä kunnan ilmastopolitiikka ja -viestintä on ja kehitetään kansalaislähtöisen arvioinnin menetelmiä. Tutkimus- ja kehittämishankkeeseen sisältyy myös erillisosio (vaihe 3), joka käsittelee taloyhtiöitä ilmastotoimijoina sekä ilmastonmuutosta kotitalouksien arjen näkökulmasta, sekä perustutkimuksenomainen osio, jossa koostetaan tieteellisistä artikkeleista kirjallisuuskatsaus (vaihe 2).

1.2 Tutkimuksen seuranta- ja dokumentointiosio

YTK:n tutkimushankkeen ensimmäinen osio muodostui ILMANKOS-kampanjan ja Tampereen seudun ilmastostrategiaprosessin seurannasta ja dokumentoinnista. Seurannan havainnot on koottu tähän raporttiin. Osio oli luonteeltaan lähinnä havainnointia ja materiaalin keräämistä, eikä tavoite ole ollut varsinaisesti arvioida kampanjan onnistumista – tutkimushankkeen varsinainen arviointiosio käynnistyy myöhemmin. On kuitenkin huomattava, että raportti on kirjoitettu tutkimushankkeen tulkintakehyksestä käsin ja sisältää siten myös kirjoittajan päätelmiä ja tulkintoja, vaikka asiakysymyksissä on pyritty tarkkuuteen. Erityisesti teematyöpajoja on kuvattu osallistujan näkökulmasta pohtivalla otteella. Kampanjan oma raportti on myös saatavilla verkosta¹. Kampanjan oma raportti on kuitenkin suppea, joten tämän raportin yksi tavoite on kuvata kampanjaa ja sen aikana tehtyjä valintoja yksityiskohtaisemmin esimerkiksi Sitran muita hankkeita ja vastaavien hankkeiden suunnittelijoita silmällä pitäen.

Seuranta aloitettiin ILMANKOS-kampanjan alusta elokuussa 2008 ja päätoiminen seuranta loppui samaan aikaan kampanjan kanssa kesäkuussa 2009 (ks. kuvio 1). Tänä aikana on myös seurattu ilmastostrategiatyötä, joka on alkanut jo vuoden 2008 alussa. Seurannassa ja tässä raportissa on kuitenkin keskitytty ILMANKOS-kampanjaan. Seurannassa pidettiin tärkeinä erityisesti kampanjan sidosryhmille järjestämiä teematyöpajoja (tämän raportin luku 3.4), mutta lähes kaikkiin muihinkin kampanjan julkisiin tapahtumiin osallistuttiin.

¹ http://www.ilmankos.fi/media/loppuraportti_nettiin.pdf [Viitattu 16.10.2009.]

Aineistonkeruu

Seuranta- ja dokumentointiosiossa kerättiin aineistoa seuraavia tutkimusvaiheita varten. Kampanjan toteutuksen seurannan pääaineistohankintamenetelmää voi kutsua tapahtumien osallistuvaksi havainnoinniksi (Eskola & Suoranta 2005, 98). Seurantaosta vastannut tutkimusavustaja osallistui ILMANKOS-kampanjan tilaisuuksiin tarkkailijana sekä välillä myös aktiivisena osallistujana. Esimerkiksi ILMANKOS-kampanjan teematyöpajoissa tutkimusavustaja osallistui ryhmätyöskentelyyn yhtenä ryhmän jäsenistä. Tavoite on kuitenkin ollut tarkkailla samalla koko tilaisuuden ilmapiiriä sekä luoda yleiskuvan muidenkin kuin oman ryhmän keskustelusta ja ideoinnista. Havainnointi ei ollut siinä mielessä systemaattista, että havainnointikohteet olisi määritelty tarkasti etukäteen. Tilaisuudet ja niiden jatkumo ohjasivat havainnointia. ILMANKOS-kampanjan tilaisuuksissa kiinnitettiin erityisesti huomiota siihen, miten tilaisuudet ja kampanjan toimintamuodot heijastavat kampanjan tavoitteita. Seuranta- ja dokumentointiosiossa ei kuitenkaan ole omia tutkimuskysymyksiään.

Toiseksi, seuranta- ja dokumentointiosiossa on käyty läpi kirjallista materiaalia. Tärkeällä sijalla ovat olleet ILMANKOS-kampanjan omat materiaalit, kuten suunnittelu- ja materiaalit, muistiot ja väliraportit. Muita aineistokeruumenetelmiä ovat olleet YTK:n teettämä kirjallinen kysely ILMANKOS-kampanjan teematyöpajaan osallistuneille (SWAP-kysely, jota käsitellään luvussa 3.5), kampanjan työryhmän haastattelut sekä verkon ja median seuraaminen. Osana seuranta- ja dokumentointiosiota on osallistuttu Tampereen seudun ilmastostrategiahankkeen ohjaus- ja projektiryhmien kokouksiin ja seurattu ilmastostrategian valmistelua. Taustaselvityksinä on myös käyty läpi mm. ilmastostrategiahankkeen valmisteluaineistoja sekä ilmastostrategiaan läheisesti liittyvien muiden strategiahankkeiden aineistoja. Kolmanneksi, runsas vuorovaikutus erityisesti ILMANKOS-kampanjan työntekijöiden kanssa on ollut tärkeää tutkimus- ja kehittämishankkeen kannalta.

Raportin rakenne

Raportin rakenne on seuraava. Luku 2 käsittelee ILMANKOS-kampanjan lähtökohtia ja tavoitteita. Luku 3 käsittelee kampanjan toteutusta: alaluvuissa 3.1–3.3 kuvataan kampanjan tapahtumia yleisesti sekä tarkemmin joitain kampanjan tapahtumista ja toimintamuodoista, lähinnä sellaisia, joihin tutkimusavustaja on itse osallistunut tai jotka on muuten katsottu kiinnostaviksi seuranta- ja tutkimuksen kannalta. Alaluvuissa 3.4 käsitellään erikseen kampanjan teematyöpajoja. Luku 4 käsittelee kampanjan viestintää sekä medianäkyvyyttä. Luku 5 keskittyy seuranta- ja dokumentointiosion havaintoihin ja seurannan aikana esiin nousseisiin ajatuksiin.

2. ILMANKOS-kampanjan taustaa ja lähtökohtia

ILMANKOS-kampanja oli Tampereen kaupungin ja yhteistyökumppaneiden järjestämä ilmastonmuutokskampanja, joka suunnattiin kansalaisille ja yhteisöille. Päärahoittajana toimi Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra ja muina rahoittajina Tampereen kaupunki, Tampereen Sähkölaitos Oy sekä Pirkanmaan Jätehuolto Oy. Kampanjan aktiivinen osa kesti vajaan vuoden (syyskuu 2008–kesä 2009) ja sen tapahtumat keskittyivät Tampereelle, mutta kampanjassa oli myös seudullisia piirteitä. Tapahtumissa oli mukana eniten tamperelaisia järjestöjä, yhteisöjä ja toimijoita. Toisaalta jotkut järjestöt ovat luonteeltaan enemmänkin seudullisia kuin paikallisia ja esimerkiksi teematyöpajoihin kutsuttiin toimijoita muistakin seudun kunnista kuin Tampereelta. Ilmastorahaston avustusta saattoivat hakea koko kaupunkiseudun järjestöt tai yhteisöt. Kampanja myös osallistui joihinkin ei-tamperelaisiin tapahtumiin, ja Tampereen naapurikunnat osallistuivat kampanjan tapahtumien mainostamiseen alueellaan.

Kampanjan tavoite oli viestiä ilmastonmuutoksesta, erityisesti sen hillinnästä, arkielämän näkökulmasta ja arjen valintojen kannalta relevantilla tavalla kansalaisten ja kansalaisyhteiskunnan toimijoiden lähtökohdista. Kampanja kannusti käytännön toimintaan eikä keskittynyt pelkkään tiedon jakamiseen, ja kampanjassa painotettiin yhdessä tekemistä sekä yhteisöjen omaa toimintaa ja omia valintoja. Lisäksi pyrittiin lisäämään kansalaisyhteiskunnan toimijoiden ja hallinnon toimijoiden välistä vuorovaikutusta ilmastokysymyksissä. Kampanjalle suunnitellaan vajaa kolmevuotista jatkohanketta (*Tampereen seudun ILMANKOS – yhdessä toimien ilmaston puolesta*) hieman erilaisin painotuksin ja kohderyhmin. Jatkohankkeen rahoitus varmistuu marraskuussa 2009.

Tärkeä syy ILMANKOS-kampanjan käynnistymiselle on ollut Tampereen seudun kuntien laatima ilmastostrategia sekä muut seudun kehittämisen suunnittelun yhteistyöhankkeet, joihin ilmastostrategia liittyy. ILMANKOS-kampanja käynnistettiin ilmastostrategian valmistelun oheen kansalaisyhteiskunnaksi ja nostamaan yleistä ilmastotietoisuutta sekä aktivoimaan myös kansalaisia ilmastonmuutoksen hillitsemässä.

2.1 Tampereen seudun ilmastostrategia

Tampereen seudun ilmastostrategia -hanke aloitettiin vuoden 2008 alussa ja strategian on määrä olla valmis vuoden 2009 lopussa. Ilmastostrategia tehdään seudun kahdeksan kunnan (Tampere, Kangasala, Orivesi, Lempäälä, Vesilahti, Nokia, Pirkkala ja Ylöjärvi) yhteistyönä, ja työtä koordinoi Tampereen seutukunnan kuntayhtymä. Ilmastostrategia on osa seudun yhteistä rakennemallityön hankekokonaisuutta. Ilmastostrategian kuntien kommenttikierros alkoi syyskuun 2009 alussa. Samanaikaisesti julkaistiin verkossa kansalaisille suunnattu kysely, joka käsitteli seudullista ilmastostrategiaa ja ilmastonmuutoksen hillitsemiseen liittyviä toimenpiteitä seudulla.

Tampereen seudun ilmastostrategia liittyy kansallisen ilmasto- ja energiastrategian, kansallisen ilmastonmuutoksen sopeutumisstrategian sekä mm. EU:n ilmasto- ja energiapolitiikan velvoitteisiin. Kuntien seudullisen yhteistyön taas voi nähdä julkisen hallinnon rakennemuutoksen ilmentymänä. Tampereen seudun ilmastostrategialuonnoksessa on hahmoteltu Tampereen seudulle kolme skenaariota: perusura, velvoiteura sekä edelläkävijäskenaario. Skenaariot kuvaavat seudun kasvihuonekaasupäästöjen kehitykseen ja ilmastonmuutokseen sopeutumiseen liittyviä mahdollisia kehityskulkuja. (Tampereen kaupunkiseudun ilmastostrategia, luonnos 11.8.2009.) (Ilmastostrategiasta ja sen taustoista enemmän liitteessä 1.)

2.2 ILMANKOS- kampanjan tavoitteet

ILMANKOS-kampanjan nimi tulee sanoista ilmastonmuutos ja kansalaisosallistuminen. Kampanjan päätavoite oli edistää kuntalaisten ja yhteisöjen konkreettisia ilmastonmuutoksen hillintätoimia. Kampanja painotti arkielämän ja kansalaisten oman arjen näkökulmaa sekä konkreettisen toiminnan näkökulmaa. Toiseksi korostettiin vuorovaikutuksen merkitystä. Kampanjassa keskityttiin ilmastonmuutokseen paikallisesta ja seudullisesta näkökulmasta ja tapahtumissa sekä viestinnässä haluttiin kytkeä ilmastonmuutos paikalliseen kontekstiin ja arkeen. Kampanjassa pyrittiin lisäämään kansalaisjärjestöjen tai yhteisöjen ja hallinnon toimijoiden vuorovaikutusta sekä vaikutusmahdollisuuksia seudun ilmastopolitiikkaan.

Kampanjan tavoitteet olivat:

1. Saada asukkaat ja asukasryhmät (yhteisöt) hillitsemään ilmastonmuutosta ja tukea sekä vahvistaa hyviä toimintatapoja sekä keskustelua ja ideoiden jakamista
2. Tukea vuorovaikutteisuutta ja yhteishenkeä hillinnässä
3. Olla asukkaiden osallistumisen kanava ilmastostrategian laatimisessa ja muussa ilmastoa koskevassa kunnan päätöksenteossa sekä pidemmällä aikavälillä ilmastodemokratian kehittäminen
4. Yhteistyö viranomaisten, henkilöiden ja järjestöjen kanssa pitkällä ja lyhyellä aikavälillä
5. Pitkän aikavälin yleistavoitteena lisätä ilmastonmuutoksen hillinnän jatkuvuutta Tampereella ja sitouttaa kansalaisia, yhteisöjä ja toimijoita hillintään.

Kampanjan henkilöstön mukaan kampanjassa ei ole ollut tiukasti rajattua kohderyhmää. Kampanjassa pyrittiin tavoittamaan erityisesti seuraavia toimijoita tai toimialoja:

- ympäristöjärjestöt
- asukasyhdistykset ja -yhteisöt
- perhejärjestöt, kasvatustyöhön liittyvät toimijat
- maahanmuuttajat ja maahanmuuttajajärjestöt
- sosiaali- ja terveysalan järjestöt
- ruokaan liittyvät järjestöt ja toimijat
- edellisiin toimialoihin liittyvät kunnan yksiköt
- kuntalaiset yleisesti.

Kampanjan aikana tavoitteet saavutettiin eri tavoin. Toinen tavoitekokonaisuus ei painottunut kampanjassa niin paljon kuin alun perin suunniteltiin. Kampanjan aikana järjestettiin seudullisen ilmastostrategian yleisötilaisuus, mutta esimerkiksi strategiaan liittynyt kansalaiskysely toteutui vasta, kun ILMANKOS-kampanja oli virallisesti loppunut.

Olellainen lähtökohta ILMANKOS-kampanjassa oli käytännöllinen ja arjen näkökulma ilmastotyöhön sekä kansalaisten, yhteisöjen ja järjestöjen lähtökohdista määrittävä ilmastokeskustelu. Lisäksi yhdeksi kampanjan perusajatuksiksi voi tunnistaa ideoinnin ja innovatiivisuuden sekä hyvien ajatusten jakamisen.

Kampanjassa pyrittiin hyvien käytäntöjen tukemiseen ja välittämiseen sekä uusien ideoimiseen. Kampanjassa ei juurikaan ollut tapahtumia, jotka olisivat olleet pelkästään ilmastomuutoksesta tiedottamista. Ainoa tällaiseksi luokiteltava on kampanjassa järjestetty yleisöluentosarja syksyllä 2008, tosin paikallisuus ja arkielämän näkökulma olivat mukana myös luentosarjan luentojen sisällöissä. Useissa tapahtumissa tieto pyrittiin liittämään aktiiviseen omaan ideointiin ja tietoa käsiteltiin siitä näkökulmasta, mitä asukkaat ja yhteisöt voivat tehdä tai mitä ne jo tekevät ilmastomuutoksen hillitsemiseksi omissa jokapäiväisessä toiminnassaan.

Kampanjan lähtökohta oli se, että yleistä tietoa ilmastomuutoksesta, hillinnästä ja vaikutuksista on riittävästi saatavilla, joten kampanjan ei kannattanut keskittyä kertomaan ilmastomuutoksesta ilmiönä. Sen sijaan kansalaiset ja muut toimijat tulisi saada soveltamaan ilmastomuutostietoa omissa toiminnassaan. Kampanjan yleistavoite oli lisätä ilmastomyönteisyyttä, auttaa kansalaisia ja yhteisöjä tunnistamaan toimintamahdollisuutensa ja saada toimijat muuttamaan käyttäytymistään.

Toinen tärkeä lähtökohta oli vuorovaikutus, yhteistyö ja yhdessä tekeminen. Kampanjan aikana osallistujia kannustettiin ideoimaan sitä, miten yhteisöt, toimijat ja yksittäiset ihmiset voisivat hillitä ilmastomuutosta yhdessä tekemällä. Yhteisöllisyys nähtiin keinona, jonka avulla käyttäytymismuutos on helpompaa.

Lisäksi kampanjassa pyrittiin edistämään hallinnon ja kansalaisyhteiskunnan vuorovaikutusta ja tuomaan saman toiminta-alueen kansalaisjärjestöjen ja kunnan edustajia yhteen. Verkostojen ja uusien yhteistyömuotojen luominen hallinnon, järjestöjen tai yhteisöjen ja kuntalaisten välille voi myös edistää kansalaisyhteiskunnan vaikutusmahdollisuuksia sekä julkiseen päätöksentekoon että yleensä ottaen ilmastomuutoksen hallintaan.

ILMANKOS-kampanjan pitkän aikavälin tavoitteiksi mainittiin ilmastomuutoksen hillinnän jatkuvuus ja kansalaisten sitouttaminen siihen eli kansalaisten saaminen mukaan toteuttamaan ilmastomuutoksen päästövähennystavoitteita, joita Tampereen seudulle on asetettu. Kampanjan tavoite oli tukea ilmastostrategiaprosessia toimintaosallisuudella ja arjen käytäntöjen muuttamisella: kansalaisten ja yhteisöjen käyttäytymismuutos auttaa koko seutukuntaa saavuttamaan kasvihuonekaasujen hillintätavoitteensa. Kampanja on siis pyrkinyt aktivoimaan kuntalaisia ja edistämään pysyviä käyttäytymismuutoksia, uusia projekteja ja hyviä käytäntöjä.

Tutkimusnäkökulmia ilmastomuutokseen liittyviin asenteisiin ja käyttäytymisen muutokseen

ILMANKOS-kampanjan pitkän aikavälin tavoite oli kansalaisyhteiskunnan toimijoiden sitouttamisesta ilmastomuutoksen hillintään ja sen edellyttämä käyttäytymismuutos. Vuorovaikutteista ja kansalaislähtöistä prosessia, ideointia ja innovointia sekä hyvien käytäntöjen jakamista ja tukemista voi pitää välineinä, joiden avulla pitkän aikavälin tavoitteeseen pyritään. Tässä luvussa esitetään joitain näkökulmia asenteiden ja käyttäytymisen muutokseen ja erityisesti tiedon rooliin käyttäytymismuutoksessa. Useissa tutkimushankkeissa on pohdittu tiedon, asenteiden ja muutoksen suhdetta ja kartoitettu ilmastomuutokseen liittyvää asenneilmastoa, ihmisten ilmastomuutostietoa ja sitä, miten tieto vaikuttaa toimintaan.

ILMANKOS-kampanjan lähtöoletus oli, että ilmastonmuutoksesta kertovaa perustietoa on jo paljon saatavilla, joten kampanjan ei kannata keskittyä sen lisäämiseen. Sen sijaan arkeen liittyvällä ja paikallisella ilmastonmuutostiedolla voi olla tarvetta. Tärkeää on myös saada toimijat soveltamaan tietoa jokapäiväisessä toiminnassaan. ILMANKOS-kampanjan lähtöoletus tiedon tarpeesta on linjassa Demos Helsingin Kuittisen, Neuvosen, Mokan, Rialan ja Sivosen (2008) Vanhasen II hallituksen tulevaisuusselontekoa varten tekemän selvityksen kanssa. He ovat koonneet kokemuksia ja tietoa suomalaisista ilmastonmuutoksen viestintäkampanjoista sekä tutkimuksista, joissa on mm. selvitetty suomalaisten asenteita ja käsityksiä ilmastonmuutoksesta. Kuittisen ym. selvityksessä käytettyjä tutkimuksia ovat esimerkiksi kauppa- ja teollisuusministeriön Ilmastonmuutoksen viestintäohjelman yhteydessä teettämät Kansalaisten käsityksiä ilmastonmuutoksesta -tutkimukset sekä Ajatuspaja e2:den suomalaisten ilmastonmuutokseen liittyviä mielipiteitä kartoittanut laaja tutkimus vuodelta 2007².

Kuittisen ym. mukaan asennekyselyiden perusteella voi sanoa, että suomalaiset tietävät ilmastonmuutoksesta ja sen hillitsemisestä melko paljon, eikä eroa eri ryhmien (demografiset ryhmät, puoluekanta jne.) välillä juuri ole. Suuri osa vastaajista myös jakaa vakavan ilmastohuolen. Toisaalta vastaajat ovat selvityksen mukaan sitä mieltä, että tärkein ilmastotoimintafoorumi ovat ylikansalliset sopimukset ja kansallinen politiikka. Henkilötaso tulee vasta näiden foorumeiden jälkeen. Kansalaiset ovat valmiita omakohtaisiin ratkaisuihin, mutta omaa toimintavalmiutta pidetään suurempana kuin muiden suomalaisten. (Kuittinen ym. 2008, 13–26.) Kuittisen ym. selvityksen mukaan lisää tietoa ilmastonmuutoksesta ei siis välttämättä tarvita, vaan pikemminkin toimintakannustimia.

Owens (2000) sekä Owens ja Driffill (2008) toteavat että, ihmisten ja organisaatioiden käyttäytymiseen vaikuttavat tiedon ja asenteiden lisäksi esimerkiksi sosiokulttuurinen konteksti sekä henkilökohtaiset ja institutionaaliset toiminnan reunaehdot. Tietoisuus ympäristöriskeistä ja myönteinen asenne riskien hoitamista kohtaan ei välttämättä johda varsinaiseen toimintaan. Owensin ja Driffillin mukaan asenteiden ja käyttäytymisen eron ”paradoksia” tai ristiriitaa yritetään usein hoitaa informaation lisäämisellä, jolloin oletetaan, että tiedon lisääminen ihmisen toiminnan ja ympäristöriskin yhteydestä saa ihmisen toimimaan ympäristöystävällisesti. He nimittävät tätä informaatiovaje-teoriaksi (information deficit model). (Owes 2000; Owens & Driffill 2008.)

Informaatiovaje-teoria perustuu oletukselle siitä, että tieteelliset faktat ovat oikeampaa tietoa kuin ”maallikotieto” ja että faktat automaattisesti lisäävät ymmärrystä ympäristöriskistä ja saavat maallikot käyttäytymään rationaalisesti. Informaatiovaje-teoriassa ei kuitenkaan huomioida sitä, että tieteen ja maallikoiden tapa kehystää ja käsittää riski on erilainen, eikä tieteen oleellisena pitämä tieto tai rationaalinen toiminta välttämättä ole sitä muista kehyksistä katsottuna. Lisäksi pelkkä informaatio

² Kuittisen ym. selvityksessä läpi käytyjä tutkimuksia ovat tarkemmin: *Kansalaisten käsityksiä ilmastonmuutoksesta* -tutkimus (vuosina 2002, 2004 ja 2007) osana Ilmastonmuutoksen viestintäohjelmaa (kauppa- ja teollisuusministeriö); *Onpa ilmoja pidellyt – Ilmastonmuutos ja kansalainen* -kartoitus suomalaisten ilmastonmuutokseen liittyvistä mielipiteistä (Ajatuspaja e2 2007); Helsingin sanomien *Mielipidekysely ilmastonmuutoksesta* (2007) sekä *Tutkimus kansalaisten suhtautumisesta sähköenergiavaihtoehtoihin sekä ilmastonmuutokseen ja sen torjuntakeinoihin* (2008); Energiateollisuus ry:n toistuvasti julkaisema *Suomalaisten energia-asenteet* (esim. 2006); *Maanpuolustustiedotuksen suunnittelukunnan mielipidekyselyitä 2005–2007*; *Tiedebarometri* (Tieteen tiedotus ry. 2007); EVAn asenne ja arvotutkimusraportti *Satavuotias kuntotestissä* (2007), ja *Eurobarometri* (2008) (Kuittinen ym. 2008, 13).

ei saa ihmisiä toimimaan, mikäli toiminnan muut reunaehdot säilyvät muuttumattomina. Owens toteaa, että ihmiset ovat vastahakoisia muuttamaan käyttäytymistään ympäristöystävällisemmäksi varsinkin jos siitä koituu heille epämukavuutta tai jos he eivät pidä itseään päävastuullisena asian ratkaisemisessa. Ympäristökysymys on siis kehystettävä yleisesti jaetulla tavalla siten, että sen ratkaiseminen vaikuttaa tärkeältä ja että sen eteen kannattaa toimia. Owens ehdottaa kansalaislähtöistä deliberaatiota keinona kehystää kysymys kansalaisille relevantilla tavalla, sekä toteaa sosiaalisten normien ja yhteisöjen merkityksen käyttäytymisen muuttamisessa. (Owens 2000; Owes & Driffill 2008.)

Myös ilmastonmuutokseen sopeutumisen yhteydessä on huomattu, että pelkkä tiedon lisääminen ei lisää toimintaa ja saa ihmisiä tai organisaatioita muuttamaan toimintatapaansa. EU-rahoitteinen ilmastonmuutoksen sopeutumishankkeeseen (ESPACE – European Spatial Planning: Adapting to Climate Events³) kuulunut osaselvitys toteaa, että jos halutaan saada aikaan käyttäytymis- ja toimintatapamuutos, tietoisuuden (awareness) lisäksi on luotava edellytykset toimijuudelle (agency) esimerkiksi purkamalla toiminnan institutionaalisia esteitä tai toimijoiden käsityksistä johtuvia mentaalisia tai kognitiivisia esteitä. Toimijuutta lisää sellainen tieto, joka on relevanttia ihmisen tai organisaation toiminnassa eikä ole liian yleisellä tasolla. Esimerkiksi vain globaalilla tasolla ilmastonmuutoksen vaikutuksista kertominen voi ahdistaa ja aiheuttaa torjuntareaktion, jos samalla ei tuoda esiin yksilön tai organisaation toimintamahdollisuuksia ongelman ratkaisemiseksi. Kolmanneksi, toimintamuutosta edesauttavat vuorovaikutus ja yhdessä toimiminen muiden asiasta kiinnostuneiden kanssa (association). Neljänneksi, oman toiminnan reflektointi (action and reflection) on tärkeää oppimisen ja toimintamuutoksen kannalta. (Alexander Ballard Ltd & Rosslyn Research Ltd 2005.)

Muita samankaltaisia kampanjoita

Ilmastostrategiaan kiinnittyvä kansalaiskampanja on toteutettu ainakin Kuopiossa. Kuopion kaupunki laati ensimmäisen ilmastostrategiansa vuonna 2003 ja sen yhteydessä toteutettiin strategiaa esitellyt viestintähanke kesästä 2003 kevääseen 2004. Viestintähanke oli yksi kauppa- ja teollisuusministeriön Ilmastonmuutoksen viestintäohjelman hankkeista. Kuopion viestintähankkeessa pyrittiin tiedottamaan eri kohderyhmiä kuten kuntalaisia, päättäjiä ja yrittäjiä. Tavoite oli tehdä erityisesti Kuopion ilmastostrategiaa tunnetuksi sekä tiedottaa ilmastonmuutoksesta ja sen hillitsemisestä yleisesti. Työmenetelminä käytettiin seminaareja (päättöksentekijöille ja yrittäjille), tietoiskuja eri tapahtumien, kokousten ja yleisötilaisuuksien yhteydessä, näyttelyä, lehtiartikkeleita ja julkaisuja, energiansäästöviikkoa sekä osallistumista asumis- ja rakentamismessuille. Lisäksi hankkeessa valmisteltiin lyhyt Kuopiolaisen ilmasto-opas sekä esiopetusmateriaalia ilmastonmuutoksesta ja energia-asioista. (Kuopion kaupunki 2004.)

Tampereella vastaavaa ilmastonmuutosviestintä- ja kansalaiskampanjaa ei ole toteutettu aiemmin. ILMANKOS-kampanja on käyttänyt jossain määrin hyväkseen vuonna 2007 alkaneen Tampereen pormestarin Siisteyskampanjan⁴ kokemuksia.

³ <http://www.espace-project.org/> [Viitattu 15.9.2009.]

⁴ <http://www.siiстикаupunki.fi/> [Viitattu 16.1.2009.]

3. ILMANKOS-kampanjan toteutus

3.1 Yleisesti kampanjan toteutuksesta

Kampanjan toteutuksen seuraaminen oli yksi tutkimushankkeen seurantaosion päätehtävä. Tässä raportissa käytetään toteutuksen kuvaamisessa termejä tapahtuma ja toimintamuoto tai tuotos, joista jälkimmäiset kaksi viittaavat tapahtumien lisäksi muihin toteutus- tai toimintamuotoihin kuten ilmastoperheistä kertovaan juttusarjaan tai ilmastorahastoon, joita ei voi pitää varsinaisina tapahtumina.

Tutkimus- ja kehittämishankkeen seuranta- ja dokumentointiosiota vastannut tutkimusavustaja seurasi ILMANKOS-kampanjan tapahtumia osallistumalla niistä lähes kaikkiin muiden osallistujien joukossa. Havainnoinnissa päätettiin keskittyä erityisesti kampanjan teematyöpajoihin, koska teematyöpajojen nähtiin konkretisoivan useita kampanjan päätavoitteista: kansalaislähtöinen keskustelu ja ideointi, ajatusten jakaminen sekä vuorovaikutus eri toimijoiden kesken. Tapahtumien osallistujia ei haastateltu, mutta muissa paitsi ensimmäisessä teematyöpajassa osallistujia pyydettiin täyttämään lyhyt kyselylomake (SWAP-kysely, jota käsitellään luvussa 3.5). Tapahtumien kuvaukset perustuvat tutkimusavustajan omiin havaintoihin ja tulkintoihin, kampanjan materiaaleihin ja vuorovaikutukseen kampanjan työntekijöiden kanssa.

ILMANKOS-kampanjan tapahtumat ja muut toimintamuodot painottuivat vuoden 2009 alkuun ja kevääseen (ks. taulukko 1 ILMANKOS-kampanjan toteutuksesta). Kampanjassa oli sekä kampanjan itse järjestämiä tapahtumia että sellaisia, joihin ILMANKOS-kampanja verkottui. Kampanjan oman laskennan mukaan se organisoi yhteensä 15 tapahtumaa ja osallistui 12 yhteistyöorganisaation tapahtumaan. Jälkimmäisissä tapahtumissa ILMANKOS-kampanja oli mukana organisoimassa tapahtumaa muiden toimijoiden kanssa tai osallistui tapahtumien markkinointiin ja tiedottamiseen. Joissain tapahtumissa ILMANKOSilla oli oma esittelypöytä, jolla muun muassa kerättiin ilmastolupauksia.

Ulkopuolisesta näkökulmasta tiukka erottelu ILMANKOSin omiin tapahtumiin ja muiden tapahtumiin on joissain tapauksissa haastavaa, varsinkin jos tapahtumat on järjestetty yhteistyössä. Ehkä tapahtumat voisi jakaa sen perusteella, keneltä aloite tapahtumaan on tullut, mutta tässäkin on ongelmansa. Esimerkiksi ilmastomuutosaiheinen valtuuston asukasilta huhtikuussa oli ILMANKOS-kampanjan innoittama, mutta kampanja ei ollut asukasillan järjestäjä ja asukasilta jollain muulla teemalla olisi järjestetty joka tapauksessa. Toisaalta voidaan pohtia, onko rajanveto edes tarpeen. Kampanja pyrki verkottumaan eriasteisesti muiden seudulla olevien tapahtumien ja toimijoiden kanssa.

Taulukon 1 jaottelussa leimallisesti kampanjan omiksi tapahtumiksi on laskettu teematyöpajat sekä yleisöluentosarja. Muita merkittäviä ILMANKOS-kampanjan toteutusmuotoja olivat ilmastoperheet ja niistä kertova artikkelisarja Aamulehdessä sekä ilmastorahasto. Taulukossa 1 esitettävien toimintamuotojen lisäksi kampanja pyrki sitouttamaan kansalaisia ilmastomuutoksen hillintään keräämällä kansalaisten ilmastolupauksia useiden tapahtumiensa yhteydessä sekä verkkosivuillaan. Ilmastolupauksia kertyi kampanjan aikana noin 430 kappaletta.

ILMANKOS-kampanjan toimintaa kuvaavaan taulukkoon on otettu mukaan Tampereen seudun ilmastostrategiaan liittyviä tapahtumia siksi, että kampanja on osallistunut niiden järjestämiseen tai niistä tiedottamiseen. On myös huomattava, että koska seuranta- ja dokumentointiosio sekä ILMANKOS-kampanja päättyivät virallisesti kesällä 2009, ei taulukkoon 1 ole otettu myöhempiä tapahtumia (esimerkiksi muita ilmastorahastohankkeita, jotka ovat toteutuneet kesäkuun 2009 jälkeen).

| Kampanjan toteutus | 2008 | | | | | 2009 | | | | | |
|--|------|------|------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|----------------------|
| | Elo | Syys | Loka | Marras | Joulu | Tammi | Helmi | Maalis | Huhti | Touko | Kesa |
| ILMANKOSin omat tuotokset/tapahtumat | | | | | | | | | | | |
| Ideatyöpaja | X | | | | | | | | | | |
| ILMANKOS-kampanjan avajaistilaisuus | | X | | | | | | | | | |
| Kuntavaalipaneeli | | | X | | | | | | | | |
| Yleisöluentasarja | | | X | X | | | | | | | |
| Asumisen ja rakentamisen teematyöpaja | | | | X | | | | | | | |
| Ruoka ja ilmasto -teematyöpaja | | | | | | X | | | | | |
| Perhejärjestöt ja kasvatustyö -teematyöpaja | | | | | | X | | | | | |
| Englanninkielinen teematyöpaja | | | | | | | X | | | | |
| Teematyöpajojen yhteenvetotilaisuus | | | | | | | | | X | | |
| Ilmastoperheet | | | | | | | | | X | X | |
| Työmatkapyöräilykilpailu Moro-liitteen kanssa | | | | | | | | | | | Touko-heinä |
| Ilmastorahasto | | | | | | | | | | | |
| Hakuaika | | | | | | | X | | | | |
| Päätös | | | | | | | | X | | | |
| Ilmastorahastohankkeita | | | | | | | | | | | |
| Työmatkapyöräilykampanja (Tampereen polkupyöräilijät ry) | | | | | | | | | | X | |
| Viholan koulun ilmastoaiheinen kevätriha | | | | | | | | | | X | |
| Eco day kansainvälisille opiskelijoille (GLOBE) | | | | | | | | | | X | |
| Pyynikin koulun mediakasvatusprojekti (Mannerheimin lastensuojeluliiton Tampereen osasto) | | | | | | | | | | | X |
| Muut tapahtumat, joita ILMANKOS ollut mukana organisoimassa tai osallistunut muuten | | | | | | | | | | | |
| Autoton päivä | | X | | | | | | | | | |
| Tulvan odotus -konserti ja julistenäyttely | | | | | | X | | | | | |
| Muutosta ilmassa? -Avoin keskustelutilaisuus EU:n ilmasto- ja energiapolitiikasta | | | | | | | X | | | | |
| Kaarilan koulun ympäristömessut | | | | | | | X | | | | |
| Reel time -elokuva festivaali ja ilmastoseminaari | | | | | | | | X | | | |
| Earth Hour -tempaus | | | | | | | | X | | | |
| Tampereen kaupunginvaltuuston puheenjohtajan asukailta | | | | | | | | | | X | |
| Kaupunkistrategian asukastilaisuus (Tre) | | | | | | | | | | X | |
| Tampereen sosiaalifoorumi | | | | | | | | | | X | |
| Nokian messut | | | | | | | | | | X | |
| Solita Oy:n virkistyspäivä | | | | | | | | | | X | |
| Vihreä viikko | | | | | | | | | | | X |
| Media ja mainonta | | | | | | | | | | | |
| Juttuja ja mainoksia mediassa | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Mainoskampanja busseissa | | | | | X | X | X | X | | | Jatkuen elokuulle 09 |
| Aamulehden ilmastovinkkimainokset | | | | | X | X | X | X | | | Jatkuen elokuulle 09 |
| Julistenäyttely (virastotalon ikkuna) | | | | | | | X | | | | |
| Avajaisbänderollit sekä mainoskampanja kaduilla | | X | | | | | | X | | | |
| Ilmastostrategian kansalaisosallistuminen | | | | | | | | | | | |
| Ilmastostrategian yleisötilaisuus | | | | | X | | | | | | |
| Ilmastostrategian kansalaiskysely | | | | | | | | | | | Syyskuussa 2009 |

Taulukko 1 ILMANKOS-kampanjan toteutus

Kampanjan aikataulu ja tapahtumien määrä elivät kampanjan aikana. Tapahtumien aikataulu siirtyi jonkin verran myöhäisemmäksi, eikä kaikkia ideoituja toimintamuotoja otettu käyttöön. Toisaalta projektisuunnitelman toimenpidelista täydentyi kampanjan aikana palautteen ja uusien ideoiden myötä, joita tuli etenkin teematyöpajoissa. Kampanjan alussa suunnitellut tärkeimmät toteutustavat (esimerkiksi teematyöpajat, yleisöluentosarja, kuntavaalipaneeli ja ilmastoperheet) toteutuivat lähes suunnitellusti.

Kampanjan henkilöstön mukaan syitä joidenkin sinänsä toteuttamiskelpoisten ideoiden toteuttamatta jäämiseen olivat esimerkiksi tapahtuman päällekkäisyys jonkin jo olemassa olevan tapahtuman kanssa, se, ettei ideaa ole ollut mahdollista toteuttaa kampanjan aikataulussa tai se, että idean toteuttaminen vaatisi suhteettoman suurta työpanosta kampanjan resursseihin nähden (kampanjassa oli kaksi päätoimista työntekijää). Pois jääneitä tapahtumaideoita olivat esimerkiksi koululaisille suunnattu ilmasto-aiheinen kilpailu ja siitä koottava näyttely, ilmastoneuvoja-tempaus ruoka-kaupoissa sekä vierailu matalaenergiarakentamisen esimerkikohteessa. Toisaalta ILMANKOS-kampanja verkottui muiden alueen toimijoiden kanssa, ja kampanjan aikana tuli uusia tapahtumia, joihin ILMANKOSia pyydettiin mukaan (kuten Vihreä viikko kesäkuussa 2009 ja Reel time -elokuva festivaali ja siihen liittyvä ilmastoseminaari sekä Nokian messut). Kampanja myös tuki uusia hankkeita ilmastorahaston kautta. Viestintään ja kampanjan näkyvyyteen panostettiin enemmän kuin kampanjan alussa suunniteltiin.

Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa

ILMANKOS-kampanja toimi yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa kampanjan suunnittelussa, tapahtumien järjestämisessä sekä kampanjan tiedottamisessa. Yhteistyökumppaneita olivat mm. seudun järjestöt ja yhteisöt, Tampereen kaupunki yksiköineen sekä seudun muut kunnat.

Kampanjan suunnittelussa järjestettiin avoin ideatyöpaja erityisesti järjestöille. Kampanja myös oli järjestöjen kanssa yhteistyössä yksittäisten tapahtumiensa suunnittelussa (kuten teematyöpajat) sekä muiden tahojen järjestämissä tapahtumissa. Mainonnan ja medianäkyvyyden osalta erityisesti Aamulehti oli merkittävä yhteistyökumppani, joka julkaisi ilmastovinkkejä, ilmastonmuutosaiheisia juttuja sekä mainoksia ILMANKOSin tapahtumista sekä juttusarjan ilmastoperheistä (mainonnasta ja medianäkyvyydestä enemmän luvussa 4). Tampereen kaupunki yksiköineen tarjosi kampanjalle esimerkiksi asiantuntemustietoa sekä mainosresussejaan (kadunvarsi- ja bussinperämainokset Tampereen joukkoliikenteen kanssa). Myös Tampereen pormestari antoi tukensa kampanjalle ja teki oman ilmastolupauksensa kampanjan avajaisissa. Kampanja pyrki saamaan Tampereen kaupungin yksiköitä aktiivisesti mukaan kampanjan tapahtumiinkin, mutta tässä ei kampanjan henkilöstön mukaan kaikilta osin onnistuttu.

ILMANKOS-kampanjan näkeminen vuorovaikutteisena ja oppivana prosessina

ILMANKOS-kampanjan toimintatavoissa pyrittiin vuorovaikutteisuuteen, ja kampanja itsessään oli osin vuorovaikutteisesti suunniteltu. Elokuussa 2008 ennen kampanjan käynnistymistä järjestettiin ideatyöpaja kansalaisille ja järjestöille. Ideatyöpajassa kerättiin ajatuksia ja työmenetelmiä kampanjointiin ja yleisesti siihen, miten kuntalaiset saadaan mukaan ilmastonmuutoksen hillitsemiseen ja miten kaupungin ja asukkaiden vuorovaikutusta ilmastokysymyksissä voidaan kehittää kampanjassa. Osa ideoista otettiin käyttöön kampanjassa, kuten ilmastoperheet (Ks. liite 2 ideatyöpajan muistio, taulukko 1 kampanjan tapahtumista). Myös muissa tapahtumissa, pääasiassa teematyöpajoissa, osallistujia pyydettiin pohtimaan myös sitä, mitä Tampereen kaupunki ja ILMANKOS-kampanja voisivat tehdä helpottaakseen kansalaisten ilmastonmuutoksen hillintää tai aktivoidakseen heitä. Kaikkia ideatyöpajassa ja muissa tilaisuuksissa tulleita ideoita ei toteutettu, mutta kokonaisuutena kampanjaa voi pitää vuorovaikutteisena ja oppivana prosessina, johon osallistajat voivat vaikuttaa.

Kampanja myös seurasi ja arvioi omaa toimintaansa ja tapahtumia kampanjan ajan sekä tiedotti niistä sidosryhmille. Kampanja mm. seurasi luentojen ja teematyöpajojen yleisömääriä, verkkosivujen kävijämääriä sekä omien tapahtumiensa onnistumista yleisellä tasolla ja keräsi palautetta kuntavaalipaneelissa ja yleisöluentosarjan aikana. Viestinnän yliopisto-opiskelija teki pro gradu -opinnäytetyötään kampanjan teematyöpajojen vuorovaikutukseen liittyen, ja hänen palautettaan ja teematyöpajojen osallistujille teetetyn lomakekyselyn tuloksia on myös käytetty kampanjassa hyväksi. Kampanja lisäksi toimitti tietoa ajankohtaisista tapahtumista ja tapahtumien onnistumisesta sidosryhmilleen ja kampanjan rahoittajille. Oppiminen ja joustavuus ilmenevät siten, että kampanja otti käyttöönsä keskusteluissa ilmenneitä ideoita ja vinkkejä kampanjan aikana ja käytti kampanjan kokemuksia hyväksi jatkoprojektin suunnittelussa.

Kampanjan organisoijien mukaan ILMANKOS-kampanjan verkostot, vuorovaikutteinen toimintatapa järjestöjen ja yhteisöjen kanssa ja runsas yhteistyö ei-hallinnollisten toimijoiden kanssa saivat hyvää palautetta kansalaisjärjestöiltä.

3.2 Tapahtumien tarkempi kuvaus

Seuraavaksi kerrotaan tarkemmin kampanjan toteutustavoista. Seurannassa keskityttiin erityisesti teematyöpajoihin, joita käsitellään tarkemmin alaluvussa 3.4. Alla on kerrottu lyhyesti muista ILMANKOS-kampanjaan liittyvistä tapahtumista. Rakenne on valittu siten, että ensin esitellään aikajärjestyksessä kampanjan itse organisoimia tapahtumia (ideatyöpaja, kuntavaalipaneeli, yleisöluentosarja, ilmastoperheet sekä työmatkapyöräilykilpailu) ja tämän jälkeen aikajärjestyksessä joitain sellaisia tapahtumia, joihin ILMANKOS osallistui jollain tavoin (Tulvan odotus -konsertti, näyttely ja opetusmateriaalin tuotanto; Earth hour -tempaus; Reel time -elokuva festivaali sekä ilmastoseminaari; Tampereen valtuuston puheenjohtajan asukasilta sekä Tampereen sosiaalifoorumi). Raportissa kuvataan pääasiassa sellaisia tapahtumia, joihin tutkimusryhmä on osallistunut, jotka vaikuttavat kampanjan päätuotoksilta tai muuten tutkimus- ja kehittämishankkeen kannalta kiinnostavilta.

Ideointityöpaja 26.8.2008

Ennen kuin ILMANKOS-kampanja virallisesti alkoi, järjestettiin ideointityöpaja ennen kaikkea Tampereen seudun järjestöille. Ideatyöpajan tarkoitus oli tuottaa ideoita ja keskustella toimintamuodoista, joiden avulla tamperelaiset saataisiin mukaan ilmastomuutoksen hillitsemiseen. (Ideatyöpajan muistio liitteessä 2.)

Ideoita haluttiin käyttää osin ILMANKOS-kampanjassa, osin jatkokehittää muiden toimijoiden toteutettavaksi esimerkiksi tulevissa teematyöpajoissa. Ideatyöpajan ideoita onkin käytetty ILMANKOS-kampanjassa, esimerkiksi käsittelemällä kampanjassa niitä teemoja, joita pidettiin ilmastotyöpajassa tärkeänä ja ottamalla kampanjassa yhteyttä työpajassa mainittuihin tahoihin (esimerkiksi koulu- ja työpaikkaruokaa tuottavat liikelaitokset, taloyhtiöt ja asumisyhteisöt, välittämällä verkkosivujen ja Aamulehden kautta ilmastovinkkejä, käyttämällä taidetta viestinnän apuna). Ideatyöpajan keskustelussa korostuivat positiivisuus ja yhteisöllisyyden merkitys ilmastomuutoksen hillitsemisessä sekä hyvinvoinnin lähteenä. Yhteisöllisyys ilmastomuutoksen hillinnässä oli yksi ILMANKOS-kampanjan läpikäyvä teema. Lisäksi osallistujat ottivat yhteisöllisyyden esiin ILMANKOS-kampanjan tapahtumissa, kuten teematyöpajoissa ja ilmastorahaston hakemuksissa.

Syy siihen, miksi työpaja suunnattiin erityisesti järjestöille oli, että haluttiin lisätä vuorovaikutusta järjestöjen kesken sekä hallinnon ja järjestöjen välillä. Työpajassa haluttiin myös kuulla, mitä kampanjan kaltaista toimintaa järjestöillä jo on tai mitä on suunnitteilla. Työpajassa todettiin, että ilmastomuutoksen hillitseminen vaatii yhteistoimintaa hallinnon, järjestöjen ja yksittäisten ihmisten kesken. Ideointityöpajassa kampanjan visioksi esitettiin avoin foorumi ja keskustelutila järjestöille ja kansalaisille. Foorumilla kansalaisyhteiskunnan toimijat voisivat käsitellä ilmastomuutosta omista lähtökohdistaan. Tavoite oli, että foorumi käynnistettäisiin kunnan projektilla, mutta sen olemassaolo jatkuisi myöhemmin järjestöjen omalla toiminnalla kaupungin jäädessä tukijaksi. Kampanjan jääminen jatkossa herättiin jonkin verran kysymyksiä siitä, miten järjestöjen harteille jäävä foorumi toimisi. Työpajassa oltiin kuitenkin sitä mieltä, että kaupungin vetämä kampanja voi saada enemmän painoarvoa kuin järjestöjen tai yhden järjestön vetämä.

Osallistujat pohtivat sitä, millaisin toimintamuodoin tamperelaiset saataisiin mukaan ilmastotalkoisiin sekä sitä, miten ILMANKOS-kampanjan aikana voitaisiin kehittää kaupungin ja kuntalaisten vuorovaikutusta ilmastokysymyksissä. Ideointi tapahtui ensin yksin, sitten ryhmissä noin puolen tunnin ajan. Tämän jälkeen ryhmät esittivät ideansa kaikille, ja niistä käytiin keskustelua. Ideointi ryhmissä oli vilkasta ja loppukeskusteluakin syntyi jonkin verran. Ideointi keskittyi erityisesti toimintamuotoihin, joilla tamperelaiset saadaan mukaan ilmastomuutoksen hillitsemiseen, ja vähemmän kaupungin ja kuntalaisten vuorovaikutukseen. Työpajassa tuli esiin paljon ja laaja kirjo ideoita sekä vinkkejä siitä, miten olemassa olevia hankkeita voitaisiin ehkä kytkeä kampanjaan. Ideat on esitetty yksityiskohtaisesti muistioissa.

Työpajaa osallistui noin 30 henkilöä (mukaan lukien ILMANKOS-kampanjan henkilöstö). Osallistujat kertoivat omien taustajärjestöjensä ajankohtaisista ilmastomuutokseen liittyvistä tapahtumista ja toiminnasta. Ideatyöpajaan osallistui myös yksittäisiä ihmisiä, jotka eivät edustaneet mitään järjestöä vaan olivat yleensä ottaen kiinnostuneita teemasta. Ideatyöpajassa oli ainakin kuuden eri ympäristöjärjestön edustajia, toisin kuin teematyöpajoissa, joissa oli vain muutamia ympäristöjärjestöjen edustajia. Ideatyöpajaa mainostettiin ainakin eri sähköpostilistoilla sekä Tampereen kaupungin verkkosivuilla. Lisäksi työpajaan kutsuttiin henkilökohtaisesti eri järjestöjen ja yhteisöjen edustajia. Ideatyöpajassa läsnä olleet ja työpajaan kutsutut järjestöt on listattu ideatyöpajan muistiossa (liite 2).

Kuntavaalipaneeli 8.10.2008

Vuoden 2008 syksyllä ILMANKOS-kampanjan alkukuukausina järjestettiin kunnallisvaalit. ILMANKOS-kampanja järjesti lokakuussa 2008 yhdessä paikallisten ympäristöjärjestöjen ja -kampanjoiden kanssa kuntavaalipaneelin, johon osallistui tamperelaisia kansanedustajia ja kunnanvaltuutettuja kaikista poliittisista ryhmistä, jotka olivat asettaneet ehdokkaita syksyn 2008 kunnallisvaaleissa. Osa panelisteista oli kansallisesti tunnettuja poliitikkoja. Paneeli koski vain Tamperetta eikä ollut seudullinen.

Paneeli oli suosittu ja tilaisuudessa oli noin sata osallistujaa. Paneelin aihe oli ajankohtainen, sillä samoihin aikoihin kuntavaalien kanssa keskusteltiin valtion loppusuoralla olevasta ilmasto- ja energiastrategiasta, joka hyväksyttiin marraskuussa 2008, sekä EU:n päästövähennystavoitteista, joita kansallisessa ilmasto- ja energiastrategiassa sovelletaan Suomeen. Paneelikeskustelu pyrittiin kuitenkin pitämään paikallisissa ja alueellisissa kysymyksissä, joihin kunnanvaltuuston mandaatti ylettää. Paneelikeskustelu oli vilkasta ja yleisö esitti kysymyksiä.

Paneelissa keskusteltiin tehokkaimmista tavoista hillitä ilmastonmuutosta Tampereella, erityisesti liikenteeseen ja maankäyttöön liittyen; liikumistarpeen vähentämisen tärkeydestä ja keinoista sekä vaihtoehdoista; uusien asuntojen, palveluiden ja työpaikkojen sijoittamisesta ja uudisrakentamisen kehittämisestä; sekä siitä, miten yleinen asennemuutos kunnallisella tasolla saataisiin aikaan. Lisäksi panelistit ja yleisö äänestivät joukkoliikenteen lippujen hinnoista ja maksuttomasta pysäköinnistä vähäpäästöisille autoille. Paneelissa siis keskusteltiin samoista asioista, joita seudullisessa ilmastostrategiassa ja rakennemallityön hankekokonaisuudessa käsitellään.

Studia Generalia -luentosarja 28.10–26.11.2008

Loka-marraskuussa 2008 ILMANKOS-kampanja järjesti Ilmasto ja arki -nimisen yleisöluentosarjan, jonka ensimmäiset luennot käsittelivät ilmastonmuutoksen perusteita ja vaikutuksia ja loput ilmastonmuutoksen hillitsemistä arkipäivässä sekä esimerkiksi vaihtoehtoisia elämäntapoja kuten ekologisia yhteisöjä. Luentosarjan tavoite oli jakaa yleistä tietoa ilmastonmuutoksesta painottaen erityisesti paikallishäkökulmaa. Luentosarjalla oli yhteensä 15 luennoitsijaa ja viisi luentokertaa, joten jokaisella luennolla oli vähintään kaksi luennoitsijaa. Luentokertojen tarkemmat teemat olivat:

1. luento: Ilmastonmuutoksen perusteet
2. luento: Ilmastonmuutoksen monet kasvot
3. ja 4. luento: Ilmastoa säästävät toimet
5. luento: Ilmastonmuutoksesta elämänmuutokseen.

Kampanjan oman kirjanpidon mukaan kolmella ensimmäisellä luennolla oli 50–60 henkilöä, viimeisellä kahdella kerralla 25–30. Viimeisellä luennolla kerättiin palaute.

Ilmastoperheet 3–5.2009

Aamulehti julkaisi marras-toukokuussa 2009 sunnuntain Asiat-liitteessään juttusarjan, jossa seurattiin kolmen vapaaehtoisen perheen elämää ilmastonmuutoksen näkökulmasta. Ensimmäisessä ja viimeisessä jutussa laskettiin perheiden hiilidioksidijalanjälki ja arvioitiin, miten tempauksessa tehdyt elämäntapamuutokset ovat vaikuttaneet jalanjälkeen.

Ilmastoperhehakemus julkaistiin Aamulehdessä maaliskuussa 2009, ja halukkaita perheitä ilmoitettiin yli 30. Koska halukkaita perheitä oli paljon, niistä oli mahdollista valita kolme perhettä, jotka ovat eri elämäntilanteissa ja asuvat erityyppisesti ja siten artikkeleissa oli mahdollista vertailla eri elämäntapoja keskenään. Perheet olivat kolmen alle 10-vuotiaan lapsen lapsiperhe, joka asuu kerrostalossa keskustassa; omakotitalossa taajamassa asuva eläkeläispariskunta; sekä tuoreet vanhemmat, jotka asuvat taajamassa paritalossa ja omistavat kaksi autoa.

Juttusarjassa luotiin katsaus tietyyppisen asumismuodon ja elintavan ilmastovaiikutuksiin yleensä sekä keskityttiin niihin perheiden arjen osa-alueisiin, jotka vaikuttavat ilmastonmuutokseen eniten tai joista perheet olivat itse eniten kiinnostuneita. Jutuissa käsiteltiin muun muassa autoilua, kestovaippoja, ruokaa, asumismuodon ilmastovaiikutuksia sekä lämmitys- ja sähköntuotantojärjestelmän vaikutusta hiilijalanjälkeen. Artikkeleissa annettiin esimerkkiperheen arjen käsittelyn lisäksi ilmastonmuutoksen hillintävinkkejä esimerkiksi ruoanlaitosta ja energiankulutuksesta.

Artikkelit olivat Aamulehden toimittajien kirjoittamia, mutta ILMANKOS-kampanja toimitti artikkelimateriaalin lehdelle. Kampanjan työntekijät myös auttoivat perheitä ilmastonmuutoksen hillintään liittyvissä valinnoissa. Muina asiantuntijoina toimivat esimerkiksi Tampereen Ympäristötietokeskus Moreenian asiantuntijat sekä kasvihuonekaasupäästölaskennat tehnyt asiantuntija. Ilmastoperheartikkelit julkaistiin painetun lehden lisäksi verkossa, jossa niitä oli mahdollista kommentoida. Kommentteja ja keskustelua syntyi kevään aikana jonkin verran. Kevään jälkeen artikkelit ovat edelleen luettavissa verkossa Aamulehden arkistossa.

Idea ilmastoperheisiin tuli esiin jo ILMANKOS-kampanjan ideointityöpajassa syksyllä 2008, mutta kampanjan aikana oli epävarmaa, toteutuisiko idea. Ideointityöpajassa ilmastoperheet nähtiin hyvänä keinona tuoda ilmastonmuutos ja arkivalinnat lähelle tavallisia ihmisiä. Ideointityöpajassa myös ehdotettiin, että perheet voisivat olla julkisuuden henkilöitä.

ILMANKOS-kampanjassa päätettiin valita ilmastoperheiksi tavallisia perheitä, joiden elämäntilanteeseen lukija voisi samaistua. Ilmastoperheiksi haluttiin juuri Tampereen seudun asukkaita paikallisen näkökulman takia. Seudun laajalevikkisen sanomalehden avulla ilmastoperhe-juttusarja saavutti laajan potentiaalisen lukijakunnan.

Työmatkapyöräilykilpailu 5–7.2009

ILMANKOS-kampanja järjesti touko-kesäkuussa 2009 yhdessä Aamulehden Moro-liitteen kanssa polkupyöräilykilpailun, jossa haettiin reippainta työmatkapyöräilijää. Kilpailussa Moron lukijat valitsivat voittajan kampanjan ja lehden arpomista ehdokkaista. Voittajalle lahjoitettiin polkupyörä ja osallistujien kesken arvottiin lahjakortteja.

Tulvan odotus -konsertti, näyttely ja materiaali kouluille 23.1.2009

Tammikuussa 2009 Tampereen Filharmonia järjesti Tampere-talossa monitaiteisen Tulvan odotus -teoksen (In Expectation of the Thaw) maailman kantaesityksen. Teoksen ulkomaiset musiikkisolistit soittivat lasiharmonikkaa, ja teoksessa käytettiin musiikin lisäksi videomateriaalia ja jäätäidettä. ILMANKOS-kampanjaa pyydettiin yhteistyöhön konsertin järjestämisessä. Kampanja koordinoi konsertin yhteyteen ilmastonmuutosaiheisen näyttelyn Tampere-talon aulaan. Näyttelyssä oli suomalaisten valokuvaajien ilmastonmuutoksesta kertovia kuvia sekä ILMANKOSin valmisteleva julistesarja ilmastonmuutoksen syistä, vaikutuksista ja hillintäkeinoista. Julisteet olivat esillä myös myöhemmin, esimerkiksi Tampereen virastotalon näyteikkunassa helmikuussa 2009 ja Kaarilan koulun ympäristömessuilla helmikuussa 2009.

Julistenäyttelyn lisäksi kampanjalla ja paikallisilla ympäristöjärjestöillä oli omia esitely- ja materiaalipöytiään Tampere-talon aulaan konsertin aikana. Kampanjan standilla esiteltiin ILMANKOSia sekä kerättiin ilmastolupauksia, joiden jättäneiden kesken arvottiin lahjakortteja. Lupauksia kertyi vajaat sata kappaletta.

Konsertti tavoitti huomattavan määrän ihmisiä: sitä esitettiin yhteensä noin 1300 Pirkanmaan yläkoululaiselle ja lukiolaiselle sekä noin 1000 muulle konserttivieraalle. Järjestöillä, joilla oli esittelypöytä konsertin yhteydessä, oli mahdollisuus ostaa alennetun hintaisia konserttilippuja, joita ostettiin noin 70 kappaletta. Lisäksi ILMANKOSin yhteistyökumppanit saivat vapaalippuja.

Konsertissa jaettiin ILMANKOS-kampanjan esitettä käsiohjelman yhteydessä. Lisäksi kampanja valmisti materiaalipaketin ilmastonmuutoksen opettamisesta eri oppiaineissa, ja se toimitettiin niiden koululuokkien opettajille, jotka osallistuivat konserttiin.

Reel time -elokuvaseminaari ja ilmastoseminaari 6.3.2008

Tampereen kansainvälisen lyhytelokuvaseminaalin 2009 (Tampere Film Festival) yhteydessä järjestettiin oma ilmastonmuutosaiheinen Reel time -elokuvaseminaari maaliskuussa 2009. Reel time -elokuvaseminaari liittyy ympäristökasvatukselliseen Kelaa vähän -projektiin, jossa nuoret voivat ilmaista itseään ja ympäristönäkemyksiään lyhytelokuvan keinoin. Projekti on levinnyt suomalaisesta kansainväliseksi (nykyisin nimeltään Reel time -elokuvaseminaari tai Reel time film festival). Kelaa vähän -projekti sai alkunsa yhden ILMANKOS-kampanjankin rahoittajan, Pirkanmaan Jätehuollon ympäristökasvatusprojektista. Vuoden 2009 Reel time -elokuvaseminaalille pirkanmaalaiset yläkoulu- ja lukio-oppilaat olivat tehneet lyhytfilmejä, joiden ympäristöteema on ilmastonmuutos. (Reel time film festival.)

Elokuvaseminaalin yhteyteen Reel time, Pirkanmaan Jätehuolto ja Ekokumppanit järjestivät maksuttoman Saman taivaan alla -ilmastoseminaarin. ILMANKOS-kampanjalla oli seminaarissa oma standi, mutta kampanja ei varsinaisesti osallistunut seminaarin järjestämiseen. Seminaarissa olivat mukana Reel time -festivaalin yhteistyökumppanit (kuten Finnair Oy ja Kuusankoski Oy). Seminaarissa oli puheenvuoroja sekä paneelikeskustelu (jäseninä yhteistyökumppaneiden edustajat sekä europarlamentaarikko Satu Hassi sekä tiedetoimittaja Risto Isomäki). Seminaarissa esitettiin myös ilmastoaktivismista kertova dokumenttielokuva.

Earth hour 28.3.2009

Maaliskuussa 2009 Tampere osallistui kansainväliseen Earth Hour -ilmastotempaukseen, jossa Tampereen Keskustorin valot sammutettiin tunnin ajaksi. Tunnin aikana torilla oli mm. musiikkiesityksiä ja tulishow. ILMANKOS-kampanja oli mukana organisoimassa tapahtumaa Tampereella ja osallistui sen markkinointiin.

Valtuuston asukasilta 5.5.2009

Toukokuussa 2009 Tampereen kaupungin valtuuston puheenjohtaja järjesti asukasillan, jonka teemoina olivat ilmastonmuutos ja turvallisuus. Illan aluksi esiteltiin ILMANKOS-kampanja ja Tampereen pormestarin siisteyskampanja, mutta niistä ei juuri syntynyt keskustelua.

Tampereen sosiaalifoorumi 16–17.5.09

Vuosittain järjestettävän Tampereen sosiaalifoorumin ja Mahdollisuuksien torin yksi pääteema vuonna 2009 oli ilmastonmuutos ja foorumeilla oli usean seminaari- ja keskustelutilaisuuden sarja ilmastonmuutoksesta. Seminaareissa esittäytyivät paikalliset ympäristöjärjestöt sekä myös laajemmat ilmastonmuutosverkostot. Mukana oli tutkijoita ja ilmastonmuutoshankkeita julkiselta ja järjestösektorilta, esimerkiksi Suomen ympäristökeskuksen Hiilineutraalit kunnat (HINKU) -hanke, järjestöjen Polttava kysymys -verkosto ja Porkkanamafia.. Sosiaalifoorumi on järjestötapahtuma, joten seminaarit olivat järjestövetoisia. ILMANKOS-kampanjalla ei ollut tapahtumassa omaa ständiä tai puheenvuoroa (johtuen samaan aikaan olleista Nokian messuista, joihin ILMANKOS osallistui), mutta ILMANKOS esiintyi tapahtumassa julistein ja tapahtumassa oli mukana ILMANKOSiin verkottuneita ympäristöjärjestöjä. Tapahtumaa oli myös tuettu Tampereen ilmastorahastosta.

3.3 Ilmastorahasto

ILMANKOS-kampanjassa yhtenä toimintamuotona ja uusien hankkeiden kannustimeksi oli 10 000 euron ilmastorahasto. Hakuaika oli helmikuussa 2009 ja avustuksen saajista päätettiin maaliskuussa 2009. Rahastosta saattoivat hakea avustusta voittoa tavoittelemattomat yhteisöt Tampereen seudun kunnissa hankkeille, jotka

- konkreettisesti vähentävät kasvihuonekaasupäästöjä ja/tai
- edistävät seudun asukkaiden toimintaa ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi (Ilmastorahaston hakuilmoitus 2009).

Avustushakemuksia tuli 22 kappaletta ja niiden yhteissumma nousi yli 40 000 euroon. Hakemushankkeet koskivat asumista (lähinnä energiansäästöä, sähköntuotantotapa, kierrätystä ja jätehuoltoa); perheitä (mm. ilmastonmuutosaiheinen kevätrienne, ilmastonmuutosaiheinen mediakasvatusprojekti sekä ompelukone kestovaipoille); opiskelijoita (mm. lajitteluneuvontaa ja infoa); ruokaa (mm. ruokaesite, ruoka- ja ilmastonmuutosaiheinen tapahtuma sekä kaupunkiviljelyprojekti ja kurssit) sekä liikkumista (vuokrattava taakkapyörä ja työmatkapyöräilykampanja). Hankkeet siis sivusivat teemoja, joita ILMANKOS-kampanjan teematyöpajoissa ja yleisöluentosarjassa on käsitelty. Hankkeet on tarkoitus toteuttaa vuoden 2009 aikana.

Vain yksi hakija oli Tampereen ulkopuolelta, muut olivat tamperelaisilta järjestöiltä tai yhteisöjä. Hakijajärjestöt tai yhteisöt olivat sekä kansallisten järjestöjen paikallisosastoja ja kansallisia kampanjoita että tamperelaisia paikallisjärjestöjä. Mukana oli sekä sellaisia toimijoita, joilla on ollut ilmastonmuutostoimintaa aiemminkin, että sellaisia toimijoita, joille ilmastohanke on ensimmäinen laatuaan. Hakijat olivat hyvin erityyppisiä yhteisöjä, mutta ne voi jakaa seuraaviin luokkiin:

- Asunto-osakeyhtiöt tai asumiseen liittyvät muut yhteisöt
- Omakotiyhdistykset
- Lapsiin ja perheisiin liittyviä järjestöt
- Koulun vanhempainyhdistykset
- Ympäristöjärjestöt, -ryhmät tai -kampanjat (myös mm. ympäristöystävällinen liikkuminen)
- Opiskelijajärjestöt tai -ryhmät, opiskeluun liittyvät toimijat
- Muut (mm. puoluejärjestöt).

Tukea saivat 14 yhteisön tai järjestön projektia. Tuen saajat ja hankekuvaukset ovat nähtävissä ILMANKOS-kampanjan verkkosivujen kautta⁵. Rahaston hakuilmoituksen mukaan avustettavien hankkeiden valinnassa kiinnitettiin erityisesti huomiota hankkeen innovatiivisuuteen, konkreettisuuteen, toistettavuuteen sekä yhdessä tekemiseen. Yksittäiset avustussummat vaihtelivat 200 eurosta noin 1700 euroon. Vaikka avustussummat ovat pieniä, voi niillä olla suhteellisen suuri merkitys etenkin pienille järjestöille tai yhteisöille, joita osa hakijoista oli. Koska rahastohakemusta varten yhteisön on täytynyt jäsentää hankeideansa toteutettavaan muotoon ja miettiä käytännön järjestelyitä sekä kustannuksia, on ilmastorahasto ehkä kannustanut sellaisia ideoita konkretisoitumaan, jotka muuten olisivat jääneet vain idean tasolle.

Ilmastorahastosta suunnitellaan jokavuotista ja pysyvää kannustinta paikallisille ilmastonmuutoshankkeille. Ilmastorahaston varat saataisiin yhden näkemyksen mukaan esimerkiksi Tampereen kaupungin lentomatkoista maksetusta vapaaehtoisesta hiilidioksidiverosta, joka tähän mennessä on lahjoitettu muuhun tarkoitukseen.

3.4 Teematyöpajat

Kampanjan keskiössä olivat sidosryhmille tarkoitetut teematyöpajat. ILMANKOS-kampanjan aikana järjestettiin neljä teematyöpajaa sekä yhteenvetotyöpaja: asumisen ja rakentamisen työpaja marraskuussa 2008, ruoka ja ilmasto -teematyöpaja sekä perhejärjestöt ja kasvatustyö -teematyöpaja tammikuussa 2009 sekä englanninkielinen työpaja helmikuussa 2009. Yhteenvetotyöpaja järjestettiin huhtikuussa 2009. Kaikkien työpajojen muistiot ovat raportin liitteessä.

⁵ www.ilmankos.fi/index.php?mid=1&pid=58 [Viitattu 17.9.2009.]

Työpajat olivat kaikille avoimia tilaisuuksia, joista tiedotettiin julkisesti. Ilmoittautumisten perusteella tehtiin etukäteen ryhmäjaot ryhmätyöskentelyä varten. Jotkut osallistujat tulivat työpajaan ilman ennakoilmoittautumista ja jotkut lähtivät kesken työpajan, mutta yleisesti ottaen ennakoilmoittautuneet osallistuivat koko työpajaan. Asumistyöpajaan osallistui noin 20 henkilöä, sekä ruoka- että englanninkieliseen työpajaan noin 25 henkilöä ja perhetyöpajaan noin 15 henkilöä (tutkijat ja kampanjan henkilökunta mukaan lukien). Tilaisuudet kestivät noin 2,5–3 tuntia.

Työpajoista tiedotettiin mm. ILMANKOS-kampanjan verkkosivuilla ja sähköpostilistalla. Lisäksi työpajoista kerrottiin muillakin sähköpostilistoilla ja verkkosivuilla, esimerkiksi Tampereen yliopiston Ympäristöjaoston sekä Tampereen henkilöstön sähköpostilistoilla, Tampereen kaupungin ja Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymän verkkosivuilla sekä Tampereen Mansetorilla, Aamulehdessä ja paikallisradioissa. Myös jotkut muut seudun kunnat sekä paikallislehdet tiedottivat työpajoista (katso taulukko 3 medianäkyvyydestä sivulla 31). Työpajoihin kutsuttiin joidenkin järjestöjen ja organisaatioiden edustajia henkilökohtaisella kutsulla sekä Tampereen kaupungin omien yksiköiden edustajia.

Työpajat järjestettiin osittain tietyn teeman ympärille, osittain tietyn toimijaryhmän ympärille. Työpajoista vain maahanmuuttajille suunnattua englanninkielistä työpajaa voi pitää ensisijaisesti toimijaryhmälle suunnattuna työpajana, jossa keskusteltiin kaikista ilmastonmuutokseen liittyvistä teemoista. Yhdistävä tekijä oli englanninkieli. Muut kolme toteutunutta työpajaa organisoitiin ensisijaisesti teemoittain (asuminen, ruoka, perhe- ja kasvatustyö).

Alun perin ILMANKOS-kampanjassa suunniteltiin toteutettavaksi 5–10 työpajaa. Pois jäivät nuoriso- ja opiskelijajärjestöille suunnattu sekä kulttuuri ja taide -teeman ympärille suunnitellut työpajat. Myös työpajojen aikataulu muuttui jonkin verran.

Syyksi työpajojen määrän karsimiselle on mainittu se, että toteutettaviin työpajoihin, niiden suunnitteluun ja toteutumiseen voitiin keskittyä paremmin, kun kaikkia suunniteltuja työpajoja ei järjestetty. Työpajojen järjestäminen oli kampanjan henkilöstön mukaan luultua työläämpää ja ensimmäisen työpajan jälkeen huomattiin, että työpajojen järjestäminen onnistuneesti edellyttää työpajojen määrän pienentämistä. Oli ennakoitua vaativampaa selvittää, mitä toimijoita olisi hyvä kutsua mukaan. Myös itse kutsumiseen käytettiin enemmän työtä kuin kampanjaa suunnitellessa ajateltiin: pelkkä sähköpostikutsu ja kutsun julkistaminen esimerkiksi ILMANKOSin verkkosivuilla tai Aamulehdessä osoittautui liian passiiviseksi ja yleiseksi menetelmäksi. Toimijoiden kutsumiseen ja oikeiden henkilöiden tavoittamiseen käytettiin lisäksi suoraa yhteydenottoa puhelimitse. Ruoka- ja perheteematyöpajojen kohdalla muutamia järjestöjä kutsuttiin mukaan jo työpajojen suunnitteluvaiheessa, mikä kampanjan organisoijien mukaan auttoi työpajojen onnistumisessa.

Työpajoihin osallistui eri määrä ihmisiä, vähiten perhe- ja kasvatustyöpajaan ja etenkin ruokatyöpajaan ja englanninkieliseen työpajaan. Etenkin perhetyöpajassa (ja osittain ruokatyöpajassa) jonkinlaiseksi haasteeksi osoittautui työpajan ajankohta. Monet kutsutut olivat työpajassa työroolissaan. Tämän takia työpaja päätettiin järjestää iltapäivällä työaikana. Toisaalta kaikki eivät voineet irrottautua työstään iltapäivällä, etenkin ne, jotka olisivat osallistuneet työpajaan yksityishenkilöinä tai järjestön edustajana eivätkä työroolissaan. Illalla järjestetyt työpajat mahdollistavat ehkä paremmin myös yksityishenkilöiden osallistumisen. Voi myös olla, että ruoka- ja perhetyöpajojen kohderyhmä oli osittain sama (etenkin koulut ja päiväkodit sekä jotkut järjestöt), mikä on voinut vähentää jälkimmäisenä järjestettyyn perhetyöpajaan osallistuneiden määrää, vaikka työpajaan kutsuttiin eri toimijoita.

Yleisesti ottaen toteutuneiden työpajojen teemavalinnat (asuminen, ruoka, perhe ja ei-suomenkielinen kohderyhmä) olivat kampanjan henkilöstön mukaan onnistuneita. Myös työpajojen kohderyhmän kartoittaminen onnistui ja työpajoihin saatiin kutsuttua sellaisiakin tahoja, jotka eivät välttämättä ole aiemmin käyneet keskustelua keskenään tai osallistuneet ILMANKOS-kampanjan kaltaiseen toimintaan, mikä oli työpajojen yksi tavoite. Työpajojen keskustelu oli ideoivaa ja työpajoissa tuli esiin muitakin uusia teemaan liittyviä toimijatahoja, joita kampanjan kohderyhmäkartoituksessa ei oltu tultu ajatelleeksi. Työpajojen keskusteluissa todettiin, että keskustelussa olisi hyvä olla mukana sellaisen tahon edustaja, joka ei ottanut työpajaan osaa kutsusta huolimatta.

YTK:n tutkimusavustajan lisäksi teematyöpajoihin osallistui tarkkailijana viestinnän yliopisto-opiskelija, joka teki pro gradu -opinnäytetyönsä teematyöpajoista vuorovaikutustilanteena. Opinnäytetyötä varten osa työpajojen keskusteluista videoitiin osallistujien suostumuksella ja osallistujia pyydettiin täyttämään työpajan vuorovaikutusta koskeva lomakekysely työpajan päätteeksi. Opiskelijan havaintoja hyödynnettiin opinnäytetyön lisäksi työpajojen kehittämisessä.

3.4.1 Asumisen ja rakentamisen teematyöpaja 24.11.2008

ILMANKOS-kampanjan ensimmäinen teematyöpajan teema oli asumisen ja rakentamisen ilmastovaikutukset. Teematyöpaja käsitteli asumisen eri muotoja sekä niiden ilmastovaikutusten pienentämistä. Työpajan tavoite oli ideoida keinoja, joilla työpajaan osallistuneet toimijat tai yleisemmin kaikki tamperelaiset voisivat vähentää asumiseen liittyviä ilmastovaikutuksia. Osallistujia kannustettiin ideoimaan erityisesti hillintätapoja, jotka lisäisivät yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemistä.

Työpajan keskustelussa oli tarkoitus keskittyä omaan asumiseen ja asumisyhteisöön sekä yhdessä tekemisen ideointiin, jolla naapurikaan ei tee mitään -argumentti menettää merkitystään. Työpajassa pyrittiin myös paikalliseen ja konkreettisen tason näkökulmaan. Työpajan tavoitteet toistavat koko kampanjan tärkeimpiä tavoitteita (konkreettisuus ja arki, yhteisöllisyys ja yhdessä tekeminen, paikallisuus, positiivisuus, toimintamahdollisuuksien huomaaminen ja ideoiminen), ja samat tavoitteet ovat näkyvissä esimerkiksi muiden työpajojen keskustelulukusyksyksissä.

Työpajan alussa ILMANKOS-kampanja esiteltiin muutamilla sanoilla, mutta työpajassa ei ollut asiantuntija-alustusta kuten myöhemmissä työpajoissa. Myös ilmasto-rahasto esiteltiin lyhyesti työpajan aluksi ja loppukeskustelussa. Asumistyöpaja oli ILMANKOS-kampanjan ensimmäinen varsinainen teematyöpaja ideatyöpajan jälkeen, ja siksi etenkin asumistyöpajassa tavoite oli uusien ideoiden lisäksi jatkokehittellä ideointityöpajan ideoita. Kuitenkin vain muutama asumistyöpajaan osallistujista oli ollut ideatyöpajassa.

Asumistyöpajaan osallistui noin 20 henkilöä tutkijat ja kampanjan työntekijät mukaan lukien. Osallistujat edustivat asunto-osakeyhtiötä ja asuinyhteisöjä, kiinteistöyhdistystä, omakotiyhdistyksiä, alueellista jätehuoltoyhtiötä sekä kaupungin kiinteistötoimintaa. Mukana oli myös yksi puolue-edustaja. Osa osallistujista oli mukana työroolissaan tai pääasiassa taustayhteisönsä edustajana, osa taas pääasiassa yksityishenkilönä. Tilaisuus kesti noin kaksi ja puoli tuntia.

Ryhmätyöskentelyn aluksi osallistujat jakautuivat neljään ryhmään, jotka keskittyivät eri asumis- ja rakentamismuotoihin (korjaus- ja uudisrakentaminen; kerros- ja rivitaloasuminen; omakotiasuminen sekä vapaa-ajanasuminen). Ryhmät oli suunniteltu etukäteen. Ryhmiin jakautumisen jälkeen jokainen pohti viisi minuuttia itsenäisesti ja sen jälkeen ryhmissä seuraavia kysymyksiä:

1. Mitkä ovat mielestäsi keskeisiä ilmastonmuutokseen liittyviä ongelmia oman ryhmäsi asumismuodossa?
2. Mitä konkreettisia yhdessä tekemisen toimintatapoja ja hankkeita ryhmäsi asumismuodossa voitaisiin käynnistää ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi?
3. Millä keinoilla tämän asumismuodon asukkaita voidaan kannustaa ilmasto-vaikutusten pienentämiseksi?

Jako neljään eri asumis- ja rakentamismuotoon tuntui toimivalta, sillä eri asumismuodoissa on erilaisia ilmastonmuutokseen liittyviä erityiskysymyksiä. Kaikissa asumismuodoissa keskityttiin omistusasumiseen eikä vuokra-asukkaan toimintamahdollisuuksia juuri pohdittu.

Ryhmät kirjoittivat parhaat ideansa fläppitauluille. Sitten ryhmät jaettiin uudelleen siten, että jokaisessa ryhmässä oli eri asumismuotojen edustaj(i)a. Uudet ryhmät tutustuivat ensimmäisten ryhmien fläppitaululle muistiin kirjoitettuihin ideoihin ja kommentoivat niitä. Uudet ryhmät kiersivät kaikki neljä asumismuotoa, ja alkuperäisten ideoiden lisäksi saatettiin kommentoida muiden ryhmien kommentteja ja täydentäviä ideoita. Sitten uudet ryhmät kiersivät ideafläppit toiseen kertaan ja pisteyttivät kunkin asumismuodon parhaat ideat. Lopuksi eniten pisteitä saaneet ideat otettiin esiin teematyöpajan loppukeskustelussa. Työpaja tavoite oli myös keskustella siitä, kenen vastuulle ideoiden toteuttaminen voisi kuulua ja voisivatko osallistujat ajatella toteuttavansa niitä itse.

Vaikka ryhmätyömenetelmä tuotti paljon ideoita ja niiden kommentteja, työmenetelmä oli monimutkainen eivätkä kaikki osallistujat välttämättä täysin ymmärtäneet sitä. Ryhmien uudelleen jakautuminen ja ideoiden kommentoiminen moneen kertaan saattoivat hämmäntää osallistujia. Menetelmä myös vaati kestävyttä ja keskittymiskykyä, kun samassa tilaisuudessa ideoitiin yksin ja ryhmässä, keskusteltiin omista ja kommentoitiin muiden ideoita sekä arvioitiin ideoiden paremmuusjärjestystä. Toisaalta kunnianhimoinen työmenetelmä tuotti paljon ideoita ja toisten ryhmien ideoiden kommentointia ja jatkokehittelyä, mikä jäi myöhemmissä työpajoissa vähemmälle. Jaksamisen kannalta olisi ehkä ollut hyvä, jos työpaja olisi järjestetty kahdessa osassa esimerkiksi peräkkäisinä päivinä, mutta kaksipäiväisen työpajan järjestämiseen liittyy muita haasteita.

Työpajan keskustelussa ilmastonmuutoksen hillitsemiseen liittyvien ongelmien tunnistaminen vaikutti ainakin työpajan aluksi olevan helpompaa kuin konkreettisten toimintatapojen ja kannustimien ideoiminen. Työpajassa kuitenkin painotettiin konkreettisia ideoita, joten keskustelu ohjattiin ideointiin eikä ongelmien pohtimiseen. Osallistujat toivat keskusteluun omia kokemuksiaan ja asiantuntemustaan, ja osallistujien monipuolinen tausta näkyi ideoinnissa siten, että ideoita tuli sekä mm. kerrostalo- että omakotiasukkaan, kiinteistöhuollon, isännöitsijän ja energiainsinöörin että yhteisöllisen asumisen näkökulmista. Konkreettisella tasolla pysyminen ei ollut ongelma siinä mielessä, että kaikilla osallistujilla oli tietämystä asumisesta ja rakentamisesta ainakin asukkaana.

Yhteisöllisyys ja yhdessä tekeminen mietityttivät osallistujia, koska yhteisöllisyyttä pidettiin tietyllä tavalla vastakohtana nykyisen muotoiselle omistus- ja omakotitaloasumiselle ja rakentamiselle, jossa koti ja asuminen mielletään yksityisasiana ja henkilökohtaisena alueena. Siksi yhteisöllisyyttä ilmastonmuutoksen hillitsemisessä asumisessa ja rakentamisessa pidettiin ehkä haastavimpana asiana: vaikka yhteisen tekemisen keinoja on ja niitä tunnustettiin, ongelma on ehkä se, miten ihmiset saadaan tekemään yhdessä ja ehkä luopumaan osasta omaa päättäntävaltaa.

Kuten ideatyöpajassa ja muissa teematyöpajoissa, myös asumisen työpajassa keskusteltiin asennemuutoksen tarpeellisuudesta sekä sen vaikeudesta. Työpajassa pohdittiin lisäksi vastuukysymyksiä sekä tiedottamista. Kenelle esimerkiksi tiedottaminen energiansäästömahdollisuuksista, taloyhtiön energiakatselmusmahdollisuudesta tai jäteasioista kuuluu, taloyhtiön hallitukselle, isännöitsijälle vai esimerkiksi viranomaisille? Kuka voisi organisoida esimerkiksi omakotiasujien kimpahankintoja ja -toimintaa? Miten omakotiasujille voitaisiin tiedottaa esimerkiksi energiaremonttisuista parhaiten? Miten tiedotuksella voitaisiin saavuttaa ne, joita ilmastonmuutos ei ainakaan vielä kiinnosta ja miten heidät voitaisiin saada toimimaan? Muiden työpajojen tapaan keskusteltiin esimerkkien ja mallien tarpeesta ja energiatehokkuuden ja ilmastomyönteisyyden tekemisestä trendikkääksi ja muodikkaaksi asiaksi, normiksi.

Asumistyöpajassa keskusteltiin tiedon puutteesta ja tiedottamisen tarpeesta. Toisaalta todettiin, että tietoa ja hillintäkeinoja on, mutta tieto niistä ei välity oikeille tahoille. Haasteita ovat juuri tiedottamisvastuut ja asukkaiden passiivisuus. Vaikka osallistajat puhuivat tiedon puutteesta, ongelma on ehkä kuitenkin viestinnässä ja esimerkiksi energiaremonttien mahdollisuuksista tiedottamisessa, ei niinkään perusilmastonmuutostiedon puutteesta.

3.4.2 Ruoka ja ilmasto- teematyöpaja 19.1.2009

Ruoka ja ilmasto -teematyöpajassa (lyhyemmin ruokatyöpaja) käsitteli ruoan ilmastovaikutuksia sekä sitä, mitä osallistajat ja tavalliset tamperelaiset voivat tehdä ilmastovaikutusten pienentämiseksi. Työpajan ryhmätyöskentelyyn osallistui noin 25 henkilöä. Lisäksi noin 15 opiskelijaa seurasi työpajan asiantuntija-alustuksia, mutta he eivät jääneet ryhmätyöskentelyyn. Työpaja kesti noin kolme tuntia. Työpajassa oli mm. koulujen ja päiväkotien edustajia, kaupungin hyvinvointipalveluiden ja elinkeinoyksikön edustajia, kunnan joukkoruokailun edustajia sekä ympäristöneuvojia. Lisäksi mukana oli ympäristöjärjestöjen edustajia. Lähes kaikki osallistajat olivat työpajassa työroolissaan. Yksittäisiä ns. tavallisia kansalaisia ei juuri ollut. Mukaan oli kutsuttu lisäksi esimerkiksi joukkoruokailuyritysten edustajia, mutta he eivät osallistuneet työpajaan.

Työpajan aluksi esiteltiin ILMANKOS-kampanja lyhyesti. Työpajan aikana esiteltiin myös ilmastorahasto. Työpajaan oli kutsuttu asiantuntijat Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksesta (MTT) sekä Vegaaniliitosta pitämään noin puolen tunnin alustukset ruokateemasta. MTT:n tutkija kertoi ruoan ilmastovaikutuksista, lähinnä eri ruoka-aineiden tuotantoketjujen vaiheiden merkityksestä hiilidioksidikuormaan. Vegaaniliiton edustaja luennoi kasvisruoasta käytännön näkökulmasta, esimerkiksi lihan ja eläinperäisten tuotteiden korvaamisesta, reseptivinkeistä ja tuotteiden saavuudesta. Luentojen välissä ja jälkeen käytiin jonkin verran keskustelua.

Alustukset olivat onnistuneita ja hyödyllisiä työpajan ryhmäkeskusteluille. Alustukset eivät olleet liian yleistä tietoa ilmastonmuutoksesta, vaan keskittyivät ruokaan, uusiin ja konkreettisiin tutkimustuloksiin ja julkaisuihin sekä siihen, miten voi koota ilmastoystävällisen aterian. Alustuksille oli varattu riittävästi aikaa, jolloin ne eivät jääneet vain tietoisuiksi vaan niissä oli aikaa pohtia teeman eri näkökulmia. Ruokatyöpajaan osallistui joukkoruokailun asiantuntijoita, jotka ovat jo joutuneet miettimään ruoan ympäristövaikutuksia työssään, joten heillä oletettavasti on jo perustietoa asiasta. Myöskään perustieto ilmastonmuutoksesta liian yleisellä tasolla ei olisi ollut relevanttia, kun työpaja keskittyi ruokaan.

Alustusten jälkeen osallistujat jaettiin kolmeen ryhmään, joissa oli sihteeri kirjoittamassa ideoita muistiin. Ryhmätyöskentelyn aluksi oli tarkoitus pohtia annettuja kysymyksiä ensin itsenäisesti, mutta ryhmät lähtivät melko suoraa keskusteluun. Ryhmässä pohdittiin seuraavia kysymyksiä:

1. Piti suunnitella viiden päivän ilmastoystävällinen ruokalista joukkoruokailuun
 - Mitkä ovat tärkeimpiä muutettavia asioita?
 - Mitkä asiat joukkoruokailussa tulee huomioida ympäristön lisäksi? Mitä on hyvä joukkoruoka?
 - Mikä ruokalistan muutoksissa tuntuu vaikealta? Miksi? Ratkaisuja?
 - Miten toteuttamiskelpoisena näkisit uuden ruokalistan?
2. Ruoan ilmastovaikutuksiin liittyvät käytännön ideat sekä jatkokehittelyn aiheet
 - Mitä omassa organisaatioissasi voitaisiin tehdä ruoan ilmastovaikutusten vähentämiseksi? Millaiset jatkotoimenpiteet olisivat mahdollisia?
 - Onko ideoiden toteuttamisessa käytännön ongelmia?

Ryhmissä siis keskusteltiin sekä konkreettisesti ruoasta ja minkälainen ilmastoystävällinen ruokalista joukkoruokailussa voisi olla että siitä, miten ilmastoystävällisyyteen voitaisiin siirtyä erityisesti osallistujien taustaorganisaatioissa. Ryhmätyöskentely keskittyi ehkä enemmän ruokalistatehtävään ja toinen osio jäi vähemmälle, mutta toisaalta osallistujat toivat koko keskustelun ajan esiin omia ja taustaorganisaationsa kokemuksia ja asioita, joita he ovat jo pohtineet tai kokeilleet. Selvisi, että varsinkin kunnan yksiköiden ja joukkoruokailuliikelaitosten oma toimintatila ruoan ympäristöasioissa on melko pieni ja tärkein päätöksiin vaikuttava asia on usein hinta, joten vaikka uudet toimintaideat kiinnostaisivat kunnan yksiköitä, ne eivät välttämättä voi toteuttaa niitä.

Ruokalistan laatimistehtävä oli onnistunut ja herätti vilkasta keskustelua. Alustusten informaatiosta oli hyötyä ryhmäkeskustelussa ja ruokalistan koostamisessa, ja myöskin osallistujien tietämys joukkoruokailun reunaehdoista näkyi. Osallistujat suhtautuivat myönteisesti keskusteluun ja olivat kiinnostuneita aiheesta. Työpajan ilmapöytä oli vapautunut, mikä näkyi keskustelun vilkkaudessa. Keskustelu pysyi melko hyvin konkreettisella tasolla, mihin yhtenä syyinä lienee se, että keskustelijoilla oli alan asiantuntemusta ja tietämystä. Ryhmätyöskentelyn jälkeen kaikki ryhmät esittelivät ruokalistaehdotuksensa ja muita ideoitaan koko työpajalle, ja ideoista keskusteltiin jonkin verran. Kaikki eivät kuitenkaan osallistuneet yleiseen keskusteluun.

Ruokatyöpajan ryhmätyöskentelymetodi oli kevyempi kuin asumisen ja rakentamisen teematyöpajassa, eikä työpajan aikana liikuttu tilassa tai jakauduttu ryhmiin toistuvasti. Ryhmätyöskentelylle oli varattu vähemmän aikaa (noin tunti) kuin ensimmäisessä työpajassa, ja osallistujat jaksoivat keskustella koko ryhmätyöskentelyn ajan. Muu aika varattiin asiantuntija-alustuksille. Työpajan lopuksi osallistujia pyydettiin myös täyttämään kaksi tutkimuslomaketta. Yhdessä keskusteluryhmässä oli 7–8 henkilöä eli enemmän kuin asumisen työpajassa, joten keskustelussa saattoi olla enemmän näkökulmia. Keskustelu oli vapaata eikä kovin ohjattua, mikä antoi ehkä enemmän tilaa myös osallistujien omille kokemuksille. Toisaalta keskustelu ei ollut yhtä ideoivaa kuin asumisen ja rakentamisen työpajassa, eikä toisten ryhmien ajatuksia kommentoitu ja jatkokehitelty samalla tavoin kuin asumistyöpajassa.

3.4.3 Perhejärjestöt ja kasvatustyö -teematyöpaja 26.1.2009

Perhejärjestöt ja kasvatustyö -teematyöpaja (lyhyemmin perhetyöpaja) keskittyi erityisesti lapsiperheiden valintoihin ja niiden ilmastovaikutuksiin. Perhetyöpajan kulku muistutti ruokatyöpajaa: työpajan aluksi oli varattu aikaa asiantuntija-alustuksille, ja ryhmätyöskentely alkoi alustusten jälkeen. Alustajat olivat Suomen luonnonsuojeluliitosta sekä kestovaippayhdistyksestä ja heidän esityksensä sisälsivät ajankohtaisia tutkimustuloksia ja tietolähteitä sekä käytännön vinkkejä. Kuten ruokatyöpajassa, perhetyöpajassakin ryhmätyöskentelylle oli varattu aikaa noin tunti.

Työpajaan osallistui kuntien päivähoidon, jätehuoltoyhtiön sekä ympäristö- ja perhejärjestöjen edustajia, useat heistä työroolissaan. Koska osallistujia oli noin 15, heidät oli jaettu vain kahteen ryhmään. Kuten muissakin työpajoissa, ryhmätyöskentelyn aluksi varattiin muutama minuutti aikaa itsenäiseen ideoiden pohtimiseen. Tämän jälkeen ryhmät keskustelivat seuraavista aiheista:

1. Mitkä ovat lapsiperheiden erityiskysymykset ilmastonmuutoksen hillinnässä?
2. Suunnittele lapsiperheille suunnattu ilmastonmuutoksen hillintää edistävä tapahtuma tai kampanja.
 - Millaisia tahoja voisi olla mukana järjestämässä?
 - Mitä ohjelmaa tapahtuma tai kampanja voisi sisältää?
3. Millaista tiedotusmateriaalia lapsiperheet tarvitsevat ilmastonäkökulmasta?
 - Missä materiaalia voisi jakaa? Sisältö?
4. Millä tavoin lapsiperheitä voidaan kannustaa ilmastonmuutoksen torjuntaan? Millä konkreettisilla toimenpiteillä esimerkiksi seuraavat tahot voivat edistää lapsiperheiden ilmastoystävällisiä valintoja? (Esim. ILMANKOS-kampanja, päiväkodit ja koulut, neuvolat, perhekerhot, perhejärjestöt).

Työpajaan osallistuneet olivat valmiita keskustelemaan aiheesta, mutta keskustelun teema oli moniulotteisempi kuin esimerkiksi ruokatyöpajassa (sisältäen mm. asumisen, ruoan, liikkumisen, vaatteet ja muut hankinnat jne.), joten keskustelu oli yleisemmällä tasolla koskien kaikkia alueita. Keskustelu ei koko ajan pysynyt pohdittavissa kysymyksissä eikä ollut yhtä konkreettista kuin ruokatyöpajassa, vaan liikkui myös yleisesti ilmastonmuutoksessa ja siinä, mitkä ovat yksittäisen toimijan tai henkilöt toimintamahdollisuudet ilmastonmuutoksikysymyksissä. Työpajassa kuitenkin tunnistettiin paljon lapsiperheiden erityiskysymyksiä ja haasteita hillinnän edistämiseksi.

sekä mahdollisia hillintään kannustavia tapahtumia. Keskustelu ei ehkä ollut yhtä ideointi- ja ratkaisukeskeistä kuin aiemmissa työpajoissa, vaan keskityttiin ongelmien tunnistamiseen.

3.4.4 Englanninkielinen teematyöpaja 4.2.2009

Englanninkielisen teematyöpajan tavoite oli käsitellä ilmastonmuutosta ja arjen valintoja yleisesti, eikä työpajassa keskitytty mihinkään tiettyyn teema-alueeseen. Englanninkielinen työpaja poikkesi muista työpajoista jonkin verran. Lähes kaikki osallistujat olivat työpajassa ensisijassa yksityishenkilöinä, joten keskustelukin liikkui yksittäisen kansalaisen arjen tasolla. Jonkin verran tosin keskusteltiin myös siitä, mitä osallistujat voisivat tehdä esimerkiksi työpaikallaan tai järjestöissään.

Työpajaan osallistui noin 25 henkilöä, joista suurin osa oli ulkomaalaistaustaisia. Työpajassa oli asiantuntijana meteorologi, joka alusti ilmastonmuutoksen ja kasvihuoneilmion peruseräiteistä sekä mm. vaikutuksista globaaliin ilmastoon sekä lämpötilojen ja sademäärien kehitykseen eri alueilla. Lisäksi ILMANKOS-kampanjan edustaja kertoi lyhyesti ilmastonmuutoksen hillitsemisestä arjessa ja jakoi osallistujille hillintävinkkilistan.

Ryhmätyöskentelyssä osallistujat pohtivat seuraavia kysymyksiä:

1. Minkälaisia keinoja on hillitä ilmastonmuutosta jokapäiväisessä elämässäsi? (Pohdi esimerkiksi liikkumista, asumista, ruokaa ja kuluttamista.) Onko joitain erityisen haastavia kysymyksiä ja miten ne voitaisiin ratkaista? Onko kotimaassasi joitain hyviä hillintäesimerkkejä, joita voisi soveltaa myös Tampereen seudulla?
2. Minkälaisia toimintatapoja tai kampanjointia ilmastonmuutoksen hillitsemisestä tarvittaisiin, jotta ihmiset olisivat kiinnostuneempia hillinnästä? (Pohdi oman taustayhteisösi näkökulmasta.) Mitä odostat ILMANKOS-kampanjalta ja Tampereen kaupungilta? Mitä sinun organisaatiosi voisi tehdä?

Työpajan keskustelu oli vilkasta ja osallistujilla oli paljon kysymyksiä. Toisaalta konkreettinen ideointi jäi ehkä vähemmälle, mutta silti tunnistettiin joitain juuri ei-suomenkielisen kohderyhmän ongelmia, kuten englanninkielinen tiedotus ja eri kulttuurien erilaiset toimintakäytännöt. Osallistujien oli ehkä helppo keskustella, koska suurin osa heistä vaikutti tulleen tilaisuuteen saadakseen uutta informaatiota ja uusia ajatuksia mutta heidän ei odotettu sitoutuvan mihinkään, koska he eivät edustaneet mitään taustaorganisaatioita. Yksityishenkilöiden suuri määrä saattoi vaikeuttaa tavoitteellista keskustelua, koska keskustelu voi liikkua vain omakohtaisella tasolla. Työpaja kuitenkin tavoitti tärkeää kohderyhmää melko pienellä vaivalla. Lisäksi yksi työpajaan osallistunut toimijaryhmä haki myöhemmin ilmastorahaston avustusta vaihto-opiskelijoille suunnattuun projektiinsa (eco day kansainvälisille opiskelijoille, ks. yhteenvetotyöpaja alla sekä taulukko 1).

3.4.5 Yhteenvetotyöpaja 16.5.2009

Yhteenvetotyöpajan tavoite oli koota teematyöpajojen sekä laajemmin koko ILMANKOS-kampanjan kokemuksia ja ideoita yhteen. Yhteenvetotyöpajassa pidettiin lyhyt yhteenveto ILMANKOS-kampanjasta, erityisesti teematyöpajojen annista. Lisäksi neljä ilmastorahastosta tukea saanutta hanketta esittäytyi: ammattikorkeakoulun englanninkielisen ympäristöinsinöörikoulutusohjelman ainejärjestön kierrätystempaus, joka on suunnattu erityisesti ulkomaalaistaustaisille opiskelijoille (eco day); yhteisöllisen rivitaloyhteisön maakellarin kunnostushanke; ala-asteen vanhempainyhdistyksen ympäristökasvatuksellinen polkupyöräilytapahtuma; sekä rivitalo-osakeyhtiön ikkunoiden tiivistämiseen, energialamppuihin vaihtamiseen ja kierrätykseen keskittyvä tapahtuma. Esityksille oli varattu melko paljon aikaa, ja puhujilla oli aikaa myös taustoittaa hankkeita perusteellisesti. Esiintyjät olivat innostuneita hankkeistaan ja tilaisuudessa oli positiivinen ilmapiiri.

Paikalla oli noin 20–25 henkilöä, joista jotkut olivat tuttuja aiemmista teematyöpajoista. Tilaisuudessa ei ollut varsinaisesti ryhmätyöskentelyä, vaan osallistujat saattoivat keskustella esitysten välissä sekä tilaisuuden lopuksi. Jotkut osallistujista kommentoivat kampanjan jatkoa. Jonkin verran keskustelua syntyi uusista hillintäideoista, esimerkiksi idea asuntojen energia- tai ympäristöluokitusmerkistä, jonka avulla on helppo valita energiatehokas asunto.

3.5 SWAP-kysely teematyöpajoissa

YTK:n tutkimus- ja kehittämishankkeen seuranta- ja dokumentointiosion osana toteutettiin teematyöpajoissa lyhyt lomakekysely, asumistyöpajaa lukuun ottamatta. Kyselyssä vastaajia pyydettiin arvioimaan ILMANKOS-kampanjaa sen tiedon tai vaikutelman perusteella, joka heille oli kampanjasta muodostunut. Vastaaminen ei edellyttänyt kampanjan erityistä tuntemista. Kyselyn tarkoitus oli kartoittaa teematyöpajoihin osallistuneiden mielikuvaa kampanjasta ja heidän ajatuksiaan kampanjan mahdollisista vahvuuksista ja heikkouksista tilanteessa, jossa he mahdollisesti olivat vasta tutustuneet kampanjaan. Kyselyn tuloksia on tarkoitus käyttää arviointiosuuden (tutkimusvaihe 4) taustamateriaalina. Lisäksi kyselyn avulla avautuu pieni katsaus teematyöpajojen kohderyhmään sekä siihen, mitä he ajattelevat ilmastonmuutoksen hillintätyöstä. Vastaukset on toimitettu ILMANKOS-kampanjan työryhmälle, joka on voinut käyttää vastauksia myös palautteena. Toisaalta kyselyn tarkoitus ei ollut arvioida kampanjaa ja työpajoja sinällään.

Työpajoissa saatiin yhteensä 41 täytettyä lomaketta: ruokatyöpajassa 14, perheyöpajassa 9 ja englanninkielisessä työpajassa 18. Koska vastaajia on vähän, ei aineistosta voi tehdä tilastollisesti merkittäviä johtopäätöksiä. Kysely ei myöskään ole suoraa edustava otos työpajoihin osallistuneista, koska kaikki osallistujat eivät täyttäneet lomaketta. Työpajojen lopuksi varattiin erikseen aikaa tutkimuslomakkeiden täyttämiseen.

Lomakkeessa oli kolme kysymystä: kaksi taustakysymystä (vastaajan taustaorganisaatio sekä ILMANKOS-kampanjan tuttuus vastaajalle) sekä varsinainen SWAP-nelikenttä. Taustamuuttujat on esitelty alla lyhyesti taulukossa 2 ja niitä käsitellään tarkemmin liitteessä 9. Kyselylomake on liitteessä 8. On huomattava, että asumistyöpaja ei ole mukana tuloksissa, joten taulukossa 2 ”kaikki työpajat” viittaa niihin kolmeen teematyöpajaan, joissa kysely toteutettiin. Tämä selittää taloyhtiöiden tai asuinyhteisöjen puuttumisen vastaajien joukosta, vaikka näitä toimijoita oli asumistyöpajassa.

| | Kaikki työpajat | Ruoka- työpaja | Perhe- työpaja | Englannin- kielinen työpaja |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------|
| Taustaorganisaatiotyyppi | | | | |
| 1. Yksityishenkilö | 14 | 1 | 1 | 12 |
| 2. Kunta tai kuntayhtymä | 6 | 4 | 2 | 0 |
| 3. Kunnan liikelaitos | 5 | 3 | 1 | 1 |
| 4. Valtion aluehallinto-org. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5. Valtion liikelaitos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6. Yritys tai yksityisyrittäjä | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7. Taloyhtiö tai asuinyhteisö | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8. Järjestö, yl.hyödyllinen voittoa tavoittelematon yhteisö | 6 | 1 | 5 | 0 |
| 9. Muu | 6 | 4 | 0 | 2 |
| Yht. kysymykseen vastanneet | 37 | 13 | 9 | 15 |
| Ei vastannut kysymykseen | 4 | 1 | 0 | 3 |
| Kampanjan tuttuus | | | | |
| 1. Ei kuullut ennen kutsua työpajaan | 19 | 4 | 3 | 12 |
| 2. Melko tuntematon, muutama viesti/uutisointi | 5 | 2 | 2 | 1 |
| 3. Seurannut osallistumatta | 2 | 2 | 0 | 0 |
| 4. Osallistunut yhteen tai muutamaan tapahtumaan | 7 | 4 | 1 | 2 |
| 5. Erittäin tuttu | 3 | 1 | 2 | 0 |
| Yht. kysymykseen vastanneet | 36 | 13 | 8 | 15 |
| Ei vastannut kysymykseen | 5 | 1 | 1 | 3 |

Taulukko 2 Vastaajan taustaorganisaatio sekä ILMANKOS-kampanjan tuttuus vastaajalle

Kolmas lomakkeen kysymys oli SWAP-nelikenttä, jossa vastaajaa pyydettiin arvioimaan ILMANKOS-kampanjan vahvuuksia (strengths), heikkouksia (weaknesses), vastaajan tavoitteita kampanjan suhteen (ambitions) sekä mahdollisia ongelmia tavoitteiden saavuttamisessa (problems). SWAP-nelikenttään vastasi kokonaan tai osittain 32 henkilöä. Vastaajia pyydettiin vastaamaan nelikenttään erityisesti oman taustaorganisaationsa näkökulmasta. Jos vastaaja oli teematyöpajassa yksityishenkilönä, hän saattoi vastata omasta näkökulmastaan. Taulukko vastauksista on seuraavalla sivulla. Vastausten tulkinnassa on muistettava, että harvat vastaajat olivat käyneet useissa kampanjan tapahtumissa, joten heidän vastauksensa perustuvat lähinnä mielikuvaan.

| | |
|---|---|
| <p>2.a Kampanjan mahdolliset vahvuudet (missä kampanja voi vastaajan tai taustaorg:n näkökulmasta onnistua) (29)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tieto, sen välittäminen, lisääminen, tuottaminen tiedottaminen, informaatio ja vinkit (11) 2. Eri toimijoiden yhteen saattaminen ja yhdessä ideointi, kontaktit, verkostoituminen, yhteistyö (huom. Vuorovaikutus toimijoiden kesken vai toimijoiden ja kaupungin välillä?) (8) 3. Keskustelun herättäminen aiheesta, asian näkyvyyden lisääminen, toimintakentän ja ongelman ymmärrys ja omien toimintamahdollisuuksien tunnistaminen, oivallus (5-7) 4. Asenteisiin ja mielipiteisiin vaikuttaminen, asennekasvatus (3) 5. Ympäristöystävällisen toiminnan kannustaminen/käytännön toimintaan vaikuttaminen (1-3) 6. Uusien projektien/ideoiden alusta, käynnistäjä (2) 7. Ruohonjuuritason näkökulma, paikallistason näkökulma, kaupunkitason näkökulma, yksilön toiminnan näkökulma hyviä (3) 8. Muita: Vaikutusmahd. hyvät ainakin Tampereella; vaikutuksen nähdään vasta, kun ideat pannaan toimeen; ideoita voisi jatkotyöstää; sitoutuminen toimiin tärkeää | <p>2.b Kampanjan mahdolliset heikkoudet (missä kampanja saattaa vastaajan tai taustaorg:n näkökulmasta epäonnistua) (26)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tavoitetaan jo muutenkin aktiivit ja asiasta tietävät, ei laajoja joukkoja tai tavallisia kansalaisia tai muuten kohdeyleisöä tai kampanja ei näy niille, joita tavoitellaan (esim. opiskelijat, nuoret, poliittiset järjestöt), myös aktiivien ajasta kilpaileminen. Ei tavoiteta oikeita yhteistyökumppaneita tai asiaan vaikuttavia (kuten liikenne/rakentaminen), ei saada muodostettua tarpeeksi vuorovaikutusta/verkostoja heidän kanssaan (12-13) 2. Ei saavuta konkreettisen toiminnan tasoa tai toimijoiden konkreettista arkea, ideat eivät siirry käytäntöön. (7-9) 3. Kampanjan lyhytkestoisuus, väliaikaisuus tai jatkuvuuden puute tapahtumissa (2) 4. Tiedotuksen ongelmat (4) <ul style="list-style-type: none"> • tiedotus voi olla vaikeaa (erit. ihmisten tavoittamismielessä), • englanninkielistä infoa tarvitaan enemmän • Näkyvyys oikeissa paikoissa? 5. IM:n erillinen käsittely muusta ympäristöystävällisestä toiminnasta ja keke:stä haitaksi (2) 6. Hinta tai muut reunaehdot vaikuttavat (organisaatio?) toimintaan enemmän kuin im (2) 7. Syyttely tai muu negatiivinen lähestymistapa (2) 8. (Työpajaan käytetty) aika rajallinen (2) |
| <p>2.c Mitä vastaaja/org. voi saada kampanjasta, omat tavoitteet (26)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tietoa, tutkimustuloksia (15) 2. Yhteistyötä, suhteita, kumppaneita, synergiaa, ihmisten tapaaminen ja saattaminen yhteen (10) 3. Ideoita omaan toimintaan, uusia toimintamuotoja (10-12) 4. Tukea ja tietoa omaan tiedottamiseen ja toimintaan (2) 5. Muuta: hyvä kuulla, miten Tampere toimii im:ää vastaan; vaikea vastata kysymykseen, koska ei tunne kampanjaa | <p>2.d Mahdolliset ongelmat kampanjan toteutumisessa vastaajan/org:n näkökulmasta (23)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ei tavoiteta oikeita kontakteja/yleisöä tai aktiivisia toimijoita, kampanjan lyhytkestoisuus ja mahdollinen epäjatkuvuus (6-7) 2. Resurssien puute (huom. organisaatiolla vai kampanjan toteuttajalla?), toiminta ei sovi organisaation toimintaan tai organisaatio ei itse voi vaikuttaa moniin asioihin esim. alihankinnan vuoksi; raha. Kampanjan budjetin pienuus suhteessa tavoitteisiin ja kaupungin mahdolliset säästötoimet ja niiden vaikutus (5) 3. Konkreettisen tason puuttuminen, pettymys ideoihin, valmiin materiaalin puute (tee näin esim. ruokalistojen suunnittelussa) (3) 4. Käsitellään im:ää liikaa erillään kontekstista → muistettava laaja kuva, myös ideologian taso (2) 5. Vaikea saavuutta mielenkiintoa ja näkyvyyttä tai ylittää uutiskynnystä muun ympäristötiedotuksen ja informaation keskellä (2) 6. Ihmiset ovat apaattisia, eivät sitoudu, kampanja ei saa suosiota tai se vähenee, ihmiset ovat kiireisiä (4) 7. Työpajassa puhutaan asioista vain lyhyesti, työpajan materiaali liian tavanomaista (2) |

Edellä olevaan nelikenttään vastaukset on koottu löyhiin luokkiin. Kun verrataan nelikentän vastauksia sen kanssa, miten tuttu ILMANKOS-kampanja vastaajalle oli vaikuttaa siltä, että ne, jotka eivät olleet tunteneet kampanjaa aiemmin vastasivat nelikenttään harvemmin kuin muut, tai jos vastasivat, heidän vastauksensa olivat konkreettisemmalla tasolla kuin muiden ja saattoivat toistaa työpajassa käytyä keskustelua.

Yleisimmin vastattiin ensimmäiseen ruutuun (2a) kampanjan vahvuuksista, harvimminkin viimeiseen ruutuun (2d) kampanjan mahdollisista toteutusongelmista. (Nelikentässä sulkeissa vastausten määrät.) Kysymyksenasettelu epäonnistui siinä mielessä, että vastaajien oli vaikeaa erotella kampanjan mahdollisia heikkouksia (2b) ongelmista, jotka saattaisivat vaikeuttaa vastaajan tavoitteiden saavuttamista (2d). Muutamamat vastaajat viittasivat viimeisessä ruudussa toiseen ruutuun vastauksiin tai jättivät kokonaan vastaamatta viimeiseen ruutuun.

Nelikentän vastaukset eroavat jonkin verran työpajoittain. Erityisesti vastaukset eroavat englanninkielisen ja muiden kahden työpajan välillä. Englanninkielisen työpajan vastauksissa oli eniten sisäistä hajontaa (erityisesti ensimmäisessä ruudussa 2a) ja vastaukset olivat erilaisia muiden työpajojen vastausten kanssa. Nelikentän vastaukset poikkeavat englanninkielisestä työpajassa muista työpajoista siten, että niitä on vaikea luokitella, koska vastaukset ovat yleensä ottaen keskenään hyvin erityyppisiä. Muissa työpajoissa vastaukset ovat keskenään homogeenisempia. Eroa mahdollisesti selittävä seikka on se, että englanninkielisessä työpajassa lähes kaikki vastanneet olivat työpajassa yksityishenkilöitä ilman erityistä organisaatiokytkentää, kun taas muissa työpajoissa oli vain vähän yksityishenkilöroolissa olevia osallistujia.

4. ILMANKOS-kampanjan medianäkyvyys ja viestintä

Tämä luku on lyhyt katsaus kampanjan näkyvyyteen ja sen käyttämiin viestintävälineisiin. Katsauksen tiedot perustuvat kampanjan omaan kattavaan seurantaan. ILMANKOS-kampanjassa käytettiin sen omia viestintäkanavia sekä mediaa aktiivisesti, ja kampanjan pyrki kiinnittämään tamperelaisen huomion kaduilla ja liikenteessä. Viestinnässä kampanja mainosti omia ja muiden järjestämiä ilmastonmuutostapahtumia, mutta lisäksi kampanjan sanoma (ilmastonmuutoksen hillitseminen arjessa) haluttiin näkyville sellaisellekin yleisölle, joka ei osallistu kampanjan tapahtumiin. Tähän tarkoitukseen käytettiin esimerkiksi ilmastovinkkejä lehdissä ja kadunvarsimainoksissa. Erityisesti kadunvarsi- ja bussinperämainosten tehtäväksi voi lukea huomion kiinnittämisen ilmastoasiaan enemmänkin kuin ILMANKOS-kampanjan tapahtumien mainostamisen. Kampanjan tapahtumista tiedotettiin pääasiassa lehdissä, kampanjan sähköpostilistan kautta sekä kampanjan verkkosivuilla.

Media

ILMANKOS-kampanjalla oli medianäkyvyyttä erityisesti lehdissä. Myös radiojuttuja oli jonkin verran, mutta televisionäkyvyyttä ei juuri ollut. Kampanja panostikin alue- ja paikallislehtiin. Kampanjan itse tekemän mediaseurannan mukaan kampanjasta kirjoitettiin yli 120 mainosta, artikkelia tai muuta mainintaa seudullisissa ja paikallisissa sekä muutamissa valtakunnallisissa sanoma- ja aikakauslehdissä, yhdistysten lehdissä sekä asiakas- ja tiedotuslehdissä. Osa maininnoista oli vain lyhyitä viittauksia kampanjan tapahtumiin tapahtumakalentereissa, osa taas juuri kampanjaa koskevia artikkeleita tai juttuja. Jotkut olivat kampanjan työntekijöiden kirjoittamia, joissain heitä haastatellaan. Toiset olivat mainoksia tai vinkkejä. Suurin osa maininnoista oli lyhyitä, esimerkiksi kampanjan tapahtumien mainoksia. Lehtien lisäksi kampanjasta oli tiedotuksia ja haastatteluja paikallisradioissa ja yksi Yliopisto-TV:ssä sekä yksi Ylen alueellisessa tv-uutislähetyksessä.

| Maininnat mediassa | | | | | | | | | | |
|--|---|--|-------------------|-------------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|-------------------|-------------------------|---|
| Median tyyppi/ luokka | Median nimi | Mainintojen määrä ja tyyppi | | | Median tyyppi/ luokka | Median nimi | Mainintojen määrä ja tyyppi | | | |
| | | Yht. | Maininta/ mainos* | Lehti- kirjoitus/ artikkeli** | | | Yht. | Maininta/ mainos* | Radiojuttu/ haastattelu | |
| Sanoma- ja paikallis- lehdet | Aamulehti (varsinainen lehti) | 47 | 42 | 5 | Alue- ja paikallis- radiot | Radio 957 | 2 | ? | 2 | |
| | Asiat-liite | 15 | 5 | 10 | | Radio Moreeni | 2 | ? | 2 | |
| | Ihmiset-liite | 1 | 1 | | | Tampereen Radio (YLE) | 4 | ? | 4 | |
| | Moro-liite | 9 | 2 | 7 | | Televisio | Hameen alueuutiset (YLE) | 1 | | 1 |
| | Valo-liite | 3 | 2 | 1 | | | Yliopisto-TV | 1 | | 1 |
| | Ilkka | 1 | | 1 | | | | | | |
| | Kangasalan sanomat | 2 | 2 | | | | | | | |
| | Lempäälän-Vesilahden sanomat | 2 | 2 | | | | | | | |
| | Nokian uutiset | 2 | 1 | 1 | | | | | | |
| | Oriveden sanomat | 1 | 1 | | | | | | | |
| | Pirkkalainen | 2 | 2 | | | | | | | |
| | Pispalalainen | 1 | | 1 | | | | | | |
| | Tamperealainen | 14 | 9 | 5 | | | | | | |
| | Ylöjärven uutiset | 2 | 2 | | | | | | | |
| | Tiedotus- lehdet, jäsen- ja asiakaslehdet | Luonnonsuojelija, Ilmasto lautasella -liite (Suomen luonnonsuojeluliitto ry) | 1 | 1 | | | | | | |
| Omakotiviesti (Tampereen omakotiyhdistykset) | | 1 | | 1 | | | | | | |
| Peltolampi-seuran tiedotuslehti | | 1 | 1 | | | | | | | |
| Tampereen seudun luonto (Tampereen ympäristön- suojeluyhdistys ry) | | 1 | | 1 | | | | | | |
| Tampereen sähkölaitoksen asiakaslehti Naps | | 1 | | 1 | | | | | | |
| Tampere-lehti | | 1 | | 1 | | | | | | |
| Tampere-tiedotuslehti | | 1 | | 1 | | | | | | |
| Vilkku, Tampereen kaupungin henkilöstölehti | | 2 | | 2 | | | | | | |
| Ideologiset/ poliittiset lehdet | | Uutispäivä Demari | 2 | 1 | 1 | | | | | |
| | | Vihreä Lanka | 8 | 6 | 2 | | | | | |
| | Voima-lehti, Ilmasto lautasella -liite | 1 | 1 | | | | | | | |
| Ammatti- lehdet | Kiinteistöposti | 1 | | 1 | | | | | | |
| | Kuntatekniikka | 1 | | 1 | | | | | | |
| Tieteelliset aikakauslehdet | Ympäristö ja Terveys | 1 | | 1 | | | | | | |

| Mainokset kaduilla ja busseissa | | | |
|---|--|---------------|---------------------------|
| Paikka | Mainoksen tyyppi | Määrä ja aika | |
| | | Kpl. | Aikaväli |
| Tampereen keskusta | Banderolli | 3 | 15.–21.9.2008 |
| Tampereen joukkoliikenteen bussit | Bussin kokoperän ILMANKOS-mainos (tai ILMANKOS näkyvillä) | 10 | 29.12.2008–31.8.2009 |
| Tampereen virastotalon näyttelyikkuna | ILMANKOS-kampanjan julistenäyttely | | 9.–23.2.2009 |
| Tampere | Abribus-taulut bussipysäkeillä, 3 erilaista ILMANKOS-mainosta | 50 | 16.–29.3.2009 |
| Tampereen joukkoliikenteen aikataulukirja | ILMANKOSin logo näkyvillä joukkoliikenteen ilmastomainoksen yhteydessä | | Syyskuu 2009–kesäkuu 2010 |

* Esimerkiksi: mainos, maininta tapahtumakalenterissa, ilmoitus, puffi, kuulutus, sisältää myös ilmastovinkit, jotka julkaistiin Aamulehdessä tai sen liitteissä
** Esimerkiksi: artikkeli tai sen osa, asiantuntija-artikkeli, haastattelu, kolumni, mielipidekirjoitus, muu pidempi lehtikirjoitus

Taulukko 3 ILMANKOS-kampanjan mediamaininnat ja mainokset (ILMANKOS-kampanjan oman mediaseurannan mukaan)

Taulukossa 3 on listattu ne viittaukset ILMANKOS-kampanjaan, jotka kampanja on omassa mediaseurannassaan huomannut. Radiomainintoja kampanjan tapahtumista tai pieniä mainoksia sanomalehdissä oli todennäköisesti enemmänkin kuin mitä taulukossa 3 luetellaan. Taulukko 3 on tehty tutkimus- ja kehittämissosion tarpeisiin - tarkempi katsaus kampanjan medianäkyvyyteen ja siihen, mitä uutisoinnit ja maininnat käsittelevät, on nähtävillä kampanjan omassa loppuraportissa (tiivistelmä raportista saatavissa ILMANKOS-kampanjan verkkosivuilta⁶).

⁶ www.ilmankos.fi/media/loppuraportti_nettiin.pdf [Viitattu 16.9.2009.]

Taulukossa 3 mediamaininnat on jaettu kahteen tyyppiin: painetun median kohdalla mainoksiin tai lyhyisiin mainintoihin sekä varsinaisiin artikkeleihin tai lehtikirjoituksiin, radion ja television kohdalla mainoksiin tai lyhyisiin mainintoihin sekä varsinaisiin radiojuttuihin tai haastatteluihin. Osa mainoksista oli kampanjan itse kustantamia, kuten ilmastorahaston hakua koskevat kuulutukset Aamulehdessä, Tamperelaisessa ja Uutispäivä Demarissa. Ilmastovinkkimainoksia oli Aamulehdessä ja sen liitteissä yhteensä 33. Useat mainos-luokassa olevista lyhyistä maininnoista ovat sellaisia, jossa lehti tai radiokanava mainitsee ILMANKOS-kampanjan tulevia tapahtumia tapahtumakalenterissaan tai sitä vastaavalla palstalla.

Lehtikirjoituksiin ja artikkeleihin on taulukossa 3 puolestaan luettu sellaiset tekstit, joissa ILMANKOS-kampanjaa tai joitain sen tapahtumaa käsitellään tarkemmin. Joissain artikkeleissa ILMANKOS-kampanjan henkilöstöä haastatellaan. Toiset artikkelit ovat heidän itsensä kirjoittamia ja saattavat käsitellä jotain kampanjan tapahtumaa tai teemaa. Jotkut ovat asiantuntija-artikkeleita ilmastonmuutokseen liittyen. Luokkaan on luettu myös mielipidekirjoitukset. Radion kohdalla pidemmät maininnat ovat esimerkiksi kampanjan työntekijöiden haastatteluita.

Mediat on taulukossa 3 jaettu painettuun mediaan, radioon sekä televisioon. Mediaseurannassa mukana olevat radiot ovat kaikki alue- tai paikallisradioita (Hämeen uutiset on luettu mukaan tähän luokkaan koska uutiset käsittelevät alue- ja paikalliskysymyksiä). Painettu media eli lehdet on lisäksi jaettu eri lehtityyppeihin: sanoma- ja paikallislehtiin, tiedotus- ja jäsenlehtiin, ideologisiin tai poliittisiin lehtiin, ammattilehtiin sekä tieteellisiin aikakauslehtiin.

Taulukosta 3 käy ilmi, että Aamulehti liitteineen oli kampanjan tärkein viestintämedia. Myös Tampereen paikallislehti Tamperelaisessa käsiteltiin kampanjaa usein. Kiinnostavaa on myös Vihreä Lanka -lehden kahdeksan mainintaa. Niistä suurin osa oli tapahtumamainoksia. Kampanja sai alueellista näkyvyyttä myös Tampereen seudun kuntien omissa paikallislehdissä sekä paikallisradioissa. Kampanjasta kirjoitettiin lisäksi erityisesti yhden kohderyhmän, asumiseen liittyvien toimijoiden, julkaisuissa.

Sähköinen viestintä

Medianäkyvyyden lisäksi kampanja käytti omia verkkosivujaan ja sähköpostilistaansa viestintään ja tiedonvälitykseen. ILMANKOS-kampanjan verkkosivut (www.ilmankos.fi) julkaistiin syyskuussa 2008 samana päivänä kuin kampanja käynnistettiin. Sivustolle on päivitetty tietoa mm. ilmastorahastohankkeiden edistymisestä ja ajankohtaisista tamperelaisista tapahtumista kampanjan loppumisenkin jälkeen. Verkkosivujen kävijämäärälaskurin mukaan sivustolla tehtiin kampanjan aikana noin 25 000 vierailua.

Verkkosivuilla esitellään ILMANKOS-kampanjaa ja sen tapahtumia ja toimintamuotoja. Lisäksi sivuilla on tietoa ilmastonmuutoksesta, sen syistä, hillinnästä sekä ilmastonmuutoksen vaikutuksesta kuntien toimintaan. Sivustolle on myös koottu vinkkejä ilmastonmuutoksen hillitsemisestä jokapäiväisessä elämässä sekä linkkejä ulkopuolisille sivustoille. Kaikki teematyöpajojen esitysmateriaalit, työpajojen muistiot sekä yleisöluentosarjan materiaalit ovat saatavilla myös tapahtumien jälkeen. Työpajojen muistiot lähetettiin lisäksi sähköpostilla työpajoihin osallistuneille.

Verkkosivuilla on lisäksi puheenvuoroja ilmastonmuutokseen hillitsemisestä Tampereen seudulla. Puheenvuorojen kirjoittajat ovat Tampereen seudun kuntien kunnanjohtajia ja pormestareita sekä sähkölaitoksen, joukkoliikenteen, kauppakamarin ja Sentren[□] edustajia. Puheenvuorot tuovat yksittäisen ihmisen arkea laajemman näkökulman ilmastonmuutokseen, niissä esimerkiksi käsitellään EU:n ilmasto- ja energiataivoitteita, uusiutuvia energiantuottotapoja, joukkoliikenteen ja yhdyskuntarakenteen kehittämistä, EU:n pormestarien ilmastositimusta ja Pirkanmaan energiaohjelmaa. Puheenvuoroja on voinut kommentoida, mutta vain muutama lukija on tarrtunut tilaisuuteen. Verkkosivuilla on myös voinut tehdä oman ilmastolupauksen, ja kaikki kampanjan aikana tehdyt ilmastolupaukset ovat nähtävissä verkossa.

ILMANKOS-kampanjan sähköpostilista perustettiin ideatyöpajaan osallistuneiden sähköpostiosoitteista, ja sitä laajennettiin kampanjan kuluessa. Sähköpostilistan kautta kampanja lähetti tapahtumakutsuja, tietoa tulevista ja menneistä tapahtumista ja kilpailuista sekä markkinoi jonkin verran muiden toimijoiden tapahtumia. Kampanjan aikana sähköpostilistan käyttö oli aktiivista.

Kampanjan omien verkkosivujen ja sähköpostilistan lisäksi kampanjan tapahtumia mainostettiin sähköisesti ainakin Tampereen kaupungin verkko- ja intranetsivuilla, Mansetorilla, muiden seudun kuntien verkkosivuilla sekä Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymän verkkosivuilla sekä muilla sähköpostilistoilla.

Näkyvyys kaduilla

ILMANKOS-kampanjalla oli kadunvarsi-, bussinperä- sekä ikkunamainoksia (ks. taulukko 3). Tampereen liikennelaitoksen busseissa oli yli puolen vuoden ajan kokoperämainoksia, joissa näkyi kampanjan logo sekä "kirkastetaan Tampereen seudun taivas" -iskulause, tai mainoksia, joissa oli lauseet: "Bussi täynnä ilmastotekoja" ja "Tule mukaan www.ilmankos.fi". Tampereen keskustan kaduilla ILMANKOS-kampanjan näkyi avajaisviikollaan banderollein ja maaliskuussa 2009 bussipysäkkien abribusmainostauluissa. Kampanjan etu oli se, että se voi hyödyntää yhteistyökumppaneidensa ja rahoittajiensa mainostilaa osittain ilmaiseksi. Myös Tampereen virastotalon näyttelyikkunaa hyödynnettiin. Mainoksia ja esitteitä toimitettiin myös mm. Tampereen neuvoloihin ja kouluihin, ja niitä oli esillä tapahtumien yhteydessä ja kampanjan esitepöydällä.

5. Yhteenveto: seuranta- ja dokumentointiosion löydöksiä

Tämä raportti on Teknillisen korkeakoulun Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen (YTK) tutkimus- ja kehittämishankkeen *Ilmastomuutos ja kansalaisosallistuminen - ILMANKOS* ensimmäisen tutkimusvaiheen eli seuranta- ja dokumentointiosion raportti. Raportissa kuvataan tutkimus- ja kehittämishankkeen näkökulmasta *ILMANKOS-kampanjaa (ilmastomuutos ja kansalaisosallistuminen)*, joka toteutettiin Tampereella syksystä 2008 kesään 2009. ILMANKOS-kampanjalla oli yhteys Tampereen seudun kuntien ilmastostrategia-hankeeseen. Sekä ILMANKOS-kampanja että YTK:n tutkimus- ja kehittämishanke ovat osa Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitran Energiaohjelmaa (Sitra 2009).

Seuranta- ja dokumentointiosion tavoite oli havainnoida ja dokumentoida ILMANKOS-kampanjaa. Raportti kuvaa kampanjan toteutumista ulkopuolisen havainnoijan näkökulmasta, joten raportti sisältää havainnoijan tulkintoja. Kampanjan oma raportti on myös saatavilla verkosta[□]. Kampanjan oma raportti on kuitenkin suppea, joten tämän raportin yksi tavoite on myös kuvata kampanjaa yksityiskohtaisemmin.

ILMANKOS-kampanjassa keskityttiin kansalaisten, yhteisöjen ja järjestöjen ilmastomuutoksen hillintään arjen ja jokapäiväisen toiminnan tasolla. Kampanjan tavoitteena oli luoda vuorovaikutusta ja keskustelua eri toimijoiden kesken, kannustaa ilmastomuutoksen hillintää ja hyviä hillintäkäytäntöjä sekä niiden vaihtoa ja kannustaa uusien toimintatapojen ideointia. Kampanjan lähtökohtana oli pelkän ilmastomuutokseen liittyvän yleistiedon sijasta välittää konkreettisen ja paikallisen tason ilmastomuutostietoa arjen näkökulmasta ja kannustaa toimijoita soveltamaan tietoa omassa toiminnassaan. Lisäksi kannustettiin kansalaisten, järjestöjen ja yhteisöjen omaa aktiivisuutta ja niiden omilla ehdoilla käytävää ilmastokeskustelua. Hyviä käytäntöjä ja uusia hankeideoita tuettiin rahallisesti ilmastorahaston kautta. Kampanjassa yhteisöllisyys nähtiin hyväksi keinoksi, jonka avulla käyttäytymismuutoksen aikaansaaminen helpottuu. Lisäksi kampanjan tavoite oli lisätä vuorovaikutusta järjestöjen ja yhteisöjen sekä hallinnon toimijoiden kesken ilmastokysymyksissä sekä tarjota kansalaisyhteiskunnan toimijoille osallistumis- ja vaikuttamiskanava ilmastomuutosta koskevaan päätöksentekoon seudullisen ilmastostrategiahankkeen kautta.

Kampanjassa järjestettiin erilaisia tapahtumia ja käytettiin monenlaisia toimintamuotoja (ks. taulukko 1 kampanjan toteutuksesta sivulla 12). Tutkimus- ja kehittämishankkeen seuranta- ja dokumentointiosio on seurannut ILMANKOS-kampanjan toteutumista. Seurannassa on kiinnitetty erityistä huomiota kampanjan aikana järjestettyihin neljään teematyöpajaan, joita kuvattiin luvussa 3.4.

Seuraavissa alaluvuissa 5.1 ja 5.2 käsitellään seuranta- ja dokumentointiosion havaintoja keskittyen kampanjan toimintamuotoihin yleensä sekä erityisesti teematyöpajoihin.

5.1 Pohdintaa kampanjan toimintamuodoista

Kampanjassa on käytetty monenlaisia toimintamuotoja: luentoja, työpajoja, keskustelu- ja yleisötilaisuuksia, messuille, tapahtumiin ja tiedotustilaisuuksiin osallistumista, tempauksia, artikkeleita ja juttuja mediassa, materiaalin tuottamista ja tiedon välittämistä, julistenäyttelyitä ja kadunvarsi- ja bussimainoksia sekä kilpailuja, mainoksia kaduilla ja tiedotusvälineissä sekä esimerkkiperheistä kertova artikkelisarja. Ilmastomuutosta on myös lähestytty taiteen avulla.

Tutkimus- ja kehittämishankkeessa on valittu toiminnan päämäärä toimintamuotoja erottavaksi tekijäksi. Kampanjan toimintamuodot voi jakaa seuraaviin ryhmiin tarkoituksensa mukaan:

1. Tiedottaminen ja tiedon levittäminen, informointi ilmastonmuutoksesta ja kampanjasta itsestään
 - Luennot, yleisötilaisuudet, teematyöpajat, mainokset ja vinkit mediassa, juliste- kuvanäyttelyt, ständit ja esittelypöydät, tuotetut ja välitetyt materiaalit, verkkosivut, sähköpostilista, kilpailut
2. Ideointi, ideoiden jakaminen, tiedon kerääminen ja jakaminen osallistujien käytännöistä
 - Teematyöpajat, yleisötilaisuudet, ilmastorahasto, vinkit ja jutut mediassa, internet
3. Hyvien toimintatapojen tukeminen ja käytännön toiminta
 - Ilmastorahasto, kilpailut (esimerkiksi polkupyörän arpominen ilmastolupauksen jättäneiden kesken, työmatkapyöräilykilpailu), jutut mediassa (esimerkiksi ilmastoperheet), myös teematyöpajat välillisesti, järjestöjen toiminnan tukeminen ja siitä tiedottaminen, kaupungin omat hankkeet
4. Verkostoitumiseen, vuorovaikutuksen kannustaminen ja perustaminen eri toimijoiden välille, mahdollinen vaikuttaminen hallintoon
 - Teematyöpajat, yleisötilaisuudet, (ilmastostrategian kansalaiskysely).

Ensimmäinen toimintamuotoluokka sisältää tiedon välittämisen ja viestinnän. Tiedon jakaminen keskittyi arkipäivän tasolle, eikä kuntien strategisen suunnittelun tasosta, ilmastostrategiahankkeesta, juuri kerrottu kampanjan tapahtumissa. Tietoa strategiahankkeesta on kuitenkin saatavilla esimerkiksi ILMANKOSin verkkosivujen kautta. Tieto pyrittiin yhdistämään keskusteluun ja tiedon käsittelemiseen ja tietoa pyrittiin välittämään paikallisesta näkökulmasta. Kaikkien kampanjan toimintatapojen voi nähdä perustuvan jossain määrin tiedon välittämiseen ja konkretisoimiseen. Myös tutkimus- ja kehittämisosion tekemästä SWAP-kyselystä ilmenee, että monet teematyöpajoihin osallistuneista pitävät kampanjaa ilmastonmuutostiedon ja -informaation välittäjänä, tuottajana tai levittäjänä. Toisaalta vastauksissa ei mainita, minkälaista tietoa vastaajat olettavat kampanjan välittävän.

Vaikka kampanjaa ei suunniteltu ilmastonmuutoksen esittelykampanjaksi, kampanjan aikana kuitenkin huomattiin, että myös perustietoa ilmastonmuutoksesta tarvitaan. Osallistujien perustiedon jano tuli kampanjan vetäjille hiukan yllätyksenä, koska kampanjan suunnittelussa oletettiin, että yleistä tietoa ilmastonmuutoksesta on jo tarpeeksi saatavilla. Toisaalta tiedon puute on helppo argumentti, johon voi vedota silloinkin, kun passiivisuuden syy on jossain muualla, eikä yksinään tiedon lisääminen useinkaan lisää toimintaa (mm. Kuittinen ym. 2008; Owens 2000; Owens & Drifill 2008; Alexander Ballard Ltd & Rosslyn Research Ltd 2005). Teematyöpajojen asiantuntija-alustuksilla on myös voinut olla tiedonvälityksen lisäksi jäänrikkojan rooli teematyöpajojen kaltaisessa tilanteessa, jossa joukko toisilleen ennestään tuntemattomia ihmisiä työskentelee ryhmässä.

Toinen luokka johon kampanjan toimintamuodot on tässä jaettu sisältää ideoinnin, tiedon keräämisen sekä osallistujien toimintaa tai hyviä käytäntöjä koskevien ideoiden ja tiedon jakamisen. Oikeastaan toiminnan toista ja *kolmatta tarkoitukseluokkaa* (hyvien toimintatapojen tukeminen ja käytännön toiminta) ei voi erottaa toisistaan siinä mielessä, että kampanjassa keskustelulla ja vuorovaikutuksella sekä ideoinnilla oli selvä tavoite innostaa, kannustaa ja aktivoida käytännön toimintaa. Ideointi oli käytäntösuuntautunutta ja ideoinnin tavoite oli myös saada ideat toteutettua sekä tukea hyviä käytäntöjä.

Neljänneksi toimintamuodot on jaettu verkostoitumiseen, vuorovaikutuksen kannustamiseen ja perustamiseen eri toimijoiden välille sekä hallintoon vaikuttamiseen. Verkostointi näkyi ILMANKOS-kampanjassa ensinnäkin siten, että kampanja on itse linkittynyt alueella olevien muiden tapahtumien kanssa. Kampanja myös viesti näistä tapahtumista. ILMANKOS-kampanjan toteuttamisessa oli vuorovaikutteinen toimintaote, mikä näkyy esimerkiksi siinä, että kampanjaan osallistuneet ovat voineet vaikuttaa siihen, minkälaiseksi kampanja muodostui. Vuorovaikutus järjestöjen kanssa toimi hyvin ja järjestöiltä on tullut positiivista palautetta siitä, että kampanjan toimintatapa poikkeaa tavallisesta kunta-kansalaisyhteiskunta -vuorovaikutuksesta. Kampanjan työntekijät kokivat, että kampanjan toimintatapa saattoi olla poikkeava myös kunnanhallinnon sisällä muistuttaen enemmän verkostomaista järjestötoimintaa kuin tavanomaista viranomaistoimintaa.

Toiseksi, kampanjassa pyrittiin lisäämään kansalaisten, järjestöjen ja yhteisöjen keskinäistä vuorovaikutusta sekä niiden ja hallinnon välistä vuorovaikutusta. Esimerkiksi teematyöpajoissa tuotiin eri toimijoita saman pöydän ääreen keskustelemaan ja jakamaan kokemuksia. SWAP-kyselyssä vastaajat arvioivat, että eri toimijoiden yhteen tuominen voi olla kampanjan yksi vahvuus. Tässä raportissa on kuitenkin vaikea arvioida, onko kampanjan vaikutuksesta syntynyt uusia verkostoja järjestöjen välille tai samaan teema-alueeseen liittyvien hallinnon ja järjestötoimijoiden välille.

Kolmanneksi, ILMANKOS-kampanjalla oli vuorovaikutusta kaupungin muiden yksiköiden ja kaupungin yhteistyökumppaneiden kanssa. Kampanjan työntekijöiden mukaan on ollut etu, että kampanja oli kunnan järjestämä, koska heillä kunnan työntekijöinä oli mahdollisuus ottaa yhteyttä muihin kunnan toimijoihin aivan eri tavalla kuin jos kampanja olisi ollut kansalaisjärjestön järjestämä. Kampanjan organisoijilla oli tätä kautta mahdollisuus käyttää kaupungin resursseja ja asiantuntemusta hyödykseen sekä pyrkiä vaikuttamaan myös kunnan omaan toimintaan.

5.2 Pohdintaa teematyöpajojen annista ja kulusta

ILMANKOS-kampanjan teematyöpajojen tarkoitus oli ryhmätyömenetelmiä käyttäen kannustaa osallistujia pohtimaan ilmastonmuutoksen hillitsemistä arjessaan ja ideoidaan hillintätoimia sekä vaihtamaan ajatuksia. Tässä luvussa työpajoja käsitellään ryhmätyötilanteina havainnoijan näkökulmasta. Toiseksi pohditaan työpajojen keskustelussa esiin tulleita yhteisiä teemoja.

Työpajojen keskustelu ja ryhmätyöskentely

Sidosryhmätyöpajat ovat yleisiä esimerkiksi kuntien strategiatyöskentelyssä. Myös kansalaisosallistumisessa niitä käytetään. Työpajoissa on usein tarkoituksena kerätä osallistujien ajatuksia sekä innovoida uusia. Työpajoissa osallistujat myös pääsevät keskustelemaan ja vaihtamaan näkemyksiä. Ideointi ja keskustelu on organisoitu jonkin ryhmätyömenetelmän mukaan. Ryhmätyömenetelmät voivat olla hyvinkin vapaamuotoisia tai toisaalta tarkasti strukturoituja työpajan tarkoituksen ja kohderyhmän mukaan.

Usein ideoiva ryhmätyöskentely koostuu seuraavista työvaiheista: yksinpohdinta, pienryhmätyöskentely sekä yleiskeskustelu. Muutaman minuutin yksinpohdinta työskentelyn aluksi auttaa osallistujia keskittymään ja orientoitumaan aiheeseen. Yksinpohdinnassa on tärkeää hiljaisuus ja työrauha. Suuren osanottajajoukon jakaminen pienempiin ryhmiin voi parantaa keskustelun hallittavuutta, helpottaa ideointia ja keskustelua sekä saada hiljaisetkin mukaan ideointiin. Mitä enemmän jäseniä ryhmässä on, sitä enemmän taitoja puheenjohtajalta vaaditaan. Erityisesti yleiskeskustelu vaatii johtamistaitoja. Ryhmätyöskentelyn aluksi on sovittava työskentelyn pelisäännöistä ja kulusta. Myös ryhmätyön aikana on hyvä selvästi kertoa, koska siirrytään seuraavaan työvaiheeseen ja miten kauan työvaiheet kestävät. Tehtävänanto on hyvä antaa osallistujille kirjallisena, ja keskustelun aikana esiin nousevat näkemykset tai avainsanat on hyvä kirjoittaa nähtäville. Tarkempi ryhmätyömenetelmä valitaan ryhmän tarkoituksen mukaan. Työskentelyssä voi käyttää apuna esimerkiksi visuaalisia apuvälineitä kuten kuvia tai miellekarttoja. (Mm. Leskinen 2008.)

ILMANKOS-kampanjan ensimmäisessä työpajassa valittu ryhmätyömenetelmä oli monivaiheinen galleriakävely. Työmenetelmässä pyrittiin yhdistämään itsenäinen pohdinta, ideoiden tuottaminen ryhmässä, toisten ryhmän jäsenten ja ryhmien ideoiden kommentoiminen ja ideoiden järjestykseen laittaminen ja kritisointi yhteen työpajaan, mikä on haastavaa. Pienryhmät olivat noin neljän hengen ryhmiä, ja ryhmien kokoonpanoa vaihdettiin työskentelyn aikana. Työskentelyssä oli myös monta vaihetta.

Ensimmäisessä työpajassa valittu ryhmätyömenetelmä havaittiin kuitenkin liian rasaskaaksi ja haastavaksi, joten muissa työpajoissa ryhmätyöskentelyä yksinkertaistettiin. Pienryhmät olivat suurempia, kaikki ryhmät keskustelivat samoista kysymyksistä ja ryhmätyöskentelyyn käytettiin vähemmän aikaa. Ennen ryhmätyöskentelyn alkua oli kutsuttu yksi tai useampi asiantuntija pitämään lyhyehkön alustuksen työpajan teemaan ja ilmastonmuutokseen liittyen. Alustukset orientoivat osallistujat aiheeseen, välittivät uutta tietoa ja eri näkökulmia, sekä antoivat aikaa osallistujille valmistautua keskustelemaan itse. Useat alustajat osallistuivat myös ryhmätyöskentelyyn.

Yksinkertaistettu ryhmätyö muistutti enemmän ryhmäkeskustelua kuin tavoitteellista ideariihä kuten ensimmäinen menetelmä, mutta etuina olivat selkeys ja yksinkertaisuus. Ensimmäisen työmenetelmän etu oli ideoiden tuottamisen lisäksi niiden työstäminen, mutta toisaalta menetelmä olisi ehkä vaatinut osallistujilta ryhmätyömenetelmien tuntemusta. Kaikki osallistujat eivät välttämättä ole käyttäneet monivaiheisia työmenetelmiä aiemmin (toisaalta osallistujissa oli eroja: toiset vaikuttivat kokeneilta ryhmätyöskentelijöiltä). Työmenetelmä olisi ainakin pitänyt esitellä osallistujille etukäteen, mutta toisaalta se olisi vienyt aikaa. Lisäksi osallistujille ei ehkä etukäteen ollut aivan selvää, mitä työpajalla tavoitellaan ja he tulivat työpajaan valmistautumattomina monimutkaiseen työmenetelmään. ILMANKOS-kampanjan työpajoissa työpajan kulku esiteltiin lyhyesti työpajan aluksi, mutta ensimmäisessä työpajassa, jossa ryhmätyömenetelmä oli monimutkainen, menetelmän ideaa ja kulkua ei ehkä esitelty riittävästi, jotta osallistujat olisivat osanneet hyödyntää sitä oikein. Yksinkertaistetun menetelmän esittely ei vaatinut juuri aikaa.

Teematyöpajoissa keskustelu kulki osallistujien ehdoilla. Vaikka työpajoissa oli kysymyksiä, joista ryhmät keskustelivat ja kolmessa viimeisessä työpajassa ryhmillä oli sihteeri (kampanjan työntekijä), ei sihteeri yleensä kuitenkaan toiminut voimakkaana puheenjohtajana. Jos ryhmissä olisi ollut voimakkaammat puheenjohtajat, keskustelua olisi voitu ohjata silloin, kun se liukui liian kauas pohdittavista kysymyksistä tai jäi paikalleen ja ideointi olisi ehkä ollut jäsentyneempää. Toisaalta tilaisuus oli kaikille avoin ja vapaaehtoinen, ja tarkoitus oli keskustella siitä, mitä osallistujat ja heidän taustaorganisaationsa voisivat tehdä. Ideoinnin kohde ovat siis olleet osallistujat itse. Tässä tilanteessa liian voimakas puheenjohtaja ja tavoitesuuntautunut ideointi olisivat saattaneet tuntua osallistujista pakottavalta, varsinkin kun työpajan järjestäjä on kaupunki ja yhtenä kohderyhmänä järjestöt ja yhteisöt. Toiseksi, työpajojen aihe, ilmastonmuutos, vaatii ehkä varovaista aiheeseen johdattelevaa keskustelua, jossa ryhmä määrittelee keskustelun reunaehdot ja yhteisen pohjan siitä, minkälaisena ilmiönä ryhmä käsittelee ilmastonmuutosta, varsinkin jos ryhmässä on paljon eri katsantokantojen edustajia. Vapaamuotoinen keskustelu lienee sopinut kampanjan tavoitteisiin parhaiten.

Työpajoissa esiin tulleita teemoja

ILMANKOS-kampanjan kaikissa teematyöpajoissa keskusteltiin useista samantyyppisistä ilmastonmuutoksen hillintään liittyvistä teemakokonaisuuksista, vaikka keskustelun konkreettinen kohde (ts. asuminen, ruoka, perhe) vaihteli. Alla on listattu ilmastonmuutoksen hillinnän edistämiseen liittyviä teemoja, tulivat esiin useissa työpajoissa:

– Viestintä ja tiedonvälitys ilmastonmuutoksen hillintätavoista

- Viestintää tarvitaan lisää tai ainakin pitää kohdentaa paremmin
- Mielenkiintoisuus ja konkreettisuus tärkeää, tiedon välittäminen kenen tahansa helposti löydettävissä olevassa ja omaksuttavassa muodossa kuten vinkeinä
- Tiedon luotettavuus ja neutraalius: tavalliset ihmiset saattavat luottaa enemmän neutraalina pitämänsä tutkimuslaitoksen tiedottamiseen kuin ympäristöjärjestön, vaikka tieto olisi sisällöltään samaa. Myös hillinnän tieteellisten argumenttien esittäminen eettisten tilalla tai rinnalla voi vedota niihin, jotka eivät halua tulla leimatuiksi ympäristöidealisteiksi.
- Tiedotuksen vastuukysymykset: kenen vastuulla tiedottaminen on?

– Yhteisöllisyyden merkitys ilmastonmuutoksen hillinnässä

- Tarvitaan jopa perusteellista elämäntapamuutosta, jossa yhteisöllisyys korostuu
- Yhteisöllisyys nähdään yleensä positiivisena asiana ja liitetään ihmisten hyvinvointiin muissakin kuin ilmastonmuutoksen hillintään liittyvissä yhteyksissä
- Toisaalta pelätään, että yhteisöllisyys on katoamassa eivätkä ihmiset halua rajoittaa omaa yksilönvapauttaan yhteisen edun takia

- Epäily ihmisten viitseliäisyyden puutteesta sekä aktiivisuudesta
 - Asennemuutosta tarvitaan mutta juuri niiden asennetta vaikein muuttaa joita ilmastonmuutoksen hillintä ei lähtökohtaisesti kiinnosta
 - Resurssipula, jaksamisen ja ajan puute, aktiivien puute, liikaa vastuuta aktiiveille?
- Esimerkit, mallit, hyvä palaute toimivat kannustimina, positiivisuus ilmastoviestinnässä tärkeää
- Hillinnästä tehtävä normi ja ”kyseenalaistamaton” asia
 - Esimerkit ja hyvä palaute auttavat
 - Normiksi tekeminen kuuluu ainakin osittain julkiselle hallinnolle (valtio, kunnat), joiden asetettavat tiukkoja standardeja ja vaadittava ja valvottava sekä tiedotettava
 - Julkisen hallinnon oltava myös esimerkkinä itse eikä vain vaadittava käyttäytymismuutosta kansalaisilta.

Työpajojen keskustelujen viesti oli siis, että kynnystä hillintään ryhtymiseen voi madalta tuomalla ihmisille ja toimijoille tietoa helposti ymmärrettävässä muodossa ja positiivisessa hengessä, ei syylistäen, ja käyttämällä paljon esimerkkejä. Tiedon on hyvä olla mahdollisimman konkreettisella ja helposti omaksuttavalla tasolla, esimerkiksi arkivinkkeinä. Hyvää tietoa tai toivottavaa käytöstä voi osoittaa standardeilla ja merkeillä, jotka liitetään palveluihin tai tuotteisiin. Tiedonvälityksessä on hyvä käyttää sellaisia foorumeita, jotka ovat yleisessä käytössä (kuten Pirkanmaalla Aamulehti) tai paikoissa, joissa ihmiset liikkuvat. Tärkeää on, että ihmisten ei tarvitse nähdä juuri vaivaa asian selvittämiseen, vaan ilmastoystävällinen käyttäytyminen on helppoa. Esimerkit ja vinkkilistat osoittavat, että ilmastoystävällinen toiminta on kaikille mahdollista heidän normaalielämässään. Esimerkit myös osoittavat, että muutkin toimivat ilmastoystävällisesti, jolloin kynnyksen toimintaan voi madaltua. Julkisen hallinnon omien esimerkkien tuominen esiin on tärkeää, koska ihmiset haluavat tietää että esimerkiksi kunta tekee oman osansa ja ottaa asian vakavasti. Julkisen hallinnon vastuulla on myös kansalaisten tiedottaminen.

Jotkut teemoista ovat samoja, joita Demos Helsingin Kuittinen ym. (2008) ovat nostaneet esiin omassa selvityksessään ilmastokampanjoinnista. He ovat koonneet tuloksia suomalaisten ilmastoasenteita mitanneista tutkimuksista sekä erilaisista viestintäkampanjoista, joissa informaatiolla pyritään muuttamaan kansalaisten asenteita ja käyttäytymistä. Selvityksen mukaan tiedon ja toiminnan suhde ei ole suoraviivainen. Ihmiset muuttavat toimintaansa erityisesti silloin, kun ilmastonmuutos (tai jokin muu uhka) konkretisoituu heidän omassa elämässään. On myös tärkeää, että muodostuu asenteiden ja toiminnan ”kulttuuri”, johon on sisäänrakennettuna ajatus ilmastonmuutoksen hillitsemisen tärkeydestä ja hyväksyttävyydestä – muutetaan siis käsitystä normaalista toiminnasta. (Kuittinen ym. 2008.)

Selvityksen mukaan korkea ilmastohuoli voidaan kääntää toiminnaksi luomalla selkeitä toimintaohjeita siitä, miten ilmastomuutosta voi hillitä arkiaskareissa eli ihmisille tarjotaan keinoja olla mukana ratkaisemassa globaalia ongelmaa tavalla, jonka he voivat helposti tehdä ja joka on relevantti ja houkutteleva heidän arjessaan. Toiseksi kannustetaan yhteisöjä luomaan itselleen sopivia ilmastomuutosmyönteisiä elämäntapoja ylhäältä sanelun sijaan. Selvityksen mukaan ihmisiä motivoi sellainen toiminta, josta on hyötyä heille itselleen. Ilmastoviestinnässä tärkeää olisi osoittaa ilmastoystävällisen toiminnan hyöty yksilölle sekä yksion edun yhteys yhteiseen etuun. (Kuittinen ym. 2008, 27–41.) Viestinnän on myös oltava johdonmukaista ja jatkuvaa, ja ihmisten luottamus viestijään (kuten kaupunki) ja sen oma esimerkki vaikuttavat siihen, miten tietoon suhtaudutaan. Viestin on oltava yhtenäinen eri elämän osa-alueilla. (Owens 2000).

Kuittisen ym. (2008) selvityksen muutoskeinot muistuttavat ideoita, joita ILMANKOS-kampanjan ideatyöpajassa ja teematyöpajoissa on esitetty ja joita kampanjassa on toteutettu: yhteisöllisyyden aktivoimista, positiivista yhteishenkeä, ilmastoystävällisyyden kytkemistä hyvinvointiin, kannustavien esimerkkien tuomista esiin ja palkitsemista (esimerkiksi ilmastorahaston hankkeet), edelläkävijöiden esittelemistä (kuten ilmastoperheet, jotkin luennoitsijat) sekä sen kertomista, mitä on jo tehty ja mitä aiotaan tehdä (esimerkiksi kampanjan verkkosivujen eri alojen puheenvuorot; muiden saman alan toimijoiden kanssa keskusteleminen teematyöpajoissa). ILMANKOS-kampanja pyrki tuomaan eri toimijoita ja aktiiveja yhteen, ja yhdessä tekeminen oli kampanjan tärkeä viesti. Myös työpajoihin osallistuneet odottivat yhteistyötä muiden kanssa: työpajoihin osallistuneille teetetty SWAP-kysely paljastaa, että monet osallistujista ajattelivat työpajan voivan lisätä toimijoiden välistä vuorovaikutusta ja ideoiden vaihtoa. Ilmastorahastohankkeissa yhdessä tekeminen oli yksi rahoituksen saamisen kriteeri, ja teematyöpajoissa osallistujia pyydettiin ideoimaan tapoja, joilla ilmastomuutosta voidaan hillitä yhdessä tekemällä.

ILMANKOS-kampanjassa pyrittiin yhdessä tekemisen avulla poistamaan kun naapurikaan ei tee -argumentilta pohjaa. Kuittisen ym. selvityksessä pelko muiden vapaa- matkustajuudesta sekä odottaminen sivustaseuraajana muiden ratkaisuja nostetaan esiin yhtenä syynä siihen, miksi ilmastohuoli ei aina johda toimintaan. Lääkkeenä tähän ongelmaan on yhteishenki ja me pystymme -asenne. Myös jonkin ryhmän asenne- ja toimintaajohtajuus sekä positiivinen esimerkki ovat tärkeitä. Me-asenteella luodaan uusia normeja ja toimintakulttuuria. (Kuittinen ym. 2008, 41–46.)

Toisaalta toimijoista itsestään lähtevä into ei aina riitä, vaan myös yksilöä laajemmat tekijät vaikuttavat hillintätoimintaan. Owens (2000) esittää, että mm. sosiaaliset normit, käytännöt ja rutiinit, instituutiot ja teknologia kehystävät ihmisten toimintaa ja valinnanmahdollisuuksia, eikä niitä ole helppo muuttaa. Ilmastomuutosviestintä joutuu punnittavaksi muiden viestien (kuten sosiaalinen normi; toiminnan hinta tai hyväksyttävyyys) kanssa, jotka saattavat olla ristiriidassa sen kanssa. (Owens 2000.) Käyttäytymismuutoksessa tärkeätä onkin yhtä aikaa lisätä tietoa, parantaa institutionaalisia toimintamahdollisuuksia ja saattaa ihminen yhteen muiden samalla tavalla ajattelevien kanssa (Alexander Ballard Ltd & Rosslyn Research Ltd 2005).

On vaikea arvioida, miten paljon ILMANKOS-kampanja on vaikuttanut toiminnan institutionaalisiin reunaehtoihin tai sosiaalisiin normeihin. Kaupungin kampanjana sillä lienee jonkin verran vaikutusmahdollisuuksia kaupungin omaan toimintaan, mutta koska sillä ei ole virallista auktoriteettiasemaa kaupungin yksiköihin, ei vaikutus välttämättä ole suuri. Fyysiset toiminnan esteet voivat olla helposti poistettavissa, kuten biojäteastian hankkiminen. Myös laajempia fyysisen rakenteen, yhdyskuntarakenteen, kysymyksiä pohditaan Tampereen seudun ilmastostrategiassa, mutta tämän mittakaavan fyysisen toimintarakenteen muutokset vievät aikaa. Institutionaalisiin käytäntöihin ja toimintanormeihin on myös hankala vaikuttaa.

ILMANKOS-kampanjan pitkän aikavälin tavoite oli pysyvien toimintatapamuutosten edesauttaminen. Kampanja kuitenkin oli lyhytkestoinen, ja vaikka siinä käytettiin paljon eri viestintäkanavia ja levitettiin tietoa eri muodoissa, lienee pysyvien toimintamuutosten saaminen näin lyhyessä ajassa ja laajalla kohderyhmällä vaikeaa. Kampanjan aikana järjestetyillä kilpailuilla ja ilmastorahaston tukemilla hankkeilla on luultavasti vaikutettu joidenkin ihmisten ja ryhmien toimintaan, ja ehkä poistettu jonkin toiminnan esteikin rahallisella avustuksella. Rahaston kokonaissumma oli kuitenkin pieni. ILMANKOS-kampanjalla onkin ollut mahdollisuuksia lähinnä vain kannustaa kansalaisia huomaamaan itse oman toimintansa mahdollisuudet ja poistamaan toimintansa esteitä sekä kannustaa uutta suhtautumista arjen valintoihin.

Toisaalta ILMANKOS-kampanjan liittyy laajempaan ilmastonmuutoskeskusteluun ja hankkeisiin, kuten Tampereen seudun ilmastostrategia, kansalliset ja ylikansalliset kehityskulut. Kampanja ei siis ole ainoa ilmastonmuutoksesta puhuva ääni. Ilmastonmuutoskeskustelu lienee jo muuttanut asenteita, sosiaalisia normeja ja käytäntöjä. Yhdessä muiden äänien kanssa ILMANKOS-kampanja vahvistaa ilmastonmuutosviestiä.

Lähteitä

Alexander Ballard Ltd & Rosslyn Research Ltd (primary authors) (2005) How can local authorities stimulate and support behavioural change in response to climate change? A report for Hampshire County Council undertaken as part of the ESPACE-project September 2004– May 2005.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2005) Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino: Tampere.

Espace-hanke (ESPACE - European Spatial Planning: Adapting to Climate Events). Verkkosivu: <http://www.espace-project.org/> [Viitattu 16.10.2009.]

ILMANKOS-kampanja. Verkkosivut: www.ilmankos.fi [Viitattu 16.10.2009.]

ILMANKOS-kampanjan loppuraportti. Tiivistelmä 26.8.2009. http://www.ilmankos.fi/media/loppuraportti_nettiin.pdf [Viitattu 16.10.2009.]

ILMANKOS-kampanjan väliraportit, projektisuunnitelma ja muut materiaalit.

Ilmastorahaston hakuilmoitus (2009) ILMANKOS-kampanjan verkkosivut: <http://www.ilmankos.fi/media/ILMASTORAHASTOnhakuilmoitus.pdf> [Viitattu 16.10.2009.]

Kuittinen, Neuvonen, Mokka, Riala & Sivonen; Demos Helsinki (2008) Ilmastoasenteen muutos ja muuttajat. Selvitys Vanhasen II hallituksen tulevaisuusselontekoa varten. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 9/2008.

Kuopion kaupunki (2004) Ilmastonmuutoksesta viestintä osana kunnan ilmastostrategian toteutusta. Loppuraportti 19.5.2004. Saatavissa: <http://www.ilmastonmuutos.info/projektit/fi/cfmldocs/index.cfm?ID=48> [Ladattu 7.5.2009.]

Leskinen, Antti (2008) Hyviä ryhmätyötapoja. Julkaisematon ohje 1.7.2008. Tampereen kaupunki, Kuntademokratiayksikkö.

Owens, Susan (2000) Engaging the public: Information and deliberation in environmental policy. *Commentary. Environment and Planning A* 32(7), 1141–1148.

Owens, Susan & Driffill, Louise (2008) How to change attitudes and behaviours in the context of energy. *Energy Policy* 36(12), 4412–4418.

Reel time film festival. Info: <http://www.reeltime.fi/?q=fi/info> [Viitattu 13.5.2009.]

Sitra (2009) ILMANKOS-ilmastonmuutos ja kansalaisosallistuminen Tampereella. Verkkosivu: <http://www.sitra.fi/fi/Ohjelmat/energia/hankkeet/ilmankos/ilmankos.htm> [Viitattu 19.10.2009.]

Tampereen kaupunkiseudun ilmastostrategia, luonnos 11.8.2009.

Tampereen Siisteykskampanja. Verkkosivu: <http://www.siistikaupunki.fi/> [Viitattu 16.10.2009.]

Oheislukemistoa

Anttiroiko, Ari-Veikko (2003) Kansalaisten osallistuminen, osallisuus ja vaikuttaminen tietoyhteiskunnassa. Julkaisussa: Bäcklund, Pia (toim.) Tietoyhteiskunnan osallistuva kansalainen. Tapaus Nettimaunula. Helsingin kaupungin tietokeskus, tutkimuksia 2003/5. Helsingin kaupungin tietokeskus: Helsinki.

Arstein, Sherry R. (1969) A ladder of citizen participation. *Journal of the American Planning Association* 35 (4), 216–224.

Koskiaho (2002) Onko osallisuus vahvaa demokratiaa? Maankäyttö- ja rakennuslain soveltamisesta. Teoksessa: Bäcklund, Häkli & Schulman (toim.) (2002) Osalliset ja osaajat. Kansalaiset kaupungin suunnittelussa. Gaudeamus: Helsinki.

Korhonen & Tiala (toim.) (2002) Kuntalaiset ja hyvä osallisuus. Lupaavia käytäntöjä kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksien edistämiseksi. Sisäasiainministeriö ja Suomen Kuntaliitto. Sisäasiainministeriö: Helsinki.

Kuikka, Nina (toim.) (2004) Asukaskeskeisiä suunnittelumenetelmiä kylien kehittämiseen. Asu kylässä! -hanke. Nordia tiedonantoja numero 3/2004. Pohjois-Suomen maantieteellisen seuran ja Oulun yliopiston maantieteen laitoksen julkaisuja.

Suomen YK-liitto. Kansalaisvaikuttamista ilmastopolitiikassa selvitetään. Suomen YK-liiton verkkosivut: http://www.ykliitto.fi/ uutiskirjeet/kansalaisvaikuttaminen_ilmastopolitiikassa [Viitattu 29.5.2009.]

Liitteet

LIITE 1 Tampereen seudun ilmastostrategia

Ilmastostrategian juuret: mihin kehityskulkuihin se yhdistyy?

Tampereen seudun ilmastostrategia liittyy kansallisen ilmasto- ja energiastrategian sekä kansallisen ilmastonmuutoksen sopeutumisstrategian velvoitteiden muotoilemiseen seudulle. Suomen kansallinen ilmasto- ja energiastrategia puolestaan noudattaa EU:n ilmasto- ja energiapolitiikkaa, joka pohjautuu Kioton pöytäkirjaan, sekä kansainvälisiä velvoitteita, joihin Suomi on sitoutunut.

Ilmastostrategiatyön aloittamista Tampereen seudulla on perusteltu mm. Paras-hankkeella, Aalborgin sitoumuksilla, Kuntaliiton ilmastonsuojelukampanjalla sekä kauppa- ja teollisuusministeriön energiatehokkuussopimuksilla (Tampereen seutukunnan kuntayhtymä 2008). Tampere on seudun ainoa kunta, joka on liittynyt kaikkiin edellä mainittuihin ilmasto- ja energiasitoumuksiin (kesän 2009 tilanne).

Vuonna 2004 hyväksytty Aalborgin sitoumusasiakirja ja Aalborgin julistus liittyvät Rio de Janeirosta vuonna 1992 alkaneeseen kestäväen kehityksen paikallisen toimintaohjelman kehittämiseen. Tampereen seutukunnasta Tampereen kaupunki oli vuoteen 2008 mennessä allekirjoittanut sitoumukset. Allekirjoittaneet kunnat sitoutuvat edistämään kymmentä sitoumusosa-aluetta, joissa mm. edistetään osallistuvaa demokratiaa päätöksenteossa, ohjataan kaupunkisuunnittelua kestäväen suuntaan esimerkiksi tiivistämällä yhdyskuntarakennetta sekä vähennetään yksityisautoilua. (Kuntaliitto 2008b; Aalborgin julistus.) Osa julistuksen sitoumuksista on samoja, joihin Tampereen seutukunta sitoutuu ilmastostrategiassa ja rakennemallityön hankekokonaisuudessa.

Suomen Kuntaliitto koordinoi Kuntien ilmastonsuojelukampanjaa, joka on osa paikallishallintojen kansainvälisen kestäväen kehityksen järjestön ICLEIn (Local Governments for Sustainability) Cities for Climate Protection -kampanjaa. Ilmastonsuojelukampanjaan kuuluvat Tampereen seutukunnassa Tampere ja Ylöjärvi. Kampanjakunnat kartoittavat kasvihuonekaasupäästönsä ja -lähteensä, tekevät päästöjen keskipitkän aikavälin kehityssuunnitelman, asettavat itselleen päästövähennystavoitteet ja tekevät päästövähennyssuunnitelman. (Kuntaliitto 2008a.)

Tampereen kaupunki on myös allekirjoittanut EU:n pormestarien ilmasopimuksen (Covenant of Mayors), jossa aluehallintoyksikkö (Suomessa kunta) sitoutuu vapaaehtoisesti suurempiin päästövähennyksiin kuin mitä EU edellyttää. Sitoumus on poliittinen ja siihen sitoutuneiden kuntien odotetaan tekeväen kestäväen energian toimintasuunnitelma, jonka kriteerit Tampereen seudun ilmastostrategia täyttäneen. (Tampereen kaupunki 2009.) Pormestarien ilmasopimuksessa on sopimuskaupungin alueen julkisen tai yksityisen toimijan mahdollista saada edelläkävijästatus (benchmarks of excellence), jos ne ovat kehittäneet erityisen onnistuneen kestäväen energian ohjelman tai aloitteen, jonka avulla muutkin kaupungit maailmassa voivat toimeenpanna kestäväen energian suunnitelmansa onnistuneesti. (European Comission 2009.)

Kuntien energiaohjelman tai energiatehokkuussopimuksen ovat Tampereen seutukunnan alueelta tehneet Tampere, Pirkkala, Nokia ja Ylöjärvi. Energiaohjelman ja -sopimuksen toisella kaudella 2008–2016 sopimusten teon vaikuttimena on EU:n energiapalveludirektiivi, joka edellyttää kunnilta esimerkkiroolia energiansäästöissä. Direktiivi pannaan Suomessa toimeen vapaaehtoisilla sopimuksilla. Suurille ja pienille kunnille on olemassa erilainen sopimusmalli: pienille kunnille tai kuntayhtymille energiaohjelma (KEO), jota organisoivat Motiva Oy ja jossa Kuntaliitto on mukana, suurille tai keskikokoisille kunnille tai kuntayhtymille taas kahdenvälinen energiatehokkuussopimus (KETS) työ- ja elinkeinoministeriön kanssa. Energiaohjelman ja energiatehokkuussopimuksen laatineet kunnat sitoutuvat tekemään energiankäytön tehostamissuunnitelman ja sen toimeenpanosuunnitelman. (Motiva 2009.)

Ilmastostrategia osana seudun kehittämishankekokonaisuutta

Tampereen seudun ilmastostrategia liittyy Tampereen ja sen seitsemän naapurikunnan, Kangasalan, Oriveden, Lempäälän, Vesilahden, Nokian, Pirkkalan ja Ylöjärven, yhteiseen maankäytön rakennemallityöhön ja siihen liittyviin muihin seudullisiin hankkeisiin, erityisesti Tampereen seudun liikenneverkko selvitykseen. Tampereen seutukunnan rakennemallityössä kunnat valmistelevat yhdessä kaupunkiseudun maankäytön päälinjauksia. (Mm. Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymä a.) Työtä koordinoi Tampereen seutukunnan kuntayhtymä, joka on kuntien seudullinen yhteistyöelin.

Kuntaliiton mukaan kuntien on mahdollista tehdä yhdessä rakennemalli, joka on strateginen asiakirja eikä siten juridisesti ohjaa tai velvoita kuntia toimiin. Yhteinen strategiaprosessi voi kuitenkin auttaa vaikeiden asioiden käsittelyä myöhemmin juridisesti velvoittavalla tasolla, kuten kaavoituksessa. Lisäksi yhteinen rakennemalli on julkilausuma asioista, joita kunnat pitävät tärkeinä seudun maankäytön kehittämisessä pitkällä aikavälillä. (Kuntaliitto 2007.)

Tampereen kaupunkiseudun maankäytön rakennemalliin liittyvät tiiviisti kuntien yhteistyössä valmistelemat liikennejärjestelmästrategia (TASE 2025), palvelurakennel selvitys, asuntopoliittisen ohjelma, elinkeinopoliittisen strategia ja kaikkia läpileikkaava ilmastostrategia, ja kokonaisuudesta käytetään nimeä rakennemallityön hankekokonaisuus. (Pöyry 2009.) Maankäytön rakennemalli toimii joka tapauksessa muita hankekokonaisuuden osia yhdistävänä hankkeena, koska maankäytön suunnittelussa olennaisia ovat esimerkiksi juuri asuntojen ja yritysten sijoittuminen sekä liikenneinfrastruktuuri ja sen kehittäminen. Rakennemalli-hankekokonaisuus aloitettiin siksi, että seudun kunnat pitivät yhteistyötä ja kokonaiskuvaan alueen kehittämisestä tärkeänä. Lisäksi kuntien omat kaavat ja niiden uudistukset muodostavat epäyhtenäisen tilkkutäkin ja ikääntyminen, seutukunnan väkimäärän suuri kasvu ja yhdyskuntarakenteen hajaantuminen edellyttävät kuntien yhteistä suunnittelua sekä rakentamisen, palveluiden sijoittumisen ja liikkumisen koordinoitua. Toinen pyrkimys on vahvistaa seudun imagoa ja vahvuuksia sekä kehittää sen houkuttelevuutta. (Rajala 2009.) Rakennemallityön tavoitteet ovat tarkemmin:

1. Varaudutaan väestön kasvuun seudulla
2. Tiivistetään yhdyskuntarakennetta
3. Kehitetään keskustoja
4. Lisätään asuntotuotannon ja asumistapojen monimuotoisuutta
5. Tuetaan elinkeinoelämän kasvua
6. Uudistetaan liikkumisen tapoja
7. Parannetaan palveluiden saatavuutta yli kuntarajojen (Pöyry 2009).

Etenkin tiivistämistavoitteet ovat vuonna 2009 tarkistettujen valtakunnallisten alueidenkäyttötavoitteiden (VAT) mukaisia. Uudistetuissa VATEissa korostetaan ilmastomuutoksen hillitsemistä erityisenä syynä tiivistää yhdyskuntarakennetta, kehittää kaupunkiseutuja ja keskuksia sekä lisätä joukkoliikennettä ja vähentää henkilöautoilua. Lisäksi maankäytön suunnittelussa on varauduttava ilmastomuutoksen vaikutuksiin. VATEissa korostetaan kaupunkiseutujen kehittämistä kokonaisuuksina. (Ympäristöministeriö 2009.) Toinen syy kuntien seudulliselle yhteistyölle ja palveluiden sekä esimerkiksi liikenneverkon yhteiselle järjestämiselle on kuntarakenteen uudistaminen muuttuvassa toimintaympäristössä, mikä konkretisoituu erityisesti kunta- ja palvelurakennemuutoksessa (Paras-hanke).

Tampereen seudun rakennemallityössä luodaan seudun kehittämiskuvia eli rakennemallivaihtoehtoja, joissa on konkretisoitu sitä, mitä eri liikennejärjestelmävaihtoehdot ja asumisen eri sijoittamisvaihtoehdot käytännössä tarkoittaisivat. Kehittämiskuvat toimivat skenaarioina eikä tarkoitus ole valita niistä yhtä, vaan pohtia eri kehityslinjien piirteitä. Kehityskuvilla on voitu konkretisoida seudun erityyppisiä tulevaisuuden kehittämiskäytäntöjä. Rakennemallivaihtoehdot ovat 1 "tiivistyvä kaupunkiseutu", 2a ja 2b "joukkoliikennekäytäviin tukeutuva kaupunkirakenne" (2a=lähijuna tai katuraitiotie, 2b=bussi) sekä 3 "monikeskuksinen kaupunkiseutu" (Pöyry 2009).

Ilmastostrategia lyhyesti

Kuten maankäytön rakennemalli, on kuntien yhteinen ilmastostrategiakin strateginen asiakirja eikä sinällään velvoita kuntia. Seutukunnalla ei ole päättäväisyyttä tehdä kuntia sitovia päätöksiä, vaan kunnat tekevät päätökset toimenpiteistä itse. Ilmastostrategialuonnokseen on liitetty aiesopimus, jonka seudun kunnat täyttävät. Aiesopimuksessa määritellään se visio, johon kunta sitoutuu ja visioon liittyvät toimenpiteet. Aiesopimukseen on myös tarkoitus tulla alustava laskelma toimenpiteiden kustannuksista (varsinaisessa ilmastostrategiassa ei ole kustannuslaskelmia). Aiesopimusvaiheessa nähdään, miten kunnat sitoutuvat ilmastostrategiaan ja sen täytäntöönpanoon.

Tampereen seudun ilmastostrategialuonnos on jaettu varsinaiseen ilmastostrategiaosioon, jossa luetellaan sektorikohtaiset hillintätoimenpiteet, sekä taustaosioon. Varsinaisessa ilmastostrategiaosiossa hahmotellaan kolme seudullista kasvihuonekaasupäästöjen kehittämiseen skenaariota eli kuvaa mahdollisesta tulevasta kehityksestä: perusura, velvoiteura sekä edelläkävijäkehitys. Kuhunkin skenaarioon liittyvät hillintätoimenpiteet esitellään sektorikohtaisesti (maankäyttö ja yhdyskuntarakenne; liikenne; rakentaminen ja rakennukset; energiatehokkuus jne.). Strategiassa käsitellään myös ilmastomuutokseen sopeutumista, mutta sopeutumistoimia ei erotella eri skenaarioissa vaan ne ovat kaikissa samat. Ilmastostrategiassa on myös kaksi ilmastovisioita, joista toinen kiinnittyy velvoiteuraan ja toinen edelläkävijäskenaarioon. Tampereen seudun ilmastostrategialuonnoksen visio muodostuu päävisiosta ja sektorikohtaisista visioista. (Tampereen kaupunkiseudun ilmastostrategia luonnos 11.8.2009.)

Ilmastostrategialuonnoksen taustaosiossa kerrotaan lyhyesti kansainvälisestä energia- ja ilmastopolitiikasta sekä EU:n tavoitteista, joihin Suomi on sitoutunut. Tausta-aineistona ovat myös Tampereen seudun päästökaasupäästökehitys sekä päästöt lähteittäin. Lisäksi ilmastostrategiassa käsitellään rakennemallityön tavoitteita ilmastonäkökulmasta sekä rakennemallihahmotelmien kasvihuonekaasupäästöjä rakennusten ja liikenteen osalta. (Rakentaminen ja liikennetarkat ovat erityisesti asioita, joihin rakennemalleilla voidaan vaikuttaa.) Lisäksi päästöjä on verrattu vuoden 2005 päästölaskelmiin. (Tampereen kaupunkiseudun ilmastostrategia luonnos 11.8.2009.)

Ilmastostrategian skenaarioita ei ole varsinaisesti tehty vastaamaan rakennemallivaihtoehtoja, eivätkä neljä rakennemallivaihtoehtoa juuri poikkea toisistaan kasvihuonekaasupäästöjen osalta. Ero vuoteen 2005 on kuitenkin selvä. Kaikissa rakennemallivaihtoehtoisissa lähtökohtana onkin yhdyskuntarakenteen tiivistäminen ja joukko- ja kevyen liikenteen lisääminen sekä yksityisautoilun vähentäminen (mm. vuonna 2009 voimaan tulleiden tarkistettujen valtakunnallisten alueidenkäyttötavoitteiden VATien periaatteiden mukaisesti, esim. Ympäristöministeriö 2009).

Ilmastostrategian skenaariovaihtoehdot (perusura, velvoiteura ja edelläkävijäskenaario) kuvaavat sitä, miten kunnianhimoisesti seutu suhtautuu asetettuihin hillintä- ja sopeutumistavoitteisiin. Perusura muistuttaa nollavaihtoehtoa, business as usual -skenaariota, joka nojautuu nykyisten velvoitteiden minimivaatimustason saavuttamiseen. Perusura ei kuitenkaan ole varsinainen vaihtoehto, sillä päästövähennystavoitteet tiukkenevat. Velvoiteurassa kuvataan toimenpiteitä, joita EU:n päästövähennystavoitteiden saavuttaminen edellyttää. Edelläkävijäys taas kuvaa nimensä mukaisesti tilannetta, jossa Tampereen seutu ylittää minimivaatimukset ja jopa käyttää ilmastoedelläkävijyyttä strategisena etuna.

Lähteet

Aalborgin julistus. Aalborg10+ - Kohti kestäväää tulevaisuutta. Ladattavissa Kuntaliiton verkkosivuilta: http://www.kunnat.net/k_perussivu.asp?path=1;29;356;1987;67815 [Viitattu 27.5.2009.]

European Commission (2009) Covenant of Mayors. Verkkosivu: <http://www.eumayors.eu/> [Viitattu 15.9.2009.]

Motiva (2009) Kuntien energiategohkuussopimus ja energiaohjelma 2008–2016. Verkkosivu: <http://www.motiva.fi/toimialueet/energiategohkuussopimukset/kunta-ala> [Viitattu 15.9.2009.]

Kuntaliitto (2007) Rakennemalli. Kuntaliiton verkkosivut: http://kunnat.net/k_perussivu.asp?path=1;55264;55275;121698;110005;119240;118379;118391 [Viitattu 15.9.2009.]

Kuntaliitto (2008a) Kuntien ilmastonsuojelukampanja. Kuntaliiton verkkosivut: http://www.kunnat.net/k_peruslistasivu.asp?path=1;29;356;1033;36689;36692 [Viitattu 15.9.2009.]

Kuntaliitto (2008b) Aalborgin julistus ja sitoumukset. Kuntaliiton verkkosivut: http://www.kunnat.net/k_perussivu.asp?path=1;29;356;1987;67815 [Viitattu 15.9.2009.]

Pöyry (2009) Tampereen kaupunkiseudun rakennemalli. Rakennemallivaihtoehdot ja niiden vaikutusten arviointi. Väliraportti 11.3.2009. Rakennemallityön valmistelumateriaali, ei vapaasti saatavilla.

Rajala, Pasi (2009) Tampereen kaupunkiseudun rakennemalli. Power point -esitys 13.3.2009. Rakennemallityön valmistelumateriaali, ei vapaasti saatavilla.

Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymä a. Rakennemallityö. Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymän verkkosivut: <http://www.tampereenseutu.fi/hankkeet/rakennemallityo/> [Viitattu 15.9.2009.]

Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymä b. Rakennemallityön lausuntopyyntö. Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymän verkkosivut: https://tampereenseutu-fi.directo.fi/hankkeet/rakennemallityon_lausuntopyynto/ [Viitattu 15.9.2009.]

Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymä c. Tulleet lausunnot ja rakennemallilijaukset. Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymän verkkosivut: https://tampereenseutu-fi.directo.fi/hankkeet/rakennemallityon_lausuntopyynto/tulleet_lausunnot_ja_rakennemall/ [Viitattu 15.9.2009.]

Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymä (2008) 37 § Tampereen kaupunkiseudun ilmastostrategian laadinta. Seutuhallituksen kokous 26.3.2008. Ote Pöytäkirjasta.

Tampereen kaupunki (2009) Tampere allekirjoitti EU:n pormestarien ilmasopimuksen. Tiedote 10.2.2009. Tampereen kaupungin verkkosivut: <http://www.tampere.fi/tampereinfo/tiedotus/tiedotteet/2009/t090210e.html> [Viitattu 27.5.2009.]

Tampereen kaupunkiseudun ilmastostrategia, luonnos 11.8.2009.

Ympäristöministeriö (2009) Valtakunnalliset alueidenkäyttötavoitteet. Verkkosivut, joista tarkistetut VATit myös ladattavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=1112&lan=fi> [Viitattu 15.9.2009.]

LIITE 2 Ideatyöpajan muistio

ILMANKOS-kampanjan ideatyöpaja

Aika 26.08.2008 klo 16.30-19.00

Paikka pääkirjasto Metso, luentosali 1

1. Tilaisuuden avaus

Ympäristöpäällikkö Kaisu Anttonen lausui tervetulosanat, esitteli seudullista ilmastostrategiatyötä ja kertoi ILMANKOS-kampanjan lähtökohdista.

Ilmastostrategiasta. Tampereen seudun ilmastostrategia on 8 kunnan (Tampere, Nokia, Kangasala, Lempäälä, Pirkkala, Vesilahti, Ylöjärvi ja Orivesi) seudullisen suunnittelun työväline ilmastonmuutoksen hillinnässä, siihen sopeutumisessa ja riskien hallinnassa. Kun puhutaan ilmastonmuutoksen hillinnästä, puhutaan yhdyskuntatuotannon järjestelyistä, kuten energiantuotannon ja jätehuollon ratkaisuista, jotka ulottuvat ihan kiinteistöjen huoltoon asti. Kun puhutaan sopeutumisesta, ts. sään ääriolosuhteisiin varautumisesta, puhutaan yhdyskuntateknisistä ratkaisuista, esimerkiksi sähkökatkosten ja rakentamisen osalta.

Ilmastostrategiaa tehdään vuorovaikutuksessa seudun maankäytön rakennemallin, asuntopoliittisen ohjelman, liikennejärjestelmän ja palveluverkon suunnittelun kanssa. Tämä ja ensi vuosi ovat keskeisintä aikaa näiden ohjelmien laadinnassa. Ilmastostrategiatyössä on edetty siten, että päästölaskelmat on päivitetty ja skenaarioita tulevaisuuden toimista ja niiden vaikutuksista päästötasoon laaditaan parhaillaan. Valmistuvien skenaarioiden pohjalta edetään puolestaan päästötavoitteisiin ja toimenpiteisiin. Ilmastostrategia tulee skenaariovaiheessa kansalaisten kommentoitavaksi Tampereen kaupungin Valma-valmistelufoorumiin (<http://valma.tampere.fi/selaus>).

ILMANKOS-kampanjasta. Kunnallisten ilmastotoimien lisäksi tarvitaan myös suoraan arkielämästä lähtöisin olevaa toimintaa ja kansalaisfooriumia. Tähän tarpeeseen on Tampereen kaupungin ympäristöpalvelut vastannut käynnistämällä ILMANKOS (ilmastonmuutos ja kansalaisosallistuminen) -kampanjan edistämään yksittäisten asukkaiden ja ryhmien konkreettista osallistumista ilmastonmuutoksen hillintään Tampereella. Kampanja käynnistyy virallisesti 15.9.2008 Tämä ideatyöpaja on kuitenkin ensimmäinen järjestetty tapahtuma. Varsinainen kampanja kestää n. toukokuulle 2009 asti, mutta tavoitteena on saada ilmastotyö jatkumaan edistämällä hyviä käytäntöjä ja kehittämällä jatkoprojekteja yhteistyössä yksittäisten henkilöiden, järjestöjen ja viranomaistahojen kanssa.

2. Ideatyöpajan alustus

Projektisuunnittelija Leena Karppi korosti alustuksessaan, että ilmastonmuutostyö on hallinnon, järjestöjen ja yksittäisten kansalaisten yhteinen haaste, jossa parhaisiin tuloksiin päästään yhteistyöllä. Tämän ideatyöpajan järjestämisen tavoitteena on saada uusia ideoita ja ajatuksia toimintamuodoista, joilla yhä useampi tamperelainen saataisiin mukaan ilmastotalkoisiin. Ideatyöpajan tavoitteena on myös edistää avointa vuorovaikutusta sekä järjestöjen kesken että hallinnon ja järjestöjen välillä. Toiveena on saada keskustelua positiivisessa hengessä ongelmien vaikeuden valittelun sijaan.

Alustussanojen jälkeen ideatyöpajaan osallistujia pyydettiin esittelemään itsensä, kertomaan mitä järjestöä/yhdistystä he mahdollisesti edustavat ja vastaamaan kysymykseen: millä tavalla järjestösi jo toimii ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi ja/tai millaisia toimintatapoja olette suunnitelleet.

Osallistujia oli useista eri järjestöistä ja paikalle oli saapunut myös yksittäisiä kansalaisia (ks. yllä läsnäolijat). Parhaillaan käynnissä olevia ja/tai jo olleita ilmastotyömuotoja tuli esiin useita ja ne olivat hyvin erilaisia. Toiminnot ovat kohdistuneet vaihtelevasti niin hallinnollisiin seikkoihin, tutkimus- ja neuvontapuoleen kuin yksittäisten ihmisten ja ihmisryhmien arjen ratkaisuihin. Osa toiminnasta on/on ollut selkeästi paikallis- ja yksilötason toimintaa ja osa on puolestaan kuulunut valtakunnallisen kampanjoinnin piiriin. Esimerkiksi Pirkanmaan Martat ovat antaneet asukkaille jäteneuvontaa, Tampereen Ilmailuyhdistys on ryhtynyt käyttämään aurinkoenergiaa ja Tampereen Maan Ystävät ovat mukana valtakunnallisessa Polttava Kysymys –kampanjassa.

3. Työpajatyöskentely

Työpajatyöskentelyn aluksi esitettiin 2 kysymystä, jotka olivat jo olleet kutsussakin. Kysymykset olivat: millaisten toimintamuotojen avulla tamperelaiset saataisiin mukaan ilmastotalkoisiin, ja millä tavalla kaupungin ja asukkaiden vuorovaikutusta ilmastokysymyksessä voitaisiin tässä kampanjassa kehittää.

Osallistujat pohtivat ensin itsekseen kysymyksiä, jonka jälkeen heidät jaettiin seitsemään neljän hengen ryhmään. Ryhmät keskustelivat kysymyksistä ja ideoivat keskenään n.30min ajan. Tämän jälkeen ryhmät esittivät pohdintojensa pääajatuksia kalvoilla koko osallistujajoukolle. Esitettyjä ideoita sai kommentoida vapaasti. Uusia ideoita tuli ilahduttavan paljon!

Tärkeä ideoinnin yhteydessä esiin tullut huomio oli, että kaikkien ihmisten ja ihmisryhmien tavoittamiseksi tarvitaan monia erilaisia keinoja. Toisin sanoen erilaisille ihmisille ja ryhmille pitää tarjota hyvin eri tyyppisiä tapoja ja mahdollisuuksia vaikuttaa ja osallistua ilmastotyöhön.

Ideoita ja ajatuksia toimintamuodoista saatiin erityisesti seuraavista aihealueista:

- joukko- ja kimpalliikenteen käytön kasvattaminen
- haaste- ja kohderyhmäkampanjointi
- mainonnan ja sloganien hyödyntäminen
- tiedotus ja neuvonta
- esimerkkien käyttö ja esimerkkinä toiminen
- positiivisen ”mehän teemme” -hengen luominen
- kilpailut ja palkitseminen
- otetaan oppia muista
- taiteen hyödyntäminen
- kunnan vaikuttamiskeinot.

Kaikki yksittäiset ideat ovat nähtävissä liitteessä 1.

4. Loppusanat ja jatkosta sopiminen

Kaisu Anttonen ja Leena Karppi esittivät kiitokset osallistumisesta ja runsaista ideoista.

Kaisu Anttonen kertoi vielä jatkosta.

Saatuja ideoita jalostetaan toteuttamismuotoon (kuka tekee, mitä tekee, mistä rahat) myöhemmin syksyllä järjestettävissä työpajoissa. Osaa ideoista hyödynnetään nimellisesti jo aiemmin haettaessa koko ILMANKOS –kampanjalle rahoitusta. Työpajat voidaan järjestää sekä teemojen että toimijoiden ympärille. Tulevista työpajoista lähetetään kutsut, kuten tähänkin ideatyöpajaan.

ILMANKOS –kampanjan virallinen avaustilaisuus pidetään 15.9.2008, jolloin myös www-sivut aukeavat (www.ilmankos.fi). Kuntavaalipaneeli ilmastonmuutoksesta järjestetään 8.10. 2008. Näistä ja tulevista tapahtumista tiedotetaan mm. kaupungin tiedotusvälinein voimakkaasti eteenpäin. Myös eri viestintävälineiden kanssa neuvotellaan yhteistyöstä.

Projektityöntekijä Johanna Kujansuu lähettää tilaisuuden kulusta kaikille muistion sähköpostitse. Leena Karpille voi lähettää puolestaan palautetta tilaisuudesta ja mahdollisia lisäideoita osoitteella etunimi.sukunimi@tampere.fi.

Muistion laati Johanna Kujansuu, projektityöntekijä.

ALKUPERÄISEN MUISTION LIITTEET

LIITE 1 Ryhmien ideat toimintamuuodoista ja vuorovaikutuksen lisäämisestä

Ryhmä 1:

- Ilmastotyön edistäminen positiivisuuden kautta, innostus ja yhteinen tekemisen meininki
- koulukampanja
- asukasyhdistykset
- perustiedottaminen lehdissä, nettiblogi
- liikenne: esim. bussilinjojen optimointi, liikennevalojen rytmi, raide- ja pyöräliikenne
- kiire kuriin
- pienten kotiasioiden listaus ja mitä ne ovat (mm. blogin kautta)
- ilmastokarnevaali: innostuksen herättäminen
- kaupat mukaan, kampanjat mm. työpaikkaruokaloissa (ilmastovaikutusten konkretisointi)
- kuluttajan ääni esiin: mm. vihreän sähkö "vaatiminen"
- rakentajien ja korjausrakentamisen neuvonta

Ryhmä 2:

- porkkanoita peliin
- kaupungin tiedotusresurssit käyttöön (pienen tekojen suuri vaikutus)
- ilmastofoorumi <--> muiden foorumien käyttö
- kohderyhmittely: lapset, aikuiset → alaryhmät
- haastekampanja työpaikoilla, esim. kasvisruokapäivät

Ryhmä 3:

- taloyhtiöiden kompostointi
- taloyhtiöille palkinto parhaasta kierrätyksestä, palkintona esim. asuntojen siivous
- viheralueiden lisääminen
- tonttikaupat sidotaan esim. maalämmön käyttöön tai passiivitaloihin
- ilmainen joukkoliikenne-päivä: busseissa jaetaan ruusuja/karkkia ja soitetaan musiikkia jne.
- juna-asema Säöksjärvelle
- esimerkkiperheet julkisuudessa: muut voivat ehdottaa ilmastotoimia, perhe raportoi kokemukset
- ilmastofoorumi: messut, avoin tila, työpajoja, päättäjät kuuntelemaan
- mainostoimisto brändäämään ilmastomyönteiset teot
- "tein jotain" -taideteos Keskustorilla: kädenjälki isoon seinään, viestejä/ehdotuksia, joita toiset voivat ottaa käyttöön

Ryhmä 4:

- kaupungin esimerkki, pientenkin edistysaskelien esilletuominen
- ilmastoasioiden konkretisoiminen
- kilpailu parhaasta aloitteesta ja parhaasta toteutuksesta
- työmatkapyöräilyn edistäminen
- viikoittainen seuranta tamperelaisten erilaisista ilmastopäästöistä esim. Aamulehteen
- ruoan kasvihuonepäästöjen esilletuominen Tampereen ruokahuollossa
- joukkoliikenne nopeammaksi
- vuorovaikutus kaupungilta asukkailla järjestämällä kilpailuja ja barometreja (lehteen, nettiin, Keskustorille)
- asukkaita kaupungille – osallistaminen edellisiin
- asiakysymyksiä kunnallisvaaleihin

Ryhmä 5:

- eri ryhmille erilaisia tapoja ja mahdollisuuksia vaikuttaa ilmastonmuutokseen
- erilaiset eko-kilpailut
- taide
- luontoretket

Ryhmä 6:

- kuuluisuudet puhekupliin → näyttävät esimerkkiä
- haastekampanjat; esim. koulut energiansäästö, yritykset säästävät – hiilidioksidilaskuri → tarvitaan myös palkinto esim. pormestarin pitää tehdä myös jokin toimi
- sähkölaitoksen laskun mukana mainosta vihreästä sähköstä
- ystäväkaupunki-yhteistyön yhdistäminen → miten siellä vaikuttaa
- mainoslauseita esim. hämäläinen hitaus vahvuudeksi, omalla takapihalla kivaa
- Reilu Tampere → hyödyntäminen mallina
- Norrköpingin esimerkkiä
- neuvontapuhelin
- ilmainen julkisen liikenteen päivä → saadaan ihmiset tottumaan julkiseen liikenteeseen
- kilpailut
- lupaukset
- avustukset ja niihin liittyvä neuvonta
- urheiluseurojen yhteiskyytien järjestäminen
- ollaan parempi Turkua
- positiivisuus olennaista
- kaupungin mukanaolo/vetäjäyys kampanjassa tuo uskottavuutta
- avoimet yleisöttilaisuudet
- henkilöstön innostaminen toimimaan

Ryhmä 7:

- asuminen: tiivistysrakentaminen, energianneuvonta, energiakorjaus
- liikenne: henk.koht. aikataulut kännykkään, bussissa viihtyminen (langaton verkko), etätöiden lisääminen, etäkokoukset, työsuohdepolkupyörät, työmatkapyöräilyn edistäminen
- ruoka: kasvisruokailun lisääminen esim. kouluissa, lähiruokaa lähikauppoihin
- yritykset mukaan kampanjaan, hiilidioksidipankki
- kampanjalle tavoite -100 000t hiilidioksidia
- ekotallaajan markkinointi
- nettifoorumit/niksipalstat

Yksittäiset ihmiset, jotka eivät ehtineet mukaan ryhmäyöskentelyyn:

- kaupunki voi näyttää esimerkkiä
- luonnon biodiversiteetin säilyttäminen, monimuotoinen eliöyhteisö kestää muutosta monotonista paremmin
- autoton päivä → ilmaiset bussikyydit
- Tampereen kaupungin järjestämä infomateriaali ilmaisjakelun muodossa yhteistyössä eri järjestöjen kanssa, esim. käytännön ohjeita ilmastomuutoksen hidastamiseksi jne.
- infolehtisten jakaminen julkisilla paikoilla, esim. infotelilta.

LIITE 2 Ideatyöpajaan 26.8 kutsutut järjestöt:

1. Ympäristöjärjestöt

Luonto-Liitto
Tampereen ympäristönsuojeluyhdistys
SLL Pirkanmaan luonnonsuojelupiiri
Tampereen Maanystävät
Dodo Tampereen paikallisyhdistys

2. Asukasyhdistykset

Tampereen omakotiyhdistysten keskusjärjestö ry
Tampereen Hervantalaiset ry
Härmälän omakotiyhdistys ry
Peltolammiseura
Hallila-seura

3. Monikulttuurisuus

Pirkanmaan monikulttuurinen yhdistys HESHU ry
Unipoint (pyydetty välittämään viestiä maahanmuuttajayhdistyksille)

4. Seurakunnat

Tampereen ev.lut seurakunnat

5. Opiskelija- ja nuorisoyhdistykset

Tamy
Tamko
Pako ry
TTY
Teiskon-Tampereen 4H yhdistys
Tampereen YK-yhdistys Tayk ry

6. Perhejärjestöt

Pirkanmaan Martat ry
Tampereen MLL
Tampereen seudun kotiäidit ry
Eläkeliitto, Pirkanmaa

7. Harrastusjärjestöt

Hämeen liikunta ja urheilu
Hämeen Partiolaiset ry
Tampereen partiolaiset
Tampereen Kuntoliikunta ry
Tampereen Taivaltajat ry
Tampereen polkupyöräilijät ry
Tampereen Pyrintö ry
Koo-Vee suunnistusjaosto
Koo-Vee
Näsijärven purjehdusseura
Ilves ry
Tampereen Fk-Kerho
Tampereen Urheiluautoilijat Ry
PR-Racing
Hämeen Moottorikerho ry
Safarikelkkailijat ry
Tampereen Enduro-Snowcross ry
Tampereen Motocross ry
Tampereen Navigaatioseura ry
Tampereen Pursiseura ry
Tampereen Veneilijät ry
Tampereen Ilmailuyhdistys ry
Pirkan Ilmailijat ry
Tampereen Kevytilmailukerho ry

8. Sivistys- ja kulttuuriyhdistykset

Vastedes ry
Tampere-Seura ry
Pispalan kulttuuriyhdistys

9. Sosiaali- ja terveysalan järjestöt

Tampereen Hengitysyhdistys ry
Tampereen seudun Näkövammaiset ry
Pirkanmaan Allergia- ja Astmayhdistys Tampereen Seudun Invalidit R.y.

10. Kuluttajajärjestöt

Tampereen Kuluttajayhdistys ry

LIITE 3 Asumisen ja rakentamisen teematyöpajan muistio

Asumisen ja rakentamisen teematyöpaja 24.11.2008
Frenckellinaukio 2 B, Ympäristöpalvelut 5 krs. klo 17.30-20.00

Muistio
Sanna Ovaska

Ryhmäjako:

- 1. Korjaus- ja uudisrakentaminen**
- 2. Kerros- ja rivitaloasuminen**
- 3. Omakotiasuminen**
- 4. Vapaa-ajan asuminen**

1. Korjaus- ja uudisrakentaminen

Ongelmia:

- Yhdyskuntarakenne → asumisen ja palveluiden liikenteellinen yhteys
- Energiataloudellisten korjaustoimenpiteiden vähäinen houkuttelevuus → liian pieni säästöintressi
- Rakennusmateriaalien valmistuksessa käytetty energia
- Suunnittelussa minimivaatimus = maksimi

Kommentit:

- Perussäädön ylimenevästä energiasta maksettaisiin kulutuksen mukaan
- Kuka tiedottaa ja neuvoo: asunto-osaakeyhtiö? isännöitsijä? viranomainen? kiinteistöyhdistykset?
- Asukkaiden neuvonta ja tiedotus energiatehokkuudesta ja sen merkityksestä esim. asunnon arvoon
- Asukkaat mukaan myös uudisrakentamiseen
- Esimerkkejä korjausrakentamisesta
- Yhdyskuntarakenne hajoaa, vaikka asukkaat eri mieltä, miksi?
- Ryhmäkorjaukset lisäävät tietoa, ammattitaitoa (esimerkki Maunulassa, ehkä Tampereellakin?)
- Patteritermostaattien perussäätö/rajoittaminen
- Tiedottaminen säästömahdollisuuksista
- Huoneistokohtainen lämpö- ja vedenmittaus
- Asukkaiden mukaantulo korjaussuunnitteluun
- Kuntotodistus
- Energiatodistus/-katselmus
- Energia-avustukset
- Energiansäästölaskelmat ja esimerkit

2. Kerros- ja rivitaloasuminen

Ongelmia:

- Ihmiset eivät ole tottuneet tekemään yhdessä
- Tiedon puute
- Korjaussuunnitelmat
- Kuntoarviot
- Jätteiden lajittelu
- Energia-, ekotehokkuus
- Korjausrakentamisen ilmastonäkökulma
- Yhteinen perunakellari
- Talkoot (ikkunoiden tiivistystalkoot)
- Kulutusseuranta ja siitä tiedottaminen
- Asukaseksperti ilmastoasioihin taloyhtiössä
- Biojätteen hyödyntäminen
- Taloyhtiöiden välinen kilpailu
- Selkeät säästölaskelmat

Kommentit:

- Asuntokohtaisten mittareiden puute (esim. lämpö)
- Ruoka tulisi myös ymmärtää ilmastoon vaikuttavana tekijänä
- Ei pidetä tärkeänä → asenteet
- Yhteistilojen käyttö joustavammaksi (pesutuvat, kerhohuoneet, luksussaunat, vierashuoneet, kuntosali)
- Raha kannustaa! esim. kaukolämpötariffit

3. Omakotiasuminen

Ongelmia:

- Lämmitysmuoto: miten valita, miten muuttaa (kaukolämpö, maalämpö, puu/pelletti, ilmalämpö)
- Valaistus
- Miten liikutaan, mikä liikkumistarve
- Korjausrakentamisen tuet, avustukset: onko riittävästi, puutteellinen neuvonta
- Kaikki eivät lajittele ja kierrätä edelleenkaan jätteitään eivätkö noudata ohjeita
- Puutalkoot yhdessä, klapikoneita voi vuokrata, lainata oksasilppuria myös
- Esim. omakotiyhdistys voisi järjestää energiakonsultointia esim. yhdistyksiltä, kaupungilta
- Energiatalkoot, vinkit, seuranta alueella

- Naapureiden yhteiset kimppatilaukset (esim. sora, murske, hake, multa), säästää kuljetuksissa
- Energiahankintojen hankintamenettely, kilpailutus
- Kannustetaan lämpöpalveluiden käyttöön
- Taloudelliset kannustimet (lämmitys, korjausrakentamisen ohjaus, kaukolämmön saatavuus)

Kommentit:

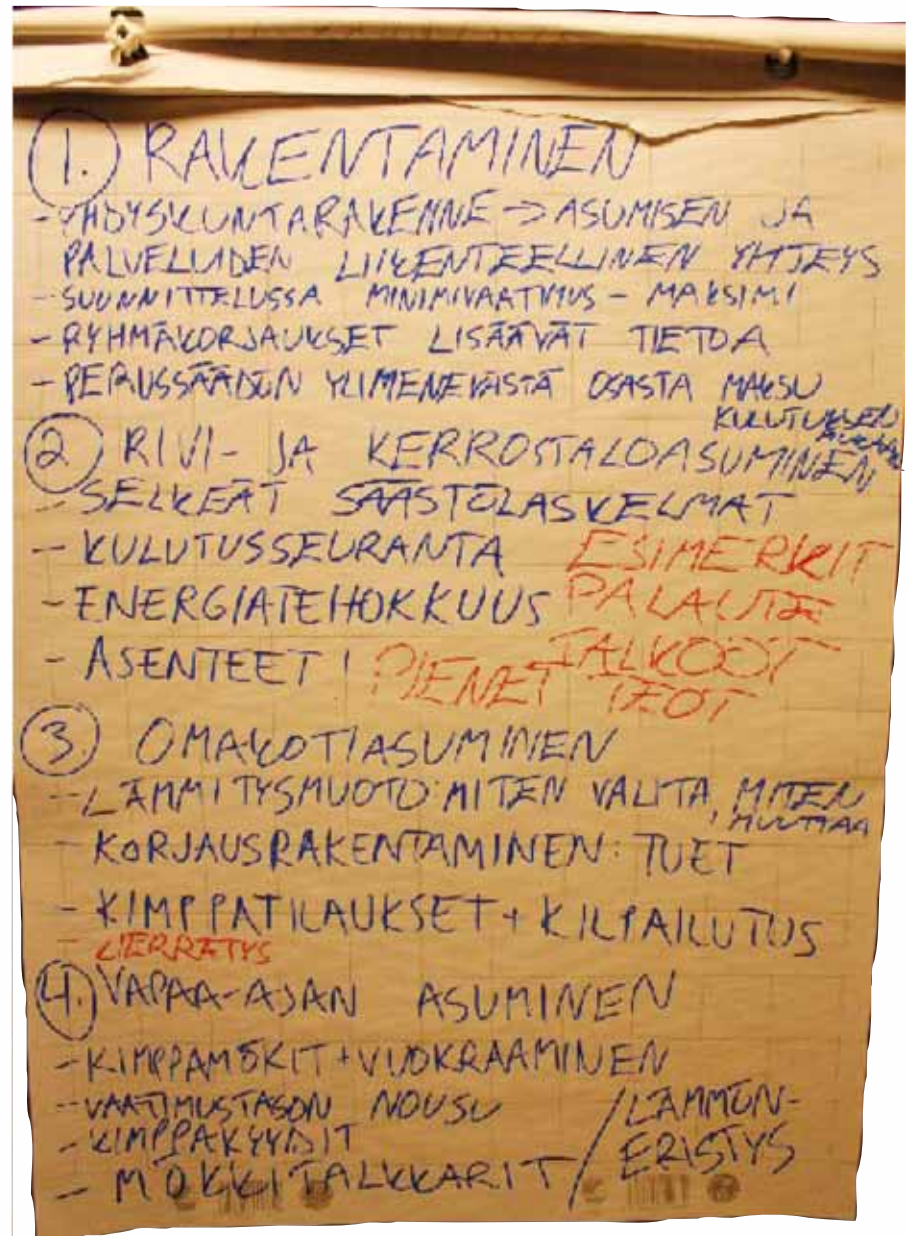
- Valaistus (liiketunnistus)
- Kotitalousvähennyksen hyödyntäminen (lisälämmöneristys)
- Omakotitalojen yhtiöt!
 - luontainen yhteistyö, neuvonta, hankinnat
- Omakotiasutus voisi liittyä nykyistä enemmän muihin asumismuotoihin
 - palvelujen turvaaminen
 - monipuolisuus, yhteisöllisyys
 - omakotiasukkaiden eristäytymishalu

4. Vapaa-ajan asuminen**Ongelmia:**

- Liikenne, talvilämmitys
- Vaatimustason nousu (kakkosasunto)
- Kimppamökit, -kyydit
- Vuokraaminen (tarve omistaa?)
- Ongelma: oma vapaus?
- Tiivis kaavoitus (+palvelut?)
- Neuvonta + tiedotus riittävästä lämmittämisestä (huolto)
- Lämmöneristys, energiaremontti (tuki)
- Vaatimukset samat kuin omakotitalossa?

Kommentit:

- Jäteongelmat (huolto, kierrätys)
- Kakkosasunto: onko tarpeen?
- Talkoot?
- Kimppaosakkeita lisää
- Mökkitalokkarit (esim. lämmityksen säätö)
- Kimppatyökalut (kyläyhdistys vuokraa)
- Kuka neuvoo ja tiedottaa? Kesäjuhlat tms.
- Vaihtoehtoiset energianlähteet (aurinko, tuuli)
- Asennemuokkaus: kesämökki ei ole asunto (esim. sama varustus).

**Yhteenveto:**

Kaikista eri teemoista (rakentaminen, omakotiasuminen, rivi- ja kerrostalot, vapaa-ajan asuminen) nousi esille tiedon saannin, tiedotuksen ja valituksen sekä rahallisten kannustimien tärkeys. Työpajassa toivottiin esimerkitapauksia siitä, mitä muualla on tehty ja millaisia vaikutuksia ratkaisuksista on ollut. Eri teemoissa nousi lisäksi esiin asumistyyppien erityispiirteitä.

Rakentamiseen liittyen keskeiseksi kysymyksi nostettiin yhdyskuntarakenne eli se, mihin rakennetaan ja millainen on siitä johtuva asumisen ja palveluluiden liikenteellinen yhteys. Tähän yksittäisten ihmisten on vaikeampi suoraan vaikuttaa ja tuotiinkin esille, että ihmisten asenteet ovat tältä osin ehkä ilmastomyönteisempiä kuin toteutunut yhdyskuntarakenne. Asuinalueiden ryhmäkorjaukset nähtiin merkittävänä tiedon lisäämisen keinona korjausrakentamisen puolella. Tässä (kuten muissakin teemoissa) tuotiin esille ilmaston kannalta tärkeänä se, että perussäädön (sähkö, vesi) ylimenevästä osasta asukas maksaa oman kulutuksensa mukaan. Uusiin rivi- ja kerrostaloihin tulisi siis asentaa jokaiseen asuntoon omat kulutusmittarit. Ongelmaksi koettiin myös se, että suunnittelussa ei pyritty minimivaatimuksia parempiin ratkaisuihin.

Rivi- ja kerrostaloasemusissa toivottiin selkeitä säästölaskelmia ja kulutusseurantaa mahdollisesti tehtävien muutosten tueksi. Energiatehokkuuden parantaminen nähtiin tärkeänä. Toivottiin myös esimerkkikohteita, joiden avulla muut voivat lähteä tekemään ilmaston kannalta merkittäviä muutoksia. Muutosta toivottiin myös asenteisiin ja nähtiin tässä tiedotuksen tärkeä rooli. Muistutettiin myös pienien tekojen tärkeydestä. Talkooperinteen elvyttäminen nähtiin tärkeänä myös ilmastokysymyksissä.

Omakotiasumisen keskeisinä ilmastokysymyksinä nähtiin lämmitysmuodon valinta ja sen muuttaminen, korjausrakentamisen tuet, kierrätys ja kimppatilaukset esimerkiksi naapurien kesken ja niihin liittyvä kilpailutusetu.

Vapaa-ajan asumisen lähtökohtaisena ongelmana nähtiin ilmaston kannalta vapaa-ajan asumisen vaatimustason ja varustetason nousu. Kesämökkien sijaan vapaa-ajan asunnoista rakennetaan ympärivuotiseen käyttöön sopivia omakotitaloja. Tähän nähtiin ratkaisuna siirtyminen omistamisesta kimppamökkien ja mökkivuokrauksen käyttöön. Myös mökkiläisten yhteistyötä toivottiin lisää, esim. kimppakyytejä ja kimppatyökaluja. Lämmöneristys nähtiin tärkeänä ja toivottiin ratkaisua talvilämmitykseen: miten lämpimänä mökki täytyy talvisaikaan itse asiassa pitää? Esimerkiksi mökkitalokarit voisivat hoitaa vapaa-ajan asunnon talvikunnossapitoa.

LIITE 4 Ruoka ja ilmasto -teematyöpajan muistio

Ruoka ja ilmasto -työpaja 19.1.2009, muistiinpanokooste ryhmätyöskentelystä

Sanna Ovaska

Ideoita ilmastoystävällisiin valintoihin joukkoruokailussa

1. Kasvisruoan tarjonnan lisääminen ja eläinperäisten elintarvikkeiden vähentäminen
esim.
 - Kasvisruokapäivä kerran viikossa
 - Ruokien lihasisällön pienentäminen, lihan tilalle esim. soijaa
 - Kasvikset ja pavut osaksi liharuokia
2. Ilmastoystävällisten ruoka-aineiden suosiminen
 - Sesonkituotteiden suosiminen
 - Riisin korvaaminen perunalla, ohralla, vehnällä, juureslohkoilla
 - Lantun, porkkanan, sipulin ja kaalin suosiminen
 - Talvella kasvihuonesalaatit muutetaan kotimaisiksi raasteiksi (porkkana-, lanttu ym.)
 - Pakasteiden välttäminen
 - Maitotuotteiden vähentäminen
3. Muita keinoja ilmastonmuutoksen hillintään joukkoruokailussa
 - Hävikin pienentäminen ja lajittelun parantaminen edelleen → valmistus paikan päällä
 - Pakastevarastoinnin pienentäminen
 - Lähitilojen ja lähituotannon hyödyntäminen kuljetusten pienentämiseksi
 - Lisäkoulutus suunnittelijoille
 - Ammattikoulutus, kokonaisvaltaisuus
 - Tietoa keittiöihin (ikäkohtaisesti suunniteltu)
 - Yhteistyötahojen yhteistyö, toimijoita useammin saman pöydän ääreen
 - Teemapäivät uusiin makuihin totuttelemiseen
 - Nettitarjoajat (uusi tukkutoimija)
 - ruokapiiritoiminta, sopimusviljelijät
 - Jalostusaste pienemmäksi
 - Puolivalmisteet (esim. Saarioinen) → "ilmastoystävällisten" puolivalmisteiden tarjonnan lisääminen voisi olla yrityksille kilpailuetu

4. Kampanjat, tempaukset, teemapäivät

- **Ilmatoruokaviikko** esimerkiksi kouluihin tai henkilöstöravintoloihin
Tätä tukemaan pitäisi olla valmis paketti Sydänviikon ja Sydänmerkki-aterioiden tapaan. Eli ruokapalvelun tarjoajalla olisi käytössään reseptit, tiedotusmateriaali sekä tarvittava koulutus.
- Ateriakoodeja/ Ilmastomerkki ateriavaihtoehtoihin
Ilmastoystävällisin lounasvaihtoehto esimerkiksi henkilöstöravintoloissa saisi ilmastomerkin. Nähtiin tärkeänä nimenomaan hyvien valintojen nostaminen esiin, ei niinkään ”ilmastosyntien” korostaminen.
- Marjastuspäivä kouluihin: marjojen lisäksi tulisi liikuntaa ja luontotuntemusta!
- Ruoan ilmasto- ja ympäristökysymykset vahvemmin esiin esimerkiksi kotitalouden opetuksessa.

ESIMERKKIRUOKALISTAT

ma: Soijabolognese + marjakiisseli
 ti: Muikut ja perunasose + kotimainen omena
 ke: Papu-kasvispata ja perunat + rahka
 to: Kasvishernekeitto + pannari + marjat
 pe: Riistakiusaus, puolukkahillo + hedelmäsalaatti

Ruisleipä ja lisäkesalaatti kauden mukaan
 Juomaksi vesi ja maito

ma: Soijabolognese, spagetti
 ti: Hernekeitto, ruisleipä, tuorepala
 ke: Ohraunipuuro, marjakiisseli
 to: Broilerikasviskeitto
 pe: Hamppupihvit, perunat

ma: puuro, mehukeitto + omena
 ti: hernekeitto
 ke: keitetty ohra ja broilerikastike
 to: kasvispihvi ja linssikastike
 pe: kaalilaatikko / soijabolognese ja täysjyväspagetti

lisäkkeet: suolakurkku, punajuuri, raasteet (porkkana-, kaali- ym.), marjat.

Ongelmia, esiin nousevia kysymyksiä?

- Miten myydään kasvisruoka? Miten ruokailutottumuksia saa muutettua?
- Allergiat huomioon, esim. soja-allergia
- Kustannustehokkuus
- Muutos vaatii aikaa, pienetkin valinnat tärkeitä!
- Asennemuutos, esim. keittäjät, opettajat, päivähoitajat, vanhemmat
- Luovuus tärkeää, esim. lasten kanssa kannattaa hyödyntää erilaisia kikkoja, jotta uudet ruoka-aineet maistuisivat.
- Päättäjien tietoisuuden lisääminen

LIITTEET

- Tärkeää tiedostamisen lisääminen, asennekasvatus
- Tietoa vaikea vertailla, jotain nyrkkisääntöjä voidaan kuitenkin sanoa.
- Tuttuus – ei liian eksoottista ruokaa tarjolle.
- Hinta – toisaalta kasvisruoka voi olla halvempaa
- Ravintoarvojen parantaminen → tumma vs. valkoinen (riisi, pasta, leipä ym.)
- Luomun saatavuus hankalaa isoissa volyyymeissa
- Pakkauskoot voivat olla ongelma
- Hävikin suuruus
- Kilpailutuksen ongelmat: miten paljon ympäristöasioita voidaan painottaa valinnoissa?
- Ei multaa keittiöön, pitää olla valmiiksi pestyjä tuotteita.
- Ilmastokysymyksen korostuminen muiden ympäristökysymysten sijaan
- Hinta, esim. ohra vs. riisi
- Saatavuus (tukut seuraavat menekkiä)
- Ostajan pienuus, tukkuportaassa money talks! kysynnän kautta tarjontaan
- Ruokavarmuuden oltava riittävällä tasolla
- Muut vaatimukset joukkoruokailulle: terveellisyys, maku, energiamäärä, hinta, saatavuus.

LIITE 5 Perhejärjestöt ja kasvatustyö -teematyöpajan muistio

ILMANKOS-kampanja
Lapsiperheet ja ilmastonmuutos -työpaja 26.1.2009

Muistio
Leena Karppi

Ryhmätyöskentelyn tulokset:

1. Pohdimme ryhmätyöskentelyn aluksi **lapsiperheiden erityiskysymyksiä** ilmastonmuutoksen hillinnässä. Mitä näkökulmia tulisi huomioida? Miten lapsiperheet poikkeavat muista kotitalouksista? Alle on koottu molempien ryhmien huomioita.
 - Lapsiperheissä kulutus lisääntyy verrattuna lapsettomaan aikaan. Vauvan syntymisen myötä ostetaan esim. vaippoja, korvikkeita ja auton istuimia. Rintaruokinta ja imetyksen tukeminen ovat tärkeitä myös ilmastonäkökulmasta.
 - Joulua lisää kuluttamisen määrää enemmän kuin pelkkien aikuisten talouksissa.
 - Lapsiperheet asuvat usein kaukana keskustasta ja autoilu lisääntyy.
 - Kiireet ja arjen hektisyys aiheuttavat ajan puutetta, joka edistää ilmastolle haitallisia valintoja (esim. autoilu, valmisruoat).
 - Nykyelämää vaivaa yhteisöllisyyden puute, naapurit eivät tee juttuja yhdessä. Kimppakyytien järjestäminen ei ole tämän takia helppoa.
 - Perheitä vaivaa tiedon puute, eivätkä asenteet ilmastonmuutoksen hillintää kohtaan ole kohdallaan.
 - Etenkin nuorilla on kova samanlaisuuden paine, johon vaikuttavaa mainontaa ja yleinen kuluttamisen ihannointi. Keskustelussa tuli kuitenkin esiin ilahduttavia esimerkkejä nuorista, jotka koluavat kirpputoreja ja tuunaavat vanhoja vaatteita.
 - Pitkät päiväkotimatkat ja lähipalveluiden puute aiheuttavat päästöjä.
 - Toisaalta lapsiperheiden rahatilanne voi olla tiukka, joten kirpputorit ja kierrättäminen ovat usein tuttuja toimintatapoja.
 - Kulutusta voidaan vähentää esim. tavaroiden lainaamisella ja vuokraamisella sekä kirpputorien hyödyntämisellä. Mm. lasten urheiluvälineitä kannattaa myydä eteenpäin ja myös ostaa käytettyinä. Lapsille voitaisiin myös ostaa enemmän aineettomia lahjoja, kuten kummi voisi lähteä lapsen kanssa elokuviin tms.
 - Jotta yhä useampi harkitsisi myös käytettyjä tavaroita, tarvitaan asenteiden muuttumista ja asennekasvatusta..
 - Tarvitaan positiivista ajattelua ja myönteisten esimerkkien ja tekojen nostamista esille. Kaupungin pitää näyttää ilmastonmuutoksen torjunnassa esimerkkiä.
 - Tarvitaanko valtiovallan puuttumista, esim. haittaveroja, jotta päästöt vähenevät.

2. Suunnittelimme lapsiperheille **ilmastoaiheista tapahtumaa tai kampanjaa**. Seuraavia konkreettisia tapahtumaideoita tuli esille:

- Lähistölle retkeilytapahtuma. Luonnossa liikkuminen lisää luonnon arvostusta ja myös läheltä löytyy hyviä virkistyskohteita. Bussikyydit retkikohteeseen.
- Perheille järjestettävä ruokakurssi, johon myös lapset voivat osallistua. Kursilla opeteltaisiin valmistamaan vähäpäästöistä ruokaa ja kannustetaan perheitä valmistamaan sitä itse. Kun ruoat tehdään isoissa erissä tehtaissa, vieraannutaan ruokakysymyksestä. Kasvissyönnin edistäminen.
- Ilmastolupaushaastekampanja, jossa koululaiset haastavat vanhempiaan ilmastotekoihin.
- Vanhempainyhdistysten tilaisuuksissa ”ilmastoneuvontaa”, myös päiväkotien vanhempaintilaisuuksiin aiheeksi ilmastoasiat, esim. kestovaippaesittelyjä.
- Taloyhtiöiden tapahtumat, kuten askartelukerhot ja pihajuhlat.
- Lähimatkailutapahtuma
- Napapiirillä järjestettävät tapahtumat, kestovaippahulinat, ompelupiste, kirppikset, vaihtopäivä, jätelajittelun neuvonta jne.
- Seurakuntien ja MLL:n kerhojen yhteyteen ilmastoasiaa
- Perhemessuille ilmastovinkejä
- Perhevalmennukseen myös ilmastonäkökulma. Neuvoloissa voitaisiin järjestää keskustelutilaisuuksia.
- Laskiaisrieha

Muita huomioita tapahtuman järjestämisestä:

- Ilmastoasiaa kannattaa tuoda esille valmiiksi järjestetyn tapahtuman yhteydessä. Ei kannata järjestää pelkkää ilmastotapahtumaa, vaan jonkin muun yhteyteen.
- Kannattaa myös hyödyntää eri toimijoiden yhteistyötä ja järjestää tapahtumia yhdessä. ILMANKOS voisi tarvittaessa toimia eri järjestöjen yhteisen tapahtuman koordinaattorina. Mukana voisivat olla Napapiiri, kestovaippayhdistys, Pirkanmaan jätehuolto, Moreenia, Nuori Suomi, luontokoulu Korento, muut järjestöt ja urheiluseurat.
- Konkreettisiin tekoihin on syytä panostaa, ei aiheeksi ilmastonmuutosta vaan jokin konkreettinen aihe, kuten askartelu kierrätysmateriaaleista. Ilmastonmuutoksen oikeanlainen markkinointi.
- Tapahtumassa pitää olla myös tekemistä, ei pelkkää tiedottamista
- Pitää pohtia mille ikäryhmille tapahtuma suunnataan ja milloin on sopiva ajankohta
- Tapahtumiin lastenhoidon järjestäminen
- Panostus lähialueilla ja omilla asuinalueilla tapahtuvaan toimintaan
- Jatkuva, esim. vuosittainen tapahtuma
- Tapahtumista pitää tiedottaa massiivisesti

Keskustelimme ryhmissä myös **tiedottamisesta**. Tässä huomioita tarpeelliseksi koetuista tiedotusmateriaaleista ja tiedottamisesta yleensä:

- Kasviruokailua edistävää materiaalia
 - Reseptivihko lapsiperheille
 - Kannattaa korostaa myönteisesti, ”hienoa että teit tämän ilmastomyönteisen valinnan”.
 - Syyllistämistä pitää välttää!
-
- ”Hidasta hivuttamista”, muutos ei tapahdu yhtäkkiä.
 - Lapset ovat otollinen ryhmä
 - Esimerkit ovat tärkeitä, tiedotus ei yksin riitä. Mm. poliitikot voisivat näyttää mallia.
 - Käytännölläisyys materiaaleissa on tärkeää. Kannattaa korostaa pieniä asioita, ”tee näin!”
 - Pohdittiin, miten tiedosta tehdään ns. normaalia? Ratkaisuksi ehdotettiin tiedottamista valtakunnan verkossa.
 - Paikallistasolla Aamulehti pitäisi saada mukaan.
 - Neuvoloissa kestovaippon esittelyinfon jakaminen.
 - Tiedottamisen ja kouluttamisen kohteena voisivat olla perheiden lisäksi mm. perhepäivähoitajat, päiväkodit, neuvolat, koulut
 - Ehdotettiin energiavastaavia mm. päiväkoteihin.
 - Urheiluseuroissa voisi panostaa kimpakyyteihin ja niistä tiedottamiseen.