

SUOMALAISET KAIPAAVAT ENEMMÄN TIETOA VIESTIMIEN YMPÄRISTÖVAIKUTUKSISTA

Maailman ympäristöpäivänä 5.6. suomalainen painetun viestinnän sektori haluaa kiinnittää kuluttajien huomion viestimien ympäristövaikutuksiin. Sähköisen viestinnän puristuksessa painetun viestinnän merkitys ja ympäristövaikutukset on kyseenalaistettu, vaikka todellisuudessa eri mediat tukevat toisiaan ja täydentävät tarjontaa kuluttajalle. Ympäristöviestejä helposti yksinkertaistetaan, eikä kuluttaja aina saa oikeaa kuvaa painetun viestinnän todellisesta ympäristövaikutuksesta.

Painetun viestinnän toimijoiden, sanoma- ja aikakauslehtien kustantajien, paino- ja paperiteollisuuden, alan maahantuojien ja tukkukauppojen sekä jakelutoimittajien TNS Gallupilla teettämä kyselytutkimus mittasi suomalaisten suhtautumista ja asenteita painettuun viestintään. Tavoitteena oli selvittää, mitä suomalaiset ajattelevat painetusta viestinnästä ja minkälaisia ominaisuuksia he siihen liittävät. Samalla mitattiin myös vertailun vuoksi suomalaisten suhtautumista ja asennetta sähköistä viestintää kohtaan. Tutkimukseen vastasi yli tuhat aktiivi-ikäistä suomalaista, ja sen rahoitti Metsäsäätiö.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että suomalaiset ovat varsin ympäristötietoisia ja suurin osa tutkimukseen osallistuneista on tinkinyt kulutuksestaan säästääkseen ympäristöä. Suomalaiset osaavat myös hyvin suhteuttaa omaan arkeensa liittyvien toimintojen ympäristövaikutuksia toisiinsa. Paperinkeräys ja suomalaisten halukkuus painotuotteiden kierrättämiseen ovat huippuluokkaa: 94 prosenttia suomalaisista vie lukemansa lehdet ja paperit aina tai yleensä paperinkeräykseen.

Paperi-, kustannus- ja kirjapainoalaa arvostetaan maassamme tärkeänä työllistäjänä sekä laadukkaiden, luotettavien ja vastuullisten tuotteiden valmistajana. Tutkimus osoittaa, että suomalainen kuluttaja ei ole valmis luopumaan painetusta viestinnästä. Yli 70 prosenttia pitää painettua viestintää tärkeänä tiedon, viihteen ja rentoutumisen kannalta. Esimerkiksi kirjan haluaa painetussa muodossa nyt ja tulevaisuudessa edelleen kolme neljäsosaa kansalaisista. Alan vahva halu ja jatkuvat panostukset ympäristökuorman pienentämiseksi eivät ole jääneet kuluttajilta huomaamatta.

Tutkimuksessa kävi kuitenkin ilmi, että peräti 27 prosenttia suomalaisista on siinä käsityksessä, ettei internetin käytöllä ole lainkaan ympäristövaikutuksia. Lisäksi yhden tunnin mittaisen internetin päivittäisen käytön arvioitiin vaikuttavan ilmastonmuutokseen selvästi vähemmän kuin sanomalehden tai viikoittain ilmestyvän aikakauslehden vuositilauksen. Tanskalaisen ilmastonmuutosta mittaavan tutkimuksen mukaan sanomalehden vuositilauksen ja tunnin mittaisen päivittäisen internetin käytön hiilijalanjäljet ovat todellisuudessa samalla tasolla ja viikoittaisen aikakauslehden vuositilauksen hiilijalanjälki selvästi näitä pienempi.

Tarve tiedolle viestimien ympäristövaikutuksista on tutkimuksen mukaan suuri – vain 16 prosenttia kuluttajista tietää erittäin tai melko paljon eri viestimien ympäristövaikutuksista. Yli puolet kuluttajista ilmoittaa haluavansa lisätietoa aiheesta.

LISÄTIETOJA:

TNS Gallup Oy, Marianne Lindholm, puh. 09 6135 0616

Graafinen Teollisuus ry, Lasse Krogell, puh. 0400 453 736, lasse.krogell@vkl.fi