



Ilmastoviestinnän kolme potentiaalia

psykologinen, demokraattinen ja poliittinen käsitys suuren yleisön osallistamisesta

VILLE KUMPU

ABSTRAKTI Artikkelissa tutkitaan, minkälaisia ovat ilmastoviestinnän tutkimuksen käsitykset suuren yleisön osallistumisesta ilmastomuutoksen hillitsemiseen ja miten ne nivoutuvat käsityksiin viestinnästä yhtäältä osallistamisen välineenä, toisaalta koko osallistumisen problematiikkaa määrittelevänä vuorovaikutuksena. Henkilökohtaista sitoutumista ja ilmastoviestinnän psykologista potentiaalia korostava näkökulma on tavanomaisin tapa lähestyä osallistamisen problematiikkaa ilmastoviestinnän tutkimuksessa. Siinä viestintää näyttäytyy välineenä, jolla voidaan vaikuttaa ihmisten tietoihin, asenteisiin, tunteisiin ja käyttäytymiseen. Kansalaisvaikuttamisen näkökulmasta osallistuminen tarkoittaa yhteiskunnallista aktiivisuutta, jota tarkastellaan tutkimuksessa tyypillisesti demokraattisen puntaroinnin näkökulmasta. Viestinnälle ja kansalaisten osallistumiselle päätöksentekoon annetaan perustavanlaatuisen merkitys, mutta käytännössä ne saattavat pelkistyä ennalta määrättyjen tavoitteiden ajamiseksi. Poliittisen sitoutumisen näkökulma perustuu eronteolle henkilökohtaisen sitoutumisen individualismiin, kansalaisvaikuttamisen konsensushakuisuuteen ja viestinnän käsittämiseen vaikuttamiseksi.

ASIASANAT ilmastomuutos, viestintä, ilmastoviestintä, osallistaminen, suuri yleisö

Johdanto

Ilmastomuutoksen hillitseminen edellyttää suuren yleisön osallistumista, jolla viitataan tavanomaisesti elämäntapaan ja kuluttamiseen liittyviin valintoihin tai äänestämiseen ja mui-

hin kansalaisvaikuttamisen keinoihin (Järvelä ym. 2018, 5). Ongelmana on usein se, että ihmiset eivät kykene, osaa tai halua osallistua tai sitten osallistumisen edellyttämät tiedot, taidot ja mahdollisuudet ovat jakautuneet epätasaisesti (Moser & Dilling 2011). Tässä keskustelussa viestintä

näyttäytyy helposti välineenä, jota taitavasti hyödyntämällä voidaan saada vastahakoisetkin mukaan talkoisiin. ”Arjen ilmastotekoja” markkinoidaan näyttävästi ja niiden valikoima on jatkuvasti laajentunut (esim. Sitra 2022). Ilmastotalkoisiin houkuttelemisen sopii monenlaisiin tilanteisiin: esimerkiksi sanomalehti voi avoimesti tavoitella suuren yleisön osallistamista tässä mielessä kannustamalla lukijoitaan ilmastomyönteisiin kulu- tusvalintoihin. Ilmastomuutoksen politisoiminen oikeudenmukaisemman maailman nimissä herättää puolestaan selvästi ristiriitaisempia mielikuvia, eikä siihen kannustaminen tahdo taipua ”palvelujournalismiksi”. Arkijärkinen ajatus yhteisistä ilmastotalkoista kätkee kuitenkin alleen sen, miten monenlaisia asioita osallistumisella voidaan tarkoittaa, miten erilaiset osallistumisen tavat palvelevat yhtäältä ilmastomuutoksen hillitsemistä toisaalta muunlaisia tavoitteita ja tarpeita sekä minkälaista osallistumista keneltäkin voidaan oikeutetusti odottaa. Taustalla on myös kysymys osallistumisen ja politiikan rajoista puhuttaessa ilmastomuutoksen kaltaisen globaalin, kompleksisen ja peruuttamattomasti etenevän prosessin hallitsemisesta.

Tarkastelen tässä artikkelissa *ilmastoviestinnän tutkimusta* jäsentäviä käsityksiä suuren yleisön osallistumisesta. Ilmastoviestinnästä on viimeisen kahden vuosikymmenen aikana kehittynyt merkittävä monialaisen tutkimuksen ja toiminnan alue (Moser 2016). Itsenäisenä tutkimusalueena se on Suomessa vielä verrattain vähän tunnettu, vaikka ilmastomuutosta ja viestintä aiheenaan tarkastelevaa tutkimusta tehdäänkin melko paljon (Pulka 2019).¹ Tutkimukseni kohteena on ilmastoviestinnän tutkimus, mutta artikkelini kontribuutio ei rajoitu yksinomaan sen piiriin. Suuren yleisön osallistaminen on ilmastoviestinnän tutkimuksen keskeinen tutkimusongelma, jonka kautta syntyy kytkentöjä esimerkiksi tiedeviestinnän, psykologian, politiikan tutkimuksen ja sosiologian tutkimusperinteisiin (Moser 2010, 38). Tutkimukseni perusteella voidaan arvioida, minkälaiset osallistumiseen liittyvät tutkimukselliset näkökulmat välittyvät (tai eivät välity) näiden rajapintojen kautta juuri ilmastoviestinnän tutkimusta jäsentäviksi tutkimusongelmiksi. Eri-

laiset osallistumiseen liittyvät käsitykset ilmenevät tutkimuksen ohella myös ilmastokeskustelussa. Tutkimukseni auttaa ymmärtämään, minkälaisin tarkoituksin ja käsitteellisin välinein suuren yleisön osallistumista eri yhteyksissä tavoitellaan.

Kiinnostus suuren yleisön osallistamiseen ei ole vain ilmastomuutokseen liittyvä ilmiö. Siitä on tullut viimeistään 1990-luvulta alkaen tärkeä tavoite niin julkishallinnossa kuin yksityisellä sektorilla (Rowe & Frewer 2005). *Osallistamisen (engagement)* termiä käytetään niin monilla tutkimuksen ja toiminnan alueilla, että sille on hankala antaa mitään yleispätevää määritelmää (ks. esim. Johnston & Taylor 2018; Rowe & Frewer 2005). Yhtäältä se viittaa pyrkimykseen saada ihminen *sitoutumaan* psykologisesti johonkin asiaan kiinnittämällä siihen huomiota. Toisaalta osallistaminen viittaa pyrkimykseen saada aikaan myös *toimintaa* – osallistumista – ja toimijuuden kokemusta. Sitouttaminen voidaan käsittää toiminnan tavoittelun keinoksi mutta yhtä lailla toiminta voidaan ymmärtää keinoksi sitoutumisen tavoittelussa. Molemmat voidaan käsittää myös itseisarvoksi. (Berger 2009, 340–341; Johnston 2018.) Sitoutumista ja osallistumista sekä niiden välineellistä arvoa ja itseisarvoa vaihtelevasti painottaen tavoitellaan yleisesti esimerkiksi kansalaisten, kuntalaisten, työntekijöiden, asiakkaiden, sidosryhmien, johtajien ja lukijoiden osallistamista (Pieczka 2018). Sitoutumiseen ja osallistumiseen viitataan usein myös yleishyödyllisinä tavoitteina ikään kuin ne eivät olisi pois mistään muusta, vaikka ne ilmiselvästi vaativat huomiota, aikaa ja energiaa (Berger 2009, 336). Suurpiirteisessä osallistamispuheessa jää usein määrittelemättä, mitä osallistumisella itse asiassa tarkoitetaan, miksi osallistumista tavoitellaan, miten osallistumisen ajatellaan vaikuttavan ja miten osallistumisen määrää ja laatua arvioidaan (Rowe & Frewer 2005, 252; Taylor & Kent 2014). Suurpiirteisyys ei ole yhdentekevää, sillä osallistaminen on tehokas vallankäytön väline (Arnstein 1969).

Tarkastelen tässä artikkelissa osallistumisen problematiikan jäsentymistä ilmastoviestinnän tutkimuksen tutkimusongelmaksi *viestinnän tutkimuksen näkökulmasta*. Kysymys on siitä, minkälaisena toimintana viestinnän tutkiminen näyt-

täytyy, kun sitä tarkastelee lukemalla suuren yleisön osallistamiseen liittyvää ilmastoviestinnän tutkimusta. Minkälaiset käsitteet viestinnästä ja viestinnän tutkimuksesta määrittelevät rajapintoja, joiden kautta osallistamisen problematiikkaa käsittelevä ilmastoviestinnän tutkimus niveltäytyy esimerkiksi psykologian, politiikan tutkimuksen ja sosiologian tutkimusperinteisiin? Tieteenalana viestinnän tutkimus on teoreettinen, käsitteellinen ja menetelmällinen sekametelisisoppa, jossa saatetaan käyttää keskenään ristiriitaisiakin elementtejä rinnakkain ja lomittain (ks. esim. Waisbord 2019). Ilmastoviestintää myös tutkitaan hyvin monenlaisista lähtökohdista ja monenlaisiin tutkimusperinteisiin nojaten, mikä tekee siitä luontevaa jatkoa ympäristöviestinnän, riskiviestinnän, kehitysviestinnän ja tiedeviestinnän kaltaisille tutkimusalueille, jotka kurkottavat moniin eri suuntiin viestintää tutkiessaan (Moser 2016).

Ilmastoviestinnän tutkimuksessa osallistamisesta on tullut tärkeä tutkimuskohde, koska suuren yleisön passiivisuuden pelkistämistä tiedonvälityksen ongelmaksi ei pidetä uskottavana. Tiedon välittämisen sijaan huomio kohdistuu siihen, miten viestintä niveltäytyy toimintaan ja toimijuuden kokemuksiin, joissa ilmastonmuutokseen liittyvillä tiedoilla on toki oma merkityksensä, mutta ne eivät ole pääasia (Wibeck 2014, 396). Osallistamisen problematiikka yhdistää ilmastoviestintää ja tiedeviestintää mutta paljastaa myös niiden välisiä jännitteitä: painotetaanko esimerkiksi suuren yleisön ja ilmastotieteen välisen vuorovaikutuksen kohentamista (tiedeviestinnän nykysuuntaus) vai suuren yleisön aktiivisuutta ilmastonmuutoksen hillitsemiseen liittyvässä toiminnassa (ilmastoviestinnän tutkimuksen näkökulma) (Davis ym. 2018; Moser 2010, 32–33).

Viestinnän tutkimuksen pirstaleisuutta on tieteenalan laajenemisen edessä sekä valiteltu että juhlistu (Waisbord 2019). Yksi viitatuimmista viestinnän tutkimuksen jäsenyksistä on Robert T. Craigin (1999) jako retoriseen, semioottiseen, fenomenologiseen, kyberneettiseen, sosiaalipsykologiseen, sosiokulttuuriseen ja kriittiseen tutkimusperinteeseen. Siitä, mitä viestintä pohjimmiltaan tarkoittaa, ei ole muodostunut alalla minkäänlaista yhteisymmärrystä, ja erilaisia mää-

ritelmiä on listattu kymmenittäin. Viestintä käsitellään ärsykeiksi ja reaktioiksi, lähettämiseksi ja vastaanottamiseksi, yhteyden etsimiseksi, itseilmaisuksi, merkitysten työstämiseksi, yhteisymmärryksen tavoitteluksi, informaatioksi, vuorovaikutukseksi, vallankäytöksi, vaikuttamiseksi ja lukuisiksi muiksi asioiksi. Empiirisessä tutkimuksessa viestintää ei ole tapana määritellä eksplisiitisti kovin perusteellisella tasolla, mistä johtuen samassakin tutkimuksessa saatetaan nojata monenlaisiin käsitteellistyksiin ja tutkimusperinteisiin. (Waisbord 2019, 23–47.)

Arvioin viestinnän jäsentymistä tutkimuksen kohteeksi tässä artikkelissa karkeasti sen pohjalta, missä määrin viestintä nähdään yhtäältä *suuren yleisön osallistamisen mahdollistavana välineenä*, toisaalta *koko osallistamisen problematiikkaa määrittelevänä vuorovaikutuksena*. Ensin mainitusta näkökulmasta viestinnän tutkimuksen relevanssi on sen kyvyssä tunnistaa keinoja suuren yleisön osallistamisen tehostamiseksi. Taustalla on käsitys viestinnästä, jossa painottuu viestien ja niiden siirtymisen aiheuttamat vaikutukset. (Waisbord 2019, 34–37.) Ilmastoviestintää on luonteva ajatella prosessina, jossa lähettäjätkä pyrkivät erilaisin viestinnällisin keinoin vaikuttamaan vastaanottajiin ilmastonmuutoksen hillitsemistä edistävällä tavalla – esimerkiksi kohentamalla suuren yleisön osallistumista. Tämän helposti ymmärrettävän siirtojäsenyyksen puitteissa eri tieteenalojen näkökulmat voidaan yhteistyössä keskusteluun mahdollisimman täsmällisestä ja tehokkaasta ilmastoviestinnästä. Kääntöpuolelta on viestinnän tutkimuksen pelkistyminen käytännön ilmastoviestintää tukeväksi ”sopivien sanojen etsimiseksi” (Nerlich ym. 2015, 621).

Jälkimmäisestä näkökulmasta viestinnän tutkimuksen relevanssi on sen kyvyssä tunnistaa ja purkaa ilmastonmuutokselle, suuren yleisön osallistumiselle ja viestinnälle erilaisissa yhteyksissä annettavia merkityksiä. Tässä tapauksessa taustalla on käsitys viestinnästä ”symboliprozessina, joka tuottaa, pitää yllä ja muuntaa todellisuutta” (Carey 1994, 88). Tästä näkökulmasta ilmastoviestintä on merkityksiä ja suhteita tuottavaa vuorovaikutusta, jonka puitteissa määritellään, mistä ilmastonmuutoksessa, hillitsemisessä ja

osallistumisessa on kysymys (Hulme 2009). Ilmastoviestinnän tutkimuksessa nämä kaksi erilaista lähtökohtaa tuottavat erilaisia kytkentöjä suuren yleisön osallistamiseen liittyvälle tutkimukselle. Esimerkiksi tiettyä osallistamishanketta voidaan arvioida siihen liittyvän viestinnän psykologisen tai poliittisen tehokkuuden näkökulmasta mittaamalla sen vaikutuksia vastaanottajissa, mutta sitä voidaan myös arvioida tutkimalla, minkälaisia toimijapositioneja osallistumiselle hankkeessa annetut merkitykset tuottivat tai minkälaisiin käsitteisiin ihmisestä ja yhteiskunnasta ne nojasivat.

Kolme käsitystä suuren yleisön osallistamisesta

Aiemmassa tutkimuksessa on havaittu, että ilmastoviestinnän tutkimuksessa ei useinkaan eksplisiittisesti määritellä, mitä tutkimuksen tavoitteeksi verrattain usein mainitulla suuren yleisön osallistamisella tarkoitetaan (Kumpu 2022). Tästä syystä on tärkeää tunnistaa tutkimuksesta myös sellaisia kohtia, joissa osallistamisen käsitteelle on annettu sisältöä, ja pohtia, minkälaisia kytkentöjä ne avaavat osallistamiseen liittyvän tutkimuksen monitieteiselle kentälle. Myös viestinnän eksplisiittinen käsitteellistäminen on ilmastoviestinnän tutkimuksessa harvinaista, mutta implisiittisesti

taustalla vaikuttaa usein käsitys viestinnästä vaikuttamisena (Ballantyne 2016). Eräs syy käsitteellisesti kunnianhimoisen tutkimuksen vähäisyydelle on ilmastoviestinnän tutkimuksen käytännönläheisyys (Kumpu 2021). Se ohjaa tutkimusta tarkastelemaan viestintää vaikuttamisvälineenä ja suuren yleisön osallistumista itsestään selvänä tavoitteena, koska näin se kytkeytyy parhaiten käytännön ilmastoviestinnän pyrkimyksiin.

Taulukkoon 1 on pelkistetty tässä artikkelissa tarkastelemiäni ilmastoviestinnän tutkimuksen osallistamiskäsitysten avainpiirteet. Henkilökohtaista sitoutumista (*personal engagement with climate change*) ja ilmastoviestinnän psykologista potentiaalia korostava näkökulma on tavanomainen tapa lähestyä osallistamisen problematiikkaa ilmastoviestinnän tutkimuksessa. Sitä on kehitellyt tutkimusohjelmaksi ympäristöpsykologi Lorraine Whitmarsh kumppaneineen (esim. Whitmarsh ym. 2010; Whitmarsh ym. 2013). Kansalaisvaikuttaminen (*civic/citizen engagement, public participation/involvement*) mainitaan usein henkilökohtaista sitoutumista täydentävänä osallistumisen tapana, mutta näkökulmia yhdistävää tutkimusta on tehty vähän (Höppner & Whitmarsh 2011, 49). Poliitiikan tutkimukseen nojaava kansalaisvaikuttamisen näkökulma on teoreettisilta lähtökohdiltaan ja käsitteistöltään selvästi

Taulukko 1. Ilmastoviestinnän tutkimuksen kolme käsitystä suuren yleisön osallistumisesta ilmastonmuutoksen hillitsemiseen.

	Henkilökohtainen sitoutuminen	Kansalaisvaikuttaminen	Poliittinen sitoutuminen
Avainkysymys	Ilmastoviestinnän psykologinen potentiaali	Ilmastoviestinnän demokraattinen potentiaali	Ilmastoviestinnän poliittinen potentiaali
Suuren yleisön tehtävä	Ilmastotalukoisiin osallistuminen	Kansalaismielipiteen ilmaiseminen	Poliittinen kamppailu
Tutkimuksen tavoite	Ilmastoviestinnän tehostaminen	Aktiivisen kansalaisuuden mahdollistaminen	Poliitiikan puolustaminen
Viestintä	Ilmastotekoja tavoittelevaa vaikuttamista	Yhteisymmärryksen etsimistä	Poliittista erontekoa tukevaa kamppailua
Tyypillistä sanastoa	Viestinnän tehokkuus, kohdeyleisöt, psykologiset mekanismit, ilmastoasenteet, ilmastotietoisuus, ilmastohuoli, ilmastoteot.	Kansalaisuus, demokratia, päätöksenteko, kollektiivinen ongelmanratkaisu, puntarointi, järkeily, keskustelu, harkinta, neuvottelu, sovitteilu.	Poliitiikka, valta, erimielisyys, vastakkainasettelu, vastarinta, hegemonia, uusliberalismi, kapitalismi.

moninainen kuin psykologiseksi problematiikaksi tiivistyvä henkilökohtaisen sitoutumisen näkökulma. Poliittisen sitoutumisen (*political engagement*) näkökulmaa on viime vuosina kehitelty ilmastoviestinnän tutkimusohjelmaksi, joka haastaa henkilökohtaisen sitoutumisen individualismin ja kansalaisvaikuttamisen konsensushakuisuuden (Carvalho ym. 2017).

Osallistuminen henkilökohtaisena sitoutumisena

Henkilökohtaista sitoutumista korostava näkemys on ilmastoviestinnän tutkimukselle tyypillinen tapa lähestyä kysymystä suuren yleisön osallistumisesta. Sitoutumisella tarkoitetaan monenlaisia asioita matalahiilisen elämäntavan omaksumisesta pieniin muutoksiin esimerkiksi kuluttamiseen, syömiseen tai liikkumiseen liittyvissä tottumuksissa. Sitoutumista tarkastellaan psykologisena ilmiönä, jonka ajatellaan ilmenevän ilmastomyönteisenä käyttäytymisenä. Yhteiskunnallista taustaa – esimerkiksi koulutusta, tulotasoa, poliittisia näkemyksiä, sukupuolta tai ystäväpiiriä – voidaan tarkastella sitoutumiseen vaikuttavana tekijänä (esim. Lee ym. 2015). Ilmastotekojen nähdään summautuvan ilmastonmuutoksen edellyttämäksi yhteiskunnalliseksi muutokseksi melko suoraviivaisesti joko suoraan vähenevien päästöjen kautta tai epäsuoremmin ihmisten valintoja heijastelevien ja ohjaavien markkinoiden ja politiikan kautta (vrt. Johnston 2018, 19).

Henkilökohtaisen sitoutumisen näkökulma ilmenee ilmastoviestinnän tutkimuksessa sekä eksplisiittisenä tutkimusohjelmalla että väljempänä tutkimusta ohjaavana orientaationa. Whitmarshin ja kumppaneiden tutkimusohjelmassa sitoutuminen määritellään psykologiseksi ilmiöksi, joka koostuu kognitiivisista, affektiivisista ja käyttäytymiseen liittyvistä, monimutkaisesti toisiinsa kytkeytyvistä elementeistä (Lorenzoni ym. 2007, 446). Tieto ilmastonmuutokseen liittyvistä tosiasioista, ilmastonmuutoksen seurauksiin liittyvät pelot tai myönteinen asenne ilmastonmuutoksen hillitsemiseen eivät mitenkään välttämättä johda ilmastomyönteiseen käyttäytymiseen. Toisaalta pienetkin, rahan tai terveyden nimis-

sä tehdyt ilmastoteot voivat kannustaa perehtymään itse asiaan ja tukea tätä kautta elämäntavan ja asenteiden muuttumista ilmastomyönteisemmiksi. (Whitmarsh ym. 2013, 9–12.)

Henkilökohtaisen sitoutumisen näkökulma määrittelee kuitenkin myös valtaosaa ilmastoviestinnän tutkimuksesta selvästi väljempänä, usein implisiittiseksi jäävänä orientaationa (Pearce ym. 2015, 620). Suuren yleisön osallistaminen mainitaan usein tavoitteena, jonka edistämiseen empiirisellä tutkimuksella halutaan osallistua. Sitä, mitä osallistumisella tarkoitetaan, ei tällaisissa tapauksissa välttämättä määritellä lainkaan. Henkilökohtaisen sitoutumisen (*personal engagement*) sijaan puhutaan usein suuren yleisön osallistamisesta (*public engagement*) tai pelkästä osallistamisesta tai sitouttamisesta (*engagement*), vaikka implisiittisesti osallistuminen yhdistettäisiin nimenomaan yksilön käyttäytymiseen ja ilmastoviestinnän psykologiaan. (Kumpu 2022.)

Väljästi henkilökohtaisen sitoutumisen tavoiteltuun kytkeytyvän ilmastoviestinnän tutkimuksen kirjo on hyvin laaja. Se on tuottanut valtaosan määrän käytännönläheistä tietoa sitoutumisen esteistä ja viestinnällisistä keinoista niiden ylittämiseksi (ks. esim. Moser 2010; Wibeck 2014; Pearce ym. 2015). Ihmisten sitouttaminen ilmastonmuutoksen hillitsemiseen on hankalaa, koska ilmastonmuutos on näkymätön, etäinen, abstrakti, globaali, epävarmuuksien sävyttämä ja herkäsäti konkreettisten huolenaiheiden jalkoihin jäävä prosessi, jonka suhteen henkilökohtaiset vaikutusmahdollisuudet koetaan vähäisiksi (Moser 2010, 43). Sitouttamista hankaloittavat psykologiset puolustusmekanismit, joita ruokkivat sekä taitamaton ilmastoviestintä että ilmastoskeptinen propaganda. Tällaisia mekanismeja ovat esimerkiksi etäännyttäminen (”ei koske meitä”), fatalismi (”ratkeaa, jos on ratketakseen”), ilmastorealismia esiintyvä järkeily (”kokonaisuudessa meidän toimemme eivät merkitse mitään”), torjunta (”ilmastonmuutos on huijaus tai salajuoni”) sekä omaan identiteettiin takertuminen (”miksi juuri minun tai meidän pitäisi muuttua”). (Moser 2016, 354–356.)

Viestinnän keinojen suhteen johtopäätöksenä on ollut, että kestävä sitoutumista tavoittele-

van ilmastoviestinnän on pyrittävä vaikuttamaan kaikkiin sitoutumisen taustalla vaikuttaviin tekijöihin, tietoihin, tunteisiin ja käyttäytymiseen (Moser & Dilling 2011). Arjen ilmastotekoihin suostuttelevat tai ilmastomuutoksen tuhoisia vaikutuksia tunteisiin vetoavalla tavalla konkretisoivat kampanjat voivat tuottaa hetkellisiä tuloksia, mutta ne eivät riitä kestävänsä sitoutumisen aikaansaamiseen. Yksiulotteinen ilmastoviestintä voi johtaa omien päämääriensä vastaisiin lopputuloksiin kuten edellä mainittujen psykologisten puolustusmekanismien aktivoitumiseen. Toivoton katastrofikkavalkadi tuottaa sitoutumisen ja toimijuuden kokemuksen sijaan epätoivoa, voimattomuutta ja ilmastoahdistusta. Työmatkapyöräilyä ja joukkoliikennettä ilmastotekoina markkinoiva viestintä tekee kynyiseksi, jos niiden valitsemisen mahdollisuuksia ei samalla paranneta. (Whitmarsh ym. 2013, 12–13.)

Toinen keskeinen johtopäätös on ollut, että suuri yleisö koostuu lukemattomista pienemmistä yleisöistä, joita on sitoutumisen edistämiseksi lähestyttävä eri tavoin (Wibeck 2014, 401). Ilmastotietoisuuteen, ilmastoasenteisiin, maailmankuvaan, arvoihin, ikään, sukupuoleen, koulutukseen, poliittisiin näkemyksiin, mediankäyttöön ja moniin muihin tekijöihin perustuvia taustatietoja tulisi käyttää ilmastoviestinnän kohdentamiseen (Moser & Dilling 2011, 166). Tämä tarkoittaa paitsi viestin muokkaamista tilanteen ja kohdeyleisön mukaan mahdollisimman tehokkaasti vaikuttavaksi sisällöksi myös strategista suhtautumista viestinvälittäjien, viestintävälineiden ja viestinnän lajityyppien monipuoliseen hyödyntämiseen (Moser 2010, 36–42).

Henkilökohtaisen sitoutumisen näkökulma ilmastoviestinnän tutkimiseen on käyttäytymistieteellinen ja sitä motivoi pyrkimys tehokkaasti vaikuttavaan ilmastoviestintään (Pearce ym. 2015, 620). Viestintää tutkitaan tällöin välineenä, jolla voidaan vaikuttaa ihmisten tietoihin, tunteisiin ja käyttäytymiseen. Kysymys on viestinnän psykologisesta potentiaalista, viestinnän vastaanottajien kyvyistä käsitellä ilmastomuutokseen liittyvää informaatioita, välitettäväksi tarkoitettun informaation puhuttelevuudesta, viestijän uskottavuudesta ja retorisisista taidoista sekä vies-

tinnän keinoin saavutettujen käyttäytymismuutosten yhteiskunnallisista vaikutuksista (Moser 2010, 37). Henkilökohtaisen sitoutumisen näkökulmaan nivellyvässä empiirisessä tutkimuksessa suositaan kokeellisia tutkimusasetelmiä ja kyselytutkimuksia, joilla selvitetään erilaisten ilmastoviestinnän keinojen vaikutuksia. Tyypillinen ja laajasti viitattu esimerkki on Jonesin ja kumppaneiden (2017) tutkimus, jossa selvitettiin verkko-kyselytutkimuksella, miten ilmastomuutoksen etäisyyttä ja läheisyyttä korostavat viestit vaikuttivat australialaisten vastaajien ilmastohuoleen ja halukkuuteen toimia ilmastomuutoksen hillitsemiseksi. Tutkimuksen mukaan ilmastomuutoksen läheisyyttä korostavat viestit lisäsivät vastaajien huolestuneisuutta ja halukkuutta ryhtyä toimiin. Tutkimus on tyypillinen esimerkki sikäläkin, että tutkijat viittaavat jo otsikossaan suuren yleisön osallistamiseen tärkeänä tavoitteena mutta eivät missään vaiheessa määrittele eksplisiittisesti, mitä sillä tarkoitavat.

Henkilökohtaiseen sitoutumiseen liittyvää tutkimusta on kritisoitu siitä, että ajoittaisesta vuorovaikutuksen huomioinnista huolimatta viestintä pelkistyy siinä viime kädessä yksisuuntaiseksi vaikuttamiseksi (Nerlich ym. 2010, 106). Viestintä näyttää välineenä, jolla voidaan ratkaista erilaisia ongelmia, esimerkiksi aktivoida ihmisiä ilmastotekoihin (Ballantyne 2016, 329). Viestinnän tutkimus pelkistyy ongelmanratkaisua tukevaksi ”sopivien sanojen etsimiseksi” (Nerlich ym. 2015, 621). Vaikka henkilökohtaisen sitoutumisen näkökulmaan liittyvässä tutkimuksessa saatetaan korostaa ilmastomuutoksen edellyttämää yhteiskunnallista muutosta, kysymys siitä, miten tämä muutos tapahtuu, jää usein kokonaan avoimeksi (Kumpu 2022). Henkilökohtaista sitoutumista tavoittelevaa ilmastoviestintää ja siihen nivellyvää tutkimusta on kritisoitu myös *sosiaalisesta markkinoinnista*, jonka tehokkuudesta yhteiskunnallisesti hyödyllisten – esimerkiksi terveyteen liittyvien – käyttäytymismuutosten yhteydessä on jonkin verran näyttöä mutta joka saattaa juuri ilmastomuutoksen kohdalla johtaa ristiriitaisiin lopputulemiin (Corner & Randall 2011). Ongelmana on se, että yksittäisiä käyttäytymismuutoksia tavoitteleva ilmastoviestintä kadottaa herkästi

näkyvistäään ilmastonmuutoksen hillitsemisen kokonaistavoitteen, jolle ulkokohtaisista syistä tehdyt ilmastoteot voivat olla jopa haitallisia.

Osallistuminen kansalaisvaikuttamisena

Kansalaisvaikuttamisen näkökulmasta suuren yleisön osallistumisessa on kyse yhteiskunnallisesta aktiivisuudesta ja ilmastonmuutoksen hillitsemisen demokraattisesta puntaroinnista. Kansalaisvaikuttaminen tarkoittaa henkilökohtaiset ilmastoteot ylittävää yhteiskunnallista, yhteisöllistä tai julkista toimintaa, esimerkiksi äänestämistä, mielenosoituksia, lakkoja, kansalaistotelemattomuutta, adresseja, aloitteita, kanteluita, mielipidekirjoituksia, opintopiirejä, naapuriapua, vapaaehtoistyötä ja järjestötoimintaa (Höppner & Whitmarsh 2011). Ilmastoviestinnän tutkimuksessa kansalaisvaikuttaminen on henkilökohtaiseen sitoutumiseen verrattuna selvästi hajanaisempi tutkimuksellinen näkökulma. Kansalaisvaikuttamiseen viitataan monin eri termein, jotka eivät kuitenkaan käsitteellisty erilaisiksi vastauksiksi osallistamisen ja viestinnän problematiikkaan, vaan niitä käytetään rinnakkain viitattaessa kansalaisaktiivisuuden kohentamiseen (Kumpu 2022).

Kansalaisvaikuttamiseen keskittyvän tutkimuksen tärkein viitekehys on demokraattinen päätöksenteko. Vaikka ilmastotoimille on vankka tieteellinen perusta, kansalaisten huoli ilmastonmuutoksesta on korkealla ja lähes kaikki maailman valtiot ovat allekirjoittaneet Pariisin ilmastopimuksen, yksikään valtio ei ole vielä ryhtynyt riittäviin toimiin ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. Tilanne on herättänyt epäilyjä demokraattiseen osallistumiseen nojaavan ilmastopolitiikan mahdollisuuksista vastata ilmastonmuutoksen haasteisiin. Toisaalta yhtenä syynä ilmastopolitiikan epäonnistumiselle on pidetty myös sitä, että kansalaisten näkemykset eivät saa riittävää sijaa demokraattisen päätöksenteon nykykäytännöissä. (Willis ym. 2022, 2.)

Kansalaisvaikuttamista tarkastelevassa tutkimuksessa kansalaisten toivotaan yhtäältä osallistuvan aktiivisemmin paikallisen, kansallisen ja

kansainvälisen ilmastopolitiikan määrittelemiseen, toisaalta päätöksentekoa halutaan virittää tukemaan ja huomioimaan osallistumista paremmin. Lähtökohtana on, että ilmastonmuutoksen hillitsemisen edellyttämää ekologista jälleenkannusta ei voi toteuttaa väkivalloin, eikä siihen liittyviä päätöksiä voi tehdä salakähmäisesti suljettujen ovien takana. Kansalaisilla on oikeus osallistua ilmastonmuutokseen liittyvään päätöksentekoon ja tulla informoiduksi siihen liittyvistä asioista. Muutosta on siis tavoiteltava avoimesti kansalaisten osallistumiselle perustuvien demokraattisten prosessien puitteissa (Hakala ym. 2021, 87). Suomen ilmastolain yhtenä tarkoituksena onkin vahvistaa suuren yleisön mahdollisuuksia osallistua ja vaikuttaa ilmastopolitiikan suunnitteluun (Järvelä ym. 2018, 3).

Kansalaisten osallistumisella demokraattiseen päätöksentekoon tarkoitetaan kansalaismielipiteen muodostamista ja ilmaisemista. Sitä on tutkittu erityisesti niin kutsutun *deliberatiivisen demokraatioteorian* puitteissa (ks. esim. Mansbridge ym. 2018). Deliberatiivisen demokraatiakäsityksen ihanne on eräänlainen puntaroiva hallintotapa, jossa poliittisten päätösten oikeutus syntyy avoimesti, rehellisessä ja kaikkia osapuolia kunnioittavassa tasa-arvoisessa keskustelussa. Käsiteltävänä olevaa asiaa puntaroimalla keskustelijat pyrkivät yhteisymmärrykseen, joka voi konkretisoitua esimerkiksi kansalaismielipidettä ilmentäväksi politiikkasuositukseksi päätöksentekijöille. (Dryzek 2000, 1; Mansbridge ym. 2018, 2; Raisio ym. 2018.) Demokraattisen puntaroinnin ihanteen toteutumista voi tarkastella tapauskohtaisesti tai systeemisesti (Owen & Smith 2015). Tapauskohtaisesta näkökulmasta kaiken demokraattiseen päätöksentekoon liittyvän vuorovaikutuksen – epämuodollisista kansalaiskeskusteluista politiikan muodollisiin areenoihin – tulisi pyrkiä toteuttamaan puntaroinnin ihanteita. Systeemisestä näkökulmasta puntaroi vuus on järjestelmän ominaisuus, joka voi toteutua vuorovaikutuksessa laadultaan hyvin erilaisten elementtien yhdistelmänä (Mansbridge ym. 2018, 14–17). Puntaroinnin järjestelmän työnjaossa yksisuuntaiselle viestinnälle perustuvat provokaatiot ja protestit voivat palvella kansalaismielipiteen muodostumista

systematasolla siinä missä puntaroinnin ihanteille perustuvat osallistumismuodotkin (Raisio ym. 2018). Myös ilmastoviestintää voi tarkastella yhtäältä puntaroinnin ihanteita paremmin tai huonommin toteuttavina tapauksina tai toisaalta järjestelmänä, jossa viestinnälliseltä luonteeltaan erilaiset elementit palvelevat puntaroidun kansalaismielipiteen muodostumista ja välittymistä päätöksentekijöille.

Kansalaisvaikuttamisen kanavointiin demokraattista päätöksentekoa tukevasti vuorovaikutukseksi on kehitetty valtavasti erilaisia menetelmiä (Rowe & Frewer 2005, 256–260). Puntaroidun demokratian mahdollisuuksia on tutkittu päätöksentekijöiden tai tutkijoiden aloitteesta syntyneistä kokeiluista, jotka eroavat toisistaan esimerkiksi puntaroinnin intensiivisyyden, osallistujien valinnan ja puntaroinnille myönnetyn päätösvalan suhteen (Fung 2006). Tyypillisessä puntarointikokeilussa osallistujat saavat asiantuntijoilta tietoa käsiteltävästä aiheesta, keskustelu tapahtuu ohjatusti ja yhdessä työstetyn kansalaismielipiteen rooli päätöksenteossa jää avoimeksi (Herne & Setälä 2005, 176). Ilmastomuutoksen hillitsemistä käsittelevien kansalaisraatien laajuus on vaihdellut paikallisesta maailmanlaajuiseen, millä on vaikutuksensa puntaroinnin käytännön järjestelyihin ja sen mahdolliseen rooliin päätöksenteossa. (Rask & Worthington 2018.)

Ilmastomuutokseen liittyvässä tutkimuksessa kansalaisvaikuttamiseen ja demokraattiseen puntarointiin liittyvät viestinnälliset kysymykset luokenevat herkästi politiikan tutkimukseksi, vaikka empiiriset ja teoreettiset lähtökohdat olisivat periaatteessa otolliset nimenomaan viestinnän tutkimiselle. Kansalaisvaikuttamisessa ja puntaroinnissa on kyse vuorovaikutuksesta ja deliberatiivinen demokratiateoria perustuu idealistiseen ajatukseen viestinnän perustavanlaatuisesta yhteiskunnallisesta merkityksestä. Juuri viestinnän läpäisevyys saattaa vaikeuttaa viestintään liittyvien teoreettisten ja empiiristen tutkimuskysymysten esittämistä muuten kuin käsittämällä viestintä puntaroinnin puitteissa tapahtuvaksi vaikuttamiseksi (esim. Muradova ym. 2020). Merkityksiä tuottavana ja vuorovaikutussuhteita jäsentävinä prosesseina kansalaisvaikuttamisella

ja demokraattisella puntaroinnilla on niiden välittömät kontekstit ylittävää potentiaalia, jota ei ole kuitenkaan juuri käsitteellistetty ilmastoviestinnän tutkimuksessa. Yksittäisistä avauksista ei ole ilmastoviestinnän tutkimusalueella ainakaan toistaiseksi muodostunut laajempaa keskustelua (ks. esim. Munshi ym. 2020; Moser & Pike 2015; Okoliko & de Wit 2021).²

Kansalaisvaikuttamisen ja demokraattisen puntaroinnin vaikutus ilmastonmuutoksen hillitsemiseen on epäsuorempi kuin henkilökohtaisen sitoutumisen: keskustelu, harkinta, vuoropuhelu, neuvottelu ja vaihtoehtojen tutkailu eivät vielä itsessään hillitse ilmastonmuutosta. Normatiivisesta näkökulmasta kansalaisvaikuttamisessa on kyse demokraattisen päätöksenteon itseisarvosta, josta on pidettävä kiinni, vaikka se vaikeuttaisi ilmastonmuutoksen hillitsemistä (Blue 2017). Ilmastomuutoksesta huolimatta yhteiskunnallisessa toiminnassa tulisi kunnioittaa kaikkien osapuolten järkeilyä ja oikeutta ilmaista mielipiteensä, ottaa erilaiset näkemykset puntaroidavaksi vakavasti ja väaristelemättä sekä pyrkiä ymmärtämään muiden näkemyksiä, vaikka suhtautuisi niihin kriittisesti (vrt. Blue 2019, 69). Välineellisestä näkökulmasta ilmastonmuutoksen hillitsemiseen liittyvä kansalaisvaikuttaminen antaa pelimerkkejä päätöksentekijöille (Ockwell ym. 2009). Sisällöllisestä näkökulmasta kansalaisvaikuttaminen ja puntarointi kohentavat päätöksenteon laatua. Kansalaisten, päätöksentekijöiden ja asiantuntijoiden laaja ja avoin vuorovaikutus vapauttaa kollektiivisen ongelmanratkaisun ja keskinäisen oppimisen potentiaalia, jota juuri ilmastonmuutoksen hillitsemisen kohdalla tarvitaan erityisen paljon (Rask & Worthington 2018).

Ilmastoviestinnän ja suuren yleisön osallistamisen problematiikan sijoittaminen kansalaisvaikuttamisen puitteisiin herättää herkästi kysymyksen siitä, kykeneekö suuri yleisö todella punnitsemaan ilmastonmuutoksen kaltaiseen monimutkaiseen yhteiskunnalliseen ongelmaan liittyviä näkökulmia erilaisten vaikutuspyrkimysten ristitulessa (Mansbridge ym. 2018, 2). Rinnakkainen kysymys on se, haluaako suuri yleisö osallistua ilmastopolitiikan määrittämiseen – vai riittääkö ihmisille reaktiivinen protestointi, kun

ilmastopolitiikka tulee liian lähelle omaa lompakkoa tai elämäntapaa? Kansalaisvaikuttaminen edellyttää huomiota, aikaa ja energiaa, jotka ovat psykologisissa ja yhteiskunnallisissa mielessä rajallisia resursseja (vrt. Berger 2009, 336). Äänestämistä näkyvämpi kansalaisvaikuttaminen saattaa pelottaa tai näyttää hyödyttömältä, vaikka yksilö olisikin henkilökohtaisesti sitoutunut ilmastonmuutoksen hillitsemiseen (Höppner & Whitmarsh 2011, 58).

Demokraattista puntarointia kansalaisvaikutuksen muotona korostava näkökulma on altis vallankäyttöön liittyvälle kritiikille (Blue 2017). Empiiristen tutkimusten mukaan ilmastonmuutokseen liittyvät julkisen puntaroinnin prosessit tukevat herkästi päätöksentekijöille ja asiantuntijoille ominaista järkeilyä keskustelun ja pohdinnan avoimuuden kustannuksella (Blue 2016, 71). Tästä näkökulmasta puntarointi vaikuttaa kansalaisten valistamiselta, joka pönkittää olemassa olevia valtasuhteita (Few ym. 2007, 48–49). Toisaalta juuri ilmastonmuutoksen kohdalla on suuri kiusaus sanoa, että nyt jos koskaan asiantuntijoita *pitäisi* kuunnella demokraattisessa päätöksenteossa. Demokratian ihanteet vakavasti ottavan kansalaisvaikutuksen ja ilmastonmuutoksen hillitsemisen välttämättömyyden välillä on usein käsittelemättä jäävä jännite (Whitmarsh ym. 2013, 20). Ilmastotiede ei voi suoraan määritellä ilmastopolitiikan tavoitteita, koska ne on määriteltävä demokraattisesti. Myös ilmastotieteeseen nojaava asiantuntemus – esimerkiksi ilmastopolitiikan liikkumavaraa määrittelevä rajanveto vaarallisen ja hyväksyttävissä olevan ilmastonmuutoksen välillä – olisi periaatteessa tunnistettava poliittiseksi valinnaksi, joka voidaan ilmastopolitiikkaa puntaroitaessa myös kyseenalaistaa. (Blue 2016, 70–71.)

Osallistuminen poliittisena sitoutumisena

Poliittisen sitoutumisen näkökulmasta suuren yleisön osallistamisen avainkysymys liittyy ilmastonmuutoksen poliittisen luonteen tunnistamiseen. Ilmastonmuutoksen hillitseminen ei ole erimielisyydet syrjäyttävä yhteinen tehtävä vaan po-

liittisiä rajanvetoja edellyttävä yhteiskunnallinen kysymys. Suurelta yleisöltä edellytetään poliittista sitoutumista ja osallistumista kamppailuun siitä, minkälaisessa yhteiskunnassa he haluavat elää ja minkälaisin keinoin ilmastonmuutosta pitäisi hillitä. Ilmastoviestinnän tehtävänä on virittää yhteiskunnallista keskustelua ja kannustaa poliittiseen sitoutumiseen. Poliittisen sitoutumisen näkökulma perustuu *agonistiselle demokratiakäsitykselle*, jota Chantal Mouffe (2005) on kehittänyt vastaväitteenä ja vaihtoehtona deliberatiiviselle demokratialle.

Anabela Carvalho, Margit van Wessel ja Pieter Maesele (2017) ovat ehdottaneet poliittiseen sitoutumiseen näkökulmaa tutkimusohjelmaksi suuren yleisön osallistamisesta kiinnostuneelle ilmastoviestinnän tutkimukselle. He toteavat ilmastonmuutoksen olevan seurausta poliittisille valinnoille perustuvista, markkinalähtöisessä uusliberalistisessa globalisaatiossa ruumiillistuvista järjestelmistä ja käytännöistä. Paikallisessa, kansallisessa ja kansainvälisessä ilmastopolitiikassa on kyse valtapelistä, jossa vaihtoehtojen esittämistä hankaloittavat fossiilikapitalismin hegemonia ja ilmastonmuutoksen hillitsemisen mieltäminen yhteiseksi tehtäväksi. Demokraattinen ilmastopolitiikka edellyttää yhteiskunnallisen järjestyksen tekemistä näkyväksi ja sen kyseenalaistamista sekä avointa poliittista kamppailua erilaisten vaihtoehtojen välillä. (Mt., 125–129.)

Poliittisen sitoutumisen näkökulmasta ilmastoviestinnän tutkimuksen tärkein tehtävä on politiikan puolustaminen. Kysymys on siitä, missä määrin erilaiset viestintäkäytännöt tukevat ja estävät ilmastonmuutoksen tunnistamista poliittiseksi kysymykseksi (mt. 126). Viestintäkäytännöt liittyvät yhtäältä ilmastonmuutoksen hillitsemiselle annettuihin merkityksiin, esimerkiksi ymmärretäänkö se teknologiseksi, moraaliseksi vai poliittiseksi kysymykseksi. Toisaalta viestintäkäytännöt määrittelevät myös tarjolla olevia toimijapositioneja. Suurelle yleisölle tarjotaan tyypillisesti vihreän kuluttajan tai aktiivisen kansalaisen roolia mutta kavahdetaan ilmastonmuutoksen politisoimista. Suuren yleisön poliittinen toimijuus on riippuvaista sekä ilmastonmuutoksen hillitsemiselle annetuista merkityksistä että tarjolla olevis-

ta toimijapositionista, mutta myös toimijuuteen ja sen yhteiskunnallisiin vaikutuksiin liittyvistä ele-tyistä kokemuksista. (Mt.)

Nykyjärjestystä tukevien ja sen kyseenalais-tavien viestintäkäytäntöjen tutkiminen on Car-valhon ja kumppaneiden mukaan tärkeää, jotta ymmärtäisimme, miten nykyiseen tilanteeseen on päädytty ja tietäisimme, miten toisenlainen tulevaisuus tulee mahdolliseksi. Ilmastoviestin-nän tutkimuksen tehtävänä on tukea poliittista kamppailua tunnistamalla nykyjärjestystä yllä-pitäviä ja sen poliittisen haastamisen mahdollis-tavia viestintäkäytäntöjä. Poliittisen toimijuuden alaa kaventavia – ilmastomuutoksen poliittisen luonteen kätkeviä – viestintäkäytäntöjä ovat esi-merkiksi kapitalistisen järjestelmän olettaminen rationaalisen ilmastokeskustelun lähtökohdaksi, politiikan pelkistäminen ilmastotieteeseen pe-rustuvaksi hallinnoinniksi, vaihtoehtojen etsi-misen typistäminen taloudelliseksi laskelmoin-niksi ja vastarinnan demonisoiminen esimerkik-si tiedevastaisuudeksi. Poliitiikan kenttää avaava, nykyjärjestyksen haastavien vaihtoehtojen esit-täminen nivoutuu usein paikallisiin ympäristö-kiistoihin ja vaihtoehtojen elämäntapojen kokeiluihin. Ilmastomuutoksen hillitseminen ei ole kuitenkaan synnyttänyt sellaista laajapohjais-ta kansanliikettä, joka tekisi aktivistien kokeiluista suurta yleisöä houkuttelevan esikuvan laajem-malle muutokselle. (Mt., 127–130.)

Poliittisen sitoutumisen näkökulmasta ilmas-tonmuutoksen hillitsemisen demokraattinen puntarointi jää herkästi nykyisen yhteiskunnal-lisen järjestyksen vangiksi. Poliitiikan potenti-aali pelkistyy yhteisten asioiden hoitamiseksi ja yhteisymmärryksen etsimiseksi. Ennenmin erimielisyyksien sovitteluun kuin poliittisten rajalinjojen tunnistamiseen keskittyvät punta-rointiharjoitukset näyttävät yhteiskunnallista järjestystä pönkittäväksi vallankäyttönä. Toisaalta yksilön valintoja korostava henkilökohtainen si-toutuminen pelkistää ilmastomuutoksen hillitsemisen lähinnä kulutusvalintoihin liittyväksi yk-sityisasiaksi eikä kykene käsittelemään poliittista toimijuutta tai yhteiskunnallista muutosta uskot-tavasti. (Mt., 123–124.)

Carvalhon ja kumppaneiden ehdotus ei ole tutkimusohjelmalla mitenkään vallankumouksel-linen (ks. myös Maesele 2015). Arkijärkisesti aja-telleen se saattaa vaikuttaa nurinkuriselta koros-taessaan poliittista erimielisyyttä nimenomaan yhteen hiileen puhaltamista korostavan – yhtei-nen ilmasto, yhteinen maapallo, yhteinen vastuu, yhteinen tehtävä, yhteinen tulevaisuus – retorii-kan määrittelemän ilmastomuutoksen hillitse-misen kohdalla. Myös perinteisen tiedeviestin-nän näkökulmasta ilmastotieteen saavuttaman yhteiskunnallisen vaikuttavuuden politisoiminen vaikuttaa pikemminkin ongelmalta kuin ratkai-sulta. Ilmastomuutokseen liittyvässä kriittises-sä tutkimuksessa erimielisyyden arvoa korostavia ajatuksia ovat tuoneet esiin monet muutkin tut-kijat (esim. Hulme 2009; Machin 2013; Swynge-douw 2010). Carvalhon ja kumppaneiden (2017) ehdotus on kuitenkin sikäli erityinen, että siinä tämä kriittisen tutkimuksen viritämä näkökulma kytketään suoraan ilmastoviestinnän tutkimuk-seen ja suuren yleisön osallistamiseen. Se avaa ilmastoviestinnän tutkimuksen kenttää ilmasto-viestinnän käytännöistä ja viestinnän tehostamis-yrkimyksistä etäisyyttä ottavalle yhteiskuntatie-teelliselle tutkimukselle, jota on tähän asti tehty vain vähän.

Yhteistä tehtävää korostavasta näkökulmasta ilmastomuutoksen politisoiminen uhkaa vuo-sikymmenten työllä saavutettua, ilmastotieteen auktoriteettiin nojaavaa haurasta yhteisymmär-rystä siitä, että *jotain* on tehtävä. Poliittisen sitou-tumisen näkökulmasta päätöksenteon kannalta riittävän yhteisymmärryksen tavoittelussa ei ole mitään periaatteellista ongelmaa. Yhteisymmär-ryksen välttämättömyyttä tai sen väitettyä ratio-naalisuutta ei kuitenkaan pitäisi käyttää poliit-tisten erimielisyyksien tukahduttamiseen. Poliit-tisten erimielisyyksien pysyvä ylittäminen ei ole realistinen tai toivottava tulevaisuudenkuva. (Pe-permans & Maesele 2016, 481–483.) Toisaalta politiikan puolustaminen avaa väistämättä tietä myös ilmastomuutoksen hillitsemisen mielek-kyttä tai hyödyllisyyttä epäileville poliittisille projekteille. Poliittinen kamppailu ei toki johda itsestään selvästi ilmastomuutoksen hillitsemi-seen, mutta se auttaa jäsentämään sitä vuorovai-

kutusta, jonka puitteissa toimeen ryhdytään tai ollaan ryhtymättä.

Yhteenveto

Ilmastoviestinnän tutkimuksen kolme osallistamiskäsitystä piirtävät tutunoloisen kuvan siitä, mitä viestinnän tutkimuksella angloamerikkalaisessa maailmassa tarkoitetaan (Waisbord 2019, 48–74). Yhtäällä on erityisesti psykologiaan nojaavan empiirisen vaikutustutkimuksen perinne, joka antaa selkeän suunnan ja merkityksen viestinnän tutkimiselle – viestinnän psykologisten vaikutusten kartoittaminen – sisäisestä erikoistumisestaan ja pirstaloitumisestaan huolimatta. Tällaiseen käsitykseen viestinnän tutkimuksesta yhdistyy erityisesti henkilökohtaisen sitoutumisen näkökulma osallistamisen problematiikassa. Toisaalta viestinnän tutkimus on olemassa myös joukkona lukuisiin eri suuntiin kurottavia tutkimusalueita, joita määrittelee ennen kaikkea tutkimuksen aihepiiri ja sitä kautta muodostuvat kytkennät muihin tieteenaloihin. Osallistamiseen liittyvässä ilmastoviestinnän tutkimuksessa kansalaisvaikuttamisen ja poliittisen sitoutumisen näkökulmat tuottivat kytkennän politiikan tutkimukseen seuraillen tavanomaista erontekoa deliberatiivisen ja agonistisen demokratiateorian välillä.

Arvioin viestinnän jäsentymistä tutkimuksen kohteeksi karkeasti sen pohjalta, missä määrin viestintää painotetaan yhtäältä *suuren yleisön osallistamisen mahdollistavana välineenä*, toisaalta *koko osallistumisen problematiikkaa määrittävänä vuorovaikutuksena*. Jännite näiden kahden näkökulman välillä on tunnistettavissa kaikkiin kolmeen osallistamiskäsitykseen nivELYVÄSSÄ tutkimuksessa. *Henkilökohtaisen sitoutumisen* näkökulmassa kytkentä psykologian tutkimukseen muodostuu, kun viestintää tarkastellaan välineenä, jolla voidaan vaikuttaa ihmisten tietoihin, asenteisiin, tunteisiin ja käyttäytymiseen. Ilmastoviestinnän tutkimus asettuu herkästi henkilökohtaisen sitoutumisen puitteisiin, koska siinä viestinnän voi pelkistää prosessiksi, jossa yksilötävissä olevat viestinnälliset pyrkimykset (esim. viestin sisältö ja esitystapa sekä viestin välittä-

jä) yhdistyvät mitattavissa oleviin viestinnän vaihtuksiin (esim. tiedot, asenteet ja teot), ja tutkimuksen tuloksia voidaan helposti hyödyntää käytännön ilmastoviestinnässä. Henkilökohtaista sitoutumista tavoittelevassa tutkimuksessa korostetaan kuitenkin usein, että osallistavan ilmastoviestinnän olisi pyrittävä *vuoropuheluun* yksisuuntaisen vaikuttamisen sijaan. Se, missä määrin vuoropuhelulla voidaan vaikuttaa viestinnän tavoitteisiin, jää kuitenkin yleensä epäselväksi.

Kansalaisvaikuttamisen näkökulmassa kytkentä politiikan tutkimukseen perustuu ilmastomuutoksen demokraattiseen perustarvoihin ihanteeseen, jossa avoimelle vuorovaikutukselle annetaan perustavanlaatuinen yhteiskunnallinen merkitys. Tutkimuksessa on kuitenkin runsaasti vaihtelua sen suhteen, minkälaisin varauksin ilmastomuutoksen hillitsemiseen liittyvää puntarointia lähestytään ja minkälainen merkitys puntaroidulle kansalaismielipiteelle annetaan päätöksenteossa. Kaikkien osapuolten avoimessa vuorovaikutuksessa muovautuva demokraattinen päätöksenteko ei mitenkään välttämättä suuntaudu tukemaan ilmastomuutoksen hillitsemistä, vaan se voi päätyä korostamaan esimerkiksi kansallisten etujen puolustamista. *Poliittisen sitoutumisen* näkökulma perustuu eronteolle henkilökohtaisen sitoutumisen individualismiin, kansalaisvaikuttamisen konsensushakuisuuteen ja viestinnän käsittämiseen vaikuttamiseksi. Korostaessaan poliittiseksi kamppailuksi käsittämänsä vuorovaikutuksen perustavanlaatuista merkitystä ja avoimuutta se tekee periaatteessa tilaa myös ilmastomuutoksen hillitsemistä hankaloittavalle osallistumiselle. Toisaalta poliittisessa kamppailussa menestyminen edellyttää myös vaikuttavaa viestintää, joka saa ihmiset valitsemaan oikean vaihtoehdon.

Tässä artikkelissa tarkastelemani osallistamiskäsitykset nivELYVÄT kysymykseen siitä, mitä ilmastoviestinnän tutkimus on tai mitä sen pitäisi olla. Tällaiselle keskustelulle on löydettävissä aineksia esimerkiksi ympäristöviestinnän tutkimuksen kriisitietoisuudesta käydystä keskustelusta (ks. Stephens 2018, 1–39). Kyse on karkeasti ottaen siitä, pitäisikö ilmastoviestinnän tutkimuksen *etsiä ratkaisuja ilmastokriisiin* (vrt. Cox 2007)

vai *tutkia ilmastokriisiä viestinnällisenä ilmiönä* (vrt. Schwarze 2007). Osallistamiskäsitysten tarkasteleminen osoittaa ainakin sen, että tutkimuksen *yhteiskunnallisen mielikuvituksen* kohentamiselle on tilausta valittiinpa kumpi suunta tahansa. Siihen nähden, miten usein viestintä ja suuren yleisön osallistuminen mainitaan avaintekijöiksi tavoiteltaessa ilmastomuutoksen edellyttämää yhteiskunnallista muutosta, tutkimuksessa pohditaan verrattain harvoin, miten muutos tapahtuu ja minkälainen on viestinnän merkitys sen toteutumisessa. Henkilökohtaiseen sitoutumiseen liittyvässä tutkimuksessa yhteiskunnallisen muutoksen problematiikka rajautuu herkästi koko tutkimuksen ulkopuolelle, jos yhteiskunnan *oletetaan* muuttuvan yksilöllisten muutosten seurauksena. Kansalaisvaikuttamisen ja poliittisen sitoutumisen näkökulmissa yhteiskunnallinen muutos tapahtuu *poliittisen toiminnan* kautta joko nykyjärjestelmän puitteissa tai kokonaan toisenlaista järjestystä tavoitellen.³

Systeeminen kysymys siitä, miten henkilökohtaiseksi sitoutumiseksi, kansalaisvaikuttamiseksi tai poliittiseksi sitoutumiseksi kanavoituva suuren yleisön osallistuminen vaikuttaa muualla yhteiskunnassa, jää usein esittämättä. Osallistamiseen liittyvässä ilmastoviestinnän tutkimuksessa ei muodostu kytkentää yhteiskuntatieteellisen ympäristötutkimuksen tai ympäristösosiologian tutkimuserinteisiin. Kytkentä on heikko myös toiseen suuntaan, sillä viestintään liittyvää problematiikkaa ei juuri käsitellä sellaisessa tutkimuksessa, jossa tavoitellaan systeemempää näkökulmaa ilmastomuutoksen edellyttämään yhteiskunnalliseen muutokseen (esim. Brulle & Dunlap; Massa 2009). Hahmoteltaessa siitä, miten muutos voisi tapahtua, viestinnän merkitys katoaa herkästi kokonaan näkyvistä (esim. BIOS 2019). Taustalla on laajempi kysymys yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen merkityksestä ilmastokeskustelulle, jossa *ekologinen mielikuvitus* vaikuttaa *sosiologista mielikuvitusta* vahvemmin (Norgaard 2018).

Miten ilmastoviestinnän tutkimuksen yhteiskunnallista mielikuvitusta voisi kohentaa? Eräs mahdollisuus olisi aloittaa tarkastelemalla ilmastoviestintää ja suuren yleisön osallistamista

suhteessa teoriaan, joka korostaa ympäristön nimissä tavoitellun yhteiskunnallisen muutoksen epätodennäköisyyttä ja muutoksentavoittelun arvaamattomia sivuvaikutuksia (Luhmann 2004). Ajatus modernin yhteiskunnan *ekologisesta kommunikaatiokyvyttömyydestä* voisi toimia vähintäänkin heuristisena välineenä, joka pakottaisi perustelevaan, miksi ja miten ilmastoviestintä vaikuttaa yhteiskunnassa, tai minkälaisia yhteiskunnallisia seurauksia eri suuntiin kanavoituvalla suuren yleisön osallistumisella on. Tällainen lähtökohta johtaisi pohtimaan ilmastoviestinnän, ilmastopoliittikan ja suuren yleisön osallistumisen luonnetta, mahdollisuuksia ja rajoja yhteiskunnallisina prosesseina, joiden merkitys ei pelkisty ilmastomuutoksen hillitsemiseen. Näin ilmastoviestinnän psykologinen, demokraattinen ja poliittinen potentiaali saisivat yhteiskunnallisen tulkinnan. ■

YTT VILLE KUMPU *on viestinnän tutkijatohtori Helsingin yliopiston valtiotieteellisessä tiedekunnassa.*

VIITTEET

- 1 Ilmastoviestinnän tutkimusalue (*climate communication research* tai *climate change communication research*) eroaa sitä laajemmasta ja hajanaisemmasta, ilmastomuutosta ja viestintää *aiheenaan* käsittelevien tutkimusten joukosta. Tarkasteluni kohdistuu ilmastoviestinnän tutkimusalueella ilmeneviin osallistamiskäsityksiin. Käsittelem pääasiassa englanninkielistä tutkimuskirjallisuutta. Ilmastoviestinnän tutkimus on vakiinnuttanut asemansa ilmastomuutoksen ja viestinnän problematiikkaa tarkastelevan tutkimuksen polttopisteenä erityisesti Yhdysvalloissa ja Isossa-Britanniassa. Ilmastoviestinnän tutkimusta on eritelty lukuisissa kirjallisuuskatsauksissa (Ballantyne 2016; Moser 2010; Moser 2016; Nerlich, Koteyko ja Brown 2010; Pearce ym. 2015; Wibeck 2014) ja käsikirjassa (Ho ym. 2017). Käytännön ilmastoviestinnän pyrkimyksiä palvelevia tutkimuspohjaisia oppaita on julkaistu runsaasti (esim. Corner ym. 2018; Corner & Clarke 2017).

- 2 Muradovan, Walkerin ja Collin (2020) tutkimuksessa arvioitiin hallitustenvälisen ilmastomuutospaneelin (IPCC) arviointiraporttien kirjoittajille laadittujen tehokkaan ilmastoviestinnän periaatteiden perusteella viestinnän merkitystä siinä, mitkä ehdotukset saivat kannatusta Irlannin ilmastomuutokseen liittyvissä kansalaiskokouksissa. Viestinnälle ja vuorovaikutukselle perustavanlaatuisemman merkityksen antavia esimerkkejä löytyy joitakin tarkasteltaessa kapeasti sellaisia jouliaartikkelia, joissa suuren yleisön osallistaminen ja ilmastoviestintä mainitaan eksplisiittisesti tutkimuksen aiheeksi (Kumpu 2022). Kehitellessään kulttuurikeskeistä lähestymistapaa osallistamisen problematiikkaan Munshi ym. (2020, 578) korostavat puntaroinnin merkitystä kontekstisidonnaisten viestintästrategioiden kehittämisessä ja jalkauttamisessa. Heidän mukaansa puntaroinnissa artikuloidaan ihmisten kokemuksia suhteessa ilmastomuutokseen liittyvään tieteelliseen ja alkuperäiskansojen tietoon sekä pyritään ymmärtämään niitä suhteessa arvojen, paikan, vallan ja narratiivien ulottuvuuksiin, jotka määrittelevät kulttuuria eletynä kokemuksena. Moser ja Pike (2015, 112) puolestaan käsittelevät ilmastoviestinnän välineeksi, jolla tavoitellaan ilmastomuutokseen sopeutumista tukevaa kansalaisaktiivisuutta yhteisötasolla: puntarointi syventää kognitiivista, emotionaalista, käytöksellistä, ammatillista, sosiaalista, henkistä, yhteiskunnallista ja/ tai poliittista sitoutumista ja voi tätä kautta edesauttaa ilmastomuutokseen sopeutumista. Okoliko ja de Wit (2021) kehittelevät osallistavaa ilmastoviestintää afrikkalaisesta, yhteisöllisen kanssakäymisen merkitystä painottavasta näkökulmasta (*afro-relationality*) suhteessa yksilön (*person*) ja yhteisön (*community*) käsitteisiin.
- 3 Kysymys (ilmasto)politiikan perimmäisestä luonteesta on huomattavasti monisyisempi kuin deliberatiivisen ja agonistisen demokratiateorian vastakkainasettelu antaa ymmärtää. Se avaa pitkään jatkuneen ja manipulatiivisen – mutta ilmastoviestinnän tutkimuksessa näkyvämmiin jäävän – keskustelun ympäristöongelmien ja demokratian jännitteistä (ks. esim Pickering ym. 2020). Kriittisten näkemysten mukaan osallistumismahdollisuuksien lisääminen saattaa olla omiaan pikemminkin heikentämään kuin vahvistamaan yhteiskunnan ekologista kestävyyttä (Blühdorn 2013). Viime vuosina *antroposeenin* käsitteeseen kiinnittyvässä teoretisoinnissa lähtökohdana on ollut, että elettyä uudenlaista aikakautta myös demokraattiset instituutiot olisi uudistettava vastaamaan ihmisen aiheuttaman planetaarisen kriisin vaatimuksia (Dryzek & Pickering 2018).

KIRJALLISUUS

- Arnstein, Sherry R. (1969) "A ladder of citizen participation." *Journal of the American Institute of Planners* 35:4, 216–224.
- Ballantyne, Anne Gammelgaard (2016) "Climate change communication: What can we learn from communication theory?". *Wiley Interdisciplinary Reviews. Climate Change* 7:3, 329–344.
- Berger, Ben (2009) "Political theory, political science and the end of civic engagement." *Perspectives on politics* 7:2, 335–350.
- BIOS-tutkimusyksikkö (2019) Ekologinen jälleenrakennus. [Http://eko.bios.fi](http://eko.bios.fi) (viitattu 14.10. 2021).
- Blue, Gwendolyn (2016) "Framing climate change for public deliberation: What role for interpretive social sciences and humanities?". *Journal of Environmental Policy & Planning* 18:1, 67–84.
- Blue, Gwendolyn (2017) "Participatory and Deliberative Approaches to Climate Change". Teoksessa Shirley S. Ho, Ezra Markowitz, Matthew Nisbet, Saffron O'Neill, Mike S. Schäfer ja Jagadish Thaker (toim.) *The Oxford Encyclopedia of Climate Change Communication*. Oxford University Press, Oxford.
- Blühdorn, Ingolfur (2013) "The Governance of Unsustainability: Ecology and Democracy after the Post-Democratic Turn". *Environmental Politics* 22:1, 16–36.
- Brulle, Robert J. & Riley E. Dunlap (toim.) (2015). *Climate Change and Society: Sociological Perspectives*. Oxford University Press, New York.
- Carey, James (1994/1975) "Viestintä kulttuurisesta näkökulmasta". Suom. Veikko Pietilä ja Risto Suikkanen. *Tiedotustutkimus* 17:2, 81–97.
- Carvalho, Anabela; van Wessel, Margit & Maesele, Pieter (2017) "Communication practices and political engagement with climate change: A research agenda." *Environmental communication* 11:1, 122–135.
- Clarke, Jamie; Robin, Webster & Adam, Corner (2020) *Theory of Change: Creating a social mandate for climate action*. Climate Outreach, Oxford.
- Corner, Adam & Jamie Clarke (2017) *Talking climate*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Corner, Adam ja Alex Randall (2011) "Selling climate change? the limitations of social marketing as a strategy for climate change public engagement". *Global Environmental Change* 21:3, 1005–1014.
- Corner, Adam, Chris Shaw & Jamie Clarke (2018) *Principles for effective communication and public engagement on climate change A handbook for IPCC authors*. Oxford, Climate Outreach.

- Cox, Robert (2007) "Nature's 'crisis disciplines': Does environmental communication have an ethical duty?". *Environmental communication* 1:1, 5–20.
- Craig, Robert T. (1999) "Communication theory as a field." *Communication theory* 9:2, 119–161.
- Davis, Lloyd; Birte Fähnrich, Ana Claudia Nepote, Michelle Riedlinger & Brian Trench (2018) "Environmental communication and science Communication—Conversations, connections and collaborations." *Environmental communication* 12:4, 431–437.
- Dryzek, John S. (2000) *Deliberative democracy and beyond: Liberals, critics, contestations*. Oxford University Press, Cary.
- Dryzek, John S. & Jonathan Pickering (2018). *The Politics of the Anthropocene*. Oxford University Press, Oxford.
- Few, Roger; Katrina Brown & Emma L. Tompkins (2007) "Public participation and climate change adaptation: Avoiding the illusion of inclusion". *Climate policy* 7:1, 46–59.
- Fung, Archon (2006) "Varieties of participation in complex governance". *Public administration review* 66, 66–75.
- Hakala, Emma; Ville Lähde & Tero T. Toivanen (2021) "Luoko nuorten ilmastoliike uutta kansalaisuutta? kansalaisuuden luonne ekologisen jälleenrakennuksen aikana." *Nuorisotutkimus* 39:2, 87–92.
- Ho, Shirley S.; Ezra Markowitz, Matthew Nisbet, Saffron O'Neill, Mike S. Schäfer & Jagadish Thaker (2017) *The oxford encyclopedia of climate change communication*. Oxford University Press, New York.
- Höppner, Corina & Lorraine Whitmarsh (2011) "Public Engagement in Climate Action: Policy and Public Expectations". Teoksessa Irene Lorenzoni, Saffron O'Neill ja Lorraine Whitmarsh (toim.) *Engaging the Public with Climate Change*. Earthscan, Washington, 73–91.
- Hulme, Mike (2009) *Why we disagree about climate change: Understanding controversy, inaction and opportunity*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Järvelä, Marja; Timo Lanki, Ilkka Ratinen, Teea Kortemäki, Suvi Huttunen & Anni Turunen (2018) *Osallistaminen ilmastopolitiikassa. Suomen ilmastopaneeli raportti 1/2018*. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2018092436449> (viitattu 16.9.2022).
- Johnston, Kim A. (2018) "Toward a Theory of Social Engagement." Teoksessa Johnston, Kim A. ja Maureen Taylor (toim.) *The Handbook of Communication Engagement*. John Wiley & Sons, Hoboken, 17–32.
- Johnston, Kim A. ja Maureen Taylor (toim.) (2018) *The handbook of communication engagement*. John Wiley & Sons, Hoboken.
- Jones, Charlotte; Donald W. Hine ja Anthony D. G. Marks (2017) "The future is now: Reducing psychological distance to increase public engagement with climate change". *Risk analysis* 37:2, 331–341.
- Kumpu, Ville (2021) "Ilmastoviestintä ekologisena kommunikaationa: Ratkaisukeskeinen ilmastoviestinnän tutkimus ja yhteiskuntateoria." *Media & viestintä* 44:1, 138–157.
- Kumpu, Ville (2022) "What is public engagement and how does it help to address climate change? A review of climate communication research." *Environmental Communication* 16:3, 304–316.
- Lee, Tien Ming; Ezra M. Markowitz, Peter D. Howe, Chia-Ying Ko & Anthony A. Leiserowitz (2015) "Predictors of public climate change awareness and risk perception around the world". *Nature climate change* 5:11, 1014–1020.
- Lorenzoni, Irene; Sophie Nicholson-Cole ja Lorraine Whitmarsh (2007) "Barriers perceived to engaging with climate change among the UK public and their policy implications." *Global Environmental Change* 17: 3, 445–459.
- Luhmann, Niklas (2004/1990). *Ekologinen kommunikaatio*. Suom. Sam Krause ja Seppo Raiski. Gaudeamus, Helsinki.
- Maesele, Pieter (2015) "Beyond the post-political zeitgeist". Teoksessa Anders Hansen & Robert Cox (toim.) *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. Routledge, London, 409–421.
- Mansbridge, Jane; John S. Dryzek, Andre Bächtiger & Mark Warren (2018) "Deliberative Democracy: An Introduction." Teoksessa André Bächtiger, John S. Dryzek, Jane J. Mansbridge ja Mark Warren (toim.) *The Oxford Handbook of Deliberative Democracy*. Oxford University Press, Oxford.
- Massa, Ilmo (toim.) (2009) *Vihreä teoria: ympäristö yhteiskuntateorioissa*. Gaudeamus, Helsinki.
- Moser, Susanne C. (2010) "Communicating climate change: History, challenges, process and future directions." *Wiley Interdisciplinary Reviews. Climate Change* 1:1, 31–53.
- Moser, Susanne C. (2016) "Reflections on climate change communication research and practice in the second decade of the 21st century: What more is there to say?" *Wiley interdisciplinary reviews. Climate change* 7:3, 345–369.
- Moser, Susanne C. & Lisa Dilling (2011) "Communicating Climate Change: Closing the Science-Action Gap." Teoksessa John S. Dryzek, Richard B. Norgaard ja David Schlosberg (toim.) *The Oxford Handbook of Climate Change and Society*. Oxford University Press, Oxford, 161–170.
- Moser, Susanne C. & Cara Pike (2015) "Community engagement on adaptation: Meeting a growing capacity need." *Urban climate* 14, 111–115.

- Mouffe, Chantal (2005) *On the political*. Routledge, Abingdon.
- Munshi, Debashish; Priya Kurian, Raven Cretney, Sandra L. Morrison & Lyn Kathlene (2020) "Centering culture in public engagement on climate change". *Environmental communication* 14:5, 573–581.
- Muradova, Lala; Hayley Walker & Francesca Colli (2020) "Climate change communication and public engagement in interpersonal deliberative settings: Evidence from the Irish citizens' assembly". *Climate policy* 20:10, 1322–1335.
- Nerlich, Brigitte; Nelya Koteyko & Brian Brown (2010) "Theory and language of climate change communication". *Wiley interdisciplinary reviews. Climate change* 1:1, 97–110.
- Norgaard, Kari M. (2018) "The sociological imagination in a time of climate change". *Global and Planetary Change* 163, 171–176.
- Ockwell, David; Lorraine Whitmarsh & Saffron O'Neill (2009) "Reorienting climate change communication for effective mitigation: Forcing people to be green or fostering grass-roots engagement?". *Science communication* 30:3, 305–327.
- Okoliko, Dominic; Ayegba ja Martin de Wit (2021) "From 'Communicating' to 'Engagement': Afro-relationality as a conceptual framework for climate change communication in Africa". *Journal of Mass Media Ethics* 36:1, 36–50.
- Owen, David & Graham Smith (2015) "Survey article: Deliberation, democracy, and the systemic turn: Survey article: Deliberation & the systemic turn". *The journal of political philosophy* 23:2, 213–234.
- Pearce, Warren; Brian Brown, Brigitte Nerlich ja Nelya Koteyko (2015) "Communicating climate change: Conduits, content, and consensus." *Wiley Interdisciplinary Reviews. Climate Change* 6:6, 613–626.
- Pepermans, Yves & Pieter Maesele (2016) "The politicization of climate change: Problem or solution?". *Wiley interdisciplinary reviews. Climate change*. 7:4, 478–485.
- Pickering, Jonathan, Karin Bäckstrand & David Schlosberg (2020) "Between Environmental and Ecological Democracy: Theory and Practice at the Democracy-Environment Nexus". *Journal of Environmental Policy & Planning* 22:1, 1–15.
- Pieczka, Magda (2018) "Critical Perspectives of Engagement." Teoksessa Kim A. Johnston & Maureen Taylor (toim.) *The Handbook of Communication Engagement*. John Wiley & Sons, Hoboken, 549–568.
- Pulkka, Anna (2019) "Ilmastoviestintä on haastavaa, mutta onneksi siitä on tuotettu valtavasti tutkimusta." [http://www.versuslehti.fi/kriittinen-tila/ilmastoviestinta-on-haastavaa-mutta-onneksi-siita-on-tuotettu-valtavasti-](http://www.versuslehti.fi/kriittinen-tila/ilmastoviestinta-on-haastavaa-mutta-onneksi-siita-on-tuotettu-valtavasti-tutkimusta/)
- tutkimusta/ (viitattu 29.11.2021).
- Raisio, Harri; Maija Jäske & Mikko Rask (2018) "Deliberaatiota, dialogia vai molempia?" <http://politiikasta.fi/deliberaatiota-dialogia-vai-molempia> (viitattu 12.3.2022).
- Rask, Mikko & Worthington, Richard (2018) "Communicating about Biodiversity, Public Engagement, and Climate Change". Teoksessa *Climate Science (Oxford Research Encyclopedias)*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.420> (viitattu 12.9.2022).
- Rowe, G. & L. J. Frewer (2005) "A typology of public engagement mechanisms.". *Science, Technology, & Human Values* 30:2, 251–290.
- Schwarze, Steve (2007). "Environmental communication as a discipline of crisis.". *Environmental communication* 1:1, 87–98.
- Sitra (2022) "100 fiksua arjen tekoa". <http://www.sitra.fi/hankkeet/100-fiksua-arjen-tekoa/#100-fiksua-tekoa> (viitattu 30.3.2022).
- Stephens, Murdoch (2018) *Critical environmental communication: how does critique respond to the urgency of climate change?* Lexington Books, Lanham.
- Stilgoe, Jack; Simon J. Lock & James Wilsdon (2014) "Why should we promote public engagement with science?" *Public Understanding of Science* 23:1, 4–15.
- Swyngedouw, Erik (2010) "Apocalypse forever? Post-political populism and the spectre of climate change." *Theory, culture & society* 27: 2–3, 213–232.
- Taylor, Maureen & Michael L. Kent (2014) "Dialogic engagement: Clarifying foundational concepts". *Journal of public relations research* 26:5, 384–398.
- Waisbord, Silvio R. (2019). *Communication: a post-discipline*. Polity Press, Cambridge.
- Whitmarsh, Lorraine; Lorenzoni, Irene & O'Neill, Saffron (2010) *Engaging the public with climate change: Behaviour change and communication*. Taylor & Francis Group, London.
- Whitmarsh, Lorraine; O'Neill, Saffron & Lorenzoni, Irene (2013) "Public engagement with climate change: What do we know and where do we go from here?". *International Journal of Media and Cultural Politics* 9:1, 7–25.
- Willis, Rebecca; Nicole Curato & Graham Smith (2022) "Deliberative Democracy and the Climate Crisis." *Wiley interdisciplinary reviews. Climate change* 13:2.
- Wibeck, Victoria (2014) "Enhancing learning, communication and public engagement about climate change - some lessons from recent literature". *Environmental education research* 20:3, 387–411.