

Kuluttajien palautetta mittatikkuympäristötyökalusta

Eva Heiskanen & Päivi Timonen

Kuluttajatutkimuskeskus – Työselosteita ja esitelmää 90:2005

Kuluttajien palautetta mittatikkuympäristötyökalusta

Eva Heiskanen, Päivi Timonen

Sivumäärä

28

Julkaisun päivämäärä

Maaliskuu 2005

Julkaisun hinta

8,40 €

Julkaisija



PL 5 (Kaikukatu 3)

00531 HELSINKI

Puh. (09) 77 261

Faksi (09) 7726 7715

www.kuluttajatutkimuskeskus.fi

Tiivistelmä

Tämä raportti liittyy Suomen ympäristökeskuksen koordinoimaan hankkeeseen ”Kulutuksen ympäristövaikutusten mittaaminen ja havainnollistaminen – mittatikun kehittäminen kulutuksen ympäristövaikutuksille”. Hankkeessa pyritään kehittämään yleistajuisia, tuttuihin tuotteisiin perustuvia ”mittatikkuja” kulutusvalintojen ympäristövaikutusten mittasuhteiden hahmottamiseen. Leipä, juusto, pyykinpesu, asuminen ja henkilöautomatka valittiin mittatikkutuotteiksi. Hankkeessa on pyritty ottamaan kuluttajat mukaan kehittämään ja kommentoimaan tavallisille kuluttajille suunnattua ympäristötiedotusta. Tässä raportissa keskitytään siihen, miten kuluttajat kokevat ja ymmärtävät näiden mittatikkujen merkityksen ja käyttökelpoisuuden. Raportissa selostetaan Kuluttajatutkimuskeskuksen kuluttajanelistien ja nuorten peruskoululaisten ryhmähaastatteluissa saatua palautetta tutkijaryhmän kehittämään mittatikkujen esittelymateriaaliin.

Keskusteluun ilmoittautuneille kuluttajille etukäteen lähetetyssä tausta-aineistossa mittatikun ideaa esiteltiin kertomalla, mihin mittatikkulla pyritään sekä esittelemällä mittatikkulaskelmissa mukana olevat ympäristövaikutukset ja luonnehtimalla mittatikkuna käytettyjä tuotteita ja niitä koskevia elinkaaritutkimuksia. Pääosa materiaalista koostui kuudesta vaihtoehtoisesta mittatikkujen esittämistavasta. Ryhmähaastattelut järjestettiin Kuluttajatutkimuskeskuksessa syksyllä 2004 ja keskusteluihin osallistui 57 panelistia. Heidän lisäksi mittatikkumateriaalin vastaanottoa tutkittiin myös yhdessä koululaisryhmässä. Ryhmään osallistui seitsemän helsinkiläisen peruskoulun 8–9-luokkalaista.

Jotkut kuluttajat ymmärsivät ajatuksen havainnollistaa erilaisia ympäristökuormituksia käyttämällä yksinkertaista, tuttua tuotetta ”mittatikkuna” muiden tuotteiden elinkaaren aikaisille ympäristökuormituksille. Osalle keskustelijoista idea tuntui oudolta, ja joillekin ajatus ympäristöasioiden mittaamisesta oli sinänsä iso pala haukattavaksi. Ilmeisesti elinkaariarviointi on julkisuudessa jäsentynyt ennen kaikkea vertailuksi, joten toisenlaisten sovellusten kuvittelemisen oli vaikeaa. Ryhmäkeskustelujen taustana kokeiltu materiaali oli ilmeisesti liian raskasta useimmille kuluttajille: siihen tutustuminen oli vaatinut paljon aikaa, eikä materiaali siltikään auennut kaikille ennen keskusteluun osallistumista. Osasyynä voi olla sekä esittämistapa eli vaihtoehtojen ja ehdotettujen mittatikkujen runsaus että erilaisten uusien asioiden tuoma ylikuorma.

Panelisteilla oli muutamia keskenään erilaisia tapoja tulkita, mihin mittatikkuja voitaisiin käyttää ja mihin niillä halutaan vaikuttaa. Nämä erilaiset tulkintakehykset vaikuttivat siihen, miten vaihtoehtoisia esittämistapoja arvioitiin. Keskusteluista oli tunnistettavissa ensiksi tulkinta mittatikkusta markkinoiden toimintaan vaikuttamisena, toiseksi ympäristöpoliittisena ohjauskeinona, kolmanneksi yleissivistävänä ympäristöasioista kouluttamisen keinona ja neljänneksi asiaan vihkiytyneiden asiantuntijoiden keskinäisenä keskusteluna. Nuorille ajatus hahmottaa ympäristöasioita tuotteiden kautta ei ollut ilmeinen, eivätkä nuoret pohtineet mittatikun sopivuutta tuotevertailuun kaupassa. Heidän mielestään mittatikut sopivat ympäristömyötäisten ratkaisujen, kuten autoilun välttämisen, määrälliseksi perusteluksi.

Kuudesta esittämistapavaihtoehdoista ei saatu esille yksiselitteistä suosikkia. Joillekin ihmisille numerot ovat helppoja, joillekin kuvat, kun taas joillekin teksti aukeaa parhaiten. Erilaisiin tapoihin hahmottaa uutta informaatiota voitaneen vastata parhaiten yhdistämällä erilaisia esittämistapoja (esimerkiksi kuvat ja sanallinen selostus). Myös kontekstista riippuu, mikä esittämistapa on paras: tuotevalintoja tehtäessä on mahdollista käsitellä vain vähän informaatiota, mutta yleissivistävässä kontekstissa (esim. Internet, päivälehdet) myös tarkemmille tiedoille ja perusteluille on käyttöä.

Asiasanat: kulutus, kuluttajakäyttäytyminen, ympäristövaikutukset, mittari, havainnollistaminen

SISÄLTÖ

1	Johdanto	1
2	Miten kuluttajapalaute kerättiin?	3
	2.1 Ryhmähaastattelut osana mittatikkuhankkeen tutkimus- ja kehittämisprosessia	3
	2.2 Ryhmähaastattelujen toteutus	4
	2.3 Ryhmähaastatteluihin osallistuneet kuluttajat	4
3	Mittatikkuidean vastaanotto	6
	3.1 Keskustelu kulutuksen ympäristövaikutuksista ajankohtaista	6
	3.2 Mittatikkun ideaan liitettyjä ongelmia	8
	3.3 Miten mittatikkua lähestyttiin ja tulkittiin?	12
4	Palautetta mittatikkujen erilaisista esittämistavoista	13
5	Mihin mittatikkua voisi kuluttajien mielestä käyttää?	18
6	Kommentteja materiaaliin	21
7	Nuorten ryhmästä saatua palautetta	24
8	Yhteenveto ja kehittämisehdotuksia	26
	Lähteet	28
	Liitteet	
	Liite 1. Kutsukirje	
	Liite 2. Haastattelurunko	
	Liite 3. Haastattelut ja niiden dokumentointi	

1 Johdanto

Tämä raportti liittyy Suomen ympäristökeskuksen koordinoimaan hankkeeseen ”Kulutuksen ympäristövaikutusten mittaaminen ja havainnollistaminen – mittatikkun kehittäminen kulutuksen ympäristövaikutuksille”. Elinkaariarviointi (joka lyhennetään usein 'LCA') tuotiin esille yhtenä suositeltavana menetelmänä, onhan se standardoitu menetelmä tuotteiden ympäristövaikutusten arviointiin. Kuluttajille suunnattavassa tiedonvälityksessä tarvitaan kuitenkin nykyistä havainnollisempia ja selkeämpiä tapoja esittää LCA-tuloksia. Mittatikkun hankkeessa pyritään kehittämään yleistajuisia, helposti omaksuttavaa ja hyödyllistä kuluttajatieta tuotteiden elinkaarenaikaisista ympäristövaikutuksista ja erilaisten kulutusvalintojen merkityksestä ympäristön kannalta.

Hankkeessa kootaan, arvioidaan ja päivitetään kulutushyödykkeitä koskevaa elinkaari tietoa. Työ aloitettiin kartoittamalla kotitalouksien kuluttamista tavaroista ja palveluista tehdyt elinkaariarvioinnit ja niiden käyttökelpoisuus kotitalouksien ja kulutusvalintojen ympäristövaikutusten arviointiin. Elinkaari tiedon arvioinnista hankkeessa vastaavat Suomen ympäristökeskuksesta Ari Nissinen, Juha Grönroos ja Jyri Seppälä, Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksesta Juha-Matti Katajajuuri, Sirpa Kurppa, Yrjö Virtanen ja Pasi Voutilainen, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksesta Asmo Honkanen, Juhani Kettunen, Timo Mäkinen ja Frans Silvenius.

Tärkeänä osana hanketta on tiedon työstäminen kuluttajalle ymmärrettävään ja hyödylliseen muotoon. Elinkaari tiedon perusteella kehitettiin vertailukohteita eli mittatikkuja, joihin eri tuotteiden elinkaariarvioinnin tuloksia voidaan verrata. Hankkeessa pyritään kehittämään yleistajuisia, tuttuihin tuotteisiin perustuvia ”mittatikkuja” kulutusvalintojen ympäristövaikutusten mittasuhteiden hahmottamiseen. Hankkeessa kehitettävät mittatikkut perustuvat kuluttajalle tuttujen tuotteiden ympäristövaikutuksiin. Leipä, juusto, pyykinpesu, asuminen ja henkilöautomatka valittiin mittatikkutuotteiksi. Lisäksi elinkaariarvioinneista tehtävässä kartoituksessa selvitetään mahdollisuuksia muihin mittatikkuihin ja myös eurooppalaisen kansalaisen keskimääräisiin ympäristövaikutuksiin perustuvaa mittatikkua kehitetään. (Nissinen ym. 2004, 2005.)

Tässä työselosteessa keskitytään siihen, miten kuluttajat kokevat ja ymmärtävät näiden mittatikkujen merkityksen ja käyttökelpoisuuden. Tästä hankkeen osuudesta vastaavat Kuluttajatutkimuskeskuksesta Eva Heiskanen ja Päivi Timonen. Hankkeessa on pyritty ottamaan kuluttajat mukaan kehittämään ja kommentoimaan tavallisille kuluttajille suunnattua ympäristötiedotusta. Taustalla on tietoisuus siitä, että monilla kuluttajilla ei ole tarkkaa luonnontieteellistä tietämystä eri ympäristöongelmien syistä ja seurauksista (mm. Heiskanen ja Timonen 1996). Kuluttajilla on kuitenkin arkisen järkeilyn malleja, joilla erilaisista kulutusvalinnoista (ja niihin liittyvistä ympäristöasioista) selviydytään arkielämässä (Timonen 2002). Tiedotusmateriaalia ja tiedottamisen keinoja kehitettäessä on myös tärkeä ymmärtää ympäristötiedon käyttötilanteita ja tapoja, jolla ympäristötietoa jäsennetään. Kuluttajilta, eli tiedon käyttäjiltä, voidaan myös saada arvokkaita ideoita siihen, miten ympäristötiedon viestintää voidaan kehittää ymmärrettävämmäksi, kiinnostavammaksi ja käytettävämmäksi. Kuluttajapalautteen ja kuluttajien kehittämisideoiden rooli hankkeen kokonaisuudessa kuvataan tarkemmin luvussa 2.1.

Tässä raportissa selostetaan mittatikkuhankkeen kuluttajapalautteen keräämisen ensimmäinen vaihe, eli Kuluttajatutkimuskeskuksen kuluttajapanelistien ja nuorten peruskoululaisten **ryhmähaastatteluissa saatu palaute** tutkijaryhmän kehittämään mittatikkujen esittelymateriaaliin. Luku 2 keskittyy tiedonkeruun ja siihen osallistuneiden kuluttajien esittelyyn. Luvussa 3 kuvataan, miten kuluttajat suhtautuivat mittatikkua jatteluun ja minkälaisista eri näkökulmista he

antoivat siihen palautetta. Luku 4 kuvaa taustamateriaalissa olleisiin vaihtoehtoihin esittämistapoihin saatua palautetta. Lukuun 5 on koottu kuluttajien ajatuksia siitä, mihin mittatikkua voitaisiin käyttää ja lukuun 6 materiaaliin ja sen esittämistapaan saatuja kommentteja ja parannusehdotuksia. Luvussa 7 kuvataan erikseen nuorten ryhmältä saatua palautetta. Eri lukujen yhteydessä on koostena lainauksia ryhmäkeskusteluista. Luvussa 8 kootaan yhteen saadun palautteen ja kehittämisehdotusten pääkohdat.

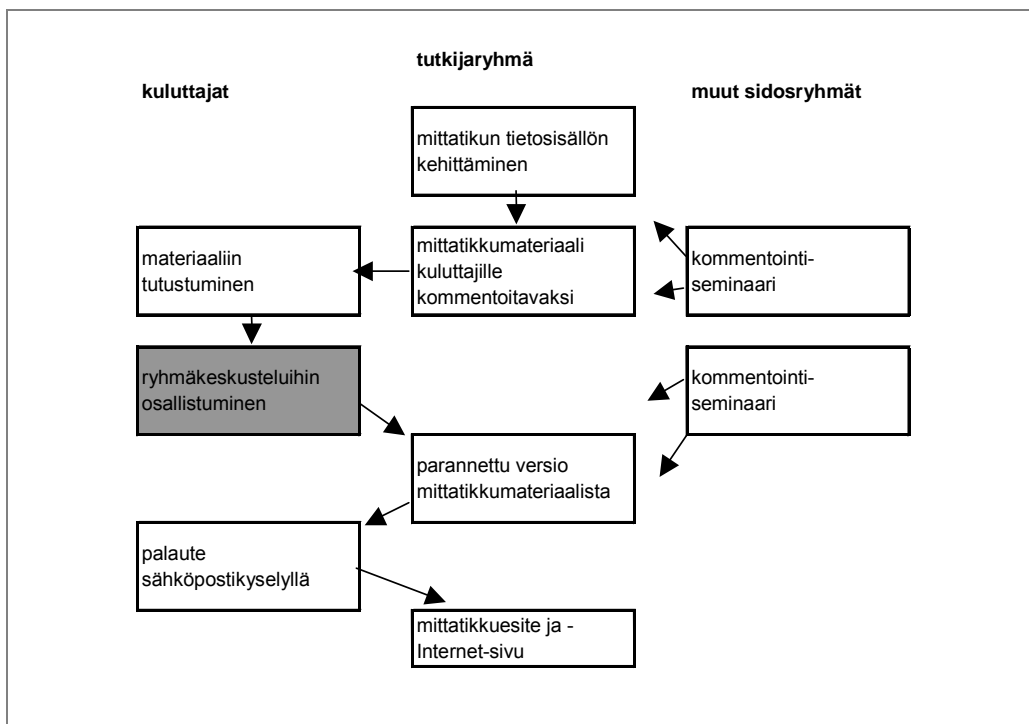
2 Miten kuluttajapalaute kerättiin?

Seuraavassa asemoidaan ensin ryhmähaastattelujen rooli hankkeen tutkimus- ja kehittämisprosessissa. Sitten kuvataan lyhyesti haastattelujen kulku ja luonnehditaan haastatteluihin osallistuneita kuluttajia.

2.1 Ryhmähaastattelut osana mittatikkuhankkeen tutkimus- ja kehittämisprosessia

Mittatikku-hankkeessa pyritään kehittämään yleistajuista, helposti omaksuttavaa ja hyödyllistä kuluttajietoa tuotteiden elinkaarenaikaisista ympäristövaikutuksista. Hankkeessa kootaan, arvioidaan ja päivitetään kulutushyödykkeitä koskevaa elinkaaritietoa (ks. tarkemmin Nissinen ym. 2005). Tärkeänä osana hanketta on myös tiedon työstäminen kuluttajalle ymmärrettävään ja hyödylliseen muotoon. Osana hanketta on haettu palautetta ja kehittämisideoita kuluttajilta itseltään, eli potentiaalisilta tiedon käyttäjiltä. Tässä on hyödynnetty Kuluttajatutkimuskeskuksessa kehitettyä ”visionäärisen vuorovaikutuksen” -menetelmää.

Kuluttajapalautteen rooli hankkeen toteutuksessa näkyy kuvassa 1. Kuluttajat ovat tutustuneet tutkijaryhmän tuottamaan materiaaliin ja osallistuneet sitä koskeviin ryhmäkeskusteluihin. Hankkeen seuraavassa vaiheessa tehdään toinen palautekierros, jossa kuluttajia pyydetään kommentoimaan parannettua versiota mittatikkumateriaalista. Kuluttajien lisäksi palautetta materiaaliin on saatu myös muilta sidosryhmiltä (yritykset, järjestöt, viranomaiset) hankkeen puitteissa järjestetyissä seminaareissa. Tässä raportissa keskitytään erityisesti ryhmäkeskustelujen raportointiin (kuvassa tummennettu solu).



Kuva 1. Kuluttajien, tutkijaryhmän ja muiden sidosryhmien rooli mittatikkumateriaalin kehittämisessä.

2.2 Ryhmähaastattelujen toteutus

Tiesimme jo etukäteen, että tutkimuksen aihepiiri on vaikea ja vaativa maallikolle. Ensi vaiheessa mittatikut suuntautuvatkin erityisesti ympäristöasioista jonkin verran kiinnostuneille, joten päätimme pyytää kommentteja sellaisilta kuluttajilta, joita aihe kiinnostaa ja jotka jaksavat panostaa kommentointiin ja kehittämistyöhön. Halusimme mukaan ihmisiä, jotka eivät ole varsinaisia ympäristöasiantuntijoita, mutta jotka omissa sosiaalisissa verkostoissaan ovat ympäristöasioista kiinnostuneita ja mahdollisesti myös tuttavien tietolähteitä.

Ryhmähaastatteluihin kutsuttiin Kuluttajatutkimuskeskuksen pääkaupunkiseudun alue-paneelista noin 300 panelistia, joilla oli käytössään Internet ja sähköposti (kutsukirje liitteenä 1). Kaikkiaan mukaan ilmoittautui noin 70 panelistia, joista keskusteluihin osallistui 57. Ilmoittatuneille lähetettiin etukäteen Mittatikkua-ajattelua esittelevä taustamateriaali, johon heitä pyydettiin perehtymään ennen keskustelutilaisuutta. Taustamateriaali on saatavilla sähköisessä muodossa Suomen ympäristökeskuksen kotisivulta osoitteesta: <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=26210&lan=fi>.

Ryhmähaastattelut järjestettiin Kuluttajatutkimuskeskuksessa syksyllä 2004, pääosin iltaisin klo 17 jälkeen. Ryhmähaastatteluja järjestettiin kaikkiaan kymmenen, joten haastatteluihin osallistui kerrallaan kolmesta kahdeksaan henkilöä. Haastatteluja veti kaksi tutkijaa ennalta suunnitellun haastattelurungon pohjalta (liite 2). Keskustelu jäsenettiin kolmen teeman ympärille:

- 1) yleisiä arvioita mittatikkuaajattelusta
- 2) mittatikkujen esitystapa
- 3) kehittämisideoita tulevaisuutta ajatellen.

Haastattelujen lopuksi toinen keskustelun vetäjästä teki yhteenvedon nostoen esiin keskustelussa esiin tulleita tärkeitä tai jatkokeskymyksiä herättäviä asioita, ja osallistujia pyydettiin kommentoimaan yhteenvedossa esitettyjä asioita. Monessa ryhmässä näin saatiinkin esiin vielä runsaasti tarkennuksia ja uusia ideoita. Ryhmähaastattelut kestivät yleisimmin noin puolitoista tuntia. Haastattelut nauhoitettiin ja niistä tehtiin muistiinpanoihin perustuvia muistioita. Osa nauhoista purettiin myös teksteiksi.

2.3 Ryhmähaastatteluihin osallistuneet kuluttajat

Hankkeeseen osallistuminen herätti varsin monipuolista kiinnostusta Kuluttajatutkimuskeskuksen kuluttajapanelistien joukossa. Kuten ryhmähaastatteluihin yleensäkin, keski-ikäiset olivat hiukan muita herkempiä ilmoittautumaan mukaan – jotkut kutsuun vastanneet pienten lasten vanhemmat valittelivatkin vaikeuksiaan päästä mukaan. Osallistujista 11 oli alle 35-vuotiaita, 23 oli 35–50-vuotiaita ja 23 oli yli 50-vuotiaita. Keskusteluihin osallistuneista kuluttajista miehiä oli 24 ja naisia 33. Osallistujat olivat samankäistä väestöstä selvästi koulutetumpia: osallistujista noin puolella oli korkeakoulututkinto. Tämä selittyy osin Kuluttajapaneeelin koulutustasorakenteella, mutta aiheen haastavuus lienee myös vaikuttanut osallistujien valikoitumiseen.

Keskusteluihin osallistuneiden ympäristöasenteita ja -tietämystä mitattiin pienellä kyselyllä (liite 3). Osallistuneet olivat hiukan muita suomalaisia huolestuneempia globaaleista ympäristöasioista: erittäin huolestuneita oli keskustelijoista yli puolet, kun taas suomalaisista noin yksi kolmasosa on luokiteltu ympäristöasioista erittäin huolestuneiksi (Nurmela ym. 2002). Keskus-

teluihin osallistuneiden ympäristötietämyksen taso (mitattuna ilmastonmuutoksen syyn tunteuksella) oli selvästi korkeampi kuin muiden suomalaisten, mutta asiaan on voinut vaikuttaa taustamateriaaliin perehtyminen. Sen sijaan osallistujien subjektiiviset arviot oman ympäristötietämyksensä tasosta eivät poikenneet muiden suomalaisten arvioista (Tilastokeskus 2000).

Kuten kuluttajanelistit yleensäkin, osallistujat seurasivat ajankohtaisia asioita varsin tiiviisti. Lähes kaikki seurasivat ympäristöasioita aktiivisesti, useimmat useista eri kanavista. Osallistujat toimivat myös tietolähteenä muille kuluttajille. Noin kaksi kolmasosaa vastanneista vastasi neuvovansa joskus muita ympäristöasioissa. Osa osallistujista myös antoi tuttaville neuvoja muissa kulutukseen liittyvissä asioissa. Monet osallistuneista olivat siis keskeisessä asemassa omissa sosiaalisissa verkostoissaan. Muutamat myös toimivat ammatillisesti kulutukseen ja ympäristöön liittyvissä asioissa.

Osallistujilla oli hiukan erilaisia motiiveja osallistua aihetta koskeviin ryhmähaastatteluihin. Noin puolet keskusteluihin mukaan tulleista kertoi motiivikseen kiinnostuksen kulutusvalintoja koskevasta ympäristötiedosta. Kiinnostus ympäristötietoon saattoi olla hyvin omakohtaista ja ympäristölähtöistä: keskustelijat halusivat tehdä ympäristön kannalta parempia valintoja, ja jotkut halusivat myös mielellään vaikuttaa myös muiden valintoihin. Toisilla taas kiinnostus ympäristötietoon liittyi enemmän ystävien kanssa käytyihin väittelyihin eri toimintatapojen ympäristöystävällisyydestä tai tiedotusvälineissä esiintyvän tiedon ristiriitaisuuksiin. Toiset keskustelijat taas olivat kiinnostuneita kulutuksesta, kuluttajainformaatiosta ja kuluttajapolitiikasta yleisemmin. Jotkut mukaan ilmoittautuneet olivat taas uteliaita näkemään, miten ryhmähaastattelu toimii käytännössä taikka miten monimutkaisia ympäristöasioita yritetään laskea ja yhteismitallistaa.

Monilla oli jonkinlaista taustaa ympäristöasioissa. Jotkut olivat kohdanneet ympäristöasioita opinnoissaan, joko perus- tai täydennyskoulutuksessa. Monet olivat törmänneet ympäristöasioihin työelämässä esimerkiksi teollisuuden, markkinoinnin, viestinnän tai opetuksen parissa. Lähestulkoon kaikki olivat joka tapauksessa seuranneet ympäristöasioita tiedotusvälineistä ja puhuneet niistä ystävien tai tuttavien kanssa.

Keskustelijat olivat siis tavallista valistuneempia ja asioita seuraavia kuluttajia, ja osa heistä oli myös ympäristöasioista erityisen huolestuneita tai kiinnostuneita. Yhteistä heillä oli kiinnostus kuluttajapolitiikkaan, markkinoiden toimintaan ja päätöksenteossa käytettävissä olevaan tietämykseen.

Kuluttajanelistien lisäksi mittatikkumateriaalin vastaanottoa tutkittiin myös yhdessä koululaisryhmässä. Ryhmään osallistui seitsemän koillishelsinkiläistä peruskoulun 8–9-luokkalaista. Osallistuneet olivat vapaaehtoisia ”ympäristöagentteja”, jotka biologian opettajan johdolla kehittävät oman koulunsa ympäristöasioita ja käyvät pitämässä tietoiskuja muissa kouluissa ja kaupungin yksiköissä. He olivat siis ikäveroreitaan hiukan enemmän ympäristöasioista tietäviä ja arkisen ympäristötiedon (kuten energiankulutustietojen) käsittelyyn tottuneita.

3 Mittatikkuidean vastaanotto

Keskusteluun ilmoittautuneille kuluttajille etukäteen lähetetyssä tausta-aineistossa mittatikun ideaa esiteltiin kertomalla, mihin mittatikulla pyritään sekä esittelemällä mittatikkulaskelmissa mukana olevat ympäristövaikutukset ja luonnehtimalla mittatikkaina käytettyjä tuotteita ja niitä koskevia elinkaaritutkimuksia. Pääosa materiaalista koostui erilaisista mittatikkujen esittämistavoista (liite 2).

Esitetekstissä mittatikun kerrottiin olevan väline kulutuksen ympäristövaikutusten mittaamiseen, aiempia elinkaariarviointeja havainnollisempi mittari, esittämistapa kulutuksen ympäristövaikutusten havainnollistamiseen sekä vertailukohde. Esitteen alussa esiteltiin elinkaari-tarkastelu eli LCA perusmenetelmäksi tuotteiden ympäristövaikutusten arviointiin. LCA:n kerrottiin kuvaavan tuotteiden erilaisia ympäristövaikutuksia tuotteen elinkaaren kaikissa vaiheissa ”kehdestä hautaan”. Esitteessä kerrotaan, että mittatikun tarkoituksena on tarjota tuttu mittari tai esittämistapa ympäristövaikutusten suuruuden ymmärtämiseen ja toimia vertailukohteena. Mittatikun idea on havainnollistaa elinkaariarvioiden tuloksia tavallisille ihmisille.

3.1 Keskustelu kulutuksen ympäristövaikutuksista ajankohtaista

Keskusteltaessa mittatikun ideasta kuluttajat puhuivat idean ajankohtaisuudesta, mittatikun avaamista uusista ajatuksista, elinkaariajattelun tuttuudesta sekä mittatikkusta vaikuttamiskeinona tuotemarkkinoihin. Toisaalta keskusteluissa pohdittiin mittatikun idean herättämiä ongelmia. Erityisesti keskustelijat epäilivät, saako mittatikki riittävästi hyväksyntää yleistyäkseen, ja onko mittatikki yhä liian monimutkainen tapa esittää tuotteen elinkaaren aikaisia ympäristövaikutuksia. Jotkut kaipasivat selkeitä suosituksia kuluttajille laajan ja monitahoisen tiedon sijaan.

Kulutuksen ympäristövaikutuksista keskustelua ja vaikutusten yksinkertaistamista pidettiin kaikissa keskusteluissa ajankohtaisena ja tärkeänä asiana. Keskusteluissa teeman ajankohtaisuutta kuvattiin ilmauksilla ”tämä on ilmassa”, ”tämä on hyvä alku” ja ”tätä on jo odotettu”. Mielenkiinoista oli se, että keskusteluihin osallistuneet kuluttajat pääsääntöisesti hyväksyivät sen, että mittatikuilla esitetty ympäristövaikutusten havainnollistaminen on toistaiseksi puutteellista. Mittatikkua tarkasteltiin tapana vaikuttaa kulutuksen ympäristövaikutuksiin tuomalla osin tieteellisesti ristiriitaistakin tietoa julkiseen keskusteluun. Keskusteluissa korostettiin ympäristöön vaikuttamista muutosprosessina, jossa mittatikki osaltaan pyrkii vaikuttamaan sekä julkiseen näkemykseen että suoraan tuotemarkkinoiden toimintaan.

Keskusteluissa, joissa mittatikki nähtiin tapana muuttaa yleistä mielipidettä, esitettyä ideaa verrattiin ajankohtaisiin keskusteluihin tupakoinnin vaaroista tai terveellisistä elämäntavoista. Esimerkkien avulla pohdittiin sitä, miten nopeasti jotkin asiat ovat aiemmin saaneet kielteisen leiman (tupakka) tai miten kuluttajat ovat hyväksyneet uutuuden (kuten sauvakävelyn) osaksi arkeaan. Samalla tavalla kulutuksen ympäristövaikutusten mittari voi tulla hyväksytyksi.

Keskusteluissa tuotteiden ympäristövaikutusten arvioinnin perusmenetelmä, elinkaariarviointi, koettiin tutuksi ja elinkaariarviointi kulutuksen ympäristövaikutusten arviointimenetelmänä sai hyväksyntää. Keskustelijoille elinkaariajattelu oli tullut tutuksi joko opinnoissa tai työelämässä. Kovin moni ei kuitenkaan tuntenut elinkaariarvioinnin yksityiskohtia; tuttua oli lähinnä ajatus ympäristövaikutusten tarkastelusta ”kehdestä hautaan” -periaatteella. Tässä

yhteydessä viitattiin usein esitteen kannessa olevaan, tuotteen elinkaarta havainnollistavaan kuvaan.

Mittatikon kehittämisen nähtiin vaikuttavan tuotemarkkinoilla koko tuoteketjun toimintaan, ei vain kuluttajien tapaan valita tuotteita. Keskusteltaessa koko tuoteketjuun vaikuttamisesta mittatikkua verrattiin sertifiointiin. Ympäristövaikutusten havainnollistuksessa ja tehdessä tuotteista vertailukelpoisia markkinoille jäävät lopulta vain ympäristövaikutukset huomioivat yritykset. Toki mittatikuilla nähtiin olevan vaikutusta myös kuluttajien valintoihin. Joissakin keskusteluissa ideoitiin, miten mittatikon myötä ympäristöstä muotoutuu kolmas valintaan vaikuttava tekijä rahan ja terveyden ohella. Toisaalta todettiin, että terveys ja raha ovat tärkeitä ja selkeitä kriteereitä, eikä ympäristötieto vielä kilpaile niiden kanssa kuluttajien valinnoissa.

Todettiin, että kuluttaja on valistunut, jos se tehdään helpoksi. Keskusteluissa korostuivat kuluttajien valinnat osana kansalaistoimintaa. Nähtiin, että mittatikon myötä kuluttajilla on enemmän valtaa vaikuttaa tuotemarkkinoihin. Mittatikon hyvänä puolena pidettiin sitä, että se arvostaa kuluttajien valintojen merkitystä ja vahvistaa kuluttaja-kansalaisuutta. Mittatikkusta innostuneet pitivät sitä keinona muuttaa kulutuksen käytäntöjä vaikuttamalla tuotemarkkinoihin. Mittatikkua pidettiin yhtenä askeleena irrottautua yksityiskohtaisesta tiedosta (data) kohti näkemyksellistä ja tavoitteellista toimintaa.

Keskustelijoille uutta tietoa mittatikkumateriaalissa oli ollut asumisen ympäristökuormituksen suurus. Monikaan ei ollut osannut kuvitella, että asuminen olisi niin merkittävä tekijä. Asumisen merkittävyys herätti myös pohdintaa vaihtoehtoista: asua täytyy. Jotkut pohtivat, miten eri asumismuodot näyttäytyisivät tällaisessa tarkastelussa, kun taas jotkut aavistelivat, että kerrostaloasuminen on vähiten ympäristöä kuormittavaa. Monet toivat esille, että tässä yhteydessä olisi hyvä kertoa, miten kuluttaja voi käytännössä vaikuttaa asumisen ympäristökuormitukseen.

Keskustelijoilta kysyttiin, miten luotettavalta taustamateriaalissa esitetty tieto oli vaikuttanut. Ryhmäkeskustelut vahvistavat osaltaan näkemystä, että Suomessa luotetaan asiantuntijoiden ja viranomaisten tuottamaan tietoon (EORG 2002; Tiedebarometri 2004). Tuotteiden valmistajien tekemiin mittatikkuihin ei luotettaisi samalla tavalla. Useat eivät olleet pohtineet lukiessaan lainkaan tiedon luotettavuutta. Osa taas oli lukenut taustamateriaalia esimerkkinä, joka ei sellaisenaan kuvaa todellista tilannetta. Ymmärrettiin, että mittatikki ei kuvaa absoluuttista totuutta, vaan mittatikut perustuvat parhaaseen tällä hetkellä saatavilla olevaan tietoon tuotteiden ympäristövaikutuksista. Joillekin keskustelijoille materiaalin luotettavuutta lisäsivät mittatikkumateriaalin perinpohjaisuus sekä materiaalissa esille tuodut mittaamiseen liittyvät ongelmat. Luotettavuutta enemmän keskusteluissa kritisoitiin asiantuntijoiden haluttomuutta kertoa tiedon pohjalta johtopäätöksiä, suosituksia, kieltoja tai raja-arvoja.

Pääosin tietoa pidettiin neutraalina, joissakin keskusteluissa pohdittiin, syyllistääkö mittatikki kuluttajaa. Pohdittiin, tuleeko huolettomasti ympäristöasioihin suhtautuvista ihmisistä seuraava ”noitavainon” kohde, kuten nyt on tapahtunut tupakoitsijoille. Samaa asiaa toisesta näkökulmasta pohdittiin myös puheenvuoroissa, joissa toivottiin dramaattista ja pelottelevaa uutisointia ympäristöongelmista. Vasta kauhukuvat tulevaisuuden ongelmista saavat aikaan muutoksia.

Mittatikkuidean vastaanotto – lainauksia ryhmäkeskusteluista

Tämä on niin alku, kyllähän tästä enemmän ja enemmän ihmiset puhuu ja ajattelee. Että jos miettii, 30 tai 40 vuotta sitten, harva oli kiinnostunut siitä, miten paljon leivässä on rasvaa tai jotain muuta. Mutta sehän on vaikeata tässä vaiheessa hahmottaa, miten se [ympäristöasiat] on, ja on ehkä tarpeen syylittää ihmisiä. (3009)

Jostain lähdeittävä liikkeelle, tämä on 1. polvi tuotteiden ympäristötietoa, korjataan tätä vaikka kymmenen vuoden päästä. (0510)

Asuminen on Suomessa iso juttu tässä ympäristöasiassa. Kyllähän nää tietysti pistää ajattelemaan nää kaaviot, tää on hirveätä asumispäivät, miten ne siinä kaaviossa nousee hirmu korkealle. Mutta kuitenkin asua on pakko.

- Mä hämmästyin sitä kanssa, että se on noin korkea.

- Mitä sillekin voi sillekin vaikutukselle sitten tehdä?

- Kaukolämmitys tai sähkölämmitys tai muu niin tuota, ei voi olla ilman asuntoa. Emme voi asua veneen alla tai bambumajassa, jossakin ruokomajassa, tässä ilmastossa eli se on hyväksyttävä juttu, että siihen menee energiaa ja se saa kuluttaa, rasittaa ympäristöä. Mä hämmästyin just tota asumista, että onko se noin ja siihen ei edes sisälly tämä itse käytetty sähkö, niin olin jostakin lukevani, niin tässä on se rakentaminen ja kaikki muu huomioitu. Meidän pitää rakentaa toisella tavalla, kuin jossakin etelän maissa; huomattavasti tukevampia taloa jotka kestää lämmönvaihteluita. (0710)

Oikeastaan lyhyesti mua kiinnostaa ylipäätä kuluttajatiedon lisääminen ja tää on yks mainio esimerkki siitä, että yritetään tuoda jollain tavalla niin ku yleiskäyttöistä vertailutyökalua, usean eri alueelle soveltuvaa työkalua, ikään kuin helppotajuisesti käyttöön. Sehän on periaatteessa aika hyvä lähtökohta, että mä osaan vertailla näitä. Kodinkoneisiin on tullut energiamerkintä, että tässä on pikkaisen samasta asiasta kysymys, että haetaan yleiskäyttöistä työkalua, jolla ehkä voidaan tehdä arkipäivän valintoja. Se haaste on just siinä, että saadaan se työkalu sellaiseksi, että se on toimiva ja ymmärrettävä...ja että siitä tulisi jotakin. (0710)

No se ainakin, mikä mulla tässä oli, että herätti ajatuksia, että ei ole välttämättä ajatellut, että jollain juustolla on jotain rehevöitymisvaikutuksia, et niin kun tällaista. Et se niin kun laajensi sitä skaalaa, että sitä on vaan ehkä ajatellu aikaisemmin, että siinä raaka-aineen tuottamisessa tapahtuu jotain ja sit siin valmistuksessa tapahtuu jotain, ja kuljetus on osa sitä ja säilytys ja näin. Mutta nyt kun siinä oli erikseen eriteltyä kaikki osa-alueet, vaikka siitä nyt, niin kuin tossa sanottiin, puuttui osa ympäristövaikutuksista. Mut kuitenkin, että se vähän niin kun avasi kokonaisuutena. Mutta tosiaan se, että kuinka helppolukuisia ja kuinka helposti omaksuttavia nää kaikki on, niin se on sitten asia erikseen. (1410)

3.2 Mittatikun ideaan liitettyjä ongelmia

”Periaatteessa hyvä juttu” -keskustelujen lisäksi kuluttajat käyttivät paljon kriittisiä mittatikun ideaan liittyviä puheenvuoroja. Osa keskustelijoista kertoi, että tausta-aineistosta oli vaikea hahmottaa, mihin mittatikkua käytetään. Pyritäänkö mittatikulla tuotteiden tai valintojen vertailuun vai eri ympäristöongelmien tärkeyden hahmottamiseen? Ideaan kriittisesti suhtautuvat toivat epäilynsä esiin heti keskustelun alussa kertomalla, että materiaalissa ei kunnolla kerrottu, mihin mittatikuilla pyritään tai mitä varten mittatikkuja kehitetään. Vaikeasti ymmärrettävän tavoitteen ohella keskusteltiin myös siitä, saako mittatikun idea riittävästi hyväksyntää niin, että se yleistyisi. Keskusteluissa epäilyksiin vastattiin kuluttaja-kansalais-näkökulmasta. Tavoitteena tuotiin esille kuluttajien oikeus saada tietoa valintojensa ympäristövaikutuksista. Jokaisella tulisi

olla oikeus itse päättää, mitkä asiat ratkaisevat kulutusvalinnoissa. Vaikka kaikille ympäristönäkökohdat eivät ole tärkeitä, joillekin ne ovat keskeisiä.

Mittatikkujen riskinä pidettiin sitä, että niistä ovat kiinnostuneita vain valistuneet ja asiaan perehtyneet kuluttajat. Keskusteluissa epäiltiin, voidaanko mittatikkujen kehittämisen kohde-ryhmäksi ottaa kaikki kuluttajat. Keskustelijat eivät uskoneet vapaaehtoiseen muutokseen siinä, että kaikki huomioisivat valinnoissaan ympäristövaikutukset. Monet ideaan liittyvät ongelmat liittyivät epäilyihin mittatikkun kuluttajan valintoja ohjaavasta vaikutuksesta. Keskustelijat kyseenalaistivat sen, että kaikki kuluttajat kiinnostuisivat ympäristömittarista ja hyödyntäisivät mittatikkua. Esimerkkinä vaikeasti lähestyttävästä ryhmästä käytettiin iäkkäitä kuluttajia.

Eriytyisen paljon hämmennystä aiheutti ruisleivän ja autoilun tai asumispäivän ”vertailu”. Osa keskustelijoista ymmärsi, että pyrkimyksenä on kuvata erilaisten valintojen suuruusluokkaa, mutta silti niiden asettaminen rinnakkain hämmensi. Ilmeisesti elinkaariajattelu on asemoitunut varsin voimakkaasti erilaisten tuotteiden vertailuun käytettäväksi työkaluksi, koska kaikki kuviot nähtiin vertailuina. Samaan viittaa myös erään keskustelijan huomautus siitä, että tärkeintä olisi vähentää kulutusta: huomautusta edelsi anteeksipyytävä avaus: ”tää ei varmaan oikeastaan liity tähän mittatikkuihin, mutta...”.

Keskusteluissa esitettiin ristiriitaisia näkemyksiä mukana olevien ympäristöongelmien ja elinkaaritiedon edustavuudesta. Mittatikka kuvaa ilmastonmuutoksen, alailmakehän otsonin synnyn, happamoitumisen, vesistöjen rehevöitymisen ja energiankulutuksen suuruutta. Näistä erityisesti ilmastonmuutoksen mukaan ottaen mittatikkuihin keskusteltiin. Sen jättämistä pois mittatikkusta perusteltiin ilmastonmuutoksen kiistanalaisuudella. Joissakin keskusteluissa ihmeteltiin, tarvitaanko mittatikkuihin sekä ilmastonmuutoksen että energiankulutuksen suuruus, sillä näitä kahta pidettiin keskenään päällekkäisinä ympäristöasioina.

Mittatikkussa ei ollut mukana uusiutumattomien ja uusiutuvien luonnonvarojen käyttöä, ihmisten terveydelle vaarallisia aineita, pienhiukkasten päästöjä, ekotoksisuutta, maankäyttöä eikä yläilmakehän otsonikerroksen heikentymistä. Näistä erityisesti luonnonvarojen kulutuksesta ja maankäytöstä keskusteltiin vilkkaasti pitäen näitä tärkeinä ympäristövaikutuksina. Energiankulutuksen mittaamisen katsottiin osin riittävästi tuovan esiin luonnonvarojen käyttöä, mutta maankäyttö jäi mittatikkussa monien mielestä turhaan huomiotta. Myös myrkyjen vaikutus niin ihmisiin kuin ekosysteemiin puhututtivat keskusteluissa. Osa kannatti niiden mukaan ottamista. Perusteluina oli ihmisten yhä kasvava terveyshakuisuus. Jotkut myös totesivat, että näitä tietoja on saatavana ainakin tuotteissa olevien aineiden osalta. Toisista oli parempi aloittaa mittatikka muuttamista keskeisistä ympäristövaikutuksista eikä pyrkiäkään kaiken kattavaan kuvaukseen.

Mittatikkutuotteita olivat ruisleipä, juusto, pyykinpesu, asunto ja automatka. Esitteessä oli kerrottu sekä tuotteiden mittatikkujen laskentatavasta että tuotteiden päivittäisen keskikulutuksen määrästä. Tuotteisiin liittyen keskustelijat pohtivat, miten tuotetiedot saadaan pysymään ajankohtaisina ja miten tietojen päivitys tulee tapahtumaan. Toiseksi ihmeteltiin, miksi tuotteista kerrottaessa ei mainita tuotteiden pakkauksia, eivätkö nämä ole mukana elinkaarissa? Kolmanneksi keskustelijat pohtivat, miten tuotteen elinkaareen perustuva laskelma on yleistettävissä yksittäisiin tuotteisiin. Raaka-aineiden ja valmiiden tuotteiden kuljetukset olivat kuluttajista ongelmallisia mittatikkujen luotettavuudelle. Keskustelijat pohtivat, voiko Vantaalla leivotun ruisleivän mittatikka olla sama sekä Helsingissä että Rovaniemellä myytävillä leivillä, tai miten mittatikkuihin päivitetään eri paikoissa viljelty ruis.

Mittatikkumateriaali sai kuluttajat pohtimaan, kohdistuvatko mittatikkussa esitetyt ympäristövaikutukset globaalisti keskeisiin ympäristöongelmiin vai keskittyvätkö liikaa suomalaisille

tärkeisiin ongelmiin. Tässä teemassa mielipiteet jakaantuivat. Joissakin mielipiteissä mittatikkua kritisoitiin liian länsimaiseksi tarkasteluksi tai liikaa Suomen näkökulmasta kulutuksen ympäristövaikutuksia tarkastelevaksi. Näissä puheenvuoroissa mittatikkuaun kaivattiin mukaan sosiaalisia vaikutuksia. Esimerkiksi Keskon Aasiassa valmistuttamissa ja maahantuomissa tuotteissa tulisi olla tietoja työntekijöiden työoloista, terveydelle vaarallisista aineista tai lapsityövoimasta.

Keskustelu talouden ja ympäristön globaalista luonteesta näkyi myös huolena siitä, että yleistykseen mittatikkua vaatii tutkimuksellista ja poliittista yhteistyötä ainakin Euroopan yhteisössä. Pelkästään Suomeen ja Suomessa valmistettaviin tuotteisiin ei kannata keskittyä. Kuluttajien kannalta on ongelmallista, jos mittatikkua yleistyy vain suomalaisiin tuotettuihin, koska valtaosa tuotteista valmistetaan muualla kuin Suomessa. Suomen näkökulmaan positiivisesti suhtautuvissa puheenvuoroissa paikallista lähestymistapaa pidettiin hyvänä. Suomalaisen mittarin tulisi painottaa Suomen ongelmia, kuten Itämeren vointiin vaikuttavia asioita. Kuluttajille pitäisi kertoa sellaisista ympäristöongelmista, joihin jokainen voi vaikuttaa ja muutokset ovat kaikkien havaittavissa.

Mittatikkuidean liittyviä ongelmia – lainauksia ryhmäkeskusteluista

Tääkin voi olla ehkä semmonen riski, että tästä ollaan kyllä kiinnostuneita, mutta sitten lopulta hinta taikka joku muu aiheuttaa sen, että valitaan se tuote... varmaan hinta on semmonen tekijä. (2809)

Miten siitä saadaan semmonen, että kun joku Sylvi, 80 v, menee kauppaan ja siinä on sitten semmonen mittatikka tälle koko elinkaarelle... huomasin että on aika pitkä lista asioita, mitä ei ole vielä sitten [mittatikussa mukana], miten tää soppa sitten selviää niin kun. (2909)

Ongelmana on kai se, että niitä [ympäristöinformaatiota] lukee semmoset ihmiset, jotka on siitä asiasta ennestään kiinnostuneita, mutta ne, jotka ei ole... (0510)

Ei se niinku tästä aukene kovin helposti, että onko tämä paha vai hyvä tuote. Se että tosiaan siinä pitäisi olla joku vaihtoehto ja sen arvot ja joku keskiarvo sitten. Että niinku matkustusvaihtoehdot on nää ja keskiarvot on nää, että tietäisitte mihin – niinku sillä vaihteluvälillä – tää yksi vaihtoehto, mitä harkitsee, niin kuuluu. (0610)

Ei tällä tavalla, jos niinku ymmärrettävällä tavalla esittää se olisi hyvinkin mielenkiintoista ja auttaisi joittenkin valintojen tekemiseen, mutta niinku tällä tavalla se ehkä enemmän sekoittaa tai kun tässä oli vielä näitä vaihtoehtoja, että siis nämä painotukset mukana ja sitten oli ei painotuksia, niin mikä näistä vaihtoehdoista olisi, mutta vähän sekavalta tää Mittatikka vaikuttaa. (0610)

Se riippuu tietysti käyttötilanteesta mitä haetaan, että haetaanko niinku arkipäivän käyttötilanteita vai harkitaanko niinku haetaan tällaisia yleisesti informatiivisia tilanteita tai tietouden lisäämistä. Jos on arkipäivän tilanteessa ostoksilla kaupassa jossain, niin se käytävissä oleva aika ikään kuin tän vertailutiedon hyödyntämiseen on nanosekuntien luokkaa. Jos se ei heti avaudu, niin sinne meni vertailut saman tien. Jos käytetään yleensä informaation ja tietoisuuden levittämässä, niin tota sitten on enemmän mahdollisuuksia... mutta voisi kuvitella, että tossa kaupan hyllylläkin on niin, jos siinä on hintalappu ja siinä on jotain muuta informaatiota, vaikka parit joutsenmerkit ja muut ympäristömerkit siinä, niin tää on yksi merkki siellä, leima siellä muiden joukossa ja saa yhtä paljon tai vähän huomiota, kun mikä tahansa muukaan leima tai merkki, että miten tällä oikeasti kerrotaan asioita, niin se on aika vaativa tehtävä. (0710)

Tossa on oikeastaan se olennainen kysymys hakeutuuko kuluttaja itse aktiivisesti tän tiedon luokse vai pyritäänkö tässä tekemään niinku julkista tietoa, joka on aina läsnä. Se kannattaa varmaan miettiä, rajata, onks se tosiaan sellaista läsnä joka paikassa, vai onko tällaisen – niin voisi sanoa – vertailutyökalun ominaisuudessa tai tiedonhaun ominaisuudessa ikään kuin tarjolla.

- Se jotenkin tuntui niin vaikealta niinku käsittää, että noita tikkuja sitten olisi joka puolella tuolissa tommoinen kaavio, että tänään kuluttanut ja tuo tuolla on kuluttanut noin paljon. Itse asiassa oikein hahmota miten se sitten käytännössä tulee olemaan. (0710)

Mulla oli lähtökohtana, ihmettelin vähän näitä hyödykkeitä, mitä tässä oli. Auto ja ruisleipä verrataan keskenään nehan on vaikeita. Ymmärrän kyllä, että ne on esimerkki kahdesta erityyppisestä. Mutta sillä tavalla, kun tähän on laadittu, niin on tosi vaikeaa keskenään verrata.

- Mulla oli tuo sama kuva, ihmettelin, miten nää on tässä laitettu koska jos ihmiset halua... ei tästä pysty saamaan järkevää kuvaa, kun nää tuotteet on keskenään niin erilaisia. Jollakin lailla tulee, että ne on liitoksissa toisiinsa, että siitä tulee valinta. (1210)

Kyllä tämä aika kova juttu on tavalliselle kuluttajalle. Että kyllä tässä mielenkiinto häviää aika nopeasti jos se näin on. Sen täytyy olla tosin yksinkertainen. Se näkyy selkeästi jostain luvusta, niiden suuruudesta.

- Tietysti sitten merkitys, niiden konteksti auttaa siinä. Jos se on tärkeä asiaa, niin kyllä ihmiset ottaa asioista selvää.

- Mutta kuinka moni? Kyllä sen täytyy olla aika kansanomaisessa muodossa jos tämä halutaan laajemmalti. Tietysti ne ihmiset, jotka ovat tästä asiasta kiinnostunut, ne ottaa selvää vaikeammastakin tekstistä.

- Mun mielestä se on kiinni myös asiayhteydestä. Autoilu on varmaan sellainen, että suurin osa ihmisistä on kiinnostunut, mitä haittoja se aiheuttaa, jopa pahimmat kaaharit. Mutta ruisleivän päiväkulutuksen aiheuttamat ympäristöongelmat, niin se ei heti ensimmäisenä tule mieleen. (1210)

Maapallo pienenee koko ajan ja kaikki tuotteet voidaan tuottaa missä tahansa. Kyllä ympäristöongelmat vaikuttavat muihin maihin, eivät ne ole paikallisia.

- Kyllä globaalit ongelmat on tärkeitä, mutta vaikea ajatella pelkästään globaalisti kun Itämeri kuolee kohta pois. Kyllä omia ongelmia olisi syytä painottaa aika vahvasti. (1210)

3.3 Miten mittatikkuja lähestyttiin ja tulkittiin?

Keskustelijoilla oli muutamia keskenään erilaisia tapoja tulkita, mihin mittatikkuja voitaisiin käyttää ja mihin niillä halutaan vaikuttaa. Nämä erilaiset tulkintakehykset vaikuttivat siihen, miten vaihtoehtoisia esittämistapoja arvioitiin. Keskusteluista oli tunnistettavissa ensiksi tulkinta mittatikusta markkinoiden toimintaan vaikuttamisena, toiseksi ympäristöpoliittisena ohjauskeinona, kolmanneksi yleissivistävänä ympäristöasioista kouluttamisen keinona ja neljänneksi asiaan vihkiytyneiden asiantuntijoiden keskinäisenä keskusteluna.

Kuluttajapaneelisteille ehkä tyypilliseen tapaan monissa keskusteluissa pohdittiin, millä tavoin mittatikka voisi vaikuttaa markkinoiden toimintaan. Mittatikan arvioitiin tulevan käyttöön ensimmäisenä vaikkapa kaupan omissa merkkituotteissa kuten K-kaupan Pirkoissa. Sitten kun joku kaupparyhmä on ottanut mittatikan omakseen, se leviää muiden valmistajien tai maahantuojien tuotteisiin. Leviämisen myötä merkki tulee osaksi tuotteiden laatustandardeja ja näin mittatikka vakiintuu osaksi arkista tuotetietoa.

Kysynnän muuttamiseen informaatio-ohjauksella ympäristöasioissa ei luotettu, sillä ketään ei voida pakottaa perehtymään asiaan. Ajateltiin, että vapaaehtoisuus tuskin saa suuria massoja liikkeelle. Mittatikkujen ohella tuotteiden ympäristövaikutusten vähentämiseen arvioitiin tarvittavan myös verotusta ja sääntelyä. Keskustelijat arvioivat mittatikkuihin perustuvan muutoksen olevan hidas keino toteuttaa ympäristöpoliittisia tavoitteita. Tehokkaampaa voisi olla merkitä tai verottaa huonoja tuotteita, kuin tuottaa laadukasta elinkaaritietoa kaikista tuotteista.

Mittatikkuihin perustuvan muutoksen hitaus tuli esille myös niissä keskusteluissa, joissa mittatikka-ideaa pohdittiin osana koulujen ympäristöopetusta. Mittatikan kaltainen uusi tapa havainnollistaa tuotteiden ympäristövaikutuksia vaatii vakiintuakseen, että siitä kerrotaan päiväkodeissa ja kouluissa. Lapsia ja nuoria pidettiin keskeisinä mittatikkujen käyttäjinä.

Niissä puheenvuoroissa, joissa mittatikkua pidettiin asiaan vihkiytyneiden asiantuntijoiden keskinäisenä keskusteluna, mittatikan ongelmana pidettiin sitä, että se ei ole riittävän kansantajuinen vaan pikemminkin akateeminen tai virkamiesmäinen tapa mitata ympäristövaikutuksia. Kansantajuisuuden tavoittelun sijaan mittatikan nähtiin auttavan jo ympäristöasioista kiinnostuneita kuluttajia. Nykytilanteessa kaikkien kulutusvalintoihin olisi nopeampaa ja tehokkaampaa vaikuttaa esimerkiksi kaupan sisäänostajiin tai tuotteiden hintoihin vaikuttamalla. Kärkevimmillään keskustelijat kokivat teilleen idean niin lyttyyn, että keskustelun lopuksi he kannustivat tutkijoita jatkamaan hanketta keskustelussa esille tuodusta kriitistä huolimatta.

4 Palautetta mittatikkujen erilaisista esittämistavoista

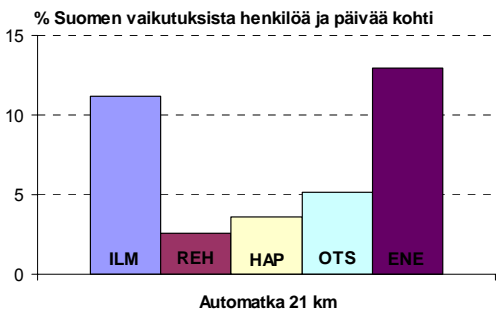
Mittatikkujattelon arvioinnin jälkeen keskityttiin tausta-aineistossa esitettyjen kuuden erilaisen vaihtoehdon esitystapojen arviointiin. Mittatikkujen esitystavasta keskusteltiin sekä yleisesti että erikseen arvioiden jokainen vaihtoehto. Vaihtoehtojen arviointi aloitettiin pyytämällä jokaista keskustelijaa nimeämään itselleen mieleisin vaihtoehto, suosikki. Mikään kuudesta vaihtoehdosta ei saanut kaikilta keskustelijoilta vain myönteistä tai kielteistä palautetta. Keskustelujen perusteella ei voida nimetä suosituinta tai epäonnistuneinta esitystapaa, vaan kaikkia kuutta vaihtoehtoa arvioitiin pohtien, missä tilanteessa ja kenelle juuri tämä vaihtoehto voisi olla toimivin.

Seuraavassa on koottu yhteen keskusteluissa esitettyjä kommentteja ensinnä esitystapaan, kuten grafiikkaan ja ymmärrettävyyteen liittyviä kommentteja, ja toiseksi esitystavan käytettävyyteen, kuten käyttötilanteeseen ja käyttäjään liittyviä kommentteja. Lähes kaikkiin esittämistä vaihtoehtoihin liittyi kehittämisideoita. Ne on esitetty vaihtoehdon yhteydessä. Vaihtoehtojen lisäksi keskustelijat ideoivat omia esityksiä mittatikuiksi. Nämä ideat on koottu erikseen vaihtoehtojen loppuun.

Vaihtoehtoista A ja D saivat kannatusta tuotetiedoksi muokattaviksi mittatikuiksi kunhan niitä on yksinkertaistettu. Vaihtoehto A:ssa oli hyvää selkeys ja tuotteen vertaaminen päiväkulutukseen. Vaihtoehto D:ssä hyvää oli se, että siihen oli koottu ympäristövaikutusten palat yhteen pylvääseen. Sitä pidettiin helppolukuisena. D:n ongelmana oli sen huono läpinäkyvyys ja sitä pidettiin helposti manipuloitavana. D mainittiin parhaaksi vaihtoehdoksi sellaisille henkilöille, jotka eivät halua syventyä tuotteiden ympäristövaikutuksien yksityiskohtiin vaan mitta-kaava ja vertailtavuus riittää. Sekä A että D nähtiin tulevaisuudessa kaupan hyllyssä kertomassa tuotteiden ympäristövaikutuksista. Seuraaviin taulukoihin on koottu ryhmäkeskusteluissa esille tulleita mittatikun vaihtoehtoihin esittämistapoihin liittyviä kommentteja. Taulukoissa on mukana esimerkit kuluttajille esitetyistä mittatikkujen kuvista.

Esittämistapa A. Vertaile automatkaa päivittäisiin suomalaista kohti laskettuihin ympäristövaikutuksiin

Ryhmäkeskusteluissa esille tuotuja esitystapaa ja käyttöön liittyviä näkemyksiä



Esitystapaan (grafiikka, ymmärrettävyys)

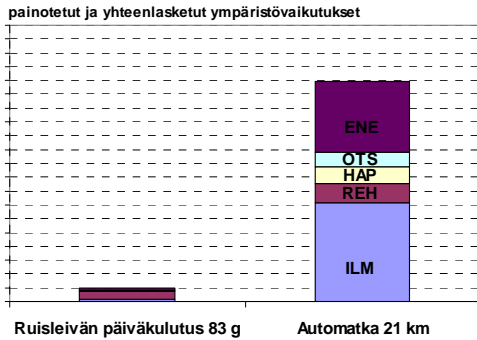
- Kuvassa monta asiaa, sotkee.
- Tavallaan simppele, mutta voi ymmärtää väärin (oli yritetty laskea yhteen pylviä, todettu ≠ 100 %).
- Tuonti ja vienti selitettävä tarkemmin, toisaalta ympäristökysymykset ovat globaaleja kysymyksiä – onko väliä onko vientiä vai tuontia?
- Selkeä, kun yksi tuote, hyvä kun sitä verrataan päiväkulutukseen. Pitäisi olla yksinkertaisempi.
- Tekstit ovat vaikealukuisia, yksilön vaikea hahmottaa mihin oikeasti verrataan.
- Selkeä, koska kerrotaan yhdestä tuotteesta. Huonoa, ettei vertailuarvoa.
- Lähinnä energiamerkkiä (hyvä).
- Idea: esitetään vain yksi tieto, kriittisen rajan ylitys mainitaan.

Käytettävyyteen (kenelle, missä, tilanne)

- Vaikein, voisi olla netissä.
- Muuten hyvä, mutta mihin tätä voi käyttää (kun ei ole vertailua), automatka/bussimatka voisi olla mukana joka kohdassa.
- Liian abstrakti.

Esittämistapa D. Vertaile automatkaa toiseen tuotteeseen – painotettuna ja ”yhteenlaskettuna”

Ryhmäkeskusteluissa esille tuotuja esitystapaa ja käyttöön liittyviä näkemyksiä



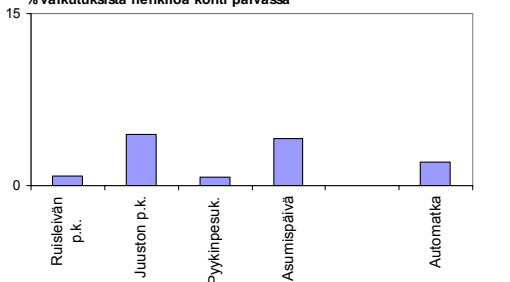
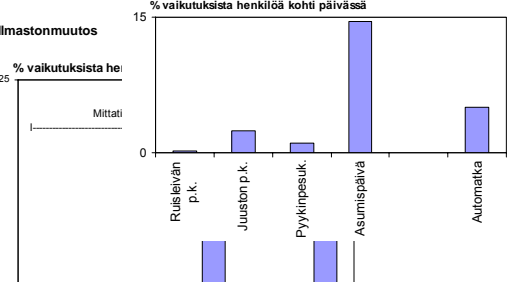
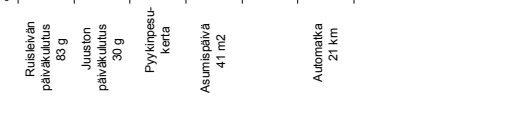
Esitystapaan (grafiikka, ymmärrettävyys)

- Selkeä.
- Tämä niin, että kaikki palat koottu yhdeksi, jossain muualla kerrottu, miten muodostuu.
- Yksi palkki, joka koostuisi ruisleivistä.
- Yksi pylväs, helppo verrata, sisäistää helpommin.
- Tulkintaongelmavaara, kun eri ongelmien merkittävyyttä ei välttämättä hahmoteta.
- Tekstissä sanotaan asiantuntijat erimielisiä (tarkoittaako yleensä vai tässä hankkeessa).
- Muuten hyvä, mutta ”haluaisin samaistaa itseni johonkin asiantuntijaan, jonka näkemykseen voisi yhtyä”.
- Vaikea sulattaa painotuksia.
- Ongelmallinen, ei ole läpinäkyvä, hyvin helppo manipuloida.
- Konkreettiset tavoitteet (esim. YM) esille, samoin y-taloustieteellinen näkökulma.
- Painotuksissa asiantuntijoiden arviot ainoa oikea tapa, ei voi luoda mittaria jokaiselle erikseen.
- Selkeä, koska muodostuu yksi palkki.
- Painotukset häiritsevät, koska ne ovat ennalta määriteltäviä; mieluummin absoluuttiset arvot.
- Painotukset hämäävät, turhaan mainittu painotukset joka kuvan kohdalla, desimaaliluvut niissä hämääriä.
- Idea: olisiko mahdollista muodostaa omat painotukset?

Käytettävyyteen (kenelle, missä, tilanne)

- Muut vaikutusluokat voi mitata luotettavasti, mutta ei ilmastonmuutosta (soraääniä) – siksi D vähän epäilyttää.
- Paras, jos kohderyhmänä isot pomot.
- Kaupan hyllyssä voisi toimia.

Vaihtoehtoista B ja C tulkittiin tuotteiden ympäristövaikutuksia taustoittaviksi ja yleissivistäviksi kuvauksiksi. Vaihtoehto B:n ongelmana pidettiin tiedon runsautta ja hajanaisuutta. Mukana oli liian paljon asioita, jotta kuvan avulla voisi luoda nopeasti kokonaiskuvaa. Toisaalta osa keskustelijoista piti hyvänä sitä, että tuotteita ja ympäristövaikutuksia oli käsitelty erikseen. Hyvänä esittämistavassa B pidettiin sitä, että siinä tarkastellaan monia eri tuotteita yhdellä kertaa. B:n väri sai aikaan keskustelua. Osa piti yksiväristä kuvaa miellyttävänä, osa taas hailakkana. Vaihtoehto C:n ongelmana pidettiin eri toimintojen vertaamista ruisleivän päiväkulutukseen. Osa keskustelijoista oli oivaltanut ruisleivän toimivan mittarina, johon muita verrataan. Ruisleivän toimivuutta mittarina epäiltiin. Kommentteissa korostettiin sitä, että verrattaessa vaihtoehtojen täytyy olla keskenään mielekkäitä. Onnistuneena vertailuna pidettiin aineiston esimerkkiä automatkan ja bussimatkan vertailusta. Tosin siinä ihmeteltiin, miten bussimatka voi rehevöittää enemmän kuin yhtä pitkä henkilöautomatka.

Esittämistapa B. "Vertaile automatkaa Mittatikkutuotteisiin – ympäristö-ongelmittain	Ryhmäkeskusteluissa esille tuotuja esitystapaa ja käyttöön liittyviä näkemyksiä																																				
<p>Rehevöityminen</p> <p>% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</p>  <table border="1"> <caption>Rehevöityminen - % vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</caption> <thead> <tr> <th>Tuote</th> <th>% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ruisleivän p.k.</td> <td>~1</td> </tr> <tr> <td>Juuston p.k.</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Pyykinpesuk.</td> <td>~1</td> </tr> <tr> <td>Asumispäivä</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Automatka</td> <td>~2</td> </tr> </tbody> </table> <p>Happamoituminen</p> <p>% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</p>  <table border="1"> <caption>Happamoituminen - % vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</caption> <thead> <tr> <th>Tuote</th> <th>% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ruisleivän p.k.</td> <td>~0.5</td> </tr> <tr> <td>Juuston p.k.</td> <td>~1</td> </tr> <tr> <td>Pyykinpesuk.</td> <td>~0.5</td> </tr> <tr> <td>Asumispäivä</td> <td>~15</td> </tr> <tr> <td>Automatka</td> <td>~5</td> </tr> </tbody> </table> <p>Ilmastonmuutos</p> <p>% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</p>  <table border="1"> <caption>Ilmastonmuutos - % vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</caption> <thead> <tr> <th>Tuote</th> <th>% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ruisleivän päiväkultus 83 g</td> <td>~0.5</td> </tr> <tr> <td>Juuston päiväkultus 30 g</td> <td>~1</td> </tr> <tr> <td>Pyykinpesu-kerta</td> <td>~0.5</td> </tr> <tr> <td>Asumispäivä 41 m2</td> <td>~15</td> </tr> <tr> <td>Automatka 21 km</td> <td>~5</td> </tr> </tbody> </table>	Tuote	% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä	Ruisleivän p.k.	~1	Juuston p.k.	~5	Pyykinpesuk.	~1	Asumispäivä	~5	Automatka	~2	Tuote	% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä	Ruisleivän p.k.	~0.5	Juuston p.k.	~1	Pyykinpesuk.	~0.5	Asumispäivä	~15	Automatka	~5	Tuote	% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä	Ruisleivän päiväkultus 83 g	~0.5	Juuston päiväkultus 30 g	~1	Pyykinpesu-kerta	~0.5	Asumispäivä 41 m2	~15	Automatka 21 km	~5	<p><i>Esitystapaan (grafiikka, ymmärrettävyys)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Selkeä, mutta liian monta asiaa, mitä näistä katsoisinkaan. Liikaa infoa, ei saa nopeasti käsitystä. Paljon asioita, vaikea saada kokonaiskuvaa. Miellyttävä visuaalisesti, mutta tieto pirstaloituu liikaa. Hyvä väri. Näyttää netistä poimittavalta lisätiedolta. Informatiivinen, selkeä. Hyvä, kun on käsitelty tuotteita/ongelmia erikseen. Valju ja asteikko sotkee. Idea: graafinen pylväs riittäisi. <p><i>Käytettävyyteen (kenelle, missä, tilanne)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Tietoa keskimääräistä kiinnostuneemmille.
Tuote	% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä																																				
Ruisleivän p.k.	~1																																				
Juuston p.k.	~5																																				
Pyykinpesuk.	~1																																				
Asumispäivä	~5																																				
Automatka	~2																																				
Tuote	% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä																																				
Ruisleivän p.k.	~0.5																																				
Juuston p.k.	~1																																				
Pyykinpesuk.	~0.5																																				
Asumispäivä	~15																																				
Automatka	~5																																				
Tuote	% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä																																				
Ruisleivän päiväkultus 83 g	~0.5																																				
Juuston päiväkultus 30 g	~1																																				
Pyykinpesu-kerta	~0.5																																				
Asumispäivä 41 m2	~15																																				
Automatka 21 km	~5																																				

<p>Esittämistapa C. Vertaile automatkaa toiseen tuotteeseen – ympäristöongelmat rinnakkain</p>	<p>Ryhmäkeskusteluissa esille tuotuja esitystapaan ja käyttöön liittyviä näkemyksiä</p>
<p>% vaikutuksista henkilöä kohti päivässä</p> <p>Ruisleivän päiväkulutus 83 g Automatka 21 km</p>	<p><i>Esitystapaan (grafiikka, ymmärrettävyys)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Jossakin tapauksessa, jos tuotteita verrataan, mutta oltava olennaiset verrattavat. <p><i>Käytettävyyteen (kenelle, missä, tilanne)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Voisi olla netissä, tai Hesarin tiedesivuilla. Liian abstrakti.

Sanalliset vaihtoehdot E ja F olivat joidenkin suosikkeja, mutta useimmille tekstien arvioitiin toimivan parhaiten kuvien ohella. Monista sanallisia selostuksia oli vaikea lukea. Erityisesti luvut oli vaikea hahmottaa kirjoitettuna. Kirjallinen selostus voisi olla tarpeen silloin, kun asiaa haluaisi opiskella kunnolla. Toisaalta jotkut pitivät tekstejä lähinnä uutistenlukijalle kirjoitettuna kuvauksina merkeistä.

<p>Esittämistapa E. Automatkan sanallinen vertailu Suomen henkilöä kohti laskettuihin ympäristövaikutuksiin ja esittämistapa F. Automatkan sanallinen vertailu toiseen tuotteeseen</p>	<p>Ryhmäkeskusteluissa esille tuotuja esitystapaan ja käyttöön liittyviä näkemyksiä</p>
<p><i>Kahdenkymmenen yhden kilometrin automatkan vaikutus ilmastonmuutokseen on kaksitoista prosenttia ja energiankulutus on kymmenen prosenttia suomalaista kohti lasketuista ympäristövaikutuksista päivässä. Vastaavasti vaikutus alailmakehän otsonin muodostumiseen on kahdeksan, vaikutus happamoitumiseen viisi ja vaikutus rehevöitymiseen kaksi prosenttia näistä ympäristövaikutuksista</i></p> <p><i>Kahdenkymmenen yhden kilometrin automatkan vaikutus ilmastonmuutokseen vastaa neljäkymmentäkahdeksaa ruisleivän päiväkulutusta, päiväkulutuksen ollessa 83 g eli noin kaksi vuokaleipäviipaletta. Vaikutus alailmakehän otsonin muodostumiseen vastaa yli kahdeksakymmentä, energiankulutus lähes kuuttakymmentä, vaikutus happamoitumiseen kahtakymmentä, ja vaikutus vesistöjen rehevöitymiseen kahta ruisleivän päiväkulutusta.</i></p>	<p><i>Esitystapaan (grafiikka, ymmärrettävyys)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Osan suosikkeja, sanallinen kuulostaa selkeämmältä – jos katsoo kuvaa, ajatus voi alkaa harhailla. Vaikea ottaa selvää. Sanalliset huonoja, kuvio kertoo enemmän kuin teksti. Sanallisissa selostuksissa ei pysy mukana, ei jaksa keskittyä lukemaan. Kehittämisehdotuksia: kuva ja sana yhdessä, luvut tulisi kirjoittaa numeroina <p><i>Käytettävyyteen (kenelle, missä, tilanne)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> kirjallinen selostus paikallaan, jos haluaisi opiskella asiaa kunnolla kukaan ei lue, vaikea kuvitella että olisi nopea tapa, pitäisi saada yhdellä silmäyksellä käsitys lähinnä uutistenlukijalle kirjoitettu kuvaus merkistä

5 Mihin mittatikkuja voisi kuluttajien mielestä käyttää?

Osallistujia pyydettiin pohtimaan, mihin heidän mielestään mittatikkuja voitaisiin käyttää. Kysymyksen virittämästä keskustelusta voidaan tunnistaa seuraavanlaisia usein mainittuja käyttökohteita: tuotevertailu saman tuoteryhmän sisällä, vaihtoehtoisten toimintatapojen vertailu ja yleissivistävä koulutus ja kasvatus. Lisäksi monessa keskustelussa painotettiin, että kuluttajien ohella mittatikkua tulisi käyttää myös julkisessa päätöksenteossa ja yrityksissä. Jotkut osallistujat ehdottivat myös, että mittatikkua voitaisiin käyttää myös henkilökohtaisen ympäristökuormituksen laskentaan.

Tuotevertailu saman tuoteryhmän sisällä oli monille ensimmäiseksi mieleen tullut käyttökohte. Samalla tässä käytössä nähtiin myös eniten käytännön ongelmia. Vertailutilanteessa ympäristöinformaatioon ei useinkaan kiinnitetä huomiota. Pakkauksiin ei mahdu kovin paljon tietoa, ja pakkausmerkintöjä on nykyisinkin monen mielestä liikaa. Nykymuodossaan mittatikut ovat liian vaikeatajuisia ja yksityiskohtaisia pakkausinformaatioksi. Jotkut myös epäilivät, pystyykö elinkaariarvioinnilla saamaan esiin eroja saman tuoteryhmän tuotteiden välillä, kun mittaustarkkuus otetaan huomioon.

Osa keskustelijoista myös näki tuotteen yhteydessä olevassa informaatioissa mahdollisuuksia tuoda mittatikkua ajattelua koko kansan tietoon. Jotkut innostuivat ideoimaan erilaisia yksinkertaistuksia, jotka sopisivat pakkaus- tai tuotemerkinneiksi. Tällaisia ideoita olivat esimerkiksi energiamerkin, pohjoismaisen ympäristömerkinnän tai luomumerkin sovellukset tai laajennukset. Mittatikun ajateltiin sopivan yksinkertaistetussa muodossa myös elintarvikkeiden ravintosisältömerkintöihin täydennykseksi. Muutamassa ryhmässä ehdotettiin, että hyviä tuotteita voisi merkitä vihreällä ja tietyn kriittisen kynnyksen ylittäviä ”huonoja tuotteita” punaisella. Lennokas idea oli myös Painonvartijoiden pisteiden sovellus (ts. jokaiselle tuotteelle lasketaan ”ympäristökuormituspisteet” ja valmistajat voivat halutessaan myös painaa pisteet pakkauksiin). Tämän lisäksi eri tuotteiden ympäristökuormituspisteitä olisi saatavana Internetissä.

Vertailuja ehdotettiin tehtäväksi myös muun muassa erilaisten automerkkien tai talopakettiratkaisujen kesken. Tekniikan Maailman tai Kuluttajalehden tapaiset tuotevertailut voisivat olla hyvä paikka esitellä myös ympäristötietoa. Ideoita ympäristötiedon tiivistämiseen ehdotettiin myös otettavan näistä tuotetestistä: esimerkiksi Tekniikan Maailman ”tähdet” mainittiin usein esimerkkinä hyvästä, yleistajuisesta vertailutavasta.

Vaihtoehtoisten toimintatapojen vertailu oli realistisimpana pidetty sovellus. Tässä yhteydessä keskustelijat painottivat, että toimintatapojen on oltava todellisuudessa vaihtoehtoisia. Toisin sanoen keskenään pitäisi verrata esimerkiksi erilaisia liikkumistapoja (eikä ”ruisleipä vs. automatka”, kuten jotkut olivat tulkinneet mittatikkuaineistossa tehtävän). Usein mainittuja ehdotuksia vertailtaviksi toimintatavoiksi olivat kotimaisen ja ulkomaisen tuotteen (erityisesti ruoan) vertailu, kotona itse valmistetun aterian vs. valmiina ostetun vertailu sekä luomutuotannon vs. tavanomaisen elintarviketuotannon vertailu. Muun muassa ”lentotomaatit” ja Virosta tuotava maito ja olut mainittiin tässä yhteydessä kiinnostavina kysymyksinä. Muita ehdotettuja vertailtavia toimintatapoja olivat muun muassa erilaisten liikkumistapojen vertailu, erilaisesta materiaalista valmistettujen tuotteiden vertailu (esimerkiksi vaatteet) sekä erilaiset pakkaus- ja jätehuoltoratkaisut. Myös tuotteiden ja niitä korvaavien palvelujen vertailuja ehdotettiin.

Vaihtoehtoisten toimintatapojen vertailuja voitaisiin esittää päivälehdissä, kuluttajalehdissä ja Internetissä. Keskustelijat toivoivat, että tietoa esitettäisiin 'kerrostetusti' niin, että pääkohdat tulevat esiin aiheesta kertovassa artikkelissa, ja lisätietoa on saatavana Internetissä.

Yleissivistävää koulutusta ja kasvatusta painottivat ne, joka näkivät mittatikun erityisesti ajattelutapana, uutena sisään ajettavan "metrijärjestelmänä". Tässä yhteydessä tärkeänä mittatikun käyttökohteena nähtiin ympäristöasioiden konkretisointi ja eri valintojen suhteellisen merkityksen havainnollistaminen. Mittatikkuaajattelun sisäistämistä lapsuudesta lähtien pidettiin tärkeänä, joten päiväkodit ja koulut nähtiin tässä yhteydessä tärkeinä tietokanavina. Yleissivistävästä näkökulmasta pidettiin myös erittäin tärkeänä, että mittatikka näkyy mahdollisimman paljon joka paikassa, jotta se juurtuisi osaksi ihmisten arkista ajattelua.

Poliitikot, virkamiehet ja yritykset olivat monien mielestä yhtä tärkeitä mittatikkuaajattelun kohderyhmiä kuin kuluttajat. Tässä yhteydessä mainittiin erityisesti veroratkaisut (muun muassa tuoteverot, mutta myös henkilöverotus). Erityisesti kunnalliset virkamiehet voisivat ottaa oppia mittatikkuaajattelusta esimerkiksi yhdyskuntasuunnittelussa ja kaavoituksessa sekä julkisissa hankinnoissa ja hankesuunnittelussa. Elinkaariajattelua voitaisiin soveltaa myös esimerkiksi teollisuuspolitiikassa. Monet myös painottivat yritysten roolia tuotteiden ympäristökuormitukseen vaikuttajina: moni uskoi, että mittatikkujen tietosisältöä tarvittaisiin tuotekehityksessä sekä kaupan sisäänostajien parissa.

Mittatikkujen käyttöä henkilökohtaisen ympäristökuormituksen laskentaan ehdotettiin osassa keskusteluista. Esimerkiksi Internetissä oleva henkilökohtaisen ympäristökuormituksen laskuri voisi osoittaa itse kullekin, missä oman kulutuksen suurimmat ympäristöongelmat ovat. Samaan yhteyteen olisi myös hyvä tuoda esille, miten kuormitusta voitaisiin pienentää. Esimerkiksi asumisen suuri merkitys oli monille yllätys. Tästä kerrottaessa olisi hyvä myös kertoa, millä keinoin asumisen ympäristökuormitusta voi pienentää (esimerkiksi energiansäästövinkejä ja niiden vaikutusten havainnollistuksia). Ehdotettiin myös, että mittatikkujen havainnollistamaa tietoa pitäisi tuoda esiin nuorille omaa kotia perustettaessa: silloin tehdään monia kauaskantoisia ratkaisuja ja harkitaan vaihtoehtoja. Osa keskustelijoista ehdotti tulosten jalostamista konkreettisiksi neuvoiksi: esimerkiksi kymmenen asiaa, jotka ovat muita tärkeämpiä kulutuksessa, tai lista toimiston tärkeimmistä ympäristöasioista ja parannuskeinoista.

Mihin mittatikkua voitaisiin käyttää? – lainauksia ryhmäkeskusteluista

Tuotevertailut

Että jos me saadaan tämmönen työkalu ja saadaan siitä sana kuluttajalle, että tämmönen olisi tarjolla... niin eihän siihen välttämättä mee kuin 10 vuotta, niin meillä on kuluttajalähtöisesti semmonen paine lainsäätäjää kohtaan, että siitä tehdään velvoite, ja sen jälkeen se on kaikissa tuotteissa. (2809)

Kiva ois joskus kalatiskillä nähdä norjalaisen ja suomalainen lohen elinkaarivertailu, että kannattaako ostaa se kalliimpi suomalainen vai se halvempi norjalainen, jos se on ympäristön kannalta se suomalainen, ylivoimainen. Norjalainenkin voi olla, ja se on vielä halvempi. Nää on päivittäisiä valintoja. (2908)

Mittarin rakentaminen kestokulutushyödykkeeseen – tai pesukoneeseen – siinä mä voin kuvitella, siinä voi olla mittari, että ostatko sä tän vai ton pesukoneen, se ostotilannekin on ihan erilainen [kuin päivittäistavaroitten]... nytkin ihmiset ostaa autoja ja kodinkoneita, mehän puhutaan näistä energialuokista, AAA ja ties mitä, ja ihmiset on hyvin tietoisia siitä. (1510)

Toimintatapojen vertailut

Ja nyt eilen oli uutisissa, kun virolaista maitoa tuotetaan Suomeen, niin tääkin olis hauska tietää, mitkä on se vaikutukset sitten. (2908)

Kannattaako ruokaa tehdä itse vai ostaa puolivalmista tai valmista, kumpi on oikeasti hyödyllisempää, että se tehdään jossain isossa paikassa ruoka vai jokainen kokkaa omissa köökissä. (0610)

Jos ikään kuin saa saman tyydytyksen kuluttaja käyttämällä jotain palvelua, kuin ostamalla jonkun tavaran, niin siinä tämmöinen mittatikka kertoisi sen kuluttajalle, kuinka paljon ympäristöystävällisemmin tapa kuluttaa nämä palveluiden käyttäminen on. (1310)

Yleissivistävä

Koin, että tässä ollaan suunnittelemassa uutta metrijärjestelmää, että se on ikään kuin jonkun tapainen tapa, jolla kaikki opetetaan vauvasta vaariin punnitsemaan asioita omassa kaalissaan suhteuttamalla niitä toisiinsa, että sä opit tiettyjä asioita, että bussilla matkustaminen on ympäristön kannalta viisaampaa kuin autolla matkustaminen. Että puhutaan suurista linjoista. En mä ajatellut, että margariinirasian kyljessä... Kun sulla on semmonen mittatikka, jonka kautta sä olet oppinut hahmottamaan, niin sä teet sen prosessin täällä [päässä]. (1510)

Tää pitäisi aloittaa ja ympätä kouluihin ja... eskariin ja sieltä lähtien... tää on semmonen ajattelutapa ja asioiden esittämistapa, mutta ei semmonen, että täydellä elämänsä elävä ihminen siitä ottaisi jotain mukaansa [päivittäistavarakaupassa asioidessaan]. (1510)

Julkinen päätöksenteko ja yritykset

Kai kenties tulevaisuudessa on niin, että sellainen tuote, joka niinku rasittaa vähemmän ympäristöä voisi olla kuitenkin edullisempi, kuin joku tuote joka rasittaa enemmän, että siihen olisi siihen hintaan lisätty vähän jonkinlaista sakkoa. (0710)

Voisikohan näitä käyttää jossakin kilpailuissa, kuten musiikkitalon rakennuttaminen. Rakentajan pitäisi jo ehdotuksessaan laskea tällaiset tikut, paljonko materiaalit ja rakennustekniikka kuluttaa.

- Niin myös tällaisista julkisista palveluista?

- Niin, palveluista ja kaikkien isompien hankkeiden [suunnittelussa]. (0710)

Tuottajien kannalta, kun nämä [mittatikut] tulee näkyväksi, niin se tarkoittaa sitten ihan uutta tuotekehittelyssä. Eli se juustontuottaja lähtee kehittämään sitä [juustoa] siihen suuntaan. (1510)

Henkilökohtainen ympäristölaskenta

Mua kiinnostaisi kuluttajana, olisi hirveän hauska tietää, että jos mä haluan välillä tuhlailla, niin olisi joku mittari, millä mä "tuhlaan", ja sitten taas vähän "säästän" [naurua]. Sitten [laskettaisiin] mun kokonaiskulutus mun elinaikana, etten mä kuluta yli sen, mikä mulle on varattu. (1510)

Mua itse asiassa kiinnostaisi hirveästi semmonen, että jos netissä olisi semmonen laskuri, millä mä voisin laskea, että jos mä pesen pyykkiä vähän vähemmän mitä tää keskimäärin ja sitten käytän pesuainettakin vähemmän, että mikä se on se vaikutus, sitten. (1510)

Kun esitetään, että asuminen kuluttaa näin paljon, niin myöskin jonkinlainen perustelu sille, että jokaisen kannattaisi sitten kiinnittää huomiota siihen, mitä tekee kotonaan. Ja siitähän on jo nytkin ollut, että esimerkiksi vaikka just tästä vedestä, et kuinka paljon veden lämmittämiseen kuluu energiaa. Tää olis ikään kuin lisäperustelu sille sitten. (1310)

Tämmönen tieto olisi pitänyt olla jo joskus aikanaan, varsinkin kun aloittaa jonkun oman kodin perustamista, tulee paljon uutta asiaa. Joutuu tekemään tämmösiä valintoja samanlaisten asioiden kanssa, niin se olisi ollut hyvä aikakausi saada tällaista tietoa. (1410)

6 Kommentteja materiaaliin

Lähes kaikki keskustelijoihin osallistuneet kuluttajat pitivät saamaansa materiaalia varsin raskaana. Monella materiaali oli saavuttuaan ”pyörinyt” pitkään pöydällä ja sitä oli luettu moneen otteeseen. Osallistajat olivat joutuneet lukemaan materiaalia edes takaisin moneen kertaan ennen kuin viesti oli auennut (”eka kerralla ei kaaliin jäänyt mitään”). Kuluttajilla oli vaikeuksia pylväiden ja kuvioiden tulkinnassa – joskin on todettava, että materiaalissa näitä oli tässä tapauksessa todella runsaasti, kun haluttiin tarjota useita vaihtoehtoisia esitystapoja.

Idea mittatikusta aukesi joillekin kuluttajille, toisille se jäi hämäräksi ja vain osittain sisäistetyksi, ja jotkut pitivät koko ajatusta vähän hankalana. Niinpä jotkut kuluttajat, jotka olivat mieltäneet mittatikon samalla tavalla kuin se oli aiottukin, olivat ideoineet esimerkiksi ruisleipää mittariksi erilaisten tuotteiden ympäristökuormitukselle. Useimmat lukivat esitettä ”tietopakettina” ja heidän kommenttinsa liittyivät ympäristötiedotukseen yleensä sekä elinkaariarviointiin ja sen tulosten esittämiseen. Ajatus tutun tuotteen käyttämisestä muiden tuotteiden ympäristökuormituksen mittarina ei erottunut heille materiaalin keskeisenä tarkoituksena. Joku taas oli kriittinen koko havainnollistamisen ajatusta kohtaan ja pohti, miksi ”ruisleivän elinkaarenaikainen ympäristökuormitus” olisi vähemmän abstrakti asia kuin esimerkiksi materiaalissa mainittu ”CO₂-ekvivalentti”.

Esitteeseen kaivattiin enemmän selkeyttä ja yksiselitteisyyttä. Erityisesti vaikeuksia ja väärinkäsityksiä aiheuttavia kohtia materiaalissa olivat:

- Pylväiden yhteydessä käytetyt lyhenteet (ILM, ilmastonmuutos, HAP, happamoituminen jne.)
- Painotuksia kuvaavat ympyrät mittatikkuvaihtoehdossa D: näiden tarkoitus jäi monelle hämäräksi
- Prosenttiluvut kaikissa pylväissä: mikä on yläraja (100 %). Jotkut olivat yrittäneet laskea myös vierekkäisiä pylviäitä (esim. vaihtoehdossa A) yhteen ja ihmetelleet, mikseivät saa summaksi sataa.
- Vaihtoehdossa A ”ympäristövaikutukset Suomessa” herätti paljon keskustelua ja pohdintaa tuonnin ja viennin roolista ja niiden merkityksestä.

Varsin yleisesti materiaalia pidettiin liian toteavana. Kuluttajat kaipasivat esitteeseen motiivointia, ongelmanasettelua ja päätelmien selkeää esiintuontia. Toisin sanoen materiaalissa pitäisi kertoa, mihin kysymyksiin mittatikon on tarkoitus vastata ja kertoa myös kuvioista tehtävät päätelmät. Tähän viimeksi mainittuun kysymykseen saattaisi osin auttaa kuvallisen ja sanallisen esitystavan yhdistäminen. Moni kuitenkin myös odotti, että saatujen tulosten perusteella kehitetään konkreettisia neuvoja ja suosituksia. Vaikuttaa siltä, että joidenkin mielestä ongelmien (”kumpi on parempi...” tai ”mikä on tärkeintä...”) ja vastausten (”x on parempi...” tai ”y on tärkeintä”) pitäisi olla tiedotuksen pääasia, ja yksityiskohtaiset tulokset (esimerkiksi ympäristövaikutusluokittain) voitaisiin esitellä taustamateriaalissa tai erikseen Internetistä saatavassa materiaalissa. Moni tuki tässä yhteydessä esitystapaa D, mieluummin vielä niin, että eri ympäristöongelmien osuus kokonaiskuormituksesta olisi taustamateriaalista löytyvä lisätieto.

Keskustelijat kaipasivat mittatikkutiedon linkitystä muihin olemassa oleviin ympäristötiedotuksen keinoihin ja ympäristövaikutusten yksinkertaistuksiin. Keskustelijoille ei esimerkiksi useinkaan auennut, poikkeako mittatikka jossakin suhteessa materiaali-intensiteetin MIPS-mittarista tai ekologisesta jalanjäljestä. Miten mittatikka suhteutuu olemassa oleviin ympäristömerkkeihin tai energiamerkkiin? Useissa ryhmissä ehdotettiin myös, että mittatikon

kehittäjät ottaisivat esimerkkiä erilaisista olemassa olevista ympäristötiedotuksen muodoista, kuten esimerkiksi Helsingissä käytössä olevat värikoodit ilmanlaadun luokituksissa.

Esitteeseen kaivattiin myös elämyksellisyyttä, vauhdikkuutta ja viihdyttävyyttä. Näiden elementtien mukaan tuomiseen liittyi hiukan erisuuntaisiakin ehdotuksia. Joidenkin mielestä useimmat suomalaiset ovat ympäristöasioissa sen verran välinpitämättömiä, että mielenkiintoa pitäisi herättää kauhukuvin. Valintojen konkreettisia vaikutuksia ympäristöön voisi konkretisoida esimerkiksi kuvaamalla, miten monta neliökilometriä Saimaata jokin kulutustapa tuhoaa. Toiset taas kritisoivat aineistoa siitä, että ympäristö esittäytyy siinä pelkästään negatiivisessa valossa, ongelmien ja haittoja aiheuttavien kulutustapojen loputtomana sarjana. Positiivisia esimerkkejä kaivattiin. Jotkut ehdottivat, että yksittäisen kuluttajan vaikutusmahdollisuuksia ja hyvien valintojen positiivisia seurauksia voisi konkretisoida.

Materiaali sai osakseen myös jonkin verran kiitosta. Jotkut pitivät ”asiallisesta” ilmeestä ja siitä, että tulosten perusteet oli esitelty ja myös epävarmuudet mainittu. Moni näki materiaalista, että taustalla on todella mittava tutkimus- ja laskentatyö, mikä osaltaan herätti lukijoiden luottamusta tuloksiin kohtaan. Jokunen yksittäinen kuluttaja kritisoi ”mittatikku”-sanaa vähän lapselliseksi ja ehdotti tilalle uutta nimeä ”ympäristömittari”. Useimmat kuitenkin halusivat kehittää materiaalia mieluummin yleistajuisempaan ja mukaansatempaavampaan suuntaan ”tieteellisyyden” kustannuksella.

Kommentteja materiaaliin – lainauksia ryhmäkeskusteluista

Vaikeuksia

Kun olin kerran lukenut läpi, tuli sellainen olo että ”häh?” (2809)

Muutaman kerran palasin sivulle tai toiselle taaksepäin, että hahmotti sen. Kun ei oo tarvinnut lukioaikojen jälkeen tommosiin paneutua. Mutta ihan mielenkiintoisia.... kun vaan kaikki noi kaikki otsikot ja osamuuttajat aukee. (2909)

Mä itse asiassa pohdin ja pohdin ja sitten vasta kun tää sanallisesti selitettiin ... Silloin vasta sitten tuli se läpimurto tuolla pääkopassa, että tätä tässä on ajettu takaa. Ja silloin mä vasta ymmärsin ... että tässä yksi tarkoitus on erotella ne tärkeämmät valinnat niistä vähemmän tärkeistä valinnoista. (2909)

Mittatikku konkretisoi – tai sitten ei

Esittämistapa D:stä ... voisi olla vaikka yks palkki, niin tuli mieleen vaikka se, että jos se ruisleipä olis se mittari, niin sitten voisko sen esittää niinä ruisleipinä sen pylvään, että se vaan, että viihdyttävimpinä kuvina kuin nämä taulukkolaskennan tuottamat graafit. Pylväästä näkisi sen, että montaako ruisleipää se [vertailtava tuote] vastaa. (2809)

Tässä koetetaan olla hyvin neutraaleja ja kertoa vaan, että näin ja paljon vaikutuksia on. Ei tavaltaan itse asiassa vertailla sillä lailla, että vaikutettaisiin niihin valintoihin ... vaan sen takia, että jotenkin konkretisoidaisiin, että kuinka paljon on. Mutta että loppujen lopuksi mä katon, että ehkä sittenkin nää hiilidioksidiekvivalentit ja 2.4 g fosfaattiekvivalenttia olis kuitenkin se, joka sitten vielä laitetaan siihen paketin pienellä painettuun informaatioon. Ne, jotka on siitä kiinnostuneita, niin ne kattoo siitä. Ja vertaa sitten muihin [pakkauksiin], joissa lukee jotain. (3009)

Yksinkertaistusta kaivataan

Kun katsoo Tekniikan Maailmaa: testataan siellä autoja taikka sähkövatkaimia, niin siellä on ne komponentit [arviointikriteerit] ja ne saa eri määrän pisteitä ja sitten lasketaan kokonaispistemäärä ja annetaan tähtiä, joku tämmöinen se pitäisi olla, näin yksinkertainen, kuluttajallekin: tää sai omassa tuoteryhmässä 4 ½ tähteä niin tää on varmaan aika hyvä. (0610)

Siinä voisi olla vaikka näin, että jos käytät tätä tuotetta 10 vuotta, olet tuhonnut Saimaata niin ja niin monta neliökilometriä. (0710)

Mulle tuli semmonen lapsellinen ajatus, että voi kun se olisi joku semmoinen kuin tää joutsenmerkki, että jotain tähtiä tai pilviä, että sit mä heti siitä määrästä tiedän, että otanks mä tän vai en ...niin yksinkertaiseksi sen kehittäminen [pitäisi saada] että se päiväkulut on sata, ja tää on sitten niin ja niin paljon siitä. (1510).

Kantaaottavuutta ja elämyksellisyyttä

Yksi toinen näkökulma tähän informatiivisuuteen tai yleissivistävyyteen: voisi taas hakea vertauskuvaa tuolta, kun kovasti yritetään ihmisiä liikenneturvallisuuteen ja siinäkin käytetään runsaasti erilaista tilastomateriaalia ja muuta. Ei se vaan tunnu se sivistys leviävän sillä ... vaikka kuinka niin sanotusti faktat puhuisi. Ja todennäköisesti suurempi vaikutus on ollut tällä shokkihoidolla ... niin sillä on paljon parempi asennekasvatus vaikutus kun tällaisella tilastomateriaalilla. (0710)

Mieluimmin vähän härskisti niinku provosoiden, kun mitään sanomattomasti todeten. Kyllähän tää on yhtä kilpajuoksua ihmisten huomiosta. (0710)

7 Nuorten ryhmästä saatu palautetta

Nuorten ryhmässä oli seitsemän koulun ympäristötoimintaan osallistuvaa 8- ja 9-luokkalaista nuorta, joista viisi oli tyttöä ja kaksi poikaa. Nuoret perustelivat kiinnostuksensa ympäristötoimintaan liittyvän luonnon säilyttämiseen, uusien asioiden oppimiseen, yhteiseen olemiseen kavereiden kanssa sekä mahdollisuuteen vaikuttaa oman koulun ja muiden koulujen ympäristöasioihin.

Nuorille ajatus ympäristöasioiden hahmottamisesta tuotteiden kautta ei ollut ilmeinen, kuten alla oleva Linnanmäkeä koskeva sovellusehdotus osoittaa (ympäristöasioita hahmotetaan enemmänkin esimerkiksi parannuksina energiankulutuksessa, kuten koulun ympäristöjärjestelmässä). Tuotteista puhuttaessa heille tutumpia ympäristöasioita olivat energiankulutus ja jätteiden kierrätys. Nuoret pitivät elinkaariarvioihin perustuvaa mittatikkua vähän vieraampana tapana hahmottaa ympäristövaikutuksia, vaikka elinkaariajattelusta onkin silloin tällöin mainittu koulukirjoissa. Lisäksi materiaaliin valitut esimerkituotteet olivat osin sellaisia, että nuoret eivät niitä itse valinneet tai käyttäneet. Esimerkiksi pyykinpesua pidettiin vieraana juttuna. Mittatikkun hyödyllisyys heidän mielestään oli ennen kaikkea siinä, että asiat on laskettu ja tehty vertailukelpoisiksi. Ympäristöasioista on siten mahdollista kertoa yksiselitteisesti ja neutraalisti, eikä vain yleisesti väittäen, että jotkut toimintatavat tuhoavat luontoa.

Toisin kuin kuluttajanelistit, nuoret eivät pohtineet mittatikkun sopivuutta tuotevertailuun kaupassa. Nuoret olivat lukeneet mittatikkuaaineistoa kuten mitä tahansa oppimateriaalia. He olivat saaneet taustamateriaalin biologian opettajaltaan, ja nuorten pohdinnat materiaalista keskittyivät aineiston esittämiseen oppikirjoissa. Keskusteluissa pohdittiin miten mittatikuista voitaisiin kertoa ala-asteen kirjoissa. Nuorille sanomalehdet olivat oppikirjojen kaltaisia tietolähteitä, jotka sisältävät kaikenlaisia tilastoja ja kuvioita. Mittatikuista pitäisi kertoa sanomalehdissä, niiden kautta ne saataisiin kaikenlaisten ihmisten käyttöön. Mahdollisimman laajan joukon saavuttaakseen mittatikuista pitäisi mielellään kertoa myös mainoksissa. Tähän mittatikki sopii hyvin, koska siinä käsitellään jokapäiväisiä tuotteita kuten juustoa. Näin mittatikki voisi tulla lähelle ihmisten arkielämää.

Koska nuoret olivat tulkinneet mittatikkumateriaalia opetusmateriaalina, he kommentoivat esitystapaa kuten mitä tahansa opetusmateriaalia. Nuoret olivat tottuneita lukemaan asiatekstejä ja jäsentämään uutta tietoa. He kommentoivat taustamateriaalin esitysjärjestystä, rakennetta ja vaiheittaista tiedon lisäämistä, kokonaisidean määrittelyä ja pohtivat varausten ja ongelmien esittämisen merkitystä. Aineiston ongelmana pidettiin sitä, että eri vaihtoehtojen esittäminen teki tekstin toisteiseksi. Samat asiat olivat mukana moneen kertaan ja tekivät lukemisen tylsäksi.

Muilta osin materiaalia keuhuttiin. Esitteessä oli muun muassa ilmastonmuutos kerrottu paremmin kuin koulukirjoissa, joissa on niin paljon asiaa. Värejä ja kuvia pidettiin tärkeinä, ja ne kevensivät nuorten mielestä materiaalia ja tekivät sen mukaansatempaavaksi. Vaihtoehtoisista esittämistavoista A oli jäänyt nuorille vieraaksi eikä sitä kommentoitu. Sanallisia vaihtoehtoja E ja F pidettiin huonoina. Niitä kritisoiitiin vaikeiksi ymmärtää, ne eivät helpottaneet oppimista eikä niiden avulla voinut vertailla. Vaihtoehdon B hyvänä puolena pidettiin mahdollisuutta vertailla eri tuotteita yhdellä silmäyksellä ja nähdä, mikä vaikuttaa mihinkin. Myös C:stä ja D:stä pidettiin niiden mahdollistaman vertailun takia.

Helsinkiläisnuorille maankäyttö oli tärkeä ympäristöasia ja lähes kaikki ryhmän nuoret olivat jääneet kaipaamaan maankäyttöä mukaan mittatikkuihin. Heille maankäyttö oli lähellä arkea ja se tiedettiin merkittävästi luontoon vaikuttavaksi tekijäksi. Myös uusiutuvista luonnonvaroista (mm. metsät), yläilmakehän otsonista ja terveydelle vaarallisista aineista keskusteltiin.

Aineiston luotettavuutta nuoret eivät olleet epäilleet, ja esimerkiksi vaihtoehdossa D haluttiin, että asiantuntijat antavat painotukset (mieluummin kuin ”kuka tahansa”).

Mihin muuhun kuin oppikirjoihin mittatikkuja voisi käyttää? Kunnan poliitikot ja yritysten päätöksentekijät olivat nuorten mielestä keskeisiä tiedon käyttäjiä. Kunnan poliitikot vaikuttavat sekä asumiseen että liikkumiseen ja heidän tulisi käyttää mittatikkuja päätöksenteossa. Yrityksistä esimerkkinä nuorilla oli Linnanmäki, joka voisi kertoa kävijöille huvipuiston ympäristöasioiden parantamisesta. Toisin kuin panelistit nuoret korostivat perhettä päätöksentekijänä. Automatkojen mittatikku pani miettimään, kannattako perheen autoa käyttää ja mihin matkoihin. Auto- ja bussivertailun lisäksi liikkumisen vertailussa pitäisi nuorten mielestä olla mukana myös kävely ja polkupyörä.

Nuorten kommentteja mittatikkuun – lainauksia ryhmäkeskustelusta

Kenelle mittatikku olisi hyödyllinen?

Niille, jotka voi tosiaan vaikuttaa näihin asioihin...

Pienemmille sopisi, kun täällä on hirveen selkeesti sanottuna, sitä vois mun mielestä käyttää valistusjutuissa, ihan kaikenikäisille.

...jos joku rupee jotain sönköttämään, että miten niin autoilu on huonoa luonnolle, niin sitten täällä näkee suoraan, että esimerkiksi kuinka paljon esimerkiksi ruisleivän päiväkulutukseen verrattuna se on huonompaa, niin silleen tää on tosi hyvä. Mun mielestä tää on aika silleen vaikuttava... tästä näkee suoraan, ettei sanota vaan, että noi on pahoja maailman tuhojia, vaan tästä näkee selvästi silleen, että mitä tapahtuu ja kuinka paljon verrattuna mihinkin.

Niin että mainosten kauttahan saadaan sitten muillekin ihmisille sitä tietoa. Että vaan yleensä jos mennään kouluihin kertomaan, niin oppilaat ja aikuiset [saa tietoa]... ehkä sitten mainoksista se menisi kaikenlaisille ihmisille. Ja oppisi näkemään sitten sen oman kannan siinä, että miten itte voisi vertailla näitä...

Esitystavasta

Tässä oli ehkä, mun mielestä, aika paljon tällaisia aineita, erilaisia, mitä me ei edes tunnetta välttämättä, että ne oli ehkä sillei vaikeita, että mitä ne tarkoittaa. Mutta sitten kun luki sen pariin kertaan, niin ajatteli sen vähän toisella tavalla, että kai mä tästä kuitenkin saan selvää sen verran, että pystyn esimerkiks kertomaan.

Mun mielestä tää C oli ainakin tosi hyvä, ja selkeä... Niin siinä näkee selvästi, vaikkei tietäiskään, vaikkei osais hahmottaa jotain tällaisia lukuja, niin sitten täst näkee sillee ihan selvästi että tää on näin paljon ja toi on noin paljon.

Mä tykkäsin, mun mielestä tää D oli hyvä, vertailu ja niiden ympäristövaikutuksia. Tää pistäisi ihmiset ajattelemaan, että kun tässä on juuston päiväkuluutus ja automatka.

Mun mielestä tää B oli hyvä, kun tästä näkee, että mikä niinku vaikuttaa mihinkäkin. Kun tässä kaikki nää näkyy silleen, kun tässä nää kaikki näkyy tästä. Ja tästä näkee, että tää automatka kuluttaa kaikkein eniten ja tää asumispäivä, että tästä näkee selvästi tän kokonaisuuden.

Mihin voisi soveltaa?

No ehkä jostain huveista, en mä tiedä, miten sen vois tehdä. No esimerkiks joku Linnanmäki, en mä nyt tiedä, mitä niiden energiankulutus [on]. Vaikka niiden laitteiden, miten ne tuhoaa [luontoa] tai... Ja vois verrata vaikka eri vuosina, että miten ne on saaneet parannettua sitä, ja pohtia, mitä olisi parannettavaa.

Myös se, että pystyy kattomaan elämänsä tai perhettä tai silleen, että mitä kannattaisi tehdä.

Energiankulutuksesta olisi hyvä tehdä tutkimusta, että milloin sitä on paljon ja milloin se on taas ihmisten hallinnassa, että on osattu olla säästeliäitä luonnon kannalta.

8 Yhteenveto ja kehittämisehdotuksia

Ryhmäkeskustelut osoittavat, että ympäristötiedolle on kysyntää – ainakin tietyssä kuluttajaryhmässä. Monet keskustelijat olivat innostuneita kehittämishankkeesta ja panostivat idean kehittämiseen paljon aikaa ja ajattelutyötä. Viranomaisten ja asiantuntijoiden tuottamaa luotettavaa tietoa arvostetaan, kunhan se saadaan esitettyä ymmärrettävässä ja kiinnostavassa muodossa.

Yleistajuista ympäristötietoa kaivataan lisää. Keskusteluihin osallistuneet kuluttajat eivät välttämättä uskoneet, että ympäristöinformaatio kiinnostaa kaikkia kuluttajia tai että se on erityisen tehokas ympäristöpoliittinen ohjauskeino. **Sen sijaan moni halusi henkilökohtaisesti tehdä ympäristön kannalta parempia valintoja ja neuvoa muita asiasta kiinnostuneita.** Tästä näkökulmasta mittatikun tapaisen ympäristötiedon kehittäminen voidaan nähdä enemmänkin kuluttajapoliittisena kuin ympäristöpoliittisena instrumenttina. Kuluttajat toivoivat myös, että tällaista tietoa hyödynnettäisiin entistä enemmän myös julkisessa päätöksenteossa ja yritysten tuotepäätöksissä.

Ajatuksena oli havainnollistaa erilaisia ympäristökuormituksia käyttämällä yksinkertaista, tuttua tuotetta ”mittatikkuna” muiden tuotteiden elinkaaren aikaisille ympäristökuormituksille. Tämä ajatus ”aukesi” joillekin kuluttajille, mutta ei läheskään kaikille. Joillekin ajatus ympäristöasioiden mittaamisesta oli sinänsä iso pala haukattavaksi. Toisille taas ehkä numerot tai muut ”yksiselitteiset” mittarit olisivat sittenkin helpompia. Useimmat kuluttajat saivat kuitenkin jotakin irti materiaalista, vaikka esimerkiksi ”ruisleivän ja automatkan vertailu” hämmensikin monia. Ilmeisesti elinkaariarviointi on julkisuudessa jäsentynyt ennen kaikkea vertailuksi, joten toisenlaisten sovellusten kuvittelemisen oli vaikeaa.

Mittatikkumateriaali toi ryhmäkeskusteluihin osallistuneille kuluttajille uutta tietoa kulutuksen ympäristövaikutuksista. Erityisesti asumisen suuri ympäristökuormitus oli hämmästyttänyt monia. **Erilaisten kulutusvalintojen mittasuhteista on ilmeisesti suhteellisen vähän tietoa saatavilla.** Mittatikku-aineistoa pidettiin myös varsin luotettavana: kysymyksiä herätti lähinnä joidenkin ympäristövaikutusluokkien puuttuminen (luonnonvarojen kulutus, maankäyttö, ekotoksisuus). Joitakin kuluttajia myös epäilytti ilmastonmuutoksesta käytävä ristiriitainen julkinen keskustelu. **Luotettavuutta lisäsi materiaalin yksityiskohtaisuus ja epävarmuuksien avoin esille tuominen;** tärkein luotettavuuden kriteeri kuluttajille oli kuitenkin se, että materiaali oli viranomaisten ja riippumattomien tutkijoiden tuottamaa.

Ryhmäkeskustelujen taustana kokeiltu materiaali oli ilmeisesti kuitenkin liian vaikeatajuista useimmille kuluttajille: siihen tutustuminen oli vaatinut paljon aikaa, eikä materiaali siltikään auennut kaikille ennen keskusteluun osallistumista. Osasyynä voi olla sekä esittämistapavaihtoehtojen ja ehdotettujen mittatikkujen runsaus että erilaisten uusien asioiden tuoma ylikuorma. **Materiaalista löytyi kuitenkin ryhmäkeskustelussa runsaasti kehittämis-kohteita:**

- Mittatikku on vastaus johonkin kysymykseen. Materiaalissa tämä kysymystyyppi ei noussut selvästi esille. **Materiaaliin kaivattiin lisää tarinallisuutta ja jännitettä.** Luvut ja pylväävät eivät saa olla itsetarkoituksellisia, vaan niiden on vastattava johonkin kysymykseen. Kysymystyyppi ja se, missä kontekstissa tietoa käytetään (esim. tuotevertailu vs. toimintatapojen vertailu) vaikuttaa myös siihen, mikä esittämistapa on paras.

- **Elämyksellisyttä ja herättävyyttä olisi hyvä lisätä.** Materiaalissa oletetaan, että kuluttaja on ennestään kiinnostunut ja on pohtinut ympäristöasioita syvällisesti. Näin monet keskustelijat olivatkin, mutta silti materiaaliin kaivattiin elämyksellisyttä, räväkkyyttä ja herättävyyttä: (”miksi tämä on tärkeää?”). Tiedotusmateriaali joutuu kilpailemaan monien paljon yksiselitteisempien ja vetoavampien viestien kanssa. Myös luotettavuutta ja uskottavuutta pidettiin kuitenkin tärkeänä, joten niistä ei pitäisi tinkiä.
- **Materiaalia olisi hyvä ”kerrosta” enemmän.** Varsinkin tuotteita tai toimintatapoja vertailtaessa voitaisiin esittää yksinkertainen mittatikka, jonka perusteisiin ja taustoihin asiasta kiinnostuneet voisivat perehtyä erikseen. Tässä yhteydessä kuluttajille voitaisiin tarjota mahdollisuus myös tutkia ja mahdollisesti muuttaa käytettyjä painotuksia ja pohtia erilaisia epävarmuuksia. Kuluttajat odottivat tutkijaryhmältä myös enemmän johtopäätöksiä esitetystä tuloksista.

Luonnollisestikin mittatikkua ajatellaan voitavan soveltaa monenlaisiin kysymyksiin: se on vain tietynlainen elinkaarenaikaisen ympäristökuormituksen havainnollistus. Mittatikun lähestyminen esimerkinomaisten kysymysten kautta voisi kuitenkin auttaa mittatikun hyödyllisyyden ja hyödyntämiskohteiden esittelyssä.

Vaikka elinkaariajattelu on monille tuttua, elinkaariarvioinnin tapa jäsentää ympäristökuormituksia tuotejärjestelmäkohtaisesti ei ole kaikille kuluttajille ilmeinen. Keskustelijat pyrkivät lähestymään mittatikkua hyvin monenlaisten, itselleen tutumpien tulkintakehysten (Goffman 1986/1974) kautta (mm. elintarvikkeiden pakkausmerkinnät, energia- ja ympäristömerkit, yritysten ympäristöjärjestelmät, erilaiset ympäristöindikaattorit). **Tulkintaa saattaisi helpottaa, jos mittatikka ja sen sovellukset asemoitaisiin selvemmin suhteessa muihin ympäristötietojärjestelmiin ja –merkkintöihin.** Myös mittatikun suhde muissa maissa kehitettyihin ratkaisuihin sekä kansainvälisen standardoinnin mahdollisuudet herättivät kysymyksiä.

Nuorille ajatus hahmottaa ympäristöasioita tuotteiden kautta ei ollut ilmeinen eivätkä nuoret pohtineet mittatikun sopivuutta tuotevertailuun kaupassa. He olivat lukeneet mittatikkuaaineistoa kuten mitä tahansa oppimateriaalia. **Nuorista sanomalehdet olisivat hyviä mittatikkumateriaalin levittämiseksi.** Heille sanomalehdet olivat oppikirjojen kaltaisia tietolähteitä, jotka sisältävät kaikenlaisia tilastoja ja kuvioita. Nuoret olivat tottuneita lukemaan asiatekstejä ja jäsentämään uutta tietoa. He kommentoivat taustamateriaalin esitysjärjestystä, rakennetta ja vaiheittaista tiedon lisäämistä, kokonaisidean määrittelyä ja pohtivat varausten ja ongelmien esittämisen merkitystä.

Esittämistapavaihtoehtoista (A–F) ei saatu esille yksiselitteistä suosikkia. Eri ihmisillä on erilaisia kognitiivisia tyylejä (mm. Lappalainen 1995). Joillekin numerot ovat helppoja, joillekin kuvat, kun taas joillekin teksti aukeaa parhaiten. **Erilaisiin tapoihin hahmottaa uutta informaatiota voitaneen vastata parhaiten yhdistämällä erilaisia esittämistapoja (esimerkiksi kuvat ja sanallinen selostus).** Myös kontekstista riippuu, mikä esittämistapa on paras: tuotevalintoja tehtäessä on mahdollista käsitellä vain vähän informaatiota, mutta yleissivistävässä kontekstissa (esim. Internet, päivälehdet) myös tarkemmille tiedoille ja perusteluille on käyttöä.

Edellä esitettyjen yleisten havaintojen lisäksi **ryhmäkeskustelut auttoivat löytämään erityisen vaikeatajuisia kohtia materiaalista.** Ryhmäkeskusteluissa ideoitiin myös runsaasti erilaisia uusia esittämistapoja, yksinkertaistuksia ja sovelluksia. **Nämä tarjonnevat runsaasti aineksia materiaalin ja ajattelutavan jatkokehittelyyn.** On tärkeä kuitenkin huomata, että kaikille sopivaa, kaikkia kiinnostavaa ja kaikille samalla tavalla avautuvaa tiedotusmateriaalia on mahdotonta tuottaa: tutkijaryhmän on tehtävä omat valintansa ja ratkaisunsa.

Lähteet

- EORG (2002). Eurobarometer 58.0. The attitude of Europeans towards the environment. Written by the European Opinion Research Group (EORG) for the Directorate General Environment. Saatavana Internetistä osoitteessa:
http://europa.eu.int/comm/environment/barometer/barometer_2003_en.pdf.
- Goffman, E. (1986/1974) *Frame Analysis. An Essay of the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Heiskanen, E. & Timonen, P. (1996). *Ympäristötieto ja kulutusvalinnat. Loppuraportti: Kuluttajien ympäristötiedon tarve*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 9.
- Nissinen, A., Grönroos, J., Heiskanen, E., Honkanen, A., Katajajuuri, J.-M., Kettunen, J., Kurppa, S., Mäkinen, T., Seppälä, J., Silvenius, F., Timonen, P., Virtanen, Y., Voutilainen, P. 2004. Development of Benchmarks for LCA-Based Environmental Information on Consumer Products, Services and Consumption Patterns. 24th LCA Discussion Forum, 2.12.2004, in Lausanne, Switzerland. Abstract and presentation: <http://www.texma.org/LCA-Forum/lca-forum.html> (DF 24: Life-cycle Approaches for Sustainable Consumption)
- Nissinen, A., Grönroos, J., Heiskanen, E., Honkanen, A., Katajajuuri, J.-M., Kettunen, J., Kurppa, S., Mäkinen, T., Seppälä, J., Silvenius, F., Timonen, P., Virtanen, Y. & Voutilainen, P. (2005) Developing of benchmarking for the environmental impacts of different products, services and consumption patterns. Teoksessa: Hertwich, E., Briceno, T., Hofstetter, P. & Inuba, A. (eds.) *Proceedings. Sustainable consumption: the contribution of research. Workshop, 10–12 February 2005, Gabels Hus, Oslo*. Oslo: NTNU rapport nr. 1.
- Timonen, P. (2002). *Pyykillä – arkinen järkeily ja ympäristövastuullisuus valinnoissa*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Lappalainen, O. (1995). *Oppimistyyli harkitsevuus vs. impulsiivisuus ja tiedonhankintatyyli*. Tampere: Acta Universitatis Tamperensis. Ser. A Vol. 441
- Nurmela, J., Kiiänmaa, N. & Tanskanen, E. (2002). The Finns and Sustainable Development? How do we measure opinions about sustainable development? *Futura* 2/02: 11–18.
- Tiedebarometri (2004). *Tiedebarometri 2004*. Tieteen tiedotus ry ja Yhdyskuntatutkimus Oy. Saatavana Internetistä osoitteesta:
<http://www.sci.fi/~yhdys/tb2/Tiedebarometri%202004.pdf>.
- Tilastokeskus (2000). *Ympäristötilasto. Ympäristö ja luonnonvarat 2000:1*. Helsinki: Tilastokeskus.

Sent: Tuesday, August 17, 2004 2:24 PM
 Subject: KULUTTAJAPANELISTEJA YMPÄRISTÖTIETOA KEHITTÄMÄÄN

Haluatko osallistua tuotteita koskevan ympäristötiedon kehityshankkeeseen?

Onko tarjolla oleva ympäristötieto mielestäsi sekavaa ja vaikeasti hahmotettavaa? Meidän mielestä on, ja siksi Mittatikki -hankkeessa pyritään kehittämään kuluttajille vertailukelpoista ympäristötietoa tavallisista kulutushyödykkeistä. Hanketta johtaa Suomen ympäristökeskus, ja tietoa tuottavat elinkaariarvioinnin asiantuntijat eri tutkimuslaitoksista. Kuluttajatutkimuskeskus vastaa hankkeessa osuudesta, jossa tiedon käyttäjät eli kuluttajat otetaan mukaan arvioimaan ja kehittämään tiedon esitystapaa.

"Mittatikit", joita hankkeessa kehitetään, ovat uusia tapoja esittää ja vertailla tuotteiden ympäristövaikutuksia niiden koko elinkaaren varrella. Niiden tarkoituksena on auttaa kuluttajia hahmottamaan erilaisten kulutusvalintojen merkitys ympäristön kannalta. Ensi vaiheessa "mittatikuista" tehdään esite ja Internet-sivusto, myöhemmin niitä toivottavasti käytetään myös laajemmin tuotteiden ympäristövaikutuksista puhuttaessa.

Etsimme panelisteja, jotka:

- * ovat kiinnostuneita arkisten kulutusvalintojen ympäristövaikutuksista
 - * haluavat tutustua asiantuntijaryhmän tuottamiin "mittatikki" -luonnoksiin
 - * voivat osallistua aihetta koskevaan ryhmäkeskusteluun
- Kuluttajatutkimuskeskuksen tiloissa syksyllä 2004
- * ovat myös halukkaita arvioimaan keskustelujen perusteella parannettuja mittatikkuja Internetissä ja antamaan niistä palautetta

Osallistumalla voit vaikuttaa! Jos olet kiinnostunut, ole hyvä ja vastaa tähän viestiin 7.9 mennessä. Alla on useampia vaihtoehtoisia ryhmäkeskustelujen ajankohtia. Ole hyvä ja merkitse niistä Sinulle sopivat ajankohdat. Kukin keskustelija osallistuu vain yhteen ryhmään.

_ ti 28.9. klo 17:30-19:30
 _ ke 29.9.klo 17:30-19:30
 _ to 30.9.klo 17:30-19:30

_ ti 5.10. klo 17:30-19:30
 _ ke 6.10.klo 17:30-19:30
 _ to 7.10. klo 17:30-19:30

_ ti 12.10. klo 17:30-19:30
 _ ke 13.10. klo 17:30-19:30
 _ to 14.10. klo 17:30-19:30

_ pe 15.10 klo 10-12

Ilmoitamme 9.9. mennessä, mihin ryhmään Sinut on merkitty. Lähetämme keskustelijoille taustamateriaalia ("mittatikki" -luonnokset) postissa syyskuun puolessavälissä.

Ystävällisin terveisin

Eva Heiskanen
 eva.heiskanen@kuluttajatutkimuskeskus.fi

Päivi Timonen
 paivi.timonen@kuluttajatutkimuskeskus.fi

SYKSY 2004/v1.**Mittatikkuhankkeen ryhmähaastattelujen keskustelurunko****Hankkeen esittely**

Tervetuloa Kuluttajatutkimuskeskukseen. Esittelen paikalla olevat tutkijat: X, Y, Z.

Elokuussa lähestyimme teitä ja etsimme halukkaita kuluttajanelisteja ympäristötiedon kehityshankkeeseen.

Mittatikut, jota hankkeessa kehitetään, ovat uusia tapoja esittää ja vertailla tuotteiden ympäristövaikutuksia niiden koko elinkaarella. Mittatikkujen tarkoituksena on auttaa kuluttajia hahmottamaan erilaisten kulutusvalintojen merkitystä ympäristön kannalta.

Syyskuun alussa lähetimme taustamateriaalin, josta tänään keskustelemme. Tähän materiaaliin on koottu niitä asioita, joihin tutkijaryhmä kaipaa kuluttajien kannanottoja. Näitä asioita on kolmenlaisia:

1. Yleisiä näkemyksiä mittatikkujatteluista – miten hyödylliseltä tuntuu?
2. Mittatikkujen esitystavasta?
3. Tulevaisuudesta, mihin suuntaan halutaan kehittää?

Kuluttajaryhmiltä saatuja kommentteja käytetään mittatikkujen edelleen kehittämiseen.

Sitten materiaalin läpikäynti.

Taustamateriaalissa esitellään sekä hanketta että kuusi erilaista mittatikkuehdokasta. Esitteessä Mittatikkua käytetään automatkan ympäristövaikutusten havainnollistamiseen.

- 21 kilometrin henkilöautomatkaa verrataan vaihtoehdossa A päivittäisiin suomalaista kohti laskettuihin ympäristövaikutuksiin.
- Vaihtoehdossa B muihin tuotteisiin – ympäristöongelma kerrallaan
- Vaihtoehdossa C on edelleen muut tuotteet, mutta ympäristöongelmat rinnakkain
- Vaihtoehdossa D on edelleen muut tuotteet, mutta ympäristöongelmat on painotettu ja laskettu yhteen ”kokonaishaitaksi”
- Vaihtoehdossa E on sanallinen vertailu Suomen henkilöä kohti laskettuihin ympäristövaikutuksiin
- Vaihtoehdossa F on sanallinen vertailu toiseen tuotteeseen

Nämä on ne mittatikut. Alussa on sitten taustoittavaa tekstiä, lopussa miten laskettu. Materiaalin viimeisellä sivulla on sitten kerrottu tutkimusryhmästä, joka on laskenut Mittatikut.

Yleistä arviota mittatikkuajattelusta

1. Missä tilanteissa olette pohtineet kulutuksen ympäristövaikutuksia?
2. Oliko elinkaariajattelu ennestään tuttua – mitä mahdollisesti uutta tai kysymyksiä herättävää materiaali toi esiin?
3. Miten hyödylliseltä tai kiinnostavalta kulutusvalintojen ympäristövaikutusten esittäminen tällä tavalla tuntuu?
4. Miten ajattelette, mihin tällaista tietoa voitaisiin käyttää?
[-onko enemmänkin yleissivistävää informaatiota, vai olisiko hyötyä ihan konkreettisissa ostosten valintatilanteissa,
- entä päivittäisissä toiminnoissa,
- entä jopa elämäntavan pohdinnassa?
- ympäristöasioista esitetään monenlaista tietoa julkisuudessa – miten luotettavalta tämä tieto vaikuttaa?]
5. Oliko materiaalissa jotakin, mitä ette ollenkaan ymmärtäneet?

Mittatikkujen esitystavasta

6. Jaksoitteko hyvin perehtyä Mittatikkuesitteeseen – mitä reaktioita herätti kun saitte sen?
7. A – F
Mikä oli suosikkisi?
kommentteja A
kommentteja B
kommentteja C
kommentteja D
kommentteja E
kommentteja F
8. Oliko jokin kohta materiaalissa erityisen hyvä tai huono?
[apukysymyksiä: Oliko jotakin vaikea ymmärtää? Jäikö jotakin epäselväksi? Jättekö kaipaamaan jotakin tietoa? Kenelle tällainen materiaali olisi hyödyllistä, kenelle taas ei?]
9. Mikä näistä esitystavoista voisi olla toimivin?
10. Muuta esitystapaan? (kuvasto, esitystapa, teksti, esimerkit, kenelle viesti suunnattu)

Tulevaisuudesta

11. Millaista ympäristötietoa kulutuksesta ja kulutusvalinnoista nykyään käytätte?

12. Minkälaista tietoa tuotteiden ympäristövaikutuksista tarvittaisiin tulevaisuudessa – mihin suuntaan tietoa pitäisi kehittää?

13. Millaisia muita ehdotuksia mittatikkuhankkeelle teillä on mielessä, jotka eivät vielä ole tulleet esiin?

Paneelin jatkotoiminnan eli palautekyselyn esittely

Elokuun kirjeessä jo mainitsimme, että Mittatikuista tehdään kuluttajapalautteen perusteella uusia versioita . Toivomme että antaisitte meille palautetta myös uusiin versioihin. Parannetut mittatikut esitellään tutkijaryhmän ylläpitämällä nettisivulla. Lähetämme teille sähköpostin heti kun uudet versiot ovat valmiita. Tällä hetkellä arvioimme niiden olevan arvioitavissa kevättalvella 2005.

Sitten vielä: taustakysely & matkaliput.

NIMI: _____

TAUSTATIETOJA KEHITTÄMISTYÖHÖN OSALLISTUNEIDEN YMPÄRISTÖASENTEISTA

Näitä kysymyksiä käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisina – ainoastaan taustatietoina, joiden avulla keskustelijoita voidaan verrata muihin suomalaisiin.

Kuinka huolestunut olet seuraavista ympäristöongelmista?

	erittäin huolestunut	hyvin huolestunut	jonkin verran huolestunut	ei juurikaan huolestunut	ei lainkaan huolestunut
kasvi- ja eläinlajien sukupuuttoon kuoleminen	5	4	3	2	1
metsien, esimerkiksi sademetsien tuhoutuminen	5	4	3	2	1
sääolojen pysyvät muutokset, esim. kasvihuoneilmiö	5	4	3	2	1
ydinvoiman aiheuttamat riski	5	4	3	2	1
tulevien sukupolvien elinmahdollisuudet maapallolla	5	4	3	2	1

Mikä seuraavista vastaa lähinnä omaa käsitystäsi?

Kasvihuoneilmiön pääasiallinen syy on:

- puiden kaataminen
- energian tuotanto ja kulutus
- suihkepullojen ja ponnekaasujen käyttö

Tiedätkö riittävästi, mitä pitää tehdä jokapäiväisessä elämässä ympäristön suojelemiseksi?

- ei, en tiedä riittävästi
- kyllä, tiedän riittävästi
- en osaa sanoa

Näetkö vaivaa löytääksesi ympäristöä koskevaa tietoa?

voit valita useamman kuin yhden vaihtoehdon

- ei, en näe mitään erityistä vaivaa
- kyllä, seuraamalla tiettyjä televisio-ohjelmia
- kyllä, lukemalla tiettyjä lehtiartikkeleita
- kyllä, etsimällä tietoa tietyistä ympäristöasioista (Internetistä, kirjastoista tms.)
- kyllä, tilaamalla tiettyä lehteä
- kyllä, seuraamalla lapsen/lasten koulukursseja
- kyllä, lukemalla kuluttajalehteä
- kyllä, muulla tavoin _____

Miten seuraavat väitteet luonnehtivat sinua kuluttajana?

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	en samaa enkä eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä
Minulta kysytään usein tietoa tuotteista, kaupoista ja tarjouksista	5	4	3	2	1
Ystäväni pitävät minua hyvänä tietolähteenä kun kyseessä ovat uudet tuotteet tai tarjoukset	5	4	3	2	1
Jos joku kysyisi minulta mistä kannattaa ostaa tiettyjä tuotteita, osaisin neuvoa häntä	5	4	3	2	1
Neuvon joskus muita ympäristöä koskevissa kysymyksissä	5	4	3	2	1

Muita kommentteja tämän lomakkeen tai ryhmäkeskustelun temasta:



KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS
PL 5 (Kaikukatu 3)
00531 HELSINKI
Puh. (09) 77 261
Faksi (09) 7726 7715
www.kuluttajatutkimuskeskus.fi