

METSASEKTORI KOMMUNIKATSIOONISTRATEEGIA

aastateks 2006-2008

Sisukord

1. LÄHTEÜLESANNE

1.1. Metsa funktsioonid	4
Majanduslik funktsioon: mets kui tulullikas	4
Sotsiaalne funktsioon: mets kui tööhõive tagaja ja metsapuhkuse pakkuja	4
Ökoloogiline funktsioon: mets kui liigilise mitmekesisuse säilitaja	4
Kultuuriline funktsioon: mets kui osa Eesti kultuurist	5
1.2. Eesti metsapoliitika alused	6
1.3. Vajadus kommunikatsioonistrateegia järele	7
1.4. Strateegia koostamise protsess	8

2. SITUATSIOONIANALÜÜS

2.1. Metsasektor	9
2.2. Senine kommunikatsioonikorraldus	11
2.3. Hinnang senisele kommunikatsioonikorraldusele	16
Metsasektori senise kommunikatsiooni tugevused	16
Metsasektori senise kommunikatsiooni nõrkused	16
2.4. Avalik arvamus metsandusest	18
Metsade roll	18
Suhtumine metsamajandusse	18
Metsade olukord ja metsapuhkus	19
Teadlikkus metsanduses toimuvast	20
2.5. Metsandus meediakajastustes	21
Metsanduse vähese uudisväärtuslikkuse põhjused	21
Meediahuvi keskmes eelkõige liigne raie	21
Metsamajandusest huvituvad majandusajakirjanikud	22
Metsanduses vähe tuntud kõneisikuid	22
Meediakanalite erisused	23
2.6. Euroopa metsanduskommunikatsiooni kogemus	24
Sihtrühmid	24
Praktilised abimaterjalid	24
Valdkonna uuringud	24
Praktilised näited	25

3. METSASEKTORI KOMMUNIKATSIOONI ALUSED

3.1. Metsanduse kommunikatsiooni peamised trendid	26
3.2. Metsasektori kommunikatsiooni eesmärgid	27
Teadlikkuse tõstmine	27
Põhiväärtused	28
3.3. Kommunikatsiooni põhisõnumid	29
Üldsõnumid	29
Sotsiaalsed sõnumid	29
Majanduslikud sõnumid	30
Ökoloogilised sõnumid	30
Kultuurilised sõnumid	31

4. SIHTRÜHMAD JA NEILE EDASTATAV INFORMATSIOON

4.1. Kommunikatsiooni sihtrühmad	32
Laiema avalikkuse suhtumine metsa	32
4.2. Põhisõnumid sihtrühmiti	35

5. KOMMUNIKATSIOONIKANALID

5.1. Kanalite valik lähtuvalt eesmärgist	39
5.2. Kanalite kirjeldus ja kasutus	41
Sektorisese informatsiooni vahetamise põhikanalid ja printsiibid	41
Üleriigiline põhikampaania	42
Hooajalised kampaaniad	43
Teabematerjalid	45
Meediasuhted	45
Tutvumisreisid	46
Koostööprojektid	46
Innovatiivsed lahendused	47

6. KOMMUNIKATSIOONISTRATEEGIA ELLUVIIMINE

6.1. Juhtorgan	49
6.2. Finantseerimine	50
6.3. Strateegia uuendamine	50
6.4. Tulemuste mõõtmine	51

7. TEGEVUSKAVA AASTANI 2008

7.1. Üldised tegevused	52
7.2. Tegevused sihtgrupiti	53

LISAD

Lisa 1	57
Metsanduse sidusgruppide uuringu tulemused	
Lisa 2	79
“European and Their Forests”, lühikokkuvõte	
Lisa 3	83
“European co-operation and Networking in Forest Communication”, lühikokkuvõte	
Lisa 4	84
“Raising Awareness of Forests and Forestry”, lühikokkuvõte	
Lisa 5	85
“Communications Strategies in Forestry and the Forest Industry Sector”, lühikokkuvõte	

1. LÄHTEÜLESANNE

1.1. Metsa funktsioonid

Mets on Eesti jaoks väärtuslik taastuv loodusvara. Mets katab tänaseks poole Eesti maismaa pindalast ning metsa sihipärane ja heaperemehelik kasutamine on üks olulisi ühiskonna arengu tagamise vahendeid.

Metsade tähtsus väljendub läbi nelja funktsiooni: majandusliku, sotsiaalse, ökoloogilise ja kultuurilise. Mets pakub hüvesid kogu ühiskonnale.

Majanduslik funktsioon: mets kui tuluallikas

Metsandus on üks tähtsamaid majandusharusid Eestis. Puidusektor annab neljandiku Eesti tööstuse käibest, viiendiku ekspordist ja kolmandiku investeeringutest.

Puidusektor on praktiliselt ainus tööstusharu, mis tasakaalustab teiste tööstusharude poolt loodavat negatiivset väliskaubandusbilanssi (suur osa tootmises kasutatavast materjalist on kodumaise päritoluga).

Metsasektori ettevõtete osakaal sisemajanduse kogutoodangust on viimase kümne aasta jooksul pidevalt tõusnud, andes nüüd ca 6% Eesti SKPst.

Sotsiaalne funktsioon: mets kui tööhõive tagaja ja metsapuhkuse pakkuja

Mets on oluline tööandja, seda eriti maapiirkondades. Puidutöötlemisega tegeleb Eestis ca 36 000 inimest, metsa majandamisega ligi 8500 inimest.

Metsa ja puiduga seotud töö ning puiduveoga seotud töötasudest koguneb ligi 10% kogu riigile laekuvast üksikisiku tulumaksust. Metsa majandamisest laekuvad maksud moodustavad suure osa kohalike omavalitsuste eelarve tuludest.

Kui riigis vähenes aastatel 1994-2003 töökohtade arv tervikuna 91 000 võrra, siis puidutööstuses kasvas töökohtade arv samal ajal 10 000 võrra.

Maaelanikele on suhteliselt kergesti kättesaadav ja odav küttepuit oluline energiaallikas. Metsaga seotud tasakaalustavate funktsioonide juures ei saa märkimata jätta ka koriluse osakaalu ja tähtsust eelkõige maapiirkonna elanikele, kuid ka linlastele.

Metsa sotsiaalsete funktsioonide alla kuulub kindlasti veel puhkevõimaluste pakkumine ning metsa kasutamine riigikaitse eesmärkidel.

Ökoloogiline funktsioon: mets kui liigilise mitmekesisuse säilitaja

Eesti flora ja fauna on mitmekesine, eriti võrreldes mõnede meie naaberaladega. Selle põhjuseks on piirkonniti varieeruv kliima ja mullastik, paljude liikide levila piiri paiknemine Eestis, loodusmaastike suur osakaal ja traditsiooniliste maakasutusviiside püsimine hilise ajani. Eestis leidub taimekooslusi, näiteks puisniite, mille liigirikkuse näitajad kuuluvad maailma suurimate sekka. Ka Eesti metsade bioloogiline

mitmekesisus on metsade väheintensiivse majandamise, sh võõrpuuliikide madala osakaalu tõttu paremini säilinud kui enamikus Euroopa riikides.¹

Stabiilse keskkonnaseisundi ja mitmekülgse metsakasutuse tagamiseks peab riigile kuuluva metsa pindala moodustama vähemalt 20% maismaa pindalast.² Eestis, mis on oma metsa rohkuse poolest Euroopas neljandal kohal, moodustab metsamaa poole maismaa pinnast ehk 2,3 miljonit hektarit. Sellest omakorda ligi pool (38%) kuulub riigile. Metsa osakaal Eesti maismaa pinnast on ajalooliselt aina suurenenud (andmed alates aastast 1958).³

Kaitsemetsade (keskkonnaseisundi kaitsmiseks määratud metsade) osakaal Eestis on Euroopa suurim, koguni 23%. Hoiumetsi ehk loodusobjektide kaitsmiseks määratud metsi on Eestis 7,3% ning kaitstavaid tulundus- ehk vääriselupaikade metsi 0,5% (lisaks kuuluvad osa vääriselupaikadest kaitsemetsade alla).⁴ Praegugi kehtivasse Eesti metsanduse arengukavasse aastani 2010 on sisse kirjutatud eesmärk tõsta rangelt kaitstavate metsade ehk hoiumetsade osakaal vähemalt 10%ni vabariigi praegusest metsapindalast.

Levinuimad puuliigid Eesti era- ja riigimetsamaal on mänd (32%), kask (30%) ja kuusk (18%), järgnevad hall lepp, haab, sanglepp ja teised.⁵

Kultuuriline funktsioon: mets kui osa Eesti kultuurist

Kuna mets katab poole Eesti maismaa pindalast ja on maastiku kõige tähtsam element, siis on ka loomulik metsa sage esinemine Eesti maalikunstis, muusikas ja kirjanduses. Paljud säilinud pärandkultuuri objektid tõestavad metsa ajalooliselt tähtsat rolli eestimaalaste elus.⁶

Viimased näitajad selle kohta, et mets kui üldrahvalik sümbol suudab eestimaalasi ühendada, pärinevad lähiaastailt, mil ühise metsaistutamise egiidi all tähistati Eesti astumist Euroopa Liitu ning metsaga seoti viimase üldlaulupeo teema.

Iga-aastased metsaistutustalgud on saavutanud suure populaarsuse, mis on kahtlemata märk sellest, et eestlased peavad metsa väga hingelähedaseks ning Eesti metsarohkuse üle ollakse uhked.

Metsa väärtustamist kultuurikeskkonna olulise osana näitavad ilmekalt ka teravad reaktsioonid, mis on järgnenud avalikuks tulnud rikkumistele põlismetsades Eesti eri paikades (ristipuude mahavõtmine Kagu-Eestis, raie Lahemaa rahvuspargis jms).

¹ Eesti metsanduse arengukava aastani 2010

² Paavo Kaimre, EMÜ metsandus- ja maaehitusinstituudi direktori peatükk uuringukeskuse Klaster poolt koostatud "Meetme 3.7 potentsiaalsete taotlejate tausta uuringust"

³ Aastaraamat "Mets 2005", koostatud Metsakaitse- ja Metsauuenduskeskuse poolt

⁴ Aastaraamat "Mets 2005", koostatud Metsakaitse- ja Metsauuenduskeskuse poolt

⁵ Aastaraamat "Mets 2005", koostatud Metsakaitse- ja Metsauuenduskeskuse poolt

⁶ Eesti metsanduse arengukava aastani 2010

1. 2. Eesti metsapoliitika alused

Eesti metsapoliitika oluline raamdokument “Eesti metsanduse arengukava aastani 2010” sätestab järgmist: *Eesti metsandusel on oluline roll riigi majanduses, ökoloogilise tasakaalu säilitamises ja sotsiaalsete funktsioonide täitmisel. Metsast saadavate hüvede tähtsust ja ulatust ei saa nende erineva iseloomu tõttu võrrelda, kuid nende olemasolu teadvustamine on möödapääsmatu.*

Eesti metsapoliitika üldpõhimõtteid koondav Eesti metsanduse arengukava aastani 2010 tugineb 1997. aastal Riigikogus heaks kiidetud Eesti metsapoliitikale ning tunnustab Eesti metsade kõrget looduslikku ja ökoloogilist väärtust.

Teisest küljest on metsapoliitika aluseks arusaam, et Eesti metsandusel on nii materiaalselt kui sotsiaalsete hüvede tootmiseks tugev majanduslik potentsiaal. Selle nägemuse kohaselt tuleb nimetatud majanduslik potentsiaal maksimaalselt ära kasutada ulatuses, mis tagab ühtlasi teiste, sealhulgas keskkonnakaitseliste väärtuste ja hüvede säilimise.

Sellest lähtuvalt on Eesti metsapoliitikas püstitatud metsandusele kaks üldeesmärki:

- **säästlik (st ühtlane, pidev ja mitmekülgne) metsandus**, mille all mõeldakse metsade majandamist sellisel viisil ja sellises ulatuses, mis tagab nende bioloogilise mitmekesisuse, tootlikkuse, uuenemisvõime, elujõulisuse ning potentsiaali praegu ja võimaldab ka tulevikus teisi ökosüsteeme kahjustamata täita ökoloogilisi, majanduslikke ja sotsiaalseid funktsioone kohalikul, riiklikul ja globaalsel tasandil
- **metsade efektiivne majandamine**, mille all mõeldakse kõigi metsaga seotud hüvede ökonoomset tootmist ja kasutamist nii lühi- kui ka pikaajalises perspektiivis.

Nimetatud Eesti metsapoliitika üldeesmärgid on olulisteks märksõnadeks ka metsasektori kommunikatsiooni kavandamisel. Elanikkonna teadlikkuse tõstmine metsaga seonduvalt ja metsanduses toimuvast, nende käitumise mõjust ning metsa mitmekülgse kasutamise võimalustest peab aitama kaasa metsade säilitamisele ja säästlikule majandamisele ehk ühiskonna “tellimusele” ja toetusele metsa säästliku majandamise osas.

1.3. Vajadus kommunikatsioonistrateegia järele

Metsandust puudutavad uuringud elanikkonna ja valdkonnaspetsialistide seas ning metsandusega seotud teemade kajastamise analüüs meedias viitab sellele, et avalikkus ei ole metsanduse tänase olukorraga eriti kursis ning metsanduse maine avalikkuse silmis ei ole kuigi positiivne.

Metsasektor näib toimivat ja toimetavat "omaette", sektoris toimuv väljapoole huvi ei paku. Vähe teadvustatakse metsasektori olulisust Eesti majanduses, säästliku metsanduse põhimõtteid ning metsade erinevaid funktsioone. Sellest lähtuvalt ei hooa avalikkus sageli piisavalt metsanduses toimuvate protsesside loogikat, hoiakud ja suhtumine metsas toimuva kohta kujunevad pigem emotsionaalsete muljete põhjal kui tuginedes faktidele ja argumenteeritud seisukohtadele.

Samas ei saa kaugeltki öelda, nagu poleks mets Eesti elanikkonna jaoks tähtis. Nii nagu kinnitas uuringufirma Emor poolt RMK tellimusel läbi viidud uuring aastal 2003 ja 2006, väärtustavad eestimaalased metsa üldise elukeskkonna säilitaja ja puhkuse veetmise kohana kõrgelt. Küll aga ei omata rahuldavat ülevaadet metsandusega seotud institutsioonide tegevusest ja metsanduses toimuvast laiemalt ning huvi antud teema vastu on kasin.

Kujundlikult võib valitsevat suhtumist kirjeldada järgnevalt: metsas puhata on mõnus ja puidust toolil istuda hea, aga metsa mahavõtmine on paha ning muu metsandusega seotu eriti ei huvita. Samalaadset tendentsi mainitakse ka raportis "European co-operation and Networking in Forest Communication"⁷, mille üks põhidiagnoos metsasektori olukorrale Euroopas kõlab: puidust kui materjalist arvatakse hästi, metsasektorist tervikuna suhteliselt halvasti.

Seni ei ole metsasektori kommunikatsiooni Eestis süsteemselt korraldatud ning osapoolte vastav tegevus on piirdunud eelkõige oma organisatsiooni vajaduste arvestamisega. Tulemuseks on avalikkuse killustunud ja ühekülgne arusaam metsasektori olemusest ning tähendusest Eestile.

Kogu metsasektori edasise arengu seisukohalt on seega võtmeküsimuseks, kuidas suurendada Eesti elanike huvi ja teadlikkust metsanduse vastu ning luua ühiskonnas kvaliteetsele informatsioonile tuginev laiapõhjaline diskussioon metsade säästliku majandamise ja kaitse teemadel.

Käesoleva kommunikatsioonistrateegia eesmärgiks on tihendada koostööd kõigi metsasektori olulisemate organisatsioonide ja institutsioonide vahel, et jõuda valdkonnaülese, läbimõeldud ja regulaarse metsandusalase kommunikatsioonikava teostamiseni.

Strateegiale tugineva ühise tegevuskava elluviimine saab kujuneda edukaks vaid juhul, kui metsanduse valdkonna erinevad organisatsioonid ja huvirühmad käsitlevad nimetatud kommunikatsioonitegevusi kõrgemal oma igapäevastest erihuvidest, aktsepteerivad valdkonna arengu nimel ühiselt seatud kommunikatsioonieesmärke, panustavad võrdselt või lähtuvalt oma võimekusest tegevuste elluviimisse ning arvestavad ühises kommunikatsioonikorralduses tasakaalustatult nii metsade ökoloogilisi, majanduslikke, sotsiaalseid kui kultuurilisi funktsioone.

⁷ Euroopa metsandusinstituudi (European Forest Institute) poolt Soome metsandusassotsiatsiooni (Finnish Forest Association) rahastamisel koostatud põhjalik raport Euroopa kogemusest metsandussektori kommunikatsioonis, lisa 3

1.4. Strateegia koostamise protsess

Metsasektori kommunikatsioonistrateegia tellijaks on Keskkonnaministeeriumi metsaosakond, selle rahastajaks SA Keskkonnainvesteeringute Keskus.

Strateegia on mõeldud sektoriülesena ja olulise alusdokumendina metsasektori organisatsioonidele omavahelise koostöö hoogustamiseks ning ühise kommunikatsioonitegevuse tõhusamaks korraldamiseks aastatel 2006-2008. Strateegia koostamisse on kaasatud metsanduse valdkonna kõigi olulisemate huvigruppide esindajad, samuti meediaesindajad.

Metsanduse kommunikatsioonistrateegia koostas suhtekorraldusfirma KPMS & Partner koostöös meediaekspert Hannes Rummiga. Strateegia väljatöötamisel on võetud arvesse Turu-uuringute ASi poolt 2006. aastal spetsiaalselt läbi viidud sektorisisese uuringu tulemusi (lisa 1), mis aitasid kaardistada metsandusvaldkonna senist kommunikatsioonikorraldust. Samuti on aluseks võetud RMK tellimusel uuringufirma TNS EMOR poolt 2003. ja 2006. aastal läbi viidud uuringud, mis käsitlesid eestimaalaste suhtumist metsa üldisemalt. Lisaks viidi strateegia ettevalmistamise ja koostamise käigus läbi fookusgrupi intervjuud sektori esindajatega ning analüüsiti seniseid Eesti ning välisriikide metsandusalase kommunikatsiooni kogemusi (lisad 2-5).

Strateegia teostamine alates ettevalmistusest kuni koostamise ja osapooltele tutvumiseks esitamiseni toimus vastavalt seatud tähtaegadele 2006. aasta esimesel poolaastal.

2. SITUATSIOONIANALÜÜS

2.1. Metsasektor

Metsasektor tervikuna hõlmab metsaomanikke, metsamajandajaid, metsakasutajaid ning nendega seotud riiklike institutsioone, tulundus- ja mittetulundusorganisatsioone.

Metsasektori osaks on ka avalikkus, kelle metsaga seotud huvid võivad olla väga erinevad: korilus, loodusvaatlused, puhkus, jahindus jne.

Samuti hõlmab metsasektor metsanduslikku haridust andvaid õppe- ja teadusasutusi ning keskkonnaorganisatsioone.

Suuremate gruppidena võib metsasektori koos selle olulisemate mõjutajatega kaardistada järgmiselt:

- **riiklikud institutsioonid ja selle allasutused**, kes koordineerivad ja kontrollivad Eesti metsapoliitikat: Keskkonnaministeerium ja maakondlikud keskkonnateenistused, Metsakaitse- ja Metsauuenduskeskus, Keskkonna-inspektsioon jt
- **riigitulundusasutus RMK**, kes haldab ja majandab riigi metsi ning tagab puhkevõimalused riigimetsas
- **erametsaomanikud** ning nende ühendused, kes kasvatavad, hooldavad ja majandavad Eesti erametsi: Erametsakeskus, Eesti Erametsaliit, piirkondlikud metsaühistud
- **metsa- ja puidutööstus**, kes töötleb, kasutab ja müüb Eesti metsadest saadavat puitu: puidu- ja metsatööstusettevõtted ning neid koondav Eesti Metsatööstuse Liit
- **keskkonnakaitseorganisatsioonid**, kes seisavad hea loodusliku keskkonna säilimise eest ning propageerivad loodushoidlikku mõtteviisi: Eestimaa Looduse Fond, Eesti Roheline Liikumine, Eesti Keskkonnaühenduste Koda, Eesti Ornitoloogiaühing jt
- **õppe- ja teadusasutused ning loodushariduse jagajad**, kes valmistavad ette metsasektori töötajaid ning teadustavad loodussäästlikku eluhoiakut: Eesti Maaülikool, Luua Metsanduskool, TTÜ Säästva Tehnoloogia Instituut, Säästva Eesti Instituut, üliõpilaste seltsid ja ühingud, Eesti Koolimetsade Ühendus jt
- **poliitikud**, kes mõjutavad seadusloomet: Riigikogu ja selle komisjonid, erakonnad, teised ministeeriumid (eelkõige põllumajandus-, rahandus-, teadus- ja haridus- ning majandus- ja kommunikatsiooniministeerium)
- **ajakirjandus**, kes vahendab metsanduses toimuvat laiemale avalikkusele ning töötab ka kodanikualgatuse väljundina, võimaldades arendada erinevatel huvirühmadel diskussiooni avalikkusega ja aidates kaasa üldiste hoiakute kujundamisele metsanduse suhtes

- **seotud institutsioonid**, kelle tegevus metsasektoris tegutsejaid teatud aspektides mõjutab ja vastupidi: Eesti Metsatöötajate Ametiühing, Eesti Talupidajate Keskliit, Põllumajandus- ja Kaubanduskoda jt.

Ülevaade metsasektori olulisematest organisatsioonidest koos nende seniste peamiste kommunikatsioonitegevuste lühikirjeldusega on toodud järgnevas tabelis.

2.2. Senine kommunikatsioonikorraldus

Organisatsioon	Kodulehekül	Tegevus	Olulisemad kommunikatsioonitegevused
Riigisektor			
Keskkonnaministeerium	www.envir.ee	Eesti metsapoliitika kujundamine	<ul style="list-style-type: none"> • Pressiteated valdkonna arengu ja seadusemuudatuste kohta, artiklid ajakirjanduses • Aastaraamat • Metsaomanikele suunatud õppeleht Sinu Mets (al 2005 Erametsakeskuse alt) • “Metsaomaniku kool” TV3-s (al 2006 Erametsakeskuse alt) • Koostööprojektid allasutuste ja partneritega (nt metsanädala raames) • Infoportaal www.keskkonnainfo.ee • Metsakool ajakirjanikele (toimus aastal 2005)
Maakondlikud keskkonnateenistused (15)	www.envir.ee/47351	Metsapoliitika elluviimine maakondades	<ul style="list-style-type: none"> • Infopäevad, seminarid • Vahelehed maakonna- ja vallalehtedes metsanädala ajal
Metsakaitse- ja Metsauenduskeskus	www.metsad.ee	Metsandusliku info kogumine ja analüüs	<ul style="list-style-type: none"> • Aastaraamat “Eesti mets” • Uuringud, analüüsid • Infoleht Meie METSA Heaks metsauendajatele • Maamess
Keskkonnainspeksioon	www.kki.ee	Keskkonnajärelevalve teostamine	<ul style="list-style-type: none"> • Info levitamine seaduserikkumiste kohta metsas • Aastaraamat • Infotelefon 1313
Riigitulundusettevõtte RMK	www.rmke.ee	Riigimetsa hoidmine ja majandamine, looduspuhkuse pakkumine	<ul style="list-style-type: none"> • Pressiteated, artiklid ja teemalood ajakirjanduses • Ajaleht Metsamees • Spetsiifilised reklaamikampaaniad • Infomahukas veebilehekül www.rmke.ee • Infovoldikud jm teabetrükised • Aastaraamat • Metsaistutustalgute korraldus • Teabepunktid ja loodusrajad • Piirkondlikud üritused (nt matka- ja talgupäevad) • Fotokonkurss “Vereta jaht”

			<ul style="list-style-type: none"> • Maamess • Koostööprojektid partneritega (loodusmäng “Metsasemu”, keskkonnakonverents, metsakoristustalgud jms)
Erametsaomanikud			
SA Erametsakeskus	www.eramets.ee	Metsaomanike koolitamine ja ühistegevuse toetus	<ul style="list-style-type: none"> • “Metsaomaniku kool” TV3-s • Ajaleht Sinu Mets • Infovoldikud • Koolitus- ja teabepäevad • Internetiportaal www.eramets.ee • Maamess
MTÜ Eesti Erametsaliit	www.eramets.ee	Metsaomanike kohalikke organisatsioone (ühingud, seltsid, liidud) koondav esindusorganisatsioon erametsaomanike huvide esindamiseks metsapoliitikas	<ul style="list-style-type: none"> • Metsanädal maikuus • Koostöös Eest Talupidajate Keskliiduga ajaleht Eesti Talu Metsaleht • Talumetsa majandamise konkurss • Internetiportaal www.eramets.ee • Teabetrükised • Maamess • Avalikud pöördumised, artiklid
Metsatööstus			
Eesti Metsatööstuse Liit	www.emtl.ee	Puidu- ja metsatööstusega seotud ettevõtete koondamine ja nende õiguste esindamine, puidu ja puidukasutuse propageerimine	<ul style="list-style-type: none"> • “Puuinfo” programm: portaal www.puuinfo.ee puidu kui ehitus- ja sisustusmaterjali tutvustamiseks ja propageerimiseks, puupäev (suunatud õpilastele, nt puutoolide värvimine), Eesti parima puitehitise valimine, ajakiri Puuinfo • Programm “Tee metsa” säästva metsanduse propageerimiseks • Veebileht www.emtl.ee • Pressiteated, artiklid • Reklaamikampaaniad puidu ja metsamajanduse propageerimiseks • Koolilastele suunatud lindude pesakastide meisterdamise kampaania • Avatud uste päevad tööstustes metsanädala raames • Koostöö õpetajatega metsandusteema integreerimiseks aineprogrammidesse • Maamess

			<ul style="list-style-type: none"> • Metsaistutustalgute korraldus • Avalikud pöördumised
Metsatööstusettevõtted			<ul style="list-style-type: none"> • Avatud uste päevad tööstustes metsanädala raames • Kootööprojektid EMTLi, erametsaliitudega ja kolmanda sektoriga • Pressiteated, artiklid • Reklaamikampaaniad • Infovoldikud • Metsaomanike päevad • Koduleheküljed • Maamess
Õppe- ja teadusasutused, loodushariduse jagajad			
Eesti Maaülikooli metsandus- ja maaehitusinstituut	mi.emu.ee	Metsandusalane õppe- ja uurimistöö	<ul style="list-style-type: none"> • Teadus- ja uurimistöö • Publikatsioonid
Tartu Ülikool, loodusteaduskond	www.ut.ee	Metsaökoloogia-alane õppe- ja uurimistöö	<ul style="list-style-type: none"> • Teadus- ja uurimistöö • Publikatsioonid
Luu Metsanduskool	www.luu.edu.ee	Metsandusalane kutseõpe	<ul style="list-style-type: none"> • Publikatsioonid
TTÜ Säästva Tehnoloogia Instituut	www.ttu.ee/?id=2056	Loodushoiualane õppe- ja uurimistöö	<ul style="list-style-type: none"> • Teadus- ja uurimistöö
Säästva Eesti Instituut	www.seit.ee	Keskkonnateaduslikud uuringud ja poliitikate analüüs	<ul style="list-style-type: none"> • Teadus- ja uurimistöö • Publikatsioonid
Eesti Metsaüliõpilaste Selts (Maaülikooli tudengid)	www.emeus.ee	Õppe- ja teadustöö projektid ning heakorratööd	
Eesti Koolimetsade Ühendus	www.koolimets.ee	Loodushariduse edendamine, metsade propageerimine õppe- ja kasvatusvahendina	<ul style="list-style-type: none"> • Jutuvõistlus “Oma puu lugu” (koostöös Maalehe ja Tähekesega) • Ajaleht Õpimets • Õuesõppe propageerimine, koolide koostöövõrgustik • Pressiteated
Eesti üliõpilaste keskkonnakaitse ühing Sorex	www.sorex.ee	Loodushuvi ja ökoloogilise teadlikkuse suurendamine	<ul style="list-style-type: none"> • Matkad • Loengud
MTÜ Eesti Metsaselts	www.metsaselts.ee	Metsandusega seotud teavitustöö	<ul style="list-style-type: none"> • Metsanädala korraldus • Rahvusvahelised suhted
Loodusring ratastel	www.loodusring.ee	Loodushariduse ja metsapuhkuse pakkumine	<ul style="list-style-type: none"> • Harivad väljasõidud loodusesse

Looduse omnibuss	www.looduseomnibuss.ee	Loodushariduse ja metsapuhkuse pakkumine	<ul style="list-style-type: none"> • Harivad väljasõidud loodusesse
Keskkonnakaitse-organisatsioonid			
Eestimaa Looduse Fond (ELF)	www.elfond.ee	Loodusliku mitmekesisuse ja vääriselupaikade säilitamisele ja loodusvarade säästlikule kasutamisele kaasaaitamine, keskkonnateadlikkuse suurendamine ja loodushoidliku mõtteviisi ning elustiili propageerimine	<ul style="list-style-type: none"> • Infoportaal, raadiosaade ja ajaleht Roheline Värav (www.greengate.ee) • Artiklid, pressiteated, avalikud pöördumised • Infotrukised • Keskkonnahariduse edendamine kooliprogrammide kaudu, vabatahtlike koondamine • Talgu- ja loodusreisid • Teavitussüritused (nt “Keskkonnafestival”) • Aastaraamat • Sektorisisesed koostööprojektid • Mitmesugused eriprojektid (nt suureostuses kannatada saanud lindude päästmise aktsioon, vabatahtlike kaasamine)
Eesti Roheline Liikumine (metsakaitse tööühm)	www.roheline.ee	Metsade keskkonnasõbraliku ja aruka kasutamise edendamine läbi teavituse ja praktiliste tegevuste	<ul style="list-style-type: none"> • Roheliste rattamatk • Metsaretked olulistele sihtgruppidele (nt Riigikogu) • Vabatahtlike metsaudiitorite koolitus • Pressiteated, artiklid
Eesti Keskkonnaühenduste Koda	www.eko.org.ee	Keskkonnaorganisatsioonide ühendus keskkonnaprotsesside mõjutamiseks	
Ornitoloogiaühing	www.eoy.ee	Eesti linnustiku kaitse, uurimine ja tutvustamine	<ul style="list-style-type: none"> • Erialajakiri Hirundo • Linnuvaatlustretked
Muud mõjutajad			
Keskkonnainvesteeringute Keskus	www.kik.ee	Rahandusministeeriumi haldusalas olev keskkonnaprojektide rahastaja	
Eesti Metsatöötajate Ametiühing	kodu.neti.ee/-fa003a	Metsasektori töötajate katusorganisatsioon	
Eesti Põllumajandus- ja Kaubanduskoda	www.epkk.ee	Eesti tootjate ja töötajate vahelise koostöö edendamine	
Eesti Keskkonnaühenduste Koda	www.eko.org.ee	Keskkonnaorganisatsioonide ühendus keskkonnaprotsesside mõjutamiseks	
Eestimaa Talupidajate	www.taluliit.ee	Maaelu huvigruppide	

Keskliit		esindamine	
Põllumajandusministeerium	www.agri.ee	Seaduslikud regulatsioonid	
Majandus- ja kommunikatsiooni- ministeerium	www.mkm.ee	Seaduslikud regulatsioonid	
Haridus- ja teadusministeerium	www.hm.ee	Seaduslikud regulatsioonid	
Rahandusministeerium	www.fin.ee	Seaduslikud regulatsioonid	

2.3. Hinnang senisele kommunikatsioonikorraldusele

Metsasektoris tegutseb palju organisatsioone ja igaiüks neist viib ellu rohkem või vähem spetsiifilisi, eelkõige oma huvidest lähtuvaid kommunikatsioonitegevusi. Ühiseid, mitut sektori esindajat hõlmavaid tegevusi korraldatakse vähe: esile saab tuua eelkõige kevadist metsanädalat, metsaistutustalguid ja Maamessi, kus kohal suur osa sektori esindajatest.

Kindlasti mõjutab sektorisisest nõrka koostööd ja ühisprojektide vähesust seegi asjaolu, et hetkel puudub vastav institutsioon, kelle ülesanne oleks ühist kommunikatsioonitegevust koordineerida. Kuna metsasektor koondab sedavõrd erinevate huvidega organisatsioone, ei saa nimetatud rolli täita riik ministeeriumi näol, tema allasutused ega mõni erasektori esindaja.

Paljuski mõjutab olukorda ka valdkonnategevuste rahastamise projektipõhisus: suur osa keskkonna- ja metsandusalase teadlikkuse tõstmise projektidest rahastatakse läbi Keskkonnainvesteeringute Keskuse ning kuna puudub katusorganisatsioon, kes võitleks raha valdkonnaülestele ühisprojektidele, hoolitsebki iga sektori esindaja eelkõige enda huvide ja oma projektide rahastamise ning teostuse eest.

Tegelikkuses on metsasektori asutustel ja institutsioonidel siiski mitmeid ühishuve, mille eest seismine ja ühine teavitus läheb korda enamikule organisatsioonidele. Sellest andis tõestust Turu-uuringute ASi poolt 2006. aasta veebruaris-märtsis läbi viidud spetsiifiline metsandusvaldkonna kommunikatsiooni uuring. Internetipõhise uuringu raames küsitletud 148st metsasektoriga ühel või teisel moel kokku puutuvast inimesest pidas ühist kommunikatsioonistrateegiat vajalikuks tervelt 81% vastanuist. Põhjendustena mainiti enamasti info parema omavahelise koordineerimise vajadust ning soovi tõsta metsandusalast üldist teadlikkust erinevates sihtgruppides.

Kokkuvõtte senise metsasektori kommunikatsiooni tugevustest ja nõrkustest on toodud allpool. Esitatud ülevaate kokkupanemisel oli oluliseks sisendiks info, mis saadi kommunikatsioonistrateegia ettevalmistamise faasis toimunud fookusgrupi intervjuudest sektori esindajatega.

Metsasektori senise kommunikatsiooni tugevused

- Sektorisiselt palju erinevaid algatusi
- Tunnetatakse vajadust väljapoole kommuniqueeritavate ühissõnumite järgi
- Olemas erialased meediaväljundid: Maalehe Metsaleht, Eesti Mets, "Metsaomaniku kool" TV3-s, Roheline Värav Postimehe ja Maalehe vahel, ajaleht Sinu Mets ning keskkonnatemaatilised telesaated, mis on avatud metsandusteemadele
- Metsandusajakirjanike kasvatamiseks on korraldatud ajakirjanike metsakooli
- Aastaraamatu "Eesti mets" näol on olemas korralik faktikogu (vt ka nõrkusi)
- Metsandusalane info on kättesaadav erinevatel veebilehekülgedel (vt ka nõrkusi)

Metsasektori senise kommunikatsiooni nõrkused

- Ebapiisav kommunikatsioonialane kompetents: osapoolte infoedastus ei ole järjepidev, oma tegemistest räägitakse vähe, suhetes meediaga ei olda proaktiivsed, kasutatav keel kitsalt erialane ning infokandjad konservatiivsed

- Tegevus on suunatud vaid kõige otsesematele sihtgruppidele, teiste jaoks ei jätku ressursi
- Tajutakse arenguruumi poliitiliste otsustajate valdkonnateadlikkuses
- Puudub süsteemne meediakoostöö (v.a mõningad erandid, nt Roheline Värav)
- Puudub korporatiivne ühiskommunikatsioon (nt lihtsalt loetav ühine aastaraamat, sest aastaraamat "Eesti mets" nõuab spetsiifilisi teadmisi ja on valdkonnavälisele inimesele raskesti loetav)
- Vähene valdkonna kajastus massimeedias, kajastamist leiavad valdavalt negatiivsed metsandussõnumid (rööv- ja intensiivne raie, muud probleemid)
- Veebilehed osaliselt dubleerivad üksteist, osaliselt häirib lugemist keeruline sõnakasutus/algeline teostus
- Puudub keskne veebilehekülg, kus oleks viited ka kõigile olulisematele sektori osapooltele (nt Keskkonnaministeeriumi veebilehe metsanduse menüüst puuduvad igasugused viited sektoris tegutsejatele)
- Omakeelsete populaarteaduslike metsandusalaste käsiraamatute puudumine või vähene kättesaadavus
- Erametsa maine suhteliselt vilets, see mõjutab kogu metsasektorit
- Üldhuvimeedia jaoks napib atraktiivseid kõneisikuid ning meedia pädevus ja motiveeritus metsandusega tegelemiseks on väike
- Sektorisiselt ei valitse olulistes sisulistes seisukohtades üksmeel (nt statistiliste andmete erinev tõlgendamine jpm)

Seega valitseb metsasektoris küllalt suur üksmeel selles osas, et parema dialoogi saavutamiseks avalikkuse ja selle kitsamate sihtgruppidega tuleks senisest enam panustada teadlikule kommunikatsioonitegevusele. Eelkõige pärsivad seda piisava kompetentsi, ressursi ning kommunikatsioonitegevust koordineeriva katusorganisatsiooni puudumine, samuti teavitustegevuse projektipõhine ehk lühiajaline finantseerimine.

Ühise, sektorist väljapoole suunatud kommunikatsiooni eelduseks on seegi, et eelnevalt on saavutatud sektorisisene selgus põhiteemade osas. Hetkel jätab see aspekt kindlasti soovida – näiteks puudub sektori sees ühtne arusaam metsa juurdekasvu ning raie omavahelise suhte kohta, mille põhjusena viidatakse erinevatele statistilistele andmetele ja mitmele mõõtemetoodikale. Seega tuleks enne väljapoole suunatud kommunikatsiooni intensiivistamist ennekõike saavutada üksmeel põhiteemade lõikes sektorisiselt, et vältida sisemise vaidluse kandumist avalikkuse ette ja selle tulemusena metsanduse tegelike, käesoleva strateegia raames ühiselt määratletud põhisõnumite hägustumist.

2.4. Avalik arvamus metsandusest

Eestlane armastab metsa. RMK tellimusel viidi 2006. aasta alguses läbi uuring 1001 Eesti elaniku seas vanuses 15-74, kus käsitleti Eesti inimeste suhtumist metsa. Käesolevas strateegias esitatud väited eestimaalaste suhtumise kohta metsa ja metsandusse tuginevad nimetatud uuringule.

Metsade roll

Eesti elanik hindab metsa eelkõige hapniku tootjana, sellele järgneb mets loomade ja taimede elukeskkonnana ning kohana, kus inimesed puhata saavad.

Puit ja mets ehitusmaterjali, energiaallika ning tuluallikana on vastajate poolt oluliselt vähem väärtustatud, seega saab väita, et tavakodaniku jaoks on selgelt esikohal metsa sotsiaalne, ökoloogiline ja kultuuriline roll, metsast saadavat majanduslikku tulu tajutakse teisejärgulisena.

Võrdluseks olgu siinkohal ära toodud sama küsimus metsasektori inimeste poolt vastatuna (Turu-uuringute ASi uuring 2006). Metsa funktsioonidest seisid erialainimeste jaoks esikohal samuti mets loomade ja taimede elukeskkonnana ning hapniku tootjana, sellele järgnesid aga metsa roll tuluallikana ning puidu roll ehitusmaterjalina. Puhkusekohana ning energiaallikana olid mets ja puit valdkonna esindajate poolt vaadatuna vähemtähtsad.

Eestimaalaste üldine hoiak metsa suhtes ei erine kuigivõrd eurooplaste suhtumisest metsa. Arvamusuuringus selle kohta, kuidas suhtuvad ja mida arvavad oma metsadest eurooplased⁸, selgus, et Euroopas seostatakse metsa eelkõige märksõnadega värske õhk, puhkamisvõimalused ja puud; puidutööstuse ning metsa majanduslikku funktsiooni peeti teisejärgulisemaks. Põhjalike üle-euroopaliste uuringute kokkuvõtte on toodud lisa 2.

Eestlaste metsakülastuste sagedust on uurinud RMK, 2006. aasta uuringu tulemusel külastab metsa sagedamini kui kord kuus 30% Eesti elanikkonnast. Üks kord kuus külastab metsa 19%, 4-6 korda aastas 24% ning 2-3 korda aastas 16% vastanuist. Kord aastas või harvem külastab metsa TSN Emori poolt läbi viidud uuringu põhjal 11% vastanuist. Võrdluseks – näiteks Taanis ja Norras käib korra aastas metsas 91%, Soomes 85%, Rootsis 82%, Suurbritannias 67% ja Saksamaal 62% elanikkonnast.

Suhtumine metsamajandusse

Metsamajanduse all mõtlevad eestimaalased eelkõige metsa istutamist, hooldamist ja raiet; puidu müüki ja töötlemist ning puuistikute kasvatamist mainiti selles kontekstis oluliselt vähem.

Eestlaste hoiakud metsamajanduse eesmärkide suhtes on vastandlikud – veendumus metsamajanduse kasulikkusest ei kummuta inimeste hirmu raietega kaasnevate ohtude suhtes. Ühest küljest enamik vastanuist küll nõustub, et mets on oluline tuluallikas Eesti majandusele ning toorpuidu väljaveo asemel peaks Eesti oma metsamaterjali ise rohkem väärtustama, teisalt arvab sama suur hulk küsitletuist, et loodusliku metsakeskkonna säilitamine on suurem väärtus kui puidu ekspordist saadav tulu.

⁸ “Europeans and Their Forests. What Do Europeans Think About Forests and Sustainable Forest Management?”, ülevaade avaliku arvamusuuringutest Euroopas, raporti autorid Ewald Rametsteiner ja Florian Kraxner

Seega näib, et metsamajanduse kasuks rääkivad argumendid (tulu riigile, töökohad inimestele, puit keskkonnasõbraliku ehitusmaterjali ja energiaallikana) ei suuda sageli üles kaaluda hirmu liigse raie ees ning metsa väärtust tajutakse pigem sümbolse rikkusena kui majanduslike näitajatega mõõdetava rikkusena.

Inimeste hirmu “toidab” ka veendumus, et metsa lõigatakse rohkem kui seda peale kasvab (63% vastanutest olid selles kindlalt veendunud).

Paralleelina võib siinkohal tuua eurooplaste arvamuse⁹, mille kohaselt kalduvad hinnangutes metsamajanduse säästliku majandamise võimalikkuse kohta skeptilised olema eelkõige noored ja naised. Selgub veel, et arvamus metsapindala vähenemise kohta valitseb kogu Euroopas, mitte ainult Eestis. Samas kinnitab MCPFE¹⁰ raport aastast 2003, et metsadega kaetud ala suureneb peaaegu kogu Euroopas.

Eesti metsasektori inimeste seas tehtud uuring näitab, et sarnaselt tavakodanikele on erialainimesed veendunud, et mets on oluline rikkus ja tuluallikas riigile ning toorpuudu väljaveo asemel tuleks Eesti metsamaterjali rohkem väärtustada. Samas ei ole metsandusinimesed sedavõrd valdavalt nõus väitega, et loodusliku metsakeskkonna säilitamise nimel tuleks puudu ekspordist loobuda.

Samuti on nad kardinaalselt teisel arvamusel metsa kasvatamise ja raiumise vahelise tasakaalu osas. Pea pooled vastanuist arvasid, et juurde kasvab metsa siiski rohkem kui maha lõigatakse; kolmandik arvas, et pigem on see nii. Võrreldes tavainimestega väärtustatakse metsasektori esindajate seas puitu ja metsa oluliselt enam ehitusmaterjalina ning maapiirkondade tööhõive tagajana.

Metsade olukord ja metsapuhkus

Metsade olukord on Eesti inimeste hinnangul viimase viie aasta jooksul läinud oluliselt või natuke halvemaks. Võrreldes kahe aasta taguse uuringuga on hinnangud muutunud siiski veidi positiivsemaks.

Riigimetsa majandamist peetakse paremaks kui erametsa majandamist. Eesti metsade suurima probleemina nähakse peamiselt liiga suurt ja ebaseaduslikku metsaraiet.

Metsandusinimeste hinnangul on olukord nii riigi- kui erametsades muutunud viimase viie aastaga paremuse poole, olukorra halvenemist tajuti erametsades vaid poliitikute, ajakirjanike ning keskkonnaorganisatsioonide poolt.

Metsapuhkuse osas ilmnis TNS Emori uuringust, et metsast otsitakse ennekõike vaikust ning rahu, põhjustena järgnevad huvi taimekoosluse ning loomade vastu, võimalus aktiivseks puhkuseks (matk, sport) ning veidi tagapool korilus ja sõpradega lõõgastumine ning pidutsemine.

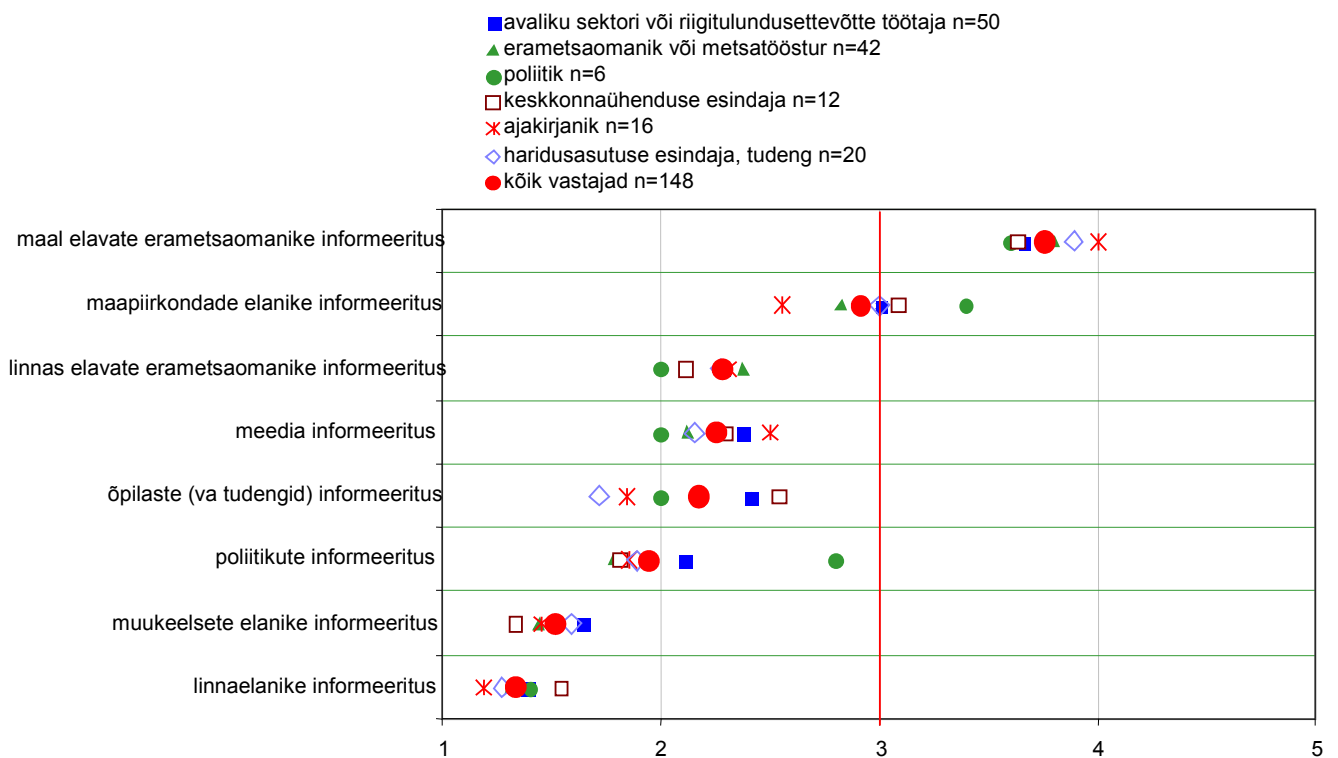
⁹ “Europeans and Their Forests. What Do Europeans Think About Forests and Sustainable Forest Management?”, ülevaade avaliku arvamuse uuringutest Euroopas, raporti autorid Ewald Rametsteiner ja Florian Kraxner

¹⁰ Ministerial Conference on the Protection of Forests in Europe

Teadlikkus metsanduses toimuvast

Kuivõrd teadlikud on tavainimesed metsasektoris toimuvast, küsiti sektoriga otseselt seotud inimeste käest Turu-uuringute ASi poolt läbi viidud uuringus. Selgub, et metsasektori esindajad hindavad inimeste teadlikkust metsas toimuvast pigem nigelaks. Ainus grupp, kelle teadlikkust võib selle uuringu tulemuste põhjal hinnata heaks, on maal elavad erametsaomanikud ning teatud mõõndustega ka maaelanikud. Kõige madalamaks peetakse linnaelanike, muukeelsete elanike ning poliitikute metsandusalast teadlikkust.

Allpool oleval joonisel on toodud hinnangud sihtgruppide teadlikkuse kohta erinevate vastajagruppide lõikes. Hinnangud on toodud 5-palli skaalal, kus 5 tähendab head ning 1 nõrka teadlikkust metsanduses toimuvast. Hinnangud on andnud metsasektoriga igapäevaselt kokku puutuvad inimesed.



Metsasektori hinnang inimeste teadlikkusele metsanduses toimuvast.

2.5. Metsandus meediakajastustes

2005. aastal ilmus Eesti ajakirjanduses metsanduse, metsa- ja puidutööstuse kohta 1128 meediakajastust. Arvestades metsanduse tähtsust Eestis ning metsatööstuse osakaalu SKTs ja tööhõives on seda suhteliselt vähe. Võrdluseks võib tuua, et näiteks energeetika kohta ilmus 2005. aastal kokku 10 204 ehk ligi kümme korda rohkem meediakajastusi.

Kuigi toodud näite teemavaldkonnad ei ole üheselt võrreldavad osaliselt erineva monitooringu teostamise meetoodika tõttu, toob see siiski selgelt esile asjaolu, et rohkem huvitub meedia neist valdkondadest, millega enamus Eesti elanikke on tarbijatena oma igapäevaelus seotud. Meedia langetab kajastusotsuseid tihti ka auditoriumi huvist lähtuvalt, seetõttu tõusevadki esile pigem inimeste igapäevase elukorraldusega seotud teemad ning kauge ja võõras metsandus jääb tähelepanuta. Nõnda ületab metsandus korra uudiskünnise vaid siis, kui sektoris kerkivad üles teravad probleemid ja ilmnevad tõsised vastuolud.

Metsanduse vähese uudisväärtuslikkuse põhjused

Metsandus on üldiselt madala uudisväärtuslikkusega teemavaldkond. Meediahuvi mõjutavad põhilised ajakirjanduse uudisväärtuslikkuse kriteeriumid on aktuaalsus, geograafiline lähedus, konfliktsus, ühiskondlik mõju, suured rahasummad, õiglustunde riivamine, kuulsad inimesed ning meelelahutuslikkus. Jättes kõrvale eriolukorrad, ei vasta metsandus tavaliselt meedia üldise arvamuse järgi neile kriteeriumidele.

Metsandus on (mõne erandiga) pikas ajalisel perspektiivis toimiv ja vähekonfliktne tegevusala. Metsanduses käibivad suured rahasummad on paljude teiste valdkondadega võrreldes ajakirjanduses halvasti teadvustatud, sest metsanduse käsitlemine meedias nõuab põhjalikke eelteadmisi ja tundub liiga spetsiifilise, kitsa valdkonna teemana, mis peaks justkui taanduma keskmeedia vastavatesse rubriikidesse ning pigem isegi erialaväljaannetesse.

Ajalise ja rahalise ressursi piiratuse tõttu väga Tallinna-keskse üleriikliku ajakirjanduse jaoks on metsandus ebamugavalt kaugel toimiv tegevusala. Ja loomulikult ei paku metsandus ajakirjandusele käsitlemisaineks piisavalt kuulsaid inimesi ning intrigeerivat meelelahutuslikkust.

Kõige olulisem ajakirjandusliku uudisväärtuse kriteerium, millele metsandus vastab, on avaliku õiglustunde riivamine. Näiteks oli 2005. aastal metsanduses väga vähe neid sündmusi, mis ületasid uudiskünnise enamikus üleriiklikes meediakanalites. Ent enamuses üleriiklikes meediakanalites ületas tänu ühiskonna õiglustunde riivamisele tähelepanu põlise ristimetsa mahavõtmine teedeehituse käigus Põlvamaal. Sellised juhtumid mõjutavad mõistagi negatiivselt ka valdkonna mainet tervikuna.

Kokkuvõttes on metsandusorganisatsioonidel paljude teiste valdkondadega võrreldes raskem ajakirjanduse huvi äratada ning ajakirjanduse vahendusel avalikkusele oma tegevust tutvustada. Samas peitub siin ka võimalusi, mida saaks rohkem ära kasutada.

Meediahuvi keskmes eelkõige liigne raie

Ajakirjanduse hoiakut metsanduse ja metsatööstuse käsitlemisel mõjutab tugevasti avalikkuses ja osalt metsasektoris endas välja kujunenud arusaam, et Eestis võetakse maha liiga palju metsa. Ühiskonnale üldiselt omane hoiak on levinud ka ajakirjanike

seas ning tänu sellele negatiivsele eelhoiakule avaldab üldhuvimeedia metsandusest valdavalt negatiivseid käsitlusi. Positiivsed või neutraalsed teemad jäävad uudiskünnise taha või on vähemväärtustatud.

Eelnevast hoiakust johtuvalt on üldhuvimeedia samas avatud uudistele metsaistutamise ja eelkõige metsaistutamistalgute kohta. Paraku oli metsaistutamistalgute kommunikatsioon 2005. aasta meediamonitooringu tulemuste põhjal otsustades koordineerimatu ning kõigi istutajate kommunikatsioon tundub olevat projektipõhine ja lühiajaline.

Näiteks ületasid ETV uudistesaares "Aktuaalne kaamera" mullu uudiskünnise TTÜ Meeskoori ja Stora Enso ühised metsaistutustalgud, mis metsanduse suhtes valitseva üldise huvileiguse taustal on ebatavaline. Siin-seal ajakirjanduses ilmus veelgi sõnumeid erinevate talgute kohta, kuid samas ei tekkinud tervikpilti metsaistutamise talgute ega metsauuenduse ulatuse kohta kogu Eesti kontekstis.

Metsandusalane seadusandlus pakub küll ajakirjandusele võimalust tutvustada oma auditooriumile konflikteid huvisid, kuid selleteemalisi uudiseid ning arvamuseartikleid ilmus 2005. aastal vähe. Ilmselt olid metsandusvaldkonna konfliktid huvid ajakirjanduse jaoks raskesti mõistetavad ning samas hinnati liiga väikeseks nende meediatarbivate arvu, keda selle valdkonna seadusandlus otseselt mõjutab. Seetõttu puudus ka meedial huvi nimetatud temaatikat laiemalt ja põhjalikumalt käsitleda.

Metsamajandusest huvituvad majandusajakirjanikud

Üldhuvimeediast erineb hoiakutelt metsanduse ning metsatööstuse vastu majandusajakirjandus, mis teadvustab märksa rohkem metsanduse ja metsatööstuse tähtsust Eesti majanduse jaoks.

Majandusajakirjanikud (valdavalt Äripäeva, Postimehe ja Eesti Päevalehe majandusajakirjanikud ning Maalehe vahel ilmuva Metsalehe toimetajad) huvituvad eelkõige metsatööstuse uudistest: ettevõtete finantstulemustest, hinnamuutustest, turusituatsioonist, uute ettevõtete loomisest, tööjõu leidmise raskustest jne.

Samas on ka majandusajakirjanduse puhul tajutav, et metsasektor ise on info-pakkumisega ajakirjandusele paljude teiste valdkondadega võrreldes märksa passiivsem. Välja paistab seegi, et ka majandusajakirjanikud väärtustavad metsandust võrreldes paljude teiste majandussektoritega siiski suhteliselt vähe. Vaid teadlikult väike- ja keskmise suurusega ettevõtjatele suunatud Äripäev tegeleb metsanduse ja metsatööstuse probleemidega süstemaatiliselt, sest eeldab põhjendatult, et nende lugejaskonnas on piisavalt palju otseselt metsandusega tegelevaid või sellega seotud ettevõtjaid.

Metsanduses vähe tuntud kõneisikuid

Üks metsandusvaldkonna eripärasid on ajakirjanikele tuntud kõneisikute puudumine. Metsandusega seotud kõneisikutest esineb kõige sagedamini keskkonnaminister Villu Reiljan, ent tema usaldusväärsus on meedia silmis tänu poliitikurollile suhteliselt madal.

Meedias esinevad harva metsandusele keskendunud keskkonnakaitsjad (nt ELFi metsandusspetsialist Kaupo Kohv) ning teisalt esinevad ka tuntud keskkonnakaitseseorganisatsioonide juhid suhteliselt harva metsandusteemadel. Nii on tekkinud olukord, kus metsandusel puuduvad ajakirjandusele ja avalikkusele tuntud

kõneisikud, mis omakorda vähendab ajakirjanduse huvi, sest meedia vajab reeglina avatud ja usaldusväärseid infoallikaid.

Ühese pildi kõneisikute puudumisest vahendas ka Turu-uuringute ASi tänavuaastane uuring, mille raames nimetatud teemat eraldi käsitleti. Sealt tuli välja, et sektori üheks tuntuimaks kõneisikuks peetakse Eesti Metsatööstuse Liidu juhti Andres Talijärve.

Meediakanalite erisused

Tavapäraselt on meediakanalitest kõige kõrgema lati seadnud uudiskünnisele televisioon, kuna televisioon nõuab visuaalselt head pilti ning uudiste maht on telekanalitel tunduvalt väiksem kui raadios või ajalehtedes. Seega iseloomustab televisiooni uudiskünnise ületamine valdkonna väärtustatust meedias kõige ilmekamalt.

Metsandusest ja sellega seonduvatest teemadest oli 2005. aastal televisioonis kokku 39 kajastust. Keskmiselt kolm metsandusteemalist uudist või saatelõiku kuus näitab, et televisiooni huvi metsanduse vastu on väike.

Traditsiooniliselt on Eesti ajakirjanduses info- ja arvamusiidrid üleriigilised päevalehed, mida teised meediakanalid kõige rohkem tsiteerivad ning mille tõstatatud teemakäsitlusi teised meediakanalid kõige sagedamini jätkavad.

Päevalehtedest huvitusid metsandusest 2005. aastal enim Äripäev (29 korral) ning Postimees (25). Majanduslehe fookuses olid valdavalt metsatööstuse uudised, Postimees huvitus rohkem metsaraie mahust ning metsanduse keskkonnakaitsest aspektidest. Suhteliselt suure hulga lugejateni jõudis süstemaatiliselt metsandusalast infot Maalehe vahel ilmuvas Metsalehes.

Seevastu paljude suurte ja mõjukate meediakanalite huvi metsanduse vastu oli sisuliselt olematu. 65 000 trükiarvuga SL Õhtulehes ilmus kogu aasta vältel vaid kaks metsandusteemalist lühiauudist ning Eesti suurima trükiarvuga nädalalehes Eesti Ekspress kolm kirjutist. Venekeelsete päevalehtede huvi oli sama väike: Molodjož Estonii kirjutas metsandusest kuuel ning Vesti Dnja ühel korral.

Erandlikul kombel tegeleb Eestis otseselt metsandusega või metsandust hõlmates keskkonnakaitsega mitu spetsiifilise suunitlusega saadet ja erilehte: suurimatest "Rohelised Uudised", "Tasakaal", "Metsaomaniku kool" ja Metsaleht. Paraku on ka näiteks üldiselt keskkonnateemale keskendunud saadetes metsandusteemade käsitlemine suhteliselt tagasihoidlik, sest metsasektori organisatsioonid on infopakumisel passiivsed.

2.6. Euroopa metsanduskommunikatsiooni kogemus

Euroopas on metsa- ja puidusektori teadlikku kommunikatsioonitegevust analüüsitud põhiliselt erinevate europrojektide toel. Metsandusalase kommunikatsiooni oluline teadmuskeskus asub Soomes, kus sealne metsandusassotsiatsioon (Finnish Forest Association) propageerib säästva metsanduse sõnumit ning teostab uuringuid ja akadeemilist tööd metsanduskommunikatsiooni alal.

Muu hulgas on Soomes ellu kutsunud metsandusakadeemia (Forest Academy), mille suurimateks ettevõtmisteks on sealsete arvamusiidrite aktiivsel osavõtul peetud konverentsid. Nende eemärgiks on lõimida metsanduses toimuvat teiste tegevusaladega ning aktiveerida metsade säästliku majandamise teemalist diskussiooni ühiskonnas.

Lisaks edendab Finnish Forest Association, sektori sõltumatu katusorganisatsioon, metsasektori liikmete omavahelist suhtlust, arendab koostööd meediaga ja rahvusvahelisi suhteid, teostab avaliku arvamuse uuringuid metsanduse kohta, korraldab riiklikke metsapäevi ning teeb koostööprojekte koolide ja õpilastega.

Sihtgrupid

Euroopa metsanduskommunikatsiooniga kokku puutuvate inimeste soovitud olulisemate sihtgruppide lõikes on riigiti küllaltki kattuvad. Eelkõige soovitatakse oma tegevuses keskenduda poliitikutele, õpilastele-üliõpilastele, puidu kasutajatele ning valdkonnameediale.

Läbiv on ka soovitus keskenduda metsandusalases kommunikatsioonis metsaga seonduvatele emotsioonidele ja pakkuda võimalikult paljudele inimestele praktilise metsakülastuse kogemust. Kasutatav keel peab olema lihtne ja arusaadav, edastatavad sõnumid pigem üldised ja lihtsad.

Praktilised abimaterjalid

Praktiline meediasuhete alane soovitude kogumik on metsasektoris tegutsevatele organisatsioonidele koostatud ÜRO Euroopa majanduskomisjoni puidukomisjoni tellimusel (lisa 5). Raport annab ülevaate suhtekorralduskampaaniate planeerimisest, meediasuhete korraldusest, teabematerjalide ettevalmistamisest ja õigete sihtgruppide kaardistamisest.

Veidi põhjalikum ning teoreetilisem materjal on kokku pandud Soome metsandusassotsiatsiooni tellimusel Soomes asuva Euroopa Metsandusinstituudi poolt (lisa 3).

Valdkonna uuringud

Kui Eestis on metsandusvaldkonna uuringuid tehtud vähe, siis Euroopas on inimeste suhtumist metsa ja selle säästvasse majandusse uuritud tunduvalt rohkem. Arvukate sellekohaste avalike arvamuste kokkuvõtte leiab strateegia lisa 2.

Üldistatult võib öelda, et üle Euroopa toetatakse metsade multifunktsionaalsuse kontseptsiooni ja hinnatakse säästlikkuse põhimõtteid. Metsade kolm põhilist funktsiooni on: kaitsta loodust ja inimesi, pakkuda tingimusi puhkuseks ning kasutada metsa majanduslikel eesmärkidel. Metsi tajutakse Euroopas eelkõige kultuuripärandi

kandjatena, kardetakse metsade mitmekesisuse kadumist ja metsade tervise halvenemist.

Praktilised näited

Allpool on toodud kolme eduka metsandusala kommunikatsiooniprogrammi lühikokkuvõtted. Näited pärinevad metsandusala teadlikkuse suurendamisele keskendunud soovituste ja näidete kogumikust "Raising Awareness of Forests and Forestry" (lisa 4).

Inglismaa. Forestry Committee palkas mainekujundajad, levitamaks senisest paremini säästva metsanduse arusaama. Muu hulgas (1) kirjeldati kommunikatsiooni põhiväärtuseid (ausus, avatus, ligipääsetavus, kuulamine ja arvestamine, hoolimine), (2) muudeti oma kommunikatsioonistiil järjekindlaks, sümbolid selgemaks ja arusaadavamaks ning keel kohasemaks auditooriumile, (3) laiendati teemaderingi, mille kaudu säästvast metsamajandamisest räägiti (sport ja vaba aeg, metsaelu jne), (4) tehti palju koolitusi, (5) seati sisse "kiirabi" e-post ja telefoniliin jne. Programmi tulemusel paranes sektori maine sektorisiselt ning suurenes väline huvi metsanduses toimuva vastu.

Hispaania. Olulist keskkonnakahju tekitavate metsatulekahjude ärahoidmiseks viidi Hispaanias läbi programm, mille raames (1) koolitati kohalikke metsamehi metsatulekahjude põhjuste paremaks tuvastamiseks, (2) korraldati linnainimestele suunatud reklaamikampaaniad, teavitamaks neid metsatulekahjude ohust ning kaasates sellesse kuulsusi, (3) korraldati maainimestele teavituskampaania, et vähendada metsa süttimist võsastunud maa põletamisest, (4) saadeti koolidesse lastepäraselt kirjutatud infot metsatulekahjude kohta, korraldati joonistusvõistlusi, loodi spetsiaalne veebilehekülg. Lisaks koolitati metsasektori inimesi, õpetades neid metsatulekahjusid kontrolli alla saama. Kampaania tulemusel vähenes metsatulekahjude all kannatanud maa pindala ning nende tulekahjude arv, mille tekkepõhjused jäid avastamata.

Šotimaa. Pakkumaks inimestele sportimisvõimalust metsas, rajati üle Šotimaa metsadesse seitse rattatrassi koos sinna juurde kuuluva keskuse ja parklaga. Tegu oli riigi suurima sellealase investeeringuga, lisaks eurorahadele toetasid ehitust ka 15 kohalikku regiooni ja mitmed eraettevõtted. Ehitusel olid abiks ka vabatahtlikud, keda õpetasid välja professionaalsed töölised. Rattatrassi valmimisel abiks olnud vabatahtlikud hoolitsevad radade heakorra eest ka edasi. Algatus pälvis laialdase positiivse tagasiside.

3. METSASEKTORI KOMMUNIKATSIOONI ALUSED

3.1. Metsanduse kommunikatsiooni peamised trendid

Eesti metsanduse põhilised suunad – säästlik metsandus ja metsade efektiivne majandamine – on sätestatud Eesti metsapoliitikas ja lahti kirjutatud strateegia avapeatükis. Metsade säästlik ning kõiki funktsioone arvestav majandamine on metsandusalase kommunikatsiooni lähtealuseks.

Metsasektori kommunikatsiooni ühissõnumite leidmisel tuleb aga arvestada ka sektori hetkel aktuaalsemate arutlusteemadega. Aastal 2006 on selliseks eelkõige metsaomanike maksustamise küsimus, mida erametsaomanikud (samuti keskkonnaorganisatsioonid ja tööstus) tajuvad ebaõiglasena ning erametsandust pärssivana.

Lisaks mõjutab sektori toimivust erinevate osapoolte organiseeritus ning seeläbi kõlavus ühiskonnas. Siinkohal tuleb esile tuua Eesti erametsaomanike vähest organiseeritust – Eesti ligi 70 000 metsaomanikust kuulub erametsaomanikke ühendavatesse organisatsioonidesse vaid ligi 2%. Sisuliselt on metsaomanike arv suuremgi, sest valdavalt peetakse metsa kogu perekonna varaks ja inimeste arv, kes sellega teadlikult tegeleda võiksid, ulatub lausa mitmesaja tuhandeni.

Seega võib eeldada, et enamus erametsaomanikest pole oma tegevuses organiseerunud ning kuigi teadlikud ja aktiivsed. Lähtuvalt neid koondavate ühenduste liikmeskonna tagasihoidlikkusest ei oma erametsaomanikud ühiskondlikus diskussioonis ka kuigi suurt jõudu.

Kuid ka näiteks tunduvalt suuremate rahaliste ressurssidega metsa- ja puidutööstus on oma kommunikatsioonialases tegevuses suhteliselt passiivne, vaid üksikud ettevõtted soovivad või oskavad ajakirjanduse vahendusel või otse kitsamate sihtrühmadega suheldes oma tegevuse kohta infot pakkuda.

Keskkonnakaitsega tegelevate organisatsioonide puhul on tajutav asjaolu, et metsandus pole nende tegevuses prioriteetne ning hea kommunikatsioonikogemusega metsandusteema spetsialiste napib.

Nõnda jätkub Eesti metsanduses olukord, kus teadlikku, plaanipärast ja regulaarset kommunikatsioonitegevust väärtustavad vaid vähesed organisatsioonid ning nemadki teevad teavitustööd eelkõige kitsalt oma huvidest lähtuvalt. Valdkonnaülene tegevus ja laiapõhjalised ühisprojektid jäävad väga harvaks nähtuseks.

3.2. Metsasektori kommunikatsiooni eesmärgid

Metsasektori ühise kommunikatsiooni põhieesmärkideks on:

- suurendada oluliste sihtgruppide teadlikkust metsa ökoloogilistest, sotsiaalsetest, majanduslikest ja kultuurilistest funktsioonidest ning metsas peituvatest väärtustest
- tutvustada säästva metsanduse põhimõtteid ja saavutada avalikkuse nõudlus säästva metsanduse põhimõtete rakendamise järgi
- kujundada inimestes hoolivat hoiakut Eesti metsa suhtes ning väärtustada metsandusega tegelevaid organisatsioone, pakkudes avalikkusele tõest informatsiooni metsasektoris toimuva kohta
- populariseerida valdkonda potentsiaalsete sektori töötajate seas
- propageerida puidu kui loodussõbraliku materjali kasutust
- aidata kaasa headele ning mitmepoolselt kasulikele suhetele metsasektori ning seadusloojate, meedia jt olulisemate sihtgruppidega

Nimetatud eesmärkide saavutamise eelduseks on senisest tihedam ja läbimõeldum koostöö metsasektori organisatsioonide vahel.

Teadlikkuse tõstmine

Kommunikatsioonistrateegia oluliseks märksõnaks on teadlikkuse suurendamine metsanduses toimuvast. Olgu siinkohal ära toodud ka selle protsessi üksikasjalikum kirjeldus.

Teadlikkuse tõstmist defineeritakse¹¹ mitmesuunalise kommunikatsiooniprotsessina, mis loob aluse pikaajalisele partnerlusele metsasektori ja avalikkuse vahel, võimaldades paremini informeeritud otsuste tegemist ning seeläbi metsade pikaajalisemat kasutust ning kaitset.

Teadlikkuse tõstmise läbi loodab kommunikatsioonistrateegia kaasa aidata eelkõige järgmistele näitajatele:

- tõuseb inimeste teadlikkus metsasektoris toimuvast
- suureneb arusaam metsa erinevate kasutusvõimaluste kohta
- suureneb teadlikkus metsas olevatest väärtustest
- paraneb usaldus sektori ja oluliste sihtgruppide vahel
- tugevnevad partnerlussuhted sektori sees ja väljas
- suureneb avalik heakskiit sektori tegevusele.

Olulisemate ohtudena tuleb kommunikatsiooniprotsessis teadvustada järgmisi võimalusi:

- muutus teadlikkuses ei too automaatselt kaasa muutust käitumises

¹¹ “Raising Awareness of Forest and Forestry. Building bridges between people, forests and forestry”, FAO/ECE/ILO metsandusspetsialistide ja FAO/ECE kommunikatsioonivõrgustiku ühisraport

- lähtuvalt sihtgruppide suurusest saavad sektoripõhised põhisõnumid olla üsna üldised
- ühist kommunikatsioonitegevust võivad pärssida valdkonnasisesed erihuvid
- sõnumeid tuleb fookuseerida kindlatele sihtrühmadele, mis tähendab automaatselt kellegi välistamist.

Põhiväärtused

Kogu metsasektori alane kommunikatsioon peaks ühtsuse huvides jälgima teatud ühiseid, kõigi poolt aktsepteeritud väärtusi. Põhiväärtused on orientiiriks valikute tegemisel praktilistes igapäevategevustes.

Eduka ja erinevaid osapooli arvestava kommunikatsiooni põhiväärtused on:

- ausus
- usaldusväarsus
- avatus
- järjepidevus
- õiglus
- võime kuulata ja arvestada erinevate osapoolde argumente
- lihtsus sõnakasutuses.

3.3. Kommunikatsiooni põhisõnumid

Hõlmates erinevate huvidega asutusi ja institutsioone, on metsasektoril siiski mitmeid ühiseid väärtusi, mille ümber põimituna on võimalik välja tuua sektoriüleseid ühissõnumeid.

Järgnevalt on esitatud Eestis metsandusvaldkonna olulisemad ühissõnumid, mis on selekteeritud lähtuvalt avapeatükis toodud metsa neljast põhilisest funktsioonist. Iga põhisõnumi all on seda toetavad alasõnumid ning faktiline argumentatsioon. Kommunikatsiooni põhisõnumid on soovitatav iga aasta üle vaadata, et tagada nende aktuaalsus ja faktitäpsus.

Üldsõnumid

Mets on Eesti rahvuslik uhkus

- Metsa tuleb hoida, et tagada kaunis ja unikaalne looduskeskkond ka tulevastele põlvetele
- Eestlased käivad palju metsas, meie metsas käimise kultuur on ainulaadne
- Mets on Eesti põlvkondliku järjepidevuse kandja, mets ei kao kuhugi
- Mets on elupaigaks paljudele looma- ja taimeliikidele, kes saavad ellu jääda vaid siis, kui looduses püsib tasakaal
- Mets on Eesti tähtsaim taastuv loodusvara
- Metsaga on kaetud üle poole Eesti maismaa pinnast, sellest 38% kuulub riigile ehk meile kõigile
- Eesti metsa pindala on alates möödunud sajandi keskpaigast pidevalt suurenenud
- Eesti on metsa pindala poolest elaniku kohta neljas riik Euroopas

Sotsiaalsed sõnumid

Mets pakub ammendamatu puhkevõimalusi

- Käige metsas, aga hoidke metsa. Koristage enda järelt prügi, liikuge looduses jälgi jätmata, pidage kinni liikumispiirangutest ning tehke lahtist tuld ainult läbimõeldult.
- Mets pakub tegevust aastaringselt: seente ja marjade korjamine, loodusvaatlused, matkamine, sport, jahindus jne
- Metsad pakuvad eelkõige vaikust ja rahu, metsapuhkus aitab stressi leevendada ja tervist taastada

Metsa- ja puidusektor on Eestile oluline tööandja

- Puidu töötlemisega tegeleb Eestis ca 36 000 inimest, metsa majandamisega ligi 8500 inimest
- Metsa- ja puidusektor annab tööd eelkõige maapiirkondade elanikele

Puit on käepärane ja kättesaadav materjal

- Puit on käepärane, suhteliselt odav ja kergesti kättesaadav materjal omatarbeliseks kasutuseks, sh käsitööks, ehituseks ja kütteks ning seda eriti maapiirkondades

Majanduslikud sõnumid

Metsasektor on Eesti majandusele oluline tuluallikas

- Puidusektor annab neljandiku Eesti tööstuse käibest, viiendiku ekspordist ja kolmandiku investeringutest
- Puidusektor tasakaalustab teiste tööstusharude poolt loodavat negatiivset väliskaubandusbilanssi (suur osa tootmises kasutatavast materjalist on kodumaise päritoluga)
- Metsasektori ettevõtete osakaal sisemajanduse kogutoodangust on viimase kümne aasta jooksul pidevalt tõusnud, andes nüüd ca 6% Eesti SKPst
- Metsa ja puiduga seotud töö ning puidu veoga seotud töötasudest koguneb ligi 10% kogu riigile laekuvast üksikisiku tulumaksust
- Eesti riigile kuuluvat metsa majandab säästlikult RMK, teenides tulu riigikassasse ning hoolitsedes samal ajal metsa juurdekasvu, metsapuhkuse ja jahipidamisvõimaluste pakkumise eest

Metsa säästlik majandamine on võimalik ja kasulik nii metsale kui riigile

- Metsa säästlik ja jätkusuutlik majandamine tähendab, et raiutava puidu maht ei ületa juurdekasvava puidu mahtu ning metsamajandamisel võetakse võrdselt arvesse metsa majanduslikku, sotsiaalset, ökoloogilist ja kultuurilist väärtust
- Säästev metsamajandamine annab majanduslikku tulu ja hoiab metsa looduslikke ja sotsiaalseid väärtusi
- Metsamajandamise osaks on metsa uuendamine, hooldamine, raie ja metsade kaitse
- Metsa tasub müüa vaid ausale ostjale

Erametsasektori areng ja maine Eestis vajab tuge

- Eesti ligi 70 000 erametsaomanikust kuulub neid koondavatesse organisatsioonidesse vaid ca 2%, see arv peab suurenema
- Keskmine erametsaomand Eestis on 12 ha
- Metsaomanike käitumist saab suunata eelkõige maksusüsteemi läbi

Puit on oluline energiaallikas

- Eesti metsadest saadava puiduga kaetakse 10% meie energiavajadusest

Ökoloogilised sõnumid

Eesti on metsarikas maa

- Eesti on metsa pindala poolest elaniku kohta Rootsi, Soome ja Norra järel neljas riik Euroopas, metsamaa moodustab poole Eesti maismaa pinnast (2,3 mln ha)
- Stabiilse keskkonnaseisundi ja mitmekülgse metsakasutuse tagamiseks peab riigile kuuluva metsa pindala moodustama vähemalt 20% maismaa pindalast. Eestis kuulub riigile 38% metsamaast
- Eesti metsa pindala on alates 1958. aastast pidevalt suurenenud
- Metsa rikkus peitub tema mitmekesisuses

Mets kui elukeskkonna säilitaja

- Puud toodavad hapnikku, mida hingata
- Metsad seovad ja talletavad süsinikku ning aitavad seeläbi leevendada kliimaprobleeme
- Mets on asendamatu veekogude ja õrnade loopealsete kaitsel ning asulates tolmu ja müra tõkestajana

Eesti metsades peab säilima liigiline mitmekesisus

- Eesti metsad on elupaigaks ligi 20 000 taime-, looma- ja seeneliigile
- 30% teadaolevatest Eesti ohustatud liikidest on metsaliigid (401 liiki)
- Kõige enam ohustatud on Eestis põlismetsades elavad liigid
- Vääriselupaikade kaitse peab aitama säilitada metsade mitmekesisust
- Levinuimad puuliigid Eestis on mänd, kask, kuusk, hall lepp, haab ja sanglepp
- Metsade arukas majandamine tagab puuliigilise tasakaalu püsimise

Kaitstavad metsad moodustavad 32% Eesti metsamaast

- Kaitstavad metsad moodustavad 32% Eesti metsamaast
- Kaitsemetsad ehk keskkonnaseisundi kaitsmiseks määratud metsad moodustavad 23% metsamaast, kaitsemetsade osakaal Eestis on Euroopa suurim
- Hoiumetsi ehk rangelt kaitstavaid metsi on Eestis 9,3 %, eesmärgiks on tõsta see näitaja vähemalt 10%ni vabariigi metsamaast
- Vääriselupaikasid on 1% metsamaast

Puit on taastuv loodusvara

- Puit ehitusmaterjalina on keskkonnasõbralik ja vastupidav materjal
- Puitu on võimalik taaskasutada ja ümber töödelda
- Puidust toodete kasutamine on keskkonnasõbralikum kui rauast, betoonist, plastmassist või muudest materjalidest tehtud toodete kasutamine
- Puit on taastuv energiaallikas

Kultuurilised sõnumid

Mets tähistab olulist osa Eesti kultuuris

- Metsal on oluline koht nii kõrgkultuuris (kirjandus, kunst, muusika) kui rahvakultuuris (muistendid, laulud)
- Metsas on säilinud rohkelt Eesti pärandkultuuri. Keskmiselt võib ühe valla piires leida üle 100 pärandkultuuri objekti
- Metsal on tähtis roll Eesti ajaloo (metsavennad, vabadusvõitlus muinasajal)

Eestis on unikaalne metsakultuur, mida hoida ja arendada

- Erinevalt keskmisest eurooplasest on eestlastel harjumus käia metsas matkamas, seenel-marjul, orienteerumas, ka jahil

Mets võib olla rahva ühendaja

- Metsaistutustalgud panevad eestimaalased rohelise elukeskkonna säilimise nimel ühiselt tegutsema

4. SIHTRÜHMAD JA NEILE EDASTATAV INFORMATSIOON

4.1. Kommunikatsiooni sihtrühmad

Nagu sedastab ka raport “European co-operation and Networking in Forest Communication”¹², on suured, kogu sektorit haaravad metsandusalased kampaaniad mitmel põhjusel raskesti korraldatavad. Olulist rolli määrab nende maksumus, inimeste vähene huvitatus, sihtrühma suurus jne. Seetõttu tuleb metsandusalase kommunikatsiooni planeerimisel määratleda prioriteetsemad sihtgrupid ning suunata teavitustegevus just neile.

Olulisemad sihtrühmad, kellele metsandusalane kommunikatsioon Eestis suunata, on metsasektorisse kuuluvate inimeste seas läbi viidud uuringu põhjal:

- **õpilased** kui pealekasvav põlvkond, kelle suhtumist annab kergemini kujundada ning kelle hoiakutel ja käitumisel on metsanduse arengu seisukohalt pikemas perspektiivis kõige suurem tähtsus
- **ajakirjandus** kui vahend jõudmaks laiema avalikkuseni; jaguneb omakorda üleriigiliseks ja kohalikuks meediaks, üldhuvikanaliteks ning eriväljaanneteks (Eesti Mets, Maalehe Metsaleht, Roheline Värav jne)
- **poliitikud** kui metsandust puudutava seadusloome autorid, kelle teadlikkus metsasektoris toimuvast mõjutab otseselt vastu võetavaid seadusregulatsioone ning temaatikale pööratava tähelepanu määra
- **laiem avalikkus** kui metsanduse pakutavate väärtuste peamine lõpptarbija.

Kuna ajakirjandus on oma loomult eelkõige vahendav sidusgrupp, on allpool täpsemalt lahti kirjutatud sihtgrupp “avalikkus”, kelleni ajakirjanduse vahendusel jõuda.

Jaotus põhineb uuringufirma TNS Emori poolt RMK tellimisel 2006. aastal läbi viidud uuringul, mille metsandusalased tulemused seoti eestimaalaste hoiakuid käsitleva põhjaliku uuringuga. Selle tulemusel eristus suhtumiselt metsamajandusse neli põhilist inimrühma. Kuna uuring puudutas ka inimeste suhtumist keskkonda ja metsa üldisemalt, saab antud jaotust arvesse võtta üldise metsasektori kommunikatsiooni planeerimisel.

Laiema avalikkuse suhtumine metsa

Laiema avalikkuse saab jagada suhtumiselt metsa ja metsamajandusse nelja põhilisse inimgruppi. Allpool on toodud nende üldised hoiakud nii metsamajanduse kui metsa ja keskkonna suhtes üldisemalt.

- **Inimesed, kellele meeldib metsas puhata, aga kes näevad metsa eelkõige tuluallikana. Selliseid inimesi on 6% elanikkonnast.**

¹² Euroopa metsandusinstituudi (European Forest Institute) poolt Soome metsandusassotsiatsiooni (Finnish Forest Association) rahastamisel koostatud põhjalik raport Euroopa kogemusest metsandussektori kommunikatsioonis

Need inimesed hindavad metsa ja puitu eelkõige tulu- ja energiaallikana, ehitusmaterjalina ning tööhõive tagajana. Metsamajanduse kasudes ollakse veendunud, sellega seotud ohte teravalt ei tunnistata.

Mets on nende jaoks samas ka oluline koht puhkuse veetmiseks - metsas käiakse kord kuus kuni kord kvartalis. Metsandusega seotud info vastu huvi eriti ei ole.

Väärtushinnangutest on selle grupi jaoks oluline majanduslik kasu, keskkonnakaalutlused jäävad tahaplaanile. Pigem on tegu teadus-, kui looduseinimestega.

Valdavalt moodustavad selle grupi eestlased Tallinnast ja Lõuna-Eestist. Võrreldes järgnevate gruppidega kuulub siia rohkem alg- ja põhiharidusega inimesi.

- **Inimesed, kes hindavad kõrgelt metsamajandusega seotud ohtusid, aga näevad ka kasusid. Selliseid inimesi on 24% elanikkonnast.**

Need inimesed hindavad metsa tuluallikana kõrgelt, aga sama oluliseks peavad ka seda, et toorpuidu väljaveo asemel Eesti oma metsamaterjali ise rohkem väärtustaks.

Puidu kui energiaallika ja ehitusmaterjali väärtustamise kõrval on nad samas ka veendunud, et loodusliku metsakeskkonna säilitamine on suurem väärtus kui puidu ekspordist saadav tulu. Ühtlasi on nad veendunud, et metsa lõigatakse maha rohkem kui seda peale kasvab.

Valdavalt moodustavad selle grupi eestlased Tallinna linnast ja ümbritsevatest asulatest ning Lääne-Eestist.

Võrreldes teiste gruppidega kuulub siia rohkem pensionäre, sageli käivad nad rohkem kui kord kuus metsas ning kolmandik neist on ise metsaomanikud. Nende inimeste huvi metsas toimuva vastu on keskmisest kõrgem.

Nimetatud grupp inimesi väärtustab stabiilsust ja hoolivust, loeb igapäevaselt ajalehti (sagedamini Maalehte ja SL Õhtulehte), vaatab telerist vestlussaateid ning kuulab raadiot (eelkõige Elmar ja Vikerraadio).

- **Inimesed, kes väärtustavad metsa eelkõige looduskeskkonnana ning on kriitilised metsa majandamise suhtes. Selliseid inimesi on 46% elanikkonnast.**

Nemad väärtustavad metsast kui tuluallikast oluliselt enam loodusliku elukeskkonna säilimist ning nõuavad, et toorpuidu väljaveo asemel tuleks puitu Eestis rohkem väärtustada. Nad arvavad valdavalt, et metsa raiutakse rohkem kui seda peale kasvab. Teiste gruppidega võrreldes väärtustavad metsa/puitu tööandjana, vähem ehitus- ning küttematerjalina.

Keskmisest enam on kriitikute seas Tallinnas elavaid mitte-eestlasi.

Väärtushinnangutes on olulised teistest hoolimine ning empaatia, keskkonnateadlikkus on üsna keskmisel tasemel. Loevad keskmiselt enam raamatuid, käivad klassikalise muusika kontsertidel ning näitustel.

Meediaharjumustelt on tegu keskmiste lugejatega (Postimees / Den za Dnjom, Pere ja Kodu), telekat vaatavad vähe (kui, siis uudiseid ja dokumentalistikat ning ühiskonnaelu saateid), raadiot kuulatakse samuti suhteliselt vähe (kui, siis Elmar / R4).

- Inimesed, kes on metsas toimuva suhtes suhteliselt ükskõiksed, moodustavad 24% elanikkonnast.

Nemad on kõigi metsa funktsioonide osas üsna leigelt meelestatud. Käivad metsas harva, mets pole neile puhkusekohana kuigi oluline. Tunnistavad, et jätavad aeg-ajalt metsa prügi maha ning ei pea pidutsejate poolt metsa jäetud prügi nii suureks probleemiks kui teised. Huvi metsandusega seotud info vastu madal.

Keskmisest enam elab selliseid inimesi Põhja-Eestis.

Väärtustavad kuulsust ja rikkust, naudivad reeglite rikkumist ja riske. Antud gruppi iseloomustab keskmisest madalam keskkonnateadlikkus, aktiivne ja suhtlev elustiil. Meediakasutus on ebaregulaarne - kui, siis loevad SL Õhtulehte / Molodjož Estonii't ja kuulavad Sky Plus'i ja Raadio 4.

Ülalmainitud suhtumise järgi liigituvatest inimrühmadest tuleks metsandusalases kommunikatsioonis tegeleda eelkõige kahevahelolijate ja kriitikutega. Mõlematele peab pakkuma piisavalt huvitavat ning sisulist informatsiooni metsanduses toimuva kohta. Hoiakute kujundamise seisukohalt on kahtlemata väga oluline ka inimestele reaalse kokkupuute pakkumine metsaga (metsakülastused jms).

4.2. Põhisõnumid sihtgrupiti

Ülaltoodud avalikkuse kui sihtgrupi liigitus suhtumise järgi on käesoleva strateegia kontekstis oluline taustateadmine, ent pole piisavalt hästi piiritletud konkreetsete sõnumite saatmiseks.

Seetõttu on allpool toodud sõnumimatriksis põhiliste sihtgruppidega välja toodud:

- õpilased
- poliitikud
- linnaelanikud
- maaelanikud
- mitte-eestlased
- erametsaomanikud
- keskmisest kõrgema keskkonnateadlikkusega inimesed
- metsasektori liikmed
- üliõpilased-abituriendid kui potentsiaalsed sektori tegijad tulevikus.

Iga sihtgrupi puhul on kirjas põhiline kommunikatsiooni eesmärk, olulisemad sõnumid ning vahendid sõnumite viimiseks sihtgrupini.

Sihtgrupp	Eesmärk	Põhisõnumid	Vahendid / meetodid
Sektori liikmed	Suurendada omavahelist informeeritust sektoris toimuvast, jagada valdkonnaalast kompetentsi, tekitada “meie-tunnet”	<ul style="list-style-type: none"> • Metsa- ja puidusektor on oluline tööandja ning tuluallikas riigile • Mets kui rahva ühendaja • Eesti metsade liigirikkus tuleb säilitada • Puit on keskkonnasõbralik ehitusmaterjal 	Esindusorgan ja regulaarsed koostöövormid, ühine infovärv veebis ja meililist, ühtne aastaraamat, aastakonverents omavahelise suhtluse parandamiseks ja metsateemadele suurema avaliku tähelepanu saamiseks
Õpilased	Kujundada hoolivat suhtumist metsa	<ul style="list-style-type: none"> • Käige metsas, aga hoidke metsa (<i>konkreetsed tegevusjuhised</i>) • Mets pakub tegevust aastaringselt (<i>erinevad võimalused metsapuhkuseks</i>) • Mets aitab säilitada elukeskkonda (<i>keskkonnateadlikkuse suurendamine</i>) • Mets pakub tööd 	Metsandustemaatika integreerimine kooliprogrammi, metsateemalised klassijuhatajatunnid (üle-eestiline ringkäik õppematerjalide ja maskotiga), väljasõidud loodusesse ja metsatööstusesse, käsitöö-, joonistus- ja kirjandikonkursid, viktoriinid-metsamängud, lauamängud, arvutimängud, telesaated, atraktiivne kohalolek õpilasmessidel-üritustel
Poliitikud	Suurendada teadlikkust metsa- ja puidusektoris toimuvast ning metsade olukorrast Eestis; suurendada dialoogi poliitikute ja sektori osapoolte vahel	<ul style="list-style-type: none"> • Metsa- ja puidutööstus on oluline tuluallikas Eesti majandusele ning tööandja eelkõige maapiirkondadele • Eesti unikaalset metsakultuuri tuleb hoida ja arendada • Metsade säästlik majandamine on võimalik ja vajalik 	Organiseeritud sõidud loodusesse (nt analoogselt kaitseministeeriumi kõrgemate riigikaitsekursustega paaripäevaline metsaakadeemia), sektori aastakonverents, lihtsalt loetav ülevaatlik faktikogum (nt aastaraamatu vormis), eriprogramm metsanädala raames

Sihtgrupp	Eesmärk	Põhisõnumid	Vahendid / meetodid
Linnaelanikud	Kujundada hoolivat suhtumist loodusesse ja metsa, suurendada teadlikkust metsast kui ökosüsteemist ja puidusektorist kui olulisest valdkonnast Eesti majandusele; pakkuda metsapuhkuse võimalusi ning propageerida puitu ehitusmaterjalina	<ul style="list-style-type: none"> • Mets pakub ammendamatu puhkevõimalusi • Käige metsas, aga hoidke metsa • Metsa- ja puidusektor on oluline Eesti majanduse ja tööhõive tagaja • Puit on keskkonnasõbralik ehitusmaterjal • Mets kui rahva ühendaja 	Aktiivsete metsapuhkuse võimaluste pakkumine, kaasaegsed infomaterjalid (veebis, trükised), atraktiivsed tegevused linnas metsanädala raames, metsakultuuri hoidvad ja arendavad teosed (nt luulekogumike, metsalaulude CDde, kunstiraamatute väljaandmine, (ränd)näitused jms), reklaamikampaaniad, järjepidevad suhted meediakanalitega
Maaelanikud	Hoida ja arendada Eesti unikaalset metsakultuuri, harida metsaomanikest maaelanikke säästva metsanduse põhimõtete osas	<ul style="list-style-type: none"> • Metsal on oluline osa Eesti kultuuris ja ajaloos • Mets võib olla rahva ühendaja • Säästlik majandamine on oluline osa tasakaalustatud metsamajandusest • Eesti metsades tuleb tagada liigirikkus 	Metsakultuuri tutvustavate ja arendavate tegevuste soodustamine, infopäevade korraldus, korralike infomaterjalidega varustatuse tagamine, koostööprojektid kohaliku meedia ja metsandusalaste saadete/väljaannetega
Mitte-eestlased	Informeerida mitte-eestlasi nende poolt kasutatud meediakanalite abil, vältimaks infosulgu ning suurendamaks teadlikkust metsasektoris toimuvast	<ul style="list-style-type: none"> • Käige metsas, aga hoidke metsi • Mets pakub tegevust aastaringselt • Metsa ja puidutööstus on oluline tuluallikas ja tööandja riigile • Töö metsas ei saa kunagi otsa • Puit on keskkonnasõbralik kütte- ja ehitusmaterjal 	Metsapuhkuse võimaluste tutvustamine, koostööprojektid venekeelse meediaga, venekeelsete infomaterjalide kättesaadavuse parandamine, venekeelne info veebis

Sihtgrupp	Eesmärk	Põhisõnumid	Vahendid / meetodid
Erametsaomanikud	Aktiviseerida erametsaomanikke oma metsa hooldamisega teadlikult tegelema, koondada neid ühisorganisatsioonidesse	<ul style="list-style-type: none"> • Säästlik metsamajandamine on loomulik osa metsa tasakaalustatud arengust • Erametsaomanike jaoks on loodud neid abistavad organisatsioonid 	Teavituskampaania erametsaorganisatsioonidega liitumiseks, nõuanderubriigid erametsaomanikele üleriigilises meedias, teabepäevad
Kõrgema keskkonnateadlikkusega inimesed	Kaasata roheline mõtteviisiga inimesi heakorratöödele metsas ning väärtustada nende kaasabil säästlikkuse sõnumit laiemalt	<ul style="list-style-type: none"> • Eesti metsade liigirikkus tuleb säilitada • Eesti metsapindala on alates möödunud sajandi keskpaigast pidevalt suurenenud • Puit on tähtsaim Eesti taastuv loodusvara • Säästlik metsamajandamine on loomulik osa metsa tasakaalustatud arengust 	Vabatahtlike kaasamine heakorratöödesse, ühisprojektid keskkonnasaadete väljaannetega, tegevused metsakultuuri edendamiseks, spetsiifilisemad eriprojektid koostöös sektori osapooltega, peredele mõeldud taimede tundmise võistlus
Üliõpilased-abituriendid	Tekitada huvi metsa- ja puidusektoris töötamise vastu; soodustada valdkonnaalast teadustööd	<ul style="list-style-type: none"> • Metsa- ja puidusektor on oluline tuluallikas ning tööandja • Töö metsas on huvitav ja vaheldusrikas, töö metsas ei saa kunagi otsa • Kasutatavad töövahendid on kaasaegsed ja valdkond areneb kiiresti • Puit on Eesti tähtsaim taastuv loodusvara 	Koostöö keskkonnahuvilisi üliõpilasi koondavate ühingute ja seltsidega, atraktiivne esindatus üliõpilasmessidel-üritustel, koostööprojektid kooli- ja üliõpilaslehtedega, suhtlus koolidega praktikakohtade ja kontaktide loomise nimel sektori tulevaste töötajatega, stipendiumid

5. KOMMUNIKATSIOONIKANALID

Kommunikatsiooniprotsess kujutab endast sõnumi saatmist vastuvõtja(te)le mingi kindla kanali kaudu. Sõnumi saatmisel tuleb enda eesmärgi kõrval arvestada eelkõige vastuvõtja eelhäälestuse ja harjumustega. Seetõttu on sõnumi saatmisel ülioluline ka kanali valik, mis peab harmoneerima sihtgrupi eelistuste ja hoiakutega.

Metsasektoril on palju erinevaid sihtgruppe, kelleni oma infoga jõuda, ning need on kõik suhteliselt suured. Seetõttu peab kommunikatsioonikanalite hulk varieeruma ning olema siiski orienteeritud suhteliselt suurtele rahvahulkadele.

5.1. Kanalite valik lähtuvalt eesmärgist

Kommunikatsioonis kasutatavad kanalid ja meetodid saab jagada lähtuvalt eesmärgist, mille heaks need töötavad¹³. Olulisemad eesmärgid ja kanalid metsasektori kommunikatsioonis on:

- **kogemuse loomine:** suurema seotuse tekitamiseks metsa ja metsanduses toimuvaga tuleb soodustada inimeste isiklikku kokkupuudet metsaga

Vahendid selleks: metsakülastuste korraldamine, metsakoolide tegevus, õppe-, ratta- ja hobusega sõitmise radade, vaateplatvormide, telkimis- ja lõkkepaikade tagamine ning pakutavate võimaluste kommunikatsioon

- **informeerimine:** inimesed ei suuda tavaliselt piisavalt hinnata või suhestuda sellega, mille kohta nad eriti midagi ei tea, seetõttu tuleb metsasektori kommunikatsioonis pöörata tähelepanu metsaga seotud teemade mitmekülgsusele ja pikaajaliselt planeeritud teavitustegevusele

Vahendid selleks: info- ja reklaamikampaaniad, meediasuhted, artiklid, eriväljaanded, TV-saadet, internetilehed, meililistid, brošüürid, stendid, näitused, metsanädal jms

- **koolitus ja õpetus:** suunatud eelkõige laste ja noorte kontaktide suurendamisele metsaga ja teadmiste parandamisele metsast kui ökosüsteemist

Vahendid selleks: kooliõppe integreerimine metsandustemaatikaga, õpe metsas, õpetus vanematelt, aga ka täiskasvanute õpe (nt töö vabatahtlikuna)

- **osavõtt ja kaasatus:** teatud üldise teadlikkuse astmel on loodud alus dialoogiks ja vastastikuseks õppimiseks metsasektori ja väliste sihtgruppide vahel. Eelkõige aitab osavõttu ning kaasatust suurendavate tegevustega kasvatada inimeste keskkonnateadlikkust ja üldist huvitatust kogu metsasektoris toimuva vastu

Vahendid selleks: metsaistutamine, vabatahtlike abi metsatöodes läbi aasta, metsandusteemalised konverentsid ja foorumid

- **koostööprojektid:** toimiv koostöövõrgustik partnerorganisatsioonidega aitab

¹³ “Raising Awareness of Forest and Forestry. Building bridges between people, forests and forestry”, FAO/ECE/ILO metsandusspetsialistide ja FAO/ECE kommunikatsioonivõrgustiku ühisraport

ellu kutsuda ja läbi viia ühistegevusi, lahendamaks suurema mastaabiga ja laiemat ühiskondlikku kõlapinda leidvaid probleeme

Vahendid selleks: kindla eesmärgi nimel ellu kutsutud töögrupid võimalike liitlasorganisatsioonidega, nt koostööprojektid Päästeametiga vabatahtlike väljaõppe korraldamiseks ning nende mobiliseerimiseks metsatulekahjude ja kulupõlengute kustutamisel.

5. 2. Kanalite kirjeldus ja kasutus

Allpool on toodud olulisemad kommunikatsioonikanalid ning antud soovitusi nende kasutamiseks senisest efektiivsemaks metsasektori kommunikatsiooniks.

Sektorisese informatsiooni vahetamise põhikanalid ja printsiibid

Sektorisese kommunikatsiooni edendamiseks on hädavajalik leida regulaarne kooskäimise/suhtlemise vorm, samuti keskne suhtluskanal ning tagada ühtse kommunikatsioonitegevuse regulaarsus ja kanalite toimivus läbi pideva rahastuse.

Üks juhtimisorgan

Metsanduslase kommunikatsiooni teadlikuks planeerimiseks ja juhtimiseks oleks otstarbekas luua üks juhtorgan, mis tegutseks kogu valdkonna ühistes huvides ja tasakaalustatuse printsiibi alusel.

Üheks võimaluseks on luua ühtne nõukoda või ümarlaud, mille tehniline sekretariaat asuks nt keskkonnaministeeriumis ning mille sisuline juht tuleks vaheldumisi võimekamate sektoriorganisatsioonide seest (EMTL, Erametsa Liit, ELF jt).

Teiseks, ja strateegia koostajate arvates paremaks võimaluseks on anda see sektorit koondav ja koordineeriv funktsioon nn ühise koostöökoja funktsiooni täitvale ja juba olemasolevale organisatsioonile. Näiteks Eesti Metsaseltsile, mis on juba täna oma neutraalse positsiooni poolest olemasolevatest institutsioonidest selleks kõige kohasem. Metsaseltsi puhul on probleemiks küll liikmeskonna ebapiisavus (nt keskkonnakaitseorganisatsioonid pole juhtorganeis hetkel esindatud) ning võimalik, et täiendavalt vajaliku inimressursi puudus, ent mõlemad takistused on soovi korral ületatavad.

Ühtse juhtimisorgani eestvedamisel hakkaksid toimuma regulaarsed koosolekud ning töötama meililist, mille vahendusel käiks sisuline töö sektori kommunikatsioonilase ühistegevuse igapäevasel korraldamisel. Nimetatud koostöökoda toimiks selle juhtorganisse valitud inimeste kaudu ka ise valdkonnasisese infokanalina. Täpsemalt on ühtse juhtorgani vajalikkus ja võimalik töökorraldus lahti kirjutatud peatükis 6.1.

Keskne infovärv

Seni on metsanduslaseid infoportaale rohkelt, mitmed neist pole oma kvaliteedilt kuigi kasutajasõbralikud. Nii omavahelise kui välise kommunikatsiooni lihtsustamiseks oleks mõttekas muuta ühtseks mõni olemasolev portaal või luua lisaks juurde üks keskne infovärv, kust sektorivälised inimesed saaksid kiire vaevaga neutraalse ja objektiivse ülevaate kogu Eesti metsasektorist ja selle olulisematest liikmetest.

Ühisele veebilehele saaksid kõik osapooled üles panna oma uudiseid, sealt viiksid lingid ka kõigi olulisemate sektoriliikmete kodulehekülgedele. Ühtne veebikülg oleks ka valdkonna meediakajastuste keskne koondaja ja hea lähtematerjal meediale.

Sobiva domeeni leidmine ja registreerimine ühistes huvides ei tohiks olla raske ülesanne. Mõned näited nime poolest sobivate domeenide kohta: ühiseks infovärvaks hästi sobiv www.mets.ee on kasutusel puidu- ja metsatööstusettevõtte Lignator poolt; aadress www.metsad.ee on Metsakaitse- ja Metsauuenduskeskuse veeb; aadress www.eestimets.ee on eraisiku omanduses ja mitteaktiivne, mistõttu võib eeldada võimalust veebilehe kasutusõiguse omandamiseks. Lisaks on võimalik leida muu sobiv

domeeninimi või registreerida sobiv domeen .ee laiendi asemel mõne muu kasutusel oleva laiendiga (nt .org; .net vm).

Atraktiivne aastakonverents

Sektorisese suhtluse tihendamiseks tuleks metsanädala kõrvale luua kindlasti vähemalt üks täiendav ühissettevõtmise vorm, mis võimaldaks sisulist ning avalikkuse tähelepanu paeluvat arutelu sektori hetkeolukorra ja probleemide üle ning töötaks efektiivselt ka valdkonnasisese otsekanalina. Selleks võiks olla kord aastas korraldatav metsanduse aastakonverents, mis edendaks sektori ühistegevust ning võimaldaks aruteludesse kaasata lisaks sektori liikmetele ka poliitikuid, ajakirjanikke ning teiste valdkondade esindajaid.

Iga aastakonverentsi keskne teemapüstitus peaks olema päevakajaline ja võimalikult intrigeeriv, et muuta see sündmus atraktiivseks nii sektoriseselt kui ka välisele huvirühmadele ja laiemale avalikkusele. Keskse teema saab valdkonnasiselt kokku leppida ja vastavalt sellele kavandada ka konverentsiga seotud lisategevusi (nt teemal “Kas raiume rohkem kui istutame?” saab ettekannetes esitada vastavat statistikat, korraldada rühmatööd, planeerida huvilistele põnevaid väljasõite, teha avalikkusele suunatud avaldusi jne).

Aastakonverentsi raames võiks toimuda ka sektoriliikmete vastastikune tunnustamine ja tagasiside, mis lisaväärtusena aitaks metsandusele ka laiemal üldsusel tähelepanu tõmmata. Näiteks võiks iga aasta anda välja karikad (nt jämeda läbimõõduga ja rohkete aastarõngastega palgist lõigatud medalid) parima metsandusalase teo eest (kas isikule või institutsioonile), metsale “karuteene” teinud isikule või institutsioonile, silmapaistvaimale erametsaomanikule, kõige asjatundlikumale keskkonnaajakirjanikule vms. Neist olulisemate aunimede väljaandmine kujuneks aastatega omalaadseks oodatud ja kardetud meediasündmuseks, millel edaspidi juba suurem sümbolne väärtus (nt positiivne “Metsarahva” või “Kalevipoja” või “Laanekuklase” medal *versus* negatiivne “Karuteene” või “Kooreüraski” medal vms).

Samuti saaks aastakonverentsil jagada toetust ja tunnustust silmapaistvate metsandus- ja metsaökoloogia alaste teadus- ja uurimustööde tegijatele, ning käimasolevaid projekte võimalusel juba laiemale ringile tutvustada.

Välja antavate kategooriate ja hindamiskriteeriumite alused tuleb täiendavalt välja töötada, see jääks juba metsandusvaldkonna organisatsioonide ühist kommunikatsiooni koordineeriva juhtorgani ülesandeks. Ent kogu ettevõtmise peamine idee – jagada vastastikust tagasisidet ja avalikku tunnustust ning muuta metsanduses toimuv nõnda ka välisele sihtgruppidele atraktiivsemaks – aitab suure tõenäosusega parandada metsatemaatika nähtavust meedias.

Üleriigiline põhikampaania

Senine metsasektori liikmeid ühendav suurem kampaania on iga-aastane metsanädal maikuuks. Ka edaspidi peaks juba sissejuurdunud traditsioonidega metsanädal jääma üheks põhiliseks metsasektori poolt korraldatavaks ja laiemale avalikkusele suunatud aasta tähtsündmuseks, küll aga tuleb antud võimalust paremini ära kasutada ja metsanädal sektorivälisele inimestele senisest enam nähtavaks muuta.

Senise metsanädala kontseptsiooni olulisim puudujääk on selle vähene nähtavus meedias ja suhteliselt väike otsekontaktide arv. Selle põhjuseks on eelkõige metsanädala toimumine linnadest väljas, kuhu ei jõua kohale väga Tallinna-keskne üleriiklik ajakirjandus ning kus ka kohapealset publikut suhteliselt vähe.

Oma osa mängib kindlasti ka halb rollijaotus metsanädala kommunikatsioonitegevuses: iga organisatsioon paiskab välja oma metsanädalaga seotud sõnumi, puudub ühtne kommunikatsioonitegevust koordineeriv üksus.

Parema fookuse saavutamiseks ning ajakirjandusele meelepäraste uudissõnumite loomiseks peaks igal aastal olema metsanädalal üks, võimalikult konkreetne ja päevakajaline teema. Ka seni on metsanädalatel olnud oma moto, ent puudulikuks on jäänud selle selgitamine ning aktuaalsus: nt 2006. aasta metsanädala moto “Mets muutub ja muudab” on väga üldine ning ei paku erilisi võimalusi uudislikuks teemakäsitluseks. Mõistagi võib kokkuleppele jõudmine konkreetse aasta metsanädala põhisõnumi osas raske olla osapoolte erinevate huvide tõttu, ent kommunikatsiooni pikaajalise planeerimise korral ei tohiks see siiski üle jõu käivaks osutada.

Kindlasti tuleb metsanädal muuta paremini nähtavaks vähemalt suuremates linnades, soovitatavalt ka võimalikult paljudes maakonnakeskustes, tuues vähemalt ühe ürituse või ürituste sarja linnadesse.

Metsanädala linnatoomiseks on võimalik kaaluda kontsertide ning nendega seonduvate meelelahutus-informatiivsete ehk *infotainment*-tüüpi ürituste korraldamist linnade keskväljakutel või parkides. Üks võimalus on tuua metsanädala sedalaadi üritused ja teavitustahendid isegi suurtesse kaubanduskeskustesse või nende parklatesse, kus on tagatud suurem kontaktide arv ja tähelepanu teemale.

Metsanädalale aitaks senisest suuremat tähelepanu tõmmata ka kindla meediapartneri olemasolu. Teema paremaks teavitamiseks sobiks koostöö eelkõige mõne raadiokanaliga (nt Vikerraadio ja venekeelne R4), sest raadiost saab kõige paremini teha operatiivseid lülitusi erinevatesse Eesti kohtadesse, kus metsanädala tegevus toimub, lasta metsateemalist muusikat, korraldada kuulajatele kaasaelamisrõõmu pakkuvaid viktoriine jms.

Võimalus metsanädal laiema avalikkuse (eelõige linnainimese) jaoks olulisemaks muuta, on ka näiteks kampaania “Istuta oma pere puu!”. Selle raames jagatakse või müüakse (hind nt ca 2 krooni istik) linlastele puustikuid koos õpetusega, kuhu neid sobib istutada. Samas saab koos istikuga edastada infokandja esmaste faktidega metsade olukorra ning metsa kui ökosüsteemi kohta.

Samuti võib kaubanduskeskustes metsanädala raames üles seada ajutised infovahendid, mis õpetavad lapsi eristama erinevaid puuliike, annavad infot eestimaistest puidutoodetest, metsa tähtsusest puhta elukeskkonna säilitamisel, metsapuhkuse võimalustest jpm.

Metsanädala meediakajastuse suurendamiseks ning metsandusteema paremaks jõudmiseks poliitikute agendasse tasuks programmi integreerida ka eraldi üritusi poliitikutele. Nii näiteks võiks Toompeal metsanädala raames toimuda eraldi infopäev sektori hetke aktuaalsemail teemadel, millele aitaksid vürtsi lisada nt metsandusteemaline näitus Toompea lossi fuajees ja VIPide meelelahutuslik võistlus Toompea lossi ees või hoovis (stiilis “sae täpselt 2 kg raskune puupakk”). Ühtlasi saaks nimetatud tegevustega siduda meediale ning laiemale avalikkusele suunatud elteavituse.

Hooajalised kampaaniad

Aasta tähtsündmuse – metsanädala – kõrval tuleks aastaringselt tähelepanu pöörata ka lühikampaaniatele, mis aitavad fookuses hoida metsadega seotud aktuaalseid teemasid.

Kevadel võiks korraldada iga-aastaseid metsaistutustalguid, mis erinevalt senisest oleksid sektoriülesed, juhitud ühise kommunikatsiooniplaaniga ning mahult suuremad. Kampanias osalejad saaksid ühtsed teavituspõhised materjalid, lisaks aitab ühisorganiseerimine luua korraliku osalejate tänamise süsteemi, mis võimaldaks juba tekkinud kontakte pikaajaliselt kasutada ja väärtustaks pikaajalisi metsaistutajaid (nt märk, kleebis vms vastava aasta numbriga; ideaaljuhul võiks meene aasta-aastalt kasvada nagu puu aastaringide kaupa või kujuneda osalejatele omalaadseks kollektsioneerimise atribuudiks).

Kui praegu on vabatahtlikud kaasatud vaid metsa istutamisse ning suuresti teadvustatakse metsaga seotud töödena vaid metsa istutamist ja metsa raiumist, siis potentsiaali pakuvad kindlasti ka teised tööd metsas. Seega võiksid erametsaomanikud ja RMK senisele tegevusele lisaks kutsuda vabatahtlikke üles ka metsa hooldama, mitte ainult istutama. Metsahoolduskampaniad aitaksid laiendada arusaama metsanduse olemusest ja anda edasi sõnumit, et metsa kasvamine sõltub suuresti just sellest, kuidas istukuid hooldatakse.

Suvel tasuks ette võtta nt perekondlikud taimede tundmise ja herbariumisse kogumise võistlused, mis aitaks veidi parandada teadmisi metsast kui ökosüsteemist. Analoogselt üle maailma tuntust koguva geopunkti mänguga, mille käigus tuleb kindla aja jooksul külastada erinevaid ette antud geograafilisi punkte maailmas, ilmuks näiteks vastaval veebilehel või ajakirjanduses (koostööprojekti raames) üleskutse minna metsa ja leida metsa alt nt kümme kindlat taime. Kogutud taimed tuleb panna herbariumisse (või saata nendest digipildid vms), kõigi osalejate vahel loositakse välja auhinnad (metsapuhkuse nädalavahetus koos majutusega, matk giidiga vms).

Sügisel seostub inimestel metsaga eelkõige seene- ja marjakorjamise võimalus. Viimastel aastatel on Edelaraudtee korraldanud nn väljasõite metsa, mis ühtaegu propageerivad loodussõbralikku ja mugavat (võimalus võtta ratas rongi kaasa) liikumisviisi, teisalt teevad metsapuhkuse võimalikuks ka inimestele, kellel metsa kodu läheduses pole ning ei ole ka sobivat liiklusvahendit metsa saamiseks. Analoogseid üleskutseid sügisel metsa minna võiks metsasektor koostöös rongifirmaga või miks mitte ka mõne bussifirmaga ("Metsabuss") korraldada igal aastal. Lisaks metsakülastajate isiklikule kasule (korilus, matkamine) aitab see kaasa metsapuhkuse ja metsade väärtustamisele eelkõige linnaelanike seas. Samadel alustel saab korraldada ka mastaapsemat vabatahtlikku metsakoristuskampaniat vms.

Võrreldes suvise ajaga on hetkel kindlasti alakasutatud talvise metsapuhkuse võimalused. Suusaradade ja loomade toitmise kohtade kõrval võiks analoogselt roheliste kevadisele rattamatkale talvel ette võtta talvise matka läbi lumise Eesti metsa (läbi nii kahjustatud kui korrektselt üles töötatud lankide või lihtsalt huvitavate metsakoosluste).

Talveajal on võimalus rohkem tähelepanu pöörata ka tubastele metsaga seotud tegemistele, nt puutööle. Puidu kui ehitus- ja sisustusmaterjali propageerimiseks ning laste käsitöökuse parandamiseks võiks näiteks koostöös Rocca al Mare vabaõhumuuseumiga korraldada regulaarseid põliste puutööde tegemise kursuseid, millest osavõtjad leiaksid tegevust alates puust loomade või rehapulkade voolimisest kuni toolide või puust regede valmistamiseni.

Talvisel ajal on aktuaalne ka metsa müük ning lähtuvalt selle valdkonna põhiprobleemist – enne metsa müümist ei kontrollita piisavalt ostja tausta – tasuks kampania korras levitada sõnumit stiilis "müü metsa vaid korralikule ostjale!".

Teabematerjalid

Üldiste kirjalike teabematerjalide väljatöötamise juures on tähtsaim põhimõte, et sõnumistrateegia kesksed sõnumid läbiksid võimalikult paljusid strateegia rakendamises osalevate organisatsioonide teabematerjale. Ühtlasi eeldab see, et osalised lepivad kokku seni eriarvamusi põhjustanud seisukohtades (nt metoodika raie ja juurdekasvu vahelise tasakaalu arvutamiseks).

Muus osas ei ole liigne tsentraliseerimine otstarbekas, va üksikud suured kampaaniad, mille puhul lähtuvad teabematerjalide jaotuspõhimõtted sellest, kui palju ressursi osalejatel on ning millise alasihtrühma puhul millist kommunikatsioonis osalevat organisatsiooni on otstarbekas kasutada.

Kujunduslikult võiksid sektoriliikmete ühismaterjalid järgida ühtset kujundikeelt, maine seisukohalt on väga oluline keeleline korrektsus ja liigse keerukuse vältimine. Samuti tasub meeles pidada mitmekeelsuse vajalikkust, sh võiks eesti- ja venekeelsete materjalide kõrval mõningate üle Eesti jagatavate üldhuvi- ja esindusriikide puhul silmas pidada ka muude keelte (nt inglise, soome, saksa vm) esindatust. Nõnda oleks tagatud Eesti metsandust puudutava baasinfo ja eripärade jõudmine ka meie külaliste teadvusse (turistid, matkajad jt).

Lisaks osapoolte välja antavatele organisatsioonispetsiifilistele trükistele oleks sektoriülese teabematerjalina soovitatav välja anda metsasektori ühist aastaraamatut, mis oleks loetav ja huvipakkuv ka sektoriväliselt ning mis keskenduks vaid kõige olulisematele sõnumitele ja numbrilistele näitajatele. Hetkel täidab antud eesmärgi aastaraamat "Eesti mets", mis on aga kindlasti liiga infomahukas, numbrikeskne ja raskesti arusaadav välistele sihtgruppidele. Plaanitav ühine aastaraamat täidaks metsasektori liikmete jaoks eraldivõetult esindusriikide funktsiooni ning aitaks kaasa sektori ühtse näo ja maine kujundamisele. Selle iga-aastase esitluse saaks siduda metsanduse aastakonverentsiga või hoida sellest lahus ja kavandada täiesti eraldiseisva esitlusüritusena sektori võtmeorganisatsioonide, peamiste sihtrühmade ja ka meedia esindajatele.

Meediasuhted

Meediasuhete puhul tuleb peaaegu kõigi sektorisse kuuluvate organisatsioonide puhul alustada üldise meediasuhete alase kompetentsi suurendamisest. Ühishanke korras ette võetud meediasuhete alased koolitused ja meediatreeningud, ühtse meediasuhete reglemendi ja põhisõnumite kogumiku väljatöötamine jm sellekohased tegevused aitaksid kokku hoida kulusid ning suurendaksid valmisolekut ja oskust oma sõnumi viimisel laiema avalikkuse ette.

Nagu eespool mainitud, peavad metsasektori liikmed kindlasti parandama omapoolset infoedastuse tihedust ning olema meediasuhetes proaktiivsemad. Vastasel juhul on alusetu eeldada, et suureneb meedia huvi metsasektoris toimuva vastu ning infot jõuab meedia vahendusel põhiliste sihtgruppideni senisest rohkem. Omapoolne aktiivsus ja avatus suhtlemisel ajakirjandusega on võti, mis avab võimalused teisemaks suhteks meediaga ning suurendab metsandusteemaliste kajastuste tõenäosust.

Regulaarsete meediasuhete puhul on mõistlik kokku leppida omavaheline tööjaotus: nt keskkonnakaitsjad hoiavad suhteid eelkõige keskkonnakaitsese teemal kirjutavate ajakirjanikega, puidu- ja metsatööstuse ettevõtted valdavalt majandusajakirjanikega, ministeerium ja RMK uudistetoimetustega, koostööprojektide puhul korraldatakse suhtlust ühiselt jne. Samas peab kindlasti jälgima, et valdkonnaülesed sõnumid jõuaksid avalikkuse ette ikka tasakaalustatult ning läbi ausa ja objektiivse

infoedastuse.

Omamaks ülevaadet sellest, kes, millal ja mis teemadel on meedias metsandust kajastanud, tasub sektoril tellida ühtset meediamonitooringut, mis aitaks kokku hoida kulusid ning parandaks kõigi osapoolte ülevaadet meedia vahendusel avalikkuse ette jõudvast materjalist metsasektori kohta. Ühtlasi võimaldaks see vajadusel kiiresti reageerida ja kujundada välja ühised seisukohad võimalike väärarusaamade kummutamiseks või avaliku diskussiooni suunamiseks metsanduse valdkonna ühishuvidest lähtuvas suunas.

Temaatilistest meediakajastustest peaks ülevaate saama sektoriliikmeid koondavalt veebilehelt, see tõstaks ka antud ühise metsandusteemalise veebikülje väärtust nii sektorisiselt kui ka -väliselt. Kirjete *online*-monitooring võiks olla kättesaadav ka tavakülastajale.

Tutvumisreisid

Lisaks kaardistatud ja olemasolevatele tutvumisreisidele, mis valdavalt keskenduvad metsanädalale, võiks näiteks EMTL kui metsa- ja puidutööstusettevõtteid koondav ühendus korraldada regulaarseid külaskäike tööstustesse koolivaheaegadel, mil lastel ja õpetajatel rohkem aega ning soovi kooliväliseks ettevõtmisteks. Eelkõige puudutab see maalapsi, kelle puhul asuvad tööstused ka sageli suhteliselt kodu lähedal.

Tutvumisreiside aegade planeerimisel tuleb arvestada ka tööstuste eelistusi - nt Imavare või Kunda suurtööstused peaksid olema avatud siis, kui see neile kõige sobivam on, mitte just metsanädala ajal.

Koostööprojektid

Metsasektori koostööprojektid teiste asutuste ja organisatsioonidega peavad lähtuma eesmärgist siduda metsateemat teiste eluvaldkondadega, laiendamaks nõnda inimeste kokkupuudet ja tihendamaks emotsionaalset suhet metsaga.

Nt haridus- ja teadusministeeriumiga koostöös tuleks tegutseda metsaõppe propageerimisel ning metsatemaatika integreerimisel teiste ainetega.

Selleks, et metsas toimuvat igale koolilapsele veidigi lähemale viia, võiks käivitada üle-eestilise nn metsandusteemalise ringkäigu, mille esimeses etapis töötatakse välja heatasemeline abimaterjal (videofilm, buklett, puidust meene) ning maskott, kes hakkaks metsatemaatikat tutvustama. Teises etapis saaks siis käivitada süsteemi, mille alusel hakkaks seesama maskott külastama algklasside õpilasi klassijuhataja tundides (ühekordselt, üle Eesti). Analoogina võib siinkohal välja tuua politsei maskoti lövi Leo, kes külastab koole ning noorteüritusi, jagades lastele meelelahutuslikus vormis liiklusohutusosalast teavet. Metsandusteemaline ringkäik Eesti koolides võiks olla mitmeaastane projekt ning selle käigus ringlevat maskotti saab siduda ka teiste algatustega (nt valitakse aasta loom ning sel aastal ringleb koolides just selle looma maskott ehk "külaline metsast").

Koostöös kultuuri- ja sotsiaalministeeriumiga saab propageerida tervisespordi võimalusi metsas (orienteerumine, kepikõnd matkaradadel) ning rõhutada metsa rolli eestlaste kultuuriloos (nt kunstiraamat metsast Eesti kunstis, metsandusteemaliste laulude plaat, metsaga seotud muistendite-vestete raamat, metsateemaline luulekogumik või näitus).

Eesti puidutööstusettevõtete koostöös tasub korraldada ühistegevusi puidu kui ehitus- ja sisustusmaterjali propageerimiseks. Juba täna valib EMTL Eesti parimat puitehitist, selle ettevõtmise puhul annab kommunikatsiooni kindlasti edendada – nt võrreldes parima betoonehitise valimise protsessile osutatava tähelepanuga saab puitehitise valimine vähe tähelepanu. Koostöös disainerite liiduga või Kunstiakadeemiaga võiks korraldada konkursi rakendusliku disaini alal, kus kunstitudengid või tunnustatud kunstnikud konkureerivad puidust disainitoodete valmistamisel vms.

Suurt potentsiaali peidavad endas ka erinevad koostööprojektid meediaväljaannetega, mida on seni tehtud vähe, aga mille puhul saab üsna täpselt arvestada sihtgrupi ootustega ning suunata oma sõnum otse vajalikule sihtgrupile. Mõned näited: lastele suunatud jutuvõistlus koostöös ajakirjadega Täheke või Meie Laps; metsateemaliste muistendite kogumine koostöös Videviku, Eesti Naise või Elukirjaga; metsaspordi võimaluste tutvustamine spordiväljaannetes; metsanädala raames metsapäeva (“Stuudio metsas”), temaatiliste lülituste, viktoriinide korraldamine mõnes üleriigilises või kommertsraadio kanalis jms.

Päästeametiga koostöös on oluline parandada teavitustegevust metsatulekahjude ennetamiseks ning vabatahtlike koolitust ja mobiliseerimist metsatulekahjude ja kulupõlengute kustutamisel. Näiteks võiksid metsasektori organisatsioonid koostöös Päästeametiga luua mittetulundusühinguid, mille liikmed aitaksid pärast vastava koolituse saamist kustutada kulupõlenguid või isegi metsatulekahjusid.

Juba praegu teeb Päästeamet koolides ja lasteaedades tuleohutuse alast ennetustööd, külastades lasteasutusi ning kõneledes-õpetades, kuidas ümber käia tulega, miks on oluline suitsuandur jne. Metsasektori inimesed omalt poolt võiksid nimetatud programmi varustada spetsiifilise infoga kulupõletamise teemal (mida kindlasti teha ei tohi, kuidas käituda, kui märkad põlengut jne), nii et Päästeamet hariks lapsi ka sel teemal, jõudes seeläbi ühtlasi oma sõnumitega ka lastevanemateni.

Innovatiivsed lahendused

Metsateema toomisel ühiskondlikku agendasse pakuvad võimalusi eelkõige suured üle-eestilised kampaaniad (eelkõige metsanädala raames), mille puhul ei tasu peljata veidi riskantsemaid lähenemisi – nt linnade raekodade katmine puuistikutega, metsateavet jagava metsabussi käivitamine (analoogselt kino-, füüsika- või pangabussile), metsateemast inspireeritud moekollektsioonide võistlus jms.

Metsasektor on Eestis teinud vähe telereklaami. Ühelt poolt on see kallis ning ei tasu üksikute organisatsioonide lõikes ära, teisalt aga tagab massiivne telekampaania selgelt kõige suurema kontaktide arvu ning on sobilik sektoriüleste põhisõnumite edastamiseks. Sellest lähtuvalt võiks metsasektor valmistada ühistellimuse alusel 5-6 heatasemelist ja suhteliselt lühikest hoiatavate või harivate sõnumitega reklaamiklippi, mis oma sõnumite neutraalsuse poolest liigituksid eelkõige sotsiaalreklaami valdkonda ning mille puhul oleks võimalik läbi rääkida tasuta eetriaaja saamiseks avalik-õigusliku telekanaliga ETV.

Nimetatud reklaamiklippe saaks eetrisse lasta aasta läbi ja need sobiksid hästi telekanalile erinevate saadete vahel tekkivate eetriaukude täiteks. Konkreetne sõnum valitaks alati lähtuvalt aastaajast. Klippide põhisõnumid võiksid olla nt: “Ole metsas tulega ettevaatlik!”, “Matka Eesti metsas!”, “Mets ei ole prügikast!”, “Müü mets vaid korralikule ostjale!”, “Tule istuta metsa!”, “Kõigi maade erametsaomanikud, ühinege!”, “Läki seenele!”, “Teata sigadustest metsas!” jne. Klipid peaksid olema lühidad, lihtsad ja löövad, põhisõnumile lisaks saab sellega siduda ka kõige olulisema lisainfo (nt põhisõnum “Teata sigadustest metsas!”, lisainfo: “Kui sulle tundub, et

metsas raiutakse ilma omaniku loata või saadetakse korda midagi muud kahtlast, helista kohe telefonil ...”).

Nähtavasti oleks kõige kohasem sellisel juhul teadvustada laiemalt Keskkonnainspektsiooni valvetelefoni numbrit. Ja isegi juhul, kui teleklippe ei teostata, väärib nimetatud telefoninumber ka iseseisvalt suuremat kommunikatsiooni, sest aitab kasvatada kodanikuvalvsust ja ennetada võimalikke metsakahjustusi.

Senisest aktiivsemalt tasub metsasektoril inimeste teavitamiseks ja mobiliseerimiseks kasutada elektroonilisi kanaleid: nt RMK metsatalgutel osalenud inimeste andmebaas ja ELFi vabatahtlike andmebaas võiksid olla aluseks, mille põhjal kokku panna metsatemaatikast huvitatud inimeste nimekiri, kellele (juhul, kui nad oma vastavat soovi kinnitavad) saaks nt iganädalase või igakuise ringkirjana saata olulisemat infot metsaga seotud ürituste ja ettevõtmiste kohta (metsanädal, metsaistutustalgud, metsakonverents, vabatahtlike töö metsas vms).

Oluliselt julgemalt võiks metsasektor ellu kutsuda ka poolmeelelahutuslikke ettevõtmisi: nt “Aasta puu” või “Aasta metsloom” valimist/väljakuulutamist (analoog ornitoloogide poolt aasta linnu valimisele, saaks siduda metsandusteemalise ringkäigu maskotiga), huvitavate puude/kändude valimise võistlust, puukoore mustrite võistlust, eestimaise metsandusteemalise lauamängu või arvutimängu väljatöötamist jms.

Kindlasti tuleks metsasektori kommunikatsioonis praegusest enam panustada teadlastele, kes lisaks sõnumitele usaldust, uudsust, Eesti kohalikku omapära ja aitaksid metsaga seotud teemaderingi laiendada ning populariseerida oma tasakaalukal ja argumenteeritud moel.

Lisaks võiks koostöös erasektoriga jagada nt metsanduse aastakonverentsi käigus stipendiume üliõpilastele, kes tegelevad metsanduse ja metsaökoloogiaga seotud uurimustöödega. Jagatavad toetused innustaksid üliõpilasi uurima metsanduse ja ökoloogiaga seotud probleeme ning nende rakenduslikke lahendusi.

Aasta-aastalt saab aina enam tähelepanu ka parimate õpilasfirmade valimine. Sidumaks seda trendi metsatemaatikaga, võiks sektor iga-aastaselt välja anda eripreemia parimale puitu kasutavale õpilasfirmale.

6. KOMMUNIKATSIOONISTRATEEGIA ELLUVIIMINE

6.1. Juhtorgan

Kommunikatsioonistrateegia reaalseks tööle hakkamiseks on vaja kehtestada selge süsteem, kelle vastutusalasse jääb ühistegevuse koordineerimine. Ideaalis peaks kommunikatsioonitegevust koordineeriv üksus (edaspidi koostöökoda) olema neutraalne ja kõigile sektori liikmetele vastuvõetav, st kes pole poliitiline ega selgelt ühe huvigrupi teenistuses. Ühtlasi eeldaks see, et nimetatud organisatsioon omab juba piisavalt kommunikatsioonialast kompetentsi.

Eesti olukorda analüüsid vastab nimetatud kriteeriumitele kõige enam Eesti Metsaselts kui sõltumatu organisatsioon, kelle ülesannete hulka metsandusteemaline teavitustöö praegugi teataval määral kuulub. Töö mahukuse ja olulisuse tõttu tuleks seltsi juurde nähtavasti luua eraldi töökoht, mille täitja ülesandeks olekski metsasektori ühiskommunikatsiooni korralduse koordineerimine.

Kindlasti vajab siis ülevaatamist ka metsaseltsi tegevusega seotud institutsioonide ring, kuhu tuleb kaasata keskkonnaorganisatsioonide ühendused, kes hetkel Eesti Metsaseltsis esindatud ei ole. Peamine, et juhtorgan oleks tagatud valdkonnaülene esindatus ja tasakaal kõigi olulisemate huvirühmade vahel, vastasel juhul ei esinda see metsasektorit tervikuna ning igasse plaanitavasse tegevusse on sisse programmeeritud võimalik väline vastasseis.

Kas ning kuidas ühist kommunikatsioonitegevust metsaseltsi alt täpselt korraldama hakata (kas liidetuna seniste juhtimisorganitega, eraldi projekti vormis või muul moel), vajab sektorisisest arutelu ja ühist otsust. Ent esmajärjekorras peab olema saavutatud kõige tähtsam põhimõte – ühises koostöökojas on esindatud kõik sektori olulisemad liikmed, kelle täpsemad funktsioonid jaotuvad sõltuvalt valitud tegevussuundadest omavahelise kokkuleppe alusel. Mõistagi eeldab see kõigilt huvirühmadelt kompromisse, kuid siinjuures tasub meeles pidada, et neid peavad tegema kõik ja seda just sektori ühistes huvides.

6.2. Finantseerimine

Kommunikatsioonitegevuse koordineeriva üksuse ehk koostöökoja loomine aitaks parandada ka teavituseprojektide rahastamise regulaarsust. Nimetatud küsimuse klassifitseerimine teisejärguliseks võib põhjustada kogu sektori ühtsele kuvandile olulisi probleeme ja vajab kindlasti eraldi tähelepanu ning valdkonna kõiki osapooli rahuldavate rahastuspõhimõtete määratlemist.

Nagu tuli välja metsanduse senise kommunikatsiooni analüüsist ja fookusgruppide tagasisidest, toimub teavitustegevuse finantseerimine valdavalt projektipõhisena. See omakorda tingib sageli tegevuste lühiajalisuse või ebaregulaarsuse, sest erinevad organisatsioonid, eelkõige avalik ja mittetulundussektor saavad kommunikatsiooni- projekte teostada vaid välise rahastuse olemasolu korral. Projekti lõppedes ei ole aga üldjuhul tagatud seniste tegevuste jätkumine, mis ühtlasi tingib sihtrühmade alainformeerituse ja võib kaasa tuua rahulolematuse kasvu.

Metsanduse valdkonna ühtse kommunikatsiooni regulaarsuse kindlustamiseks tuleks tegevuste finantseerimine viia uutele alustele. Metsanduse kommunikatsiooni kõigi erinevate tegevuste finantseerimise saaks kanaliseerida läbi keskse juhtorgani, kus langetatakse ühiselt olulised otsused prioriteetsete projektide teostamiseks ja seega ka rahastamiseks.

Keskonnainvesteeringute Keskuse (KIK) rahastus metsanduse kommunikatsiooni- projektide teostamiseks suunatakse sellisel juhul olulises osas läbi nimetatud koostöökoja, kes omakorda saaks sisemise kokkuleppe ja tasakaalustatuse põhimõtete alusel korraldada projekte ellu viivate organisatsioonide valikut ning teostada paremini ka sisulist järelevalvet tegevuste üle.

Ideaalis võiks metsandusvaldkonna kommunikatsioonile KIKi poolt teatud perioodiks (2-3 aastat) eraldatav summa minna metsanduse koostöökojale ca 70% ulatuses, kust selle jagamine toimuks lähtuvalt strateegiasse sisse kirjutatud prioriteetsetest tegevus- suundadest.

Mõistagi ei kuulu rahastamise korraldamise lõpliku mudeli väljatöötamine käesoleva strateegia koostajate pädevusse ning antud kirjeldust võiks käsitleda eelkõige soovitusliku ettepanekuna.

Samas, selliselt oleks tagatud strateegias määratletud pikemaajaliste valdkonnaüleste teavitustegevuste regulaarne rahastamine ning nende kvaliteetne teostus.

6.3. Strateegia uuendamine

Kommunikatsioonistrateegiat uuendatakse ja ajakohastatakse koostöökoja poolt vajadusel igal aastal, määratledes vastavalt valdkonnasisesele kokkuleppele konkreetse aasta fookussuunad ja põhitegevused. Olukorra muutudes või täiendava vajaduse korral on võimalik strateegia uuendamise käigus igal aastal täpsustada ka valdkonna keskeid sõnumeid.

Kommunikatsioonitegevuste ülevaade ning aastaplaanide tutvustus ja arutelu on osa metsanduse aastakonverentsi agendast. Aastakonverents saab anda ka hinnangu koostöökoja tegevusele metsanduse valdkonna ühise kommunikatsiooni korraldamisel.

6.4. Tulemuste mõõtmine

Kommunikatsiooni edukuse mõõtmiseks tuleb:

- viia läbi regulaarseid **uuringuid**, kaardistamaks olulisemate sihtgruppide metsaga seotud hoiakute ja teadmiste muutumist ajas (üle-eestilised arvamusuuringud, uuringud metsasektori liikmete seas, fookusgrupi intervjuud). Üle-eestiliste arvamusuuringute metoodika võiks tulemuste võrdlusmomenti aastate lõikes ja kuluefektiivsust silmas pidades tugineda senistel RMK tellimusel läbi viidud esinduslikel uuringutel; samas tuleks siis vastavate uuringute RMK-kesket vaatenurka kindlasti laiendada

Olulisemad näitajad, mida mõõta, on: teadlikkuse tõus metsanduses toimuvast olulisemate sihtgruppide seas, metsa sotsiaalsete, majanduslike, kultuuriliste ja ökoloogiliste funktsioonide ühtlasem teadvustamine, metsakülastuste arv ning hetkeolukorrale vastav objektiivne teadmine raie ja istutamise vahelise tasakaalu kohta.

Konkreetsed eesmärgid 2008. aasta lõpuks võiksid olla järgmised: sagedamini kui kord aastas metsa külastavate inimeste arv pole vähenenud (praegu 89%); huligaansuste arv metsas pole suurenenud (lähtub RMK ja KKI hinnangust); erametsaomanike senisest suurem koondumine (senise 2% asemel koondavad erametsaomanike ühendused vähemalt 20% metsaomanikest); tasakaalustub metsa sotsiaalse, kultuurilise, ökoloogilise ja majandusliku rolli teadvustamine (viimane on praegu laiema avalikkuse silmis alaväärtustatud); paraneb arusaam metsa elutsüklist (istutamise ja raie vahele jäävatest etappidest); väheneb arusaam, et metsa raiutakse rohkem kui uut peale kasvab (eeldusel, et raie ja istutamismahud jäävad tasakaalu, praegu usub vastupidist 63% vastanuist); paraneb metsasektori töötajate hinnang eri sihtgruppide üldisele teadlikkusele metsanduses toimuvast (võrreldes 2006. aasta uuringu tulemustega).

- teostada regulaarset **meediamonitooringut**, mõõtmaks valdkonnaalaste kajastuste kvantiteedi ja kvaliteedi muutust ajas

Olulisemad näitajad, mida mõõta, on: metsandusest regulaarselt kirjutavate ajakirjanike arv, meediakajastuste üldarv, jaotumine hoiaku järgi (positiivne, negatiivne, neutraalne), võrdlus teiste mahukamate teemavaldkondadega aastate lõikes, ajakirjanike hinnang metsasektori ühiskommunikatsiooni kvaliteedile (kommunikatsiooniauditi põhjal).

Konkreetsed eesmärgid 2008. aasta lõpuks võiksid olla järgmised: meediakajastuste arvu kasv aastas 50% (2005. aastal 1128); teemaderingi laienemine (metsast ei kirjutata mitte ainult valdavalt liigraie ja tulekahjude korral); neutraalse hoiakuga lugude arvu suurenemine; ajakirjanikepoolse hinnangu paranemine metsasektori kommunikatsioonile.

- kehtestada suuremate aktsioonide puhul konkreetsed **ettevõtmisepõhised mõõdikud**

Olulisemad näitajad, mida mõõta, on: metsanduse aastakonverentsil osalejate tagasiside konverentsile, sektori koostööle ja suurematele kommunikatsioonitegevustele, metsandustöödega seotud vabatahtlike arv, metsa- ja metsatööstusettevõtete külastuste arv jms. Ehkki hetkel ei saa üheseid alusnäitajaid välja tuua, on ajalises perspektiivis oluline kõigi mainitud ettevõtmiste ja muude võimalike tegevuste puhul näitajate paranemine aasta-aastalt.

7. TEGEVUSKAVA AASTANI 2008

Käesolev taktikaline tegevuskava aastani 2008 määratleb olulisemad kommunikatsiooni-tegevuse põhisuunad tähtsamate sihtgruppide ja tegevuste kaupa, tuues välja ka tegevuste hinnangulised maksumused. Tegevuskava on esitatud metsasektori liikmetele soovituslikuna ning vajab enne lõplikku kinnitust ning taktikaliste tegevusplaanide koostamist osapoolte vahelist arutelu ja ühist aktsepteringut, vajadusel ka täiendavaid täpsustusi erinevate tegevuste lõikes.

7.1. Üldised tegevused

Eesmärk	Tegevus	Ligikaudne maksumus aastas
Arusaama lihtsustamine sektoris toimuvast, põhiinfo parem kättesaadavus	Ühtse infovärava loomine või mõne olemasoleva veebikeskkonna ümberkohandamine (üldpilt Eesti metsasektorist, baasinfo, sündmuste kava, lingid põhitegijateni, sektori meediamonitoring jm)	50 000 EEK + jooksev hooldus
	Ühtse aastaraamatu väljaandmine (kõikide osapoolte kaasamine, põhifaktid ja sõnumid, lihtne keel ja visuaalne atraktiivsus)	150 000 EEK
	Aastaringset näidatavate sotsiaalreklaamide teostus (5-6 klippi, nt ETVs näidatav)	500 000 EEK
	Aasta puu/metsataime/looma valik	jooksvad kulud
Metsanädala suurem nähtavus ja aktuaalsus*	<ul style="list-style-type: none"> Tegevuse viimine ühtse juhtimise alla (metsaselts) Selge põhisõnum ja sellest lähtuvad tegevused olulisematele sihtgruppidele Tegevuse toomine ka suurlinnadesse 	olemasolevate ressursside parem ärakasutamine (suurusjärg võrreldav eelmiste aastate eelarvega)
Tähelepanu tõmbamine olulisematele sektori probleemidele	Tuleohutuskampaania (reklaam, infomaterjalid, meediapind)	250 000 EEK
	Metsakoristuskampaania (teavitus, toitlustus)	100 000 + erasektori toetus
	Metsakuritegude vastane teavitus- ja reklaamikampaania (metsakuritegudest teatamise infotelefoni kommunikatsioon + "Müü metsa vaid korralikule ostjale" sõnum)	200 000 + erasektori toetus

* Vt ka lisaõvitusi ptk 5.2.

7.2. Tegevused sihtgrupiti

Eesmärk	Tegevus	Ligikaudne maksumus aastas
Sihtgrupp: metsasektori liikmed		
Omavahelise infovahetuse ja koostöö parandamine	Regulaarsete koosolekute korraldus ja ühtse meililisti loomine	jooksvad kulud
	Iga-aastased koostöökonverentsid, sh sektorisisene tunnustamine	100 000 EEK
Meediasuhete alase kompetentsi suurendamine	Meediatreeningud kõneisikutele ja teavitustöö tegijatele	75 000
	Ühtse meediasuhete reglemendi ja põhisõnumite kogumiku koostamine	50 000 (ühekordne kulu)
	Ühise meediamonitooringu tellimine	75 000 EEK
Sihtgrupp: õpilased		
Hooliva suhtumise kujundamine metsa	Metsandusteemaline ringkäik koolides (nt klassijuhatajatundides): videofilmi, infomaterjali, meene ja maskoti väljatöötamine	125 000 EEK + jooksvad korralduskulud
	Metsa- ja puidutööstuse külastusvõimaluste parandamine	jooksvad kulud
	Jutu-, joonistus-, foto-, naljaka puu, kännu või kooremustri võistlus koostöös lastele suunatud kanalite/rubriikidega	50 000 EEK
	Lastele suunatud lõbusa metsandusteemalise telesarja tootmine (nt ETVs, 6-10 osa)	500 000 EEK
	Metsa- ja loomajuttude kogumiku väljaandmine koostöös mõne kirjastusega	50 000 EEK
	Puutöökoolitused talvel koostöös Rocca al Mare vabaõhumuuseumiga	25 000 EEK
	Lindude pesakastide meisterdamise aktsioon kevadel	sama suurusjärg senise eelarvega
	Metsasektori kui tööandja populariseerimine	Atraktiivne esindatus õpilasmessidel
	Lauamäng/arvutimäng metsa elutsükli põhjal	100 000 EEK

Eesmärk	Tegevus	Ligikaudne maksumus aastas
Sihtgrupp: abiturientid-üliõpilased		
Metsa- ja puidusektoris töötamise vastu huvi suurendamine	Atraktiivne esindatus (üli)õpilasmessidel	jooksvad kulud
	Parima puitu kasutava õpilasfirma eriauhind	10 000 EEK
	Meediakoostöö metsa- ja puidusektori elukutsete tutvustamiseks trükimeedia või telekanaliga (6-10 osaline)	250 000 EEK
Valdkonnaalase teadustöö soodustamine	Metsandust ja metsaökoloogiat puudutava parima uurimustöö auhind (metsanduse aastakonverentsi raames)	15 000 EEK
	Metsanduse ja metsaökoloogiaga seotud teadustöö stipendiumid (erasektori toel)	50-100 000 EEK
Sihtgrupp: erametsaomanikud		
Aktiviseerimine teadliku metsahooldusega tegelema, koondumise soodustamine	Reklaami- ja teavituskampaania erametsaorganisatsioonidega liitumiseks	300 000 EEK
	Kodulehekülgede visuaalse ja keelelise poole kaasajastamine ja lihtsustamine	jooksvad kulud
	Regulaarsed teabepäevad	jooksvad kulud
	Ajalehe Meie Mets väljaandmine	senine eelarve
	Eestikeelsete käsiraamatute tiražeerimine	300 000 EEK
	Nõuanderubriigid üleriigilises ja kohalikus meedias	jooksvad kulud
Sihtgrupp: linnaelanikud		
Hooliva suhtumise kujundamine metsa	Metsaistutus- ja metsahooldustalgud (transport nt koostöös Edelaraudteega)	sama suurusjärg seniste eelarvetega
	Metsanädala tegevuste toomine linnade keskvaljakutesse-kaubanduskeskustesse	sama suurusjärg senise eelarvega
Metsa kultuurilise rolli alalhoidmine ja edendamine	Metsalaulude kogumiku väljaandmine (alternatiiviks metsateemalise (ring)näituse korraldamine koostöös KUMUga või metsateemaline luulekogumik)	100-200 000 EEK
Teadlikkuse tõstmine metsa- ja puidusektori olulisusest Eestile	Regulaarsed meediasuhted, arvamuskirjutised, ülevaated	jooksvad kulud
	Infopäevad ajakirjanikele	jooksvad kulud

Eesmärk	Tegevus	Ligikaudne maksumus aastas
Puidu kui ehitusmaterjali populariseerimine	Puuinfo programm, parima puitehitise valimine	sama suurusjärg senise eelarvega
	Nõuanderubriigid ajakirjanduses	50 000 EEK
	Reklaamikampaaniad	250 000 EEK
Sihtgrupp: maaelanikud		
Säästva metsanduse põhimõtete kommunikatsioon	Infopäevade korraldus	jooksvad kulud
	Infomaterjalide ühtlustamine	jooksvad kulud
	Koostööprojektid maakonnameediaga	jooksvad kulud
Unikaalse metsakultuuri hoidmine	Metsaga seotud muistendite kogumise aktsioon	40 000 EEK
	Metsalaulude CD väljaandmine	100 000 EEK
Sihtgrupp: mitte-eestlased		
Hooliva suhtumise kujundamine metsa	Metsapuhkuse võimaluste reklaamikampaania vene kanalites	200 000 EEK
	Metsaistutustalgute venekeelne kommunikatsioon	jooksvad kulud
Säästva metsanduse põhimõtete kommunikatsioon	Venekeelsed infomaterjalid, üldine infovärv ka vene keeles	100 000 + jooksev hooldamine
Teadlikkuse tõstmine metsa- ja puidusektori olulisusest Eestile (sh mets kui tööandja)	Koostööprojektid vene meediaga	75 000 EEK
Sihtgrupp: kõrgema keskkonnateadlikkusega inimesed		
Säästliku metsanduse sõnumi levitamine, metsa kui ökosüsteemi tutvustamine	Vabatahtlike kaasamine metsatöodesse (koolitus, mobiliseerimine)	200 000 EEK
	Peredele mõeldud suvine taimeliikide tundmise võistluse korraldus ja kommunikatsioon	200 000 EEK
	Toetus metsatemaatilistele ajakirjandusväljaannetele, koostööprojektid	sama suurusjärg senise eelarvega
	Metsatemaatikast huvitatute listi käimashoidmine	jooksvad kulud
	Loodusretked koostöös nt Edelaraudteega	50-100 000 EEK

Eesmärk	Tegevus	Ligikaudne maksumus aastas
Sihtgrupp: poliitikud		
Teadlikkuse suurendamine metsa- ja puidusektoris toimuvast, dialoogi parandamine	Regulaarsed väljasõidud metsa ja puidutööstustesse koos vastava koolitusega	50 000 EEK
	Kaasamine metsandusteemalisele aastakonverentsile	jooksvad kulud
	Metsandusnädala ajal teabepäev Toompeal (nt koos metsateemalise näituse ja meelelahutusliku võistlusega lossi ees/hoovis)	jooksvad kulud

Märkus: kõik tegevused on soovituslikud ja näidatud kulud esialgsed ning võivad muutuda

Lisa 1

Metsanduse sidusgruppide uuringu tulemused

Läbiviija: Turu-uuringute AS, Tõnis Ormisson

Läbiviimise aeg: märts 2006

Uuringuraporti kokkuvõte

Käesolev aruanne on koostatud Turu-uuringute AS-i poolt ajavahemikus 15.02-25.03 2006 läbi viidud veebipõhise uuringu tulemuste põhjal. Uuringu eesmärgiks oli selgitada erinevate metsandusega kokku puutuvate gruppide arvamus Eesti metsanduse ja -kommunikatsiooni olukorrast.

Metoodika

Uuringu sihtgrupi moodustasid erametsaomanikud ja riigimetsa majandaja, metsandusega seotud ametnikud, metsa- ja puidutööstusettevõtete esindajad, keskkonnaühenduste esindajad, ajakirjanikud, poliitikud ning üliõpilased.

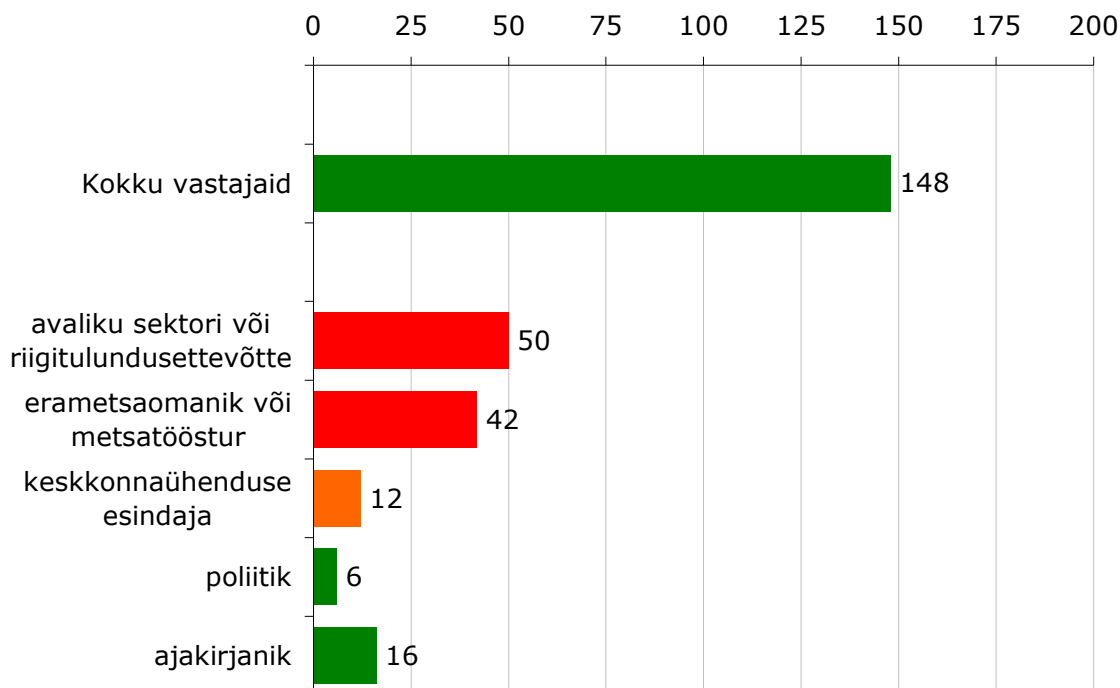
Uuringu läbiviimiseks pani tellija (Keskkonnaministeerium) kokku ca 200 kontaktist koosneva valimi. Uuringu läbiviija ülesandeks jäi tellija poolt kokku pandud kontaktide teavitamine uuringu toimumisest telefoni teel ning seejärel veebipõhise uuringu läbiviimine antud valimi esindajate seas.

Kaks nädalat peale esimeste veebiuuringu e-kutsete välja saatmist koguti kokku 128 ankeedile täitnute vastused. Tehniliste tõrgete tõttu RMK serveris pikendati esialgset uuringukava ning edastati kõik kutsed uuesti RMK serveri e-posti aadressidele. Viimases faasis koguti kokku 148 sihtgrupi esindaja andmed, alljärgnev aruanne käsitlebki nende vastanute arvamusi ning hinnanguid.

Kuivõrd uuringu valim oli koostatud tellija poolt, ei vastuta uuringu läbiviija uuringutulemuste representatiivsuse eest võimalikule üldkogumile. Kõik aruandes toodud järeldused kehtivad antud valimi piires ning on toodud andmata hinnanguid üldkogumile. Kuivõrd uuringusse kaasatud erinevate sihtgruppide hulk uuringus on kohati väga väike (nt poliitikuid osales vaid 6), tuleb järelduste tulemuste laiendamisel üldkogumile kindlasti arvestada võimalikke statistilise vea piire ning sellest tulenevaid ohte.

Joonisel 1 on toodud valimi jagunemine erinevate sidusgruppide lõikes.

Joonis 1. Vastanute profiil (toodud vastajate hulk N mitte %)



Uuringu esimeses osas käsitleti Eesti metsade hetkeseisu – seda, millisena näevad asjaosalised metsa funktsioone, praegust seisukorda, suurimaid probleeme ning võimalikke ohte.

Teise suurema teemana käsitleti metsandusalase informatsiooni kommunikeerimist – milline on informeeritus ning milline see võiks olla tulevikus; samuti, millised on kommunikatsioonis erinevate osaliste panused, kommunikatsiooni sisu ning suund.

Kokkuvõte

- Sihtgrupp teadvustab metsa kui väga suurt väärtust, kuid samaväärselt ollakse ka nõus, et selle kasutamise ja efektiivsuse tõstmisel on selgelt arenguruumi. Suurima probleemina eristub liigsest raiest tingitud mitte-jätkusuutlik majandamine.
- Metsa funktsioonidena nähakse selgelt kõige sagedamini metsa kui taimede ja loomade elukeskkonda ning metsa kui hapnikutootjat. Seega on esiplaanil looduslikud funktsioonid – tagaplaanil aga majanduslikud funktsioonid.
- Metsade seisukorra muutmist viimase viie aasta jooksul nähakse pigem positiivses suunas – positiivses suunas muutumist on märkinud 26-30% võrra enam vastajaid kui negatiivses suunas muutumist. Rohkem on muutuste toimumist tajutud erametsade puhul.
- Suurimat ohtu metsadele nähakse tulevat metsaomanike ja -haldajate seast: metsa kõige olulisemate probleemidena nähakse intensiivse metsaraiega seotut: intensiivset metsaraiet ning suuri raieid erametsades.

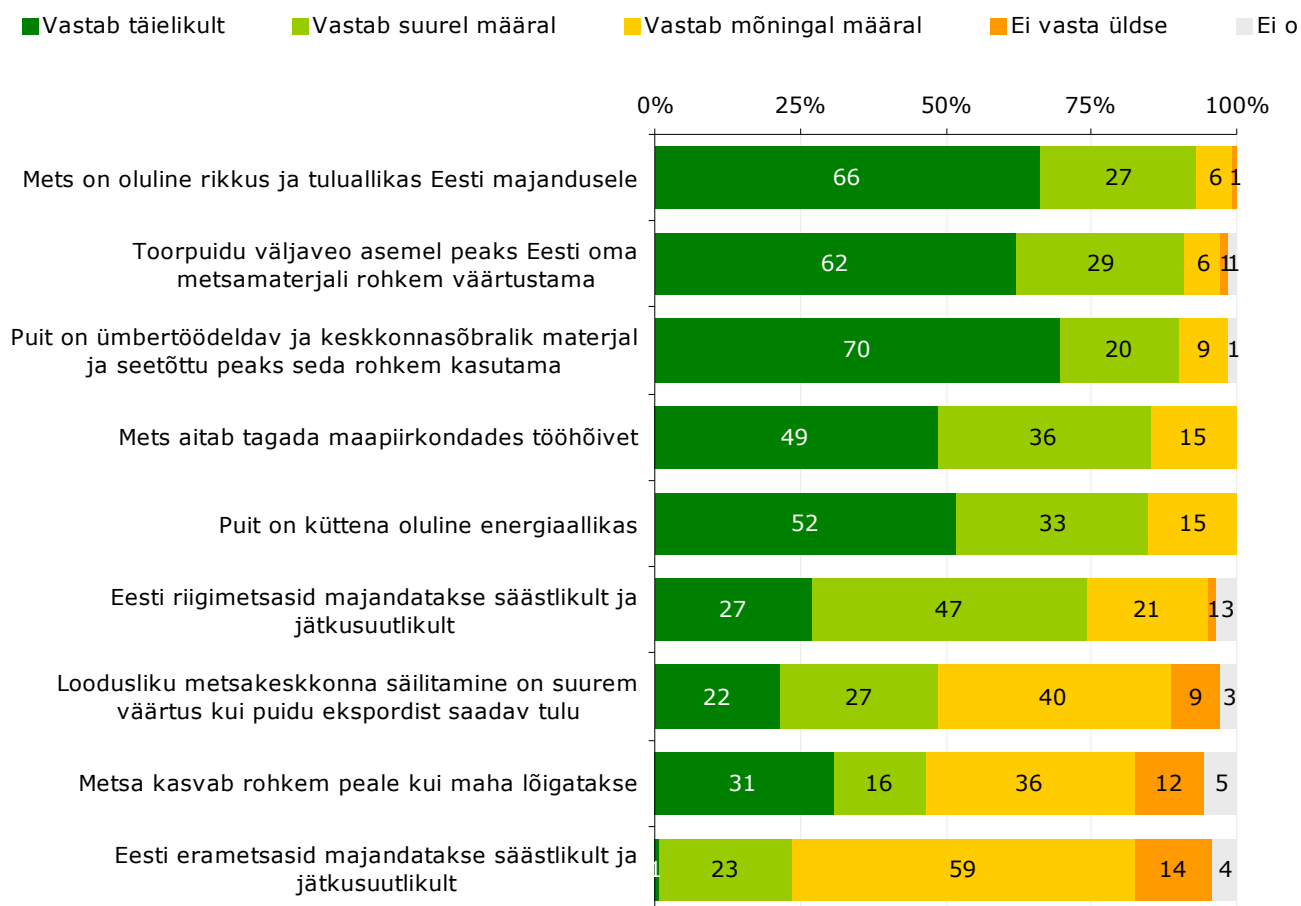
- Metsanduse alast teadlikkust peetakse valdavalt madalaks. Vaid maal elavate erametsaomanike teadlikkust on hinnatud skaalal keskväärtusest kõrgemana ehk pigem kõrgemana. Kõrgem on ka maapiirkondade elanike teadlikkus. Muude gruppide seas on teadlikkus pigem madal.
- Kõige suurema panustajana metsandusalasesse teavitustöösse nähakse RMKd – 84% vastajatest leiab, et asutus on tegelenud teavitustööga väga või pigem palju.
- Persoonidest nähakse metsandusküsimustes selge arvamusiidrina Andres Talijärve, keda on kolme suurima autoriteedi seas märkinud iga teine vastanu.
- Vastajate tegevust mõjutajatest organisatsioonidest on selgeks liidriks Keskkonnaministeerium ning tema allasutused.
- Kasutatud vahenditest on teavitustöös kõige enam mainitud artiklite kirjutamist, erinevate vahendite kasutamist on kõige enam maininud avaliku sektori või riigitulundusettevõtete töötajad.
- Kommunikatsioonistrateegia võimalike kandvate sõnumitena on kõige sagedamini märgitud tasakaalu ja jätkusuutlikkusega seotut – vähem aga majanduse/turismiga seotut.
- Informatsiooni suunamisel nähakse kõige sihtgruppina kõige enam õpilasi, ajakirjandust ning poliitikuid.

Metsade hetkeolukord

Metsa funktsioonid

Et selgitada, millisena metsandusega kokku puutuvad inimesed metsa ning selle olemust tajuvad, esitati vastajatele rida väiteid, mis puudutasid metsa ja puidu kasutamist ning neil paluti hinnata, mil määral nimetatud väited kattuvad nende endi arvamusega. Tulemused kõigi vastajate lõikes kokku on toodud joonisel 2.

Joonis 2. Metsa funktsioonid ja seisukord (kuivõrd vastavad toodud väited respondentide arvamusel, % n=148)



Tulemustest selgub, et ühelt poolt näevad vastajad väga selgelt metsa olulise väärtusena, teisalt seda, et seda väärtust ei osata parimal võimalikul viisil ära kasutada. Kõige enam, üle poole vastanutest on täielikult nõus kolme väitega. Ühelt poolt ollakse nõus, et mets on oluline rikkus ja tuluallikas Eesti metsandusele, teisalt ollakse pea samaväärselt nõus ka väitega, et lihtsa toormaterjali väljaveo asemel peaks metsamaterjali rohkem väärtustama (so viide, et senine praktika ei ole parim võimalik lahendus). Veelgi enam (70%) on selliseid, kes kõige selgemalt nõustuvad väitega, et puit on ümbertöödeldav ning keskkonnasõbralik materjal ning seetõttu peaks seda rohkem kasutama. See on väide, mis oma olemuselt viitab osalt nii esmalt mainitud puidu väärtusele kui teiseks mainitud rohkemale/paremale kasutamisele. Kokkuvõttes võib öelda, et mets on oluline ja tähtis, kuid selle kasutamise ja efektiivsuse tõstmisel on selgelt arenguruumi.

Kui vaadata väiteid, millega ollakse kõige vähem nõus, siis need puudutavad eelkõige metsade haldamist ning raiet. Selgelt kõige vähem on vastajad nõus väitega, et Eesti erametsad majandatakse säästlikult ja jätkusuutlikult. Vastajaid, kes olid selle väitega kas täielikult või suurel määral nõus, oli kokku vaid 24%. Ca ¾ vastajatest leiab, et väide ühtib nende arvamusel vaid mõningal määral või siis üldse mitte. Seega võib arvata, et valdavalt nähakse erametsade majandamist mitte-säästliku ning mitte-jätkusuutlikuna. Samas ei ole siin olukord väga tugevalt negatiivne, kuna selgeid väite

vastaseid on vaid 14%. Altpoolt teine väide viitab samuti probleemidele metsa jätkusuutlikkusega. Siiski on siin selgeid pessimiste vähem kui väitega täiesti nõustujaid.

Analoogselt erametsadega hinnati ka riigimetsade majandamist ning nende puhul on arvamused selgelt positiivsemad – 74% on täielikult või suurel määral nõus väitega, et riigimetsade majandamine on säästlik ning jätkusuutlik.

Kui vaadata hinnanguid erinevate sidusgruppide lõikes, siis võib märgata mõningaid erinevusi. Uuringus ühe arvukama osalisena kaasatud erametsaomanikud, kelle suunas selle küsimuse valguses ka kõige enam kriitikanooli võiks suunata, on siin oodatavalt teistest optimistlikumad ilmnunud probleemide (majandamine, jätkusuutlikkus) osas. Nii on nad teistest sagedamini nõus väidetega, et metsa kasvab rohkem peale, kui seda maha lõigatakse, et erametsi majandatakse säästlikult ja jätkusuutlikult. Sellest johtuvalt nähakse ka teistest enam metsa aktiivsemat ärakasutamist – teistest sagedamini nõustutakse, et puitu peaks rohkem kasutama ning et see on küttena oluline energiaallikas.

Harvem ollakse nõus aga, et metsamaterjali peaks toorpuiduna väljaveo asemel enne rohkem väärtustama, samuti, et loodusliku keskkonna säilitamine on suurem väärtus kui sellest saadav tulu.

Et selgitada, mida erinevatest metsa funktsioonidest kõige olulisemaks peetakse ning mida vähemoluliseks, esitati vastajatele kuus erinevat metsa funktsiooni, paludes need reastada olulisuse järjekorras. Tulemustest selgub, et kahe ülekaalukalt tähtsaima funktsioonina nähakse metsa kui hapnikutootjat ning metsa kui taimede ja loomade elukeskkonda. Esimest neist peab kõige olulisemaks funktsiooniks 49% vastanutest ning teist 41%. Kolmandana nimetatud mets kui koht, kus inimesed saavad puhata, on kõige olulisemaks märkinud vaid 7% vastanutest ehk märgatavalt vähem kui esimest kahte.

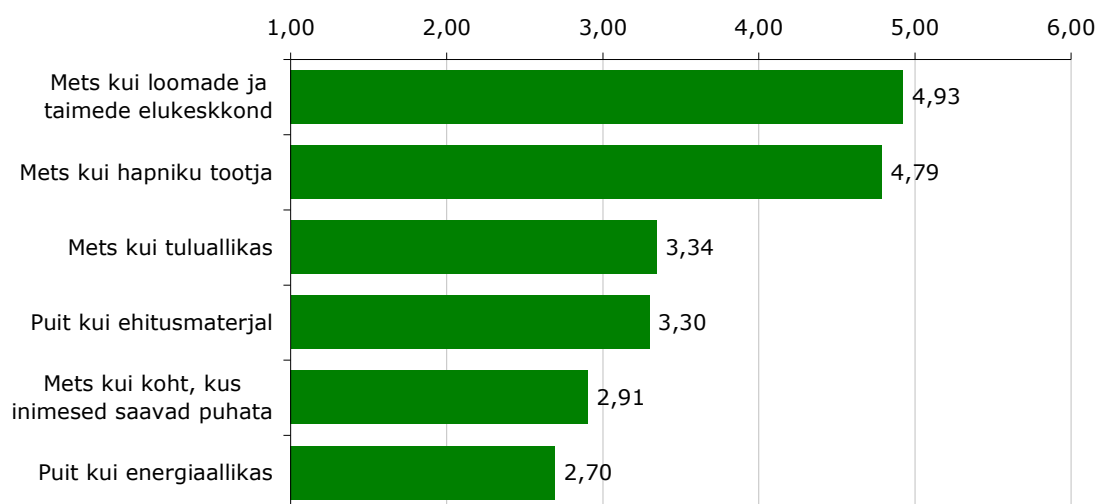
Esimese kahe funktsiooni puhul võib osalenud sidusgruppide hinnangutes esile tuua vaid ühe erinevuse: keskkonnaühenduste esindajad eelistavad hapnikutootmisele selgelt taimi ja loomi.

Selleks, et arvestada mitte ainult kõige olulisemaks peetut ning lisada hinnangutesse ka ülejäänud väärtused, on võrreldud antud järjekorranumbreid iga komponendi puhul keskmiste väärtustena. Seejuures oleme hinnangute skaala tõstnud tagurpidi, selliselt, et suurem tulemus tähistab suuremat keskmist olulisust ning väiksem väiksemat.

Funktsioonidele antud keskmised hinnangud on toodud alloleval joonisel 3.

Ka keskmiste väärtuste võrdlus eristab pildil selgelt needsamad kaks liiderfunktsiooni. Teiste järjekorranumbrite lisamisel on kahe esimese komponendi vaheline erinevus muutunud sisuliselt olematuks. Küll aga on neil väga selge edumaa järgmiste ees. Kõige ebaolulisemaks peetakse puitu energiaallikana ning metsa puhkepaigana.

Joonis 3. Metsa funktsioonide olulisus, keskmine olulisus (6-tähtsusest kõige olulisem-1 tähtsusest viimane) n=148



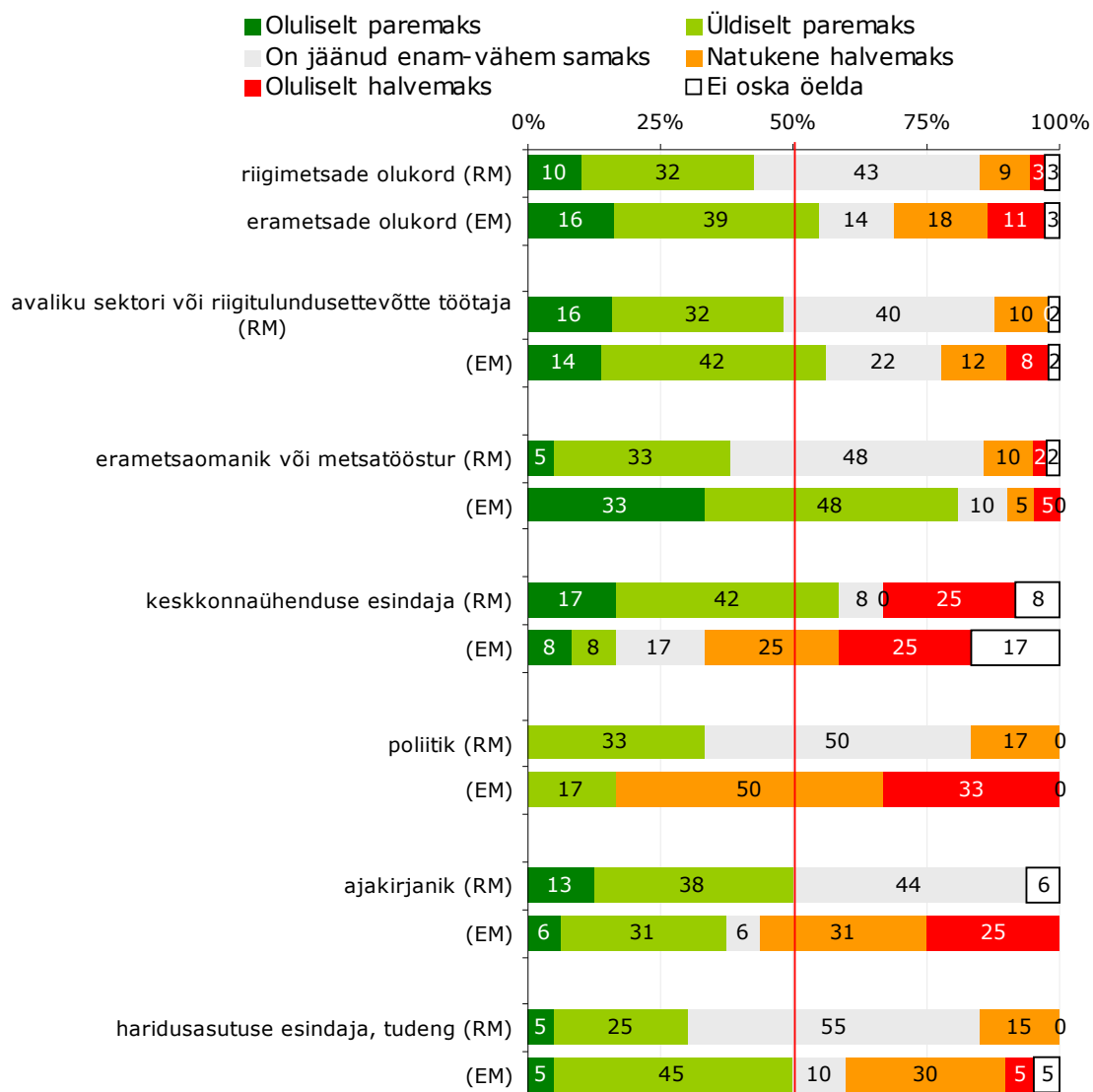
Kui ka keskmisi tulemusi võrrelda osalenud gruppide lõikes, siis on nii keskkonnaühenduste esindajad, poliitikud kui ajakirjanikud hinnanud keskmisest madalamalt metsa kui tuluaallikat. Ajakirjanikud on pisut vähem väärtustanud ka puitu kui energiaallikat.

Metsade seisukord

Selgitamaks välja vastanute arvamust metsade olukorra kohta, paluti vastajatel hinnata, kuidas on nende hinnangul viimase viie aasta jooksul muutunud era- ja riigimetsade seisukord – kas paremaks või halvemaks. Hinnang paluti anda eraldi mõlema metsatüübi kohta. Küsimuse tulemused on kõigi osalenud sihtgruppide lõikes eraldi ja kõigi vastanute kohta koos toodud [joonistel 4 ja 5](#). Teisel joonisel on kujutatud positiivsete ning negatiivsete hinnangute vahed.

Tulemustest selgub, et üldpilt on pigem positiivne. Nii era- kui riigimetsade puhul on positiivseid arvamusi selgelt enam kui negatiivseid. Seejuures on rohkem muutusi toimunud vastajate hinnangul erametsade osas (so on oluliselt vähem neid, kes arvavad, et olukord on jäänud samaks), kus on selgelt enam nii neid, kes näevad asjade liikumist paremuse poole kui ka neid, kes näevad asju teistpidi. Riigimetsade osas on selgelt kõige enam arvatud, et olulisi muutusi pole viimase viie aasta jooksul toimunud. Erandiks on siin keskkonnaühenduste esindajad, kes näevad muutuste toimumisi sagedamini ka riigimetsade osas.

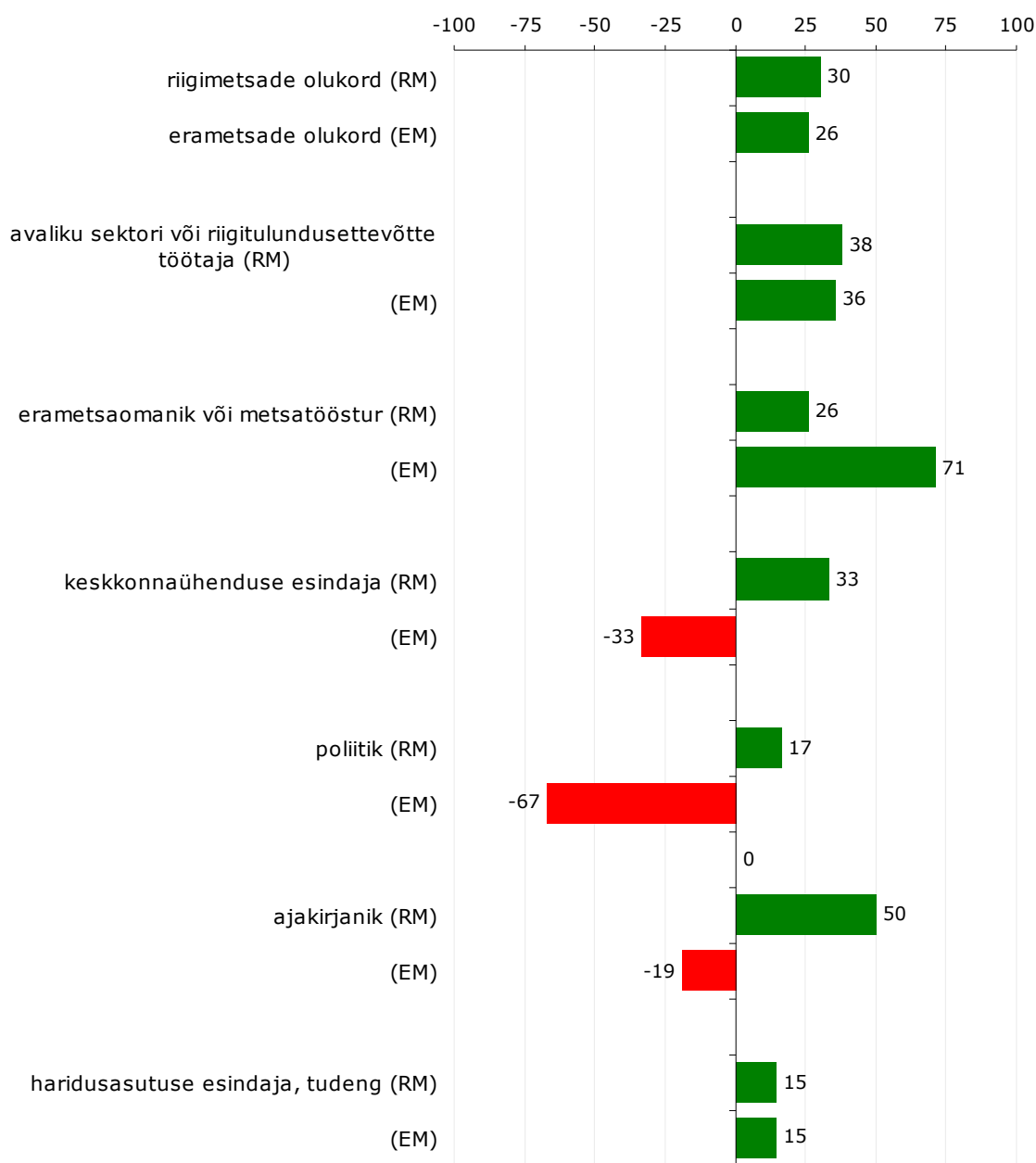
Joonis 4. Era- ja riigimetsade seisukorra muutumine viimase 5 aasta jooksul (erinevate sidusgruppide hinnangul, %)



Kui võrrelda antud positiivsete ning negatiivsete arvamuste omavahelist vahet, siis on näha, et kui valdavalt on saldo mõlema metsatüübi osas positiivne, siis kolme grupi hinnangute alusel on erametsade puhul toimumas vastupidiselt riigimetsadele liikumine halvemuse suunas – vastanud keskkonnaühenduste esindajate, poliitikute ning ajakirjanike hinnangutes on erametsadele antud negatiivseid hinnanguid rohkem positiivseid.

Erametsaomanikud paistavad selgelt silma keskmisest positiivsema pilguga oma mängumaale ning tegevusele.

Joonis 5. Metsade seisukorra muutumise kohta käivate positiivsete ning negatiivsete hinnangute bilanss erinevate sidusgruppide puhul (positiivsed hinnangud miinus negatiivsed, %)



Metsade probleemid

Loogilise järjena käsitleti viimase punktina selles peatükis metsade probleeme ning ohtusid. Probleemide kaardistamiseks esitati vastajatele nimekiri võimalike probleemsete valdkondadega ning paluti nende hulgast valida tähtsuse järjekorras kolm kõige suuremat probleemi. Seejuures märgiti eraldi ära ka kolme antud vastuse järjekorrad. Tulemused kõigi kolme olulisuse astme kohta on toodud alloleval [joonisel 6](#).

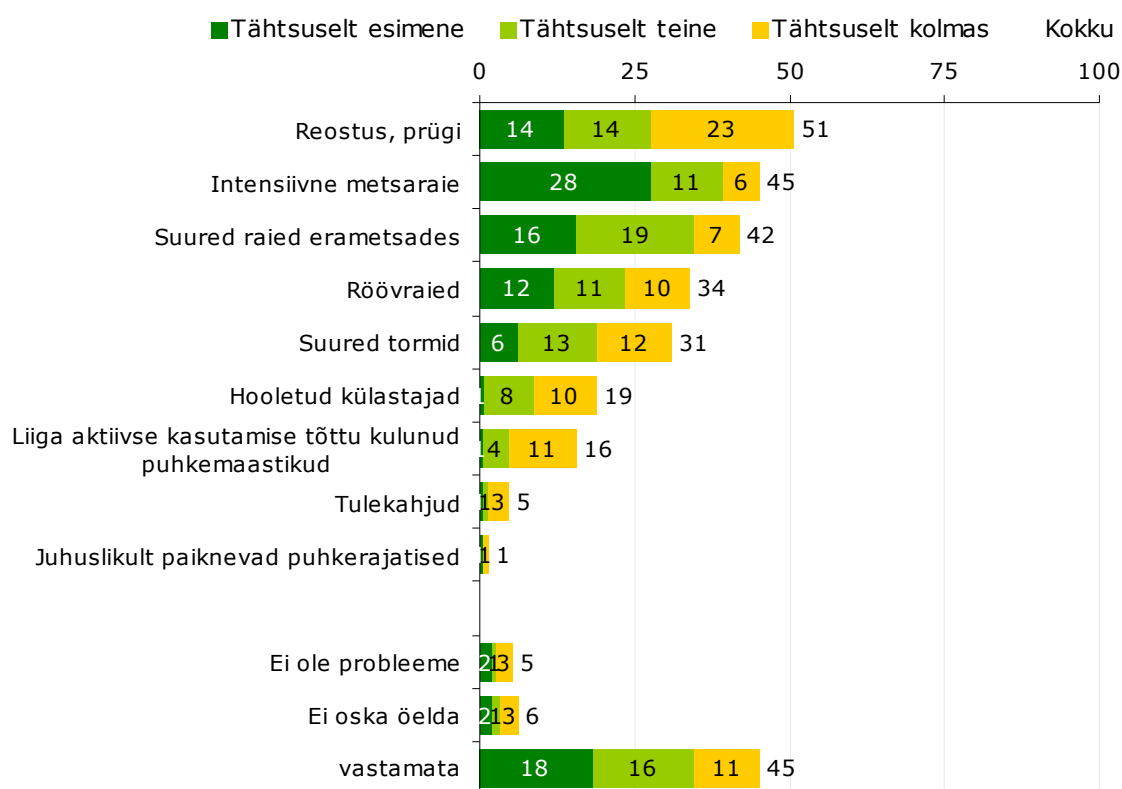
Vastuste nimetamise üldjärjestuse järgi paistavad vahed probleemide vahel olevat suhteliselt sujuvad. Kui aga vaadata vaid tähtsuselt esimesena mainitud, joonistub välja väga selge liiderprobleem. 28% vastajatest on kõige olulisemaks probleemiks

märkinud intensiivse metsaraie. Teisena on 16% vastanutest pidanud kõige esmasemaks probleemiks suuri raiesid erametsades, mis oma sisult viitab samale probleemile, kuid pisut täpsemalt. Kui need näitajad kokku võtta, on tervelt 44% kõigist vastanutest märkinud kõige olulisema probleemina just liigset raiumist.

Reostust, prügi on välja toonud esimesena 14% ehk 18% võrra vähem vastanuid kui intensiivset metsaraiet.

Tulemustest võib järeldada, et suurim oht meie metsadele tuleb just metsaomanike ja -haldajate endi seast, mitte välistest faktoritest. Kui siin arvestada veel, et 18% vastanutest ei osanud siin välja tuua ühtki olulisemat probleemi, siis on sisukate vastuste seas liigset raiet (intensiivne raie ning suured raied erametsades) nimetatud kõige tähtsamana selgelt üle pooltes vastustes.

Joonis 6. Eesti metsade suurimad probleemid ja ohud (kolm olulisemat probleemi, % n=148)



Kommunikatsioon

Teise suurema teemana käsitleti uuringus metsandusalast kommunikatsiooni – informeeritust, kommunikatsiooni allikaid ning võimalikke sobilikke kanaleid ning teemasid, mida kommunikatsioonis võiks eelistada.

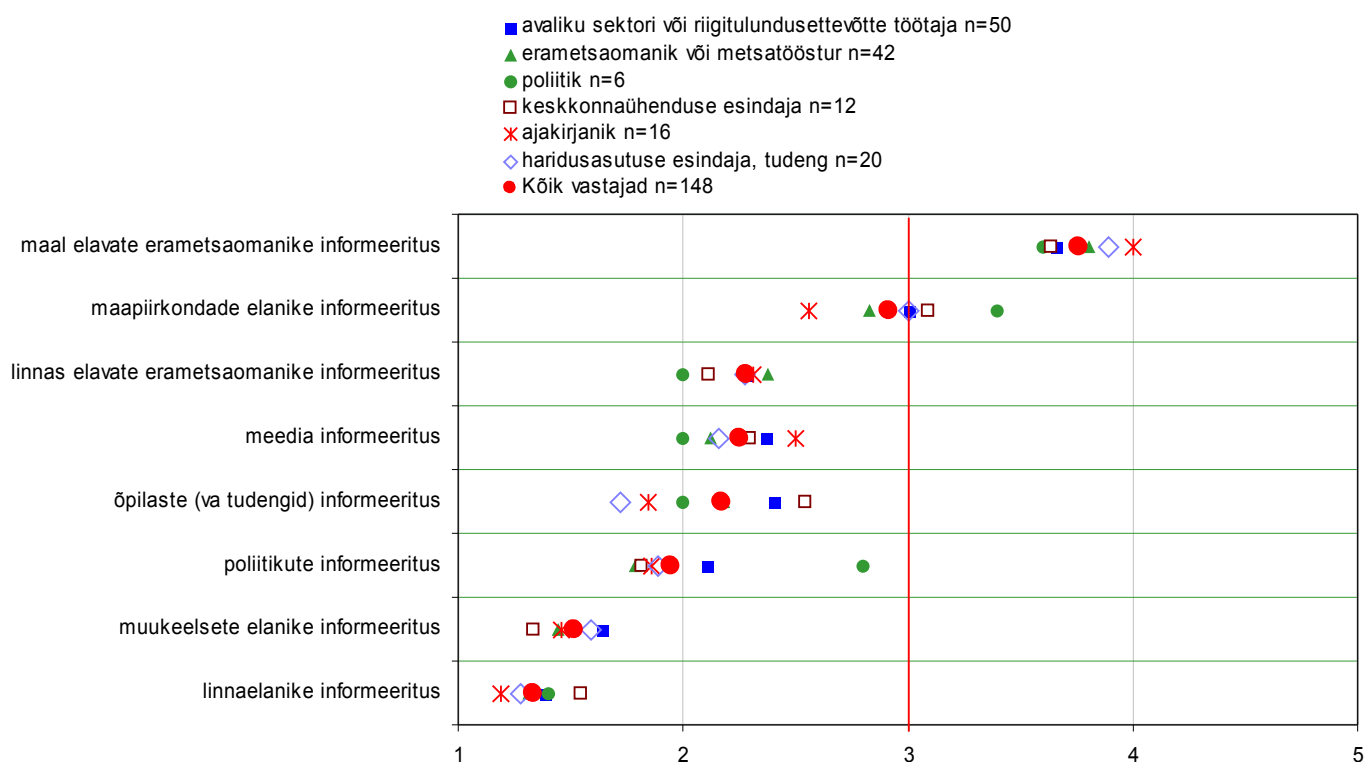
Informeeritus

Informeerituse hindamiseks paluti kõigil vastajatel hinnata, milline on teadlikkus metsandusest erinevate sihtgruppide seas. Vastajatel paluti hinnang anda viiepallisel skaalal, kus üks tähistas madalat ning viis kõrget teadlikkust. Joonisel 7 on toodud hinnangud sihtgruppide teadlikkuse kohta erinevate vastajagruppide lõikes.

Kui jälgida üldpilti, siis võib hinnata, et teadlikkus on üldiselt pigem nigel. Enamike sihtgruppide teadlikkust on hinnatud skaala keskpunktist madalamalt ning see viitab olukorra negatiivsusele selles küsimuses.

Ainus grupp, kelle puhul jääb teadlikkus skaala keskpunktist suuremaks, on maal elavad erametsaomanikud. Seejuures on sisuliselt kõigi vastanute grupid hinnanud nende teadlikkust kõige kõrgemaks. Kõigi ülejäänud gruppide puhul jääb keskmine teadlikkus skaala keskpunktis väiksemaks ning viitab, et teadlikkus on pigem madal kui kõrge.

Joonis 7. Informeeritus metsandusest erinevate gruppide seas erinevate gruppide hinnangul (vasakul teljel toodud sihtgrupid, kelle informeeritust hinnati, joonisel erinevate gruppide poolt antud hinnangute keskmised, 1=madal teadlikkus ja 5=kõrge teadlikkus)



Ka teise tulemuse saanud maapiirkondade elanike informeeritus on pildil suhteliselt kõrgem ning alates kolmandast positsioonist (linnas elavad erametsaomanikud) on teadlikkus pigem juba ühtlaselt madalavõitu.

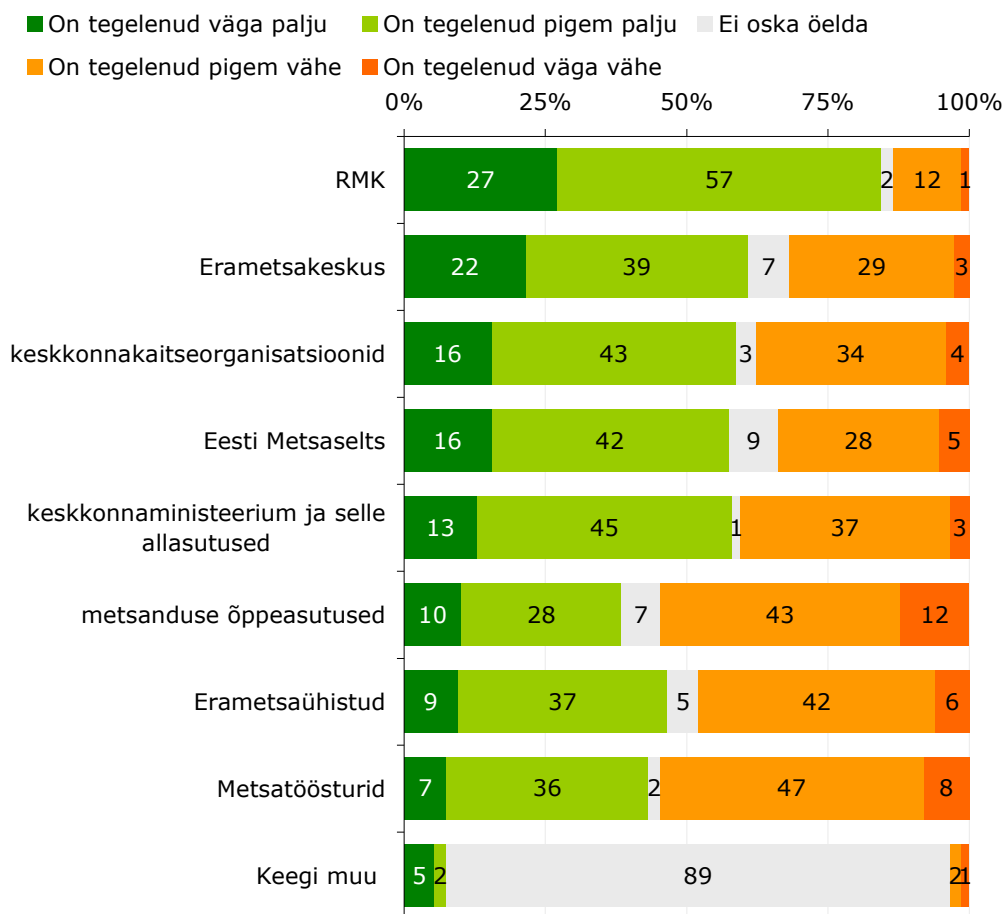
Kõige madalamalt on hinnatud linnaelanike, muukeelsete elanike ning poliitikute metsandusalast teadlikkust – nende kolme grupi puhul ei küündi keskmine teadlikkus kahe pallinigi.

Kui võrrelda, kuidas on teadlikkust hinnanud erinevate sihtgruppide esindajad, siis võib pisut suuremaid erinevusi märgata maapiirkondade elanike, poliitikute ning õpilaste teadlikkuse hindamisel. Maapiirkondade elanike teadlikkust on pisut kõrgemini hinnanud poliitikud, madalamalt aga ajakirjanikud; õpilasi peavad pisut teadlikumaks keskkonnaühenduste esindajad ning avaliku sektori või riigitulundusettevõtete töötajad, madalamalt aga tudengid. Poliitikute teadlikkust on keskmisest kõrgemaks hinnanud vaid poliitikud ise.

Teiseks küsiti ka seda, millised institutsioonid on praegu kõige enam vastajate hinnangul olnud teavitustöö taga. Vastajatele esitati hulk teemaga seotud institutsioone ning paluti hinnata, kui palju on iga institutsioon tegelenud metsandusalase info ja teavitustööga – ehk et kes on selle eelmiselt pildilt paistnud madala teadlikkuse taga.

Selgub, et enam kui poolte institutsioonide puhul on üle 50% vastanutest leidnud, et teavitustööga on tegeldud kas väga või pigem palju. Selge liidrina võib siin välja tuua RMK, kelle puhul on selliseid vastajaid tervelt 84%, teisena järgneb Erametsakeskus, kelle puhul on selliseis vastajaid 61% ehk 23% võrra vähem. Mõnevõrra ühtlasem on pilt, kui vaadata vaid neid vastanuid, kes ütlesid, et tegeldud on väga palju. Pigem rohkem kui vähem on teavitustööga vastajate hinnangul tegelenud veel Eesti Metsaselts, keskkonnaorganisatsioonid ning Keskkonnaministeerium ja selle allasutused.

Joonis 8. Erinevate metsandusasutuste panused metsanduse alasesse teavitustöösse (% n=148)



Metsandusalaste õppeasutuste, erametsäühistute ning metsatöösturite puhul ületab teavitustööd pigem või väga väikseks pidavate vastanute hulk pilti positiivselt näinute hulga – esimestel 16% ning teistel 11% võrra.

Kui vaadata erinevusi vastanute gruppide vahel, siis on erametsaomanikud märkinud keskmisest sagedamini teavitustööga tegelejana Erametsakeskust (81% erametsaomanikest leiab, et on tegelenud väga või pigem palju – 20% võrra keskmisest enam). Vastupidiselt näevad olukorda siin ajakirjanikud, kellest 31% näevad erametsakeskust teavituses plusspoollel ning 56% miinuspoollel.

Avaliku sektori töötajad on metsatöösturitest sagedamini märkinud (42% vs 17%), et erametsäühistud on tegelenud teavitusega väga või pigem vähe.

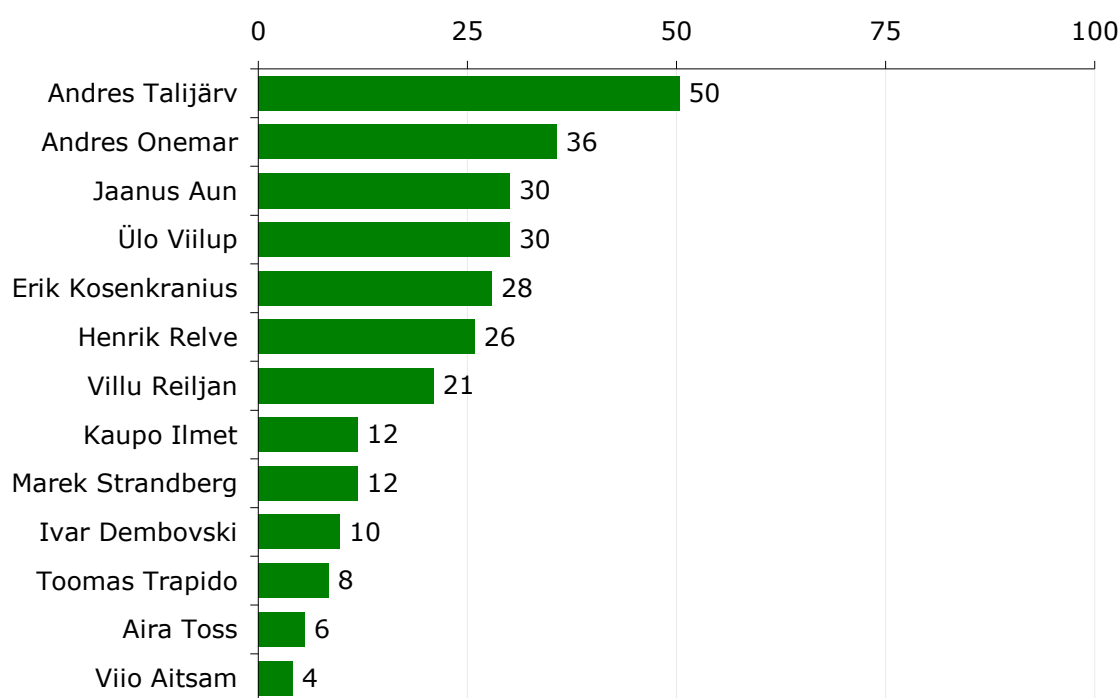
Mõjutajad

Järgnevalt keskendus uuring konkreetsemalt info edastamise vahenditele ning kanalitele. Uuriti, kes on sihtgrupi arvates metsanduse valdkonnas arvamusi liidrid ning samuti, kuidas on vastajad ja nende organisatsioonid ise metsandusalase teavitustööle kaasa aidanud.

Arvamusliidrite selgitamiseks esitati vastajatele eelnevalt kokku pandud nimekiri võimalikest valdkonna ekspertidest ning paluti igal vastaja märkida nimekirjast kuni kolm nende meelset kõige autoriteetsemat isikut.

Tulemustest selgub, et suhteliselt selge vahega on kõige enam nimetatud Andres Talijärve, keda on kolme autoriteedi hulgas märkinud iga teine vastaja. Temale järgnevad Andres Onemar, Jaanus Aun, Ülo Viilup, Erik Kosenkranius ja Henrik Relve suhteliselt väikeste omavaheliste vahedega.

Joonis 9. Autoriteetid metsandusküsimustes (% kuulub vastajate hinnangul kolme autoriteetsema hulka, n=148)



Andres Talijärve on keskmisest vähem märkinud (27%) keskkonnaühenduste esindajad, kelle puhul on kõige enam märgitud Henrik Relvet. Avaliku sektori töötajad näevad üldisest esinumbriist õige pisut sagedamini autoriteedina Andres Onemari (47% vs Andres Talijärve 45%). Ajakirjanike puhul on võrdselt Andres Talijärvega nimetatud Erik Kosenkranium. Ülejäänud grupid on märkinud kõige sagedamini Andres Talijärve.

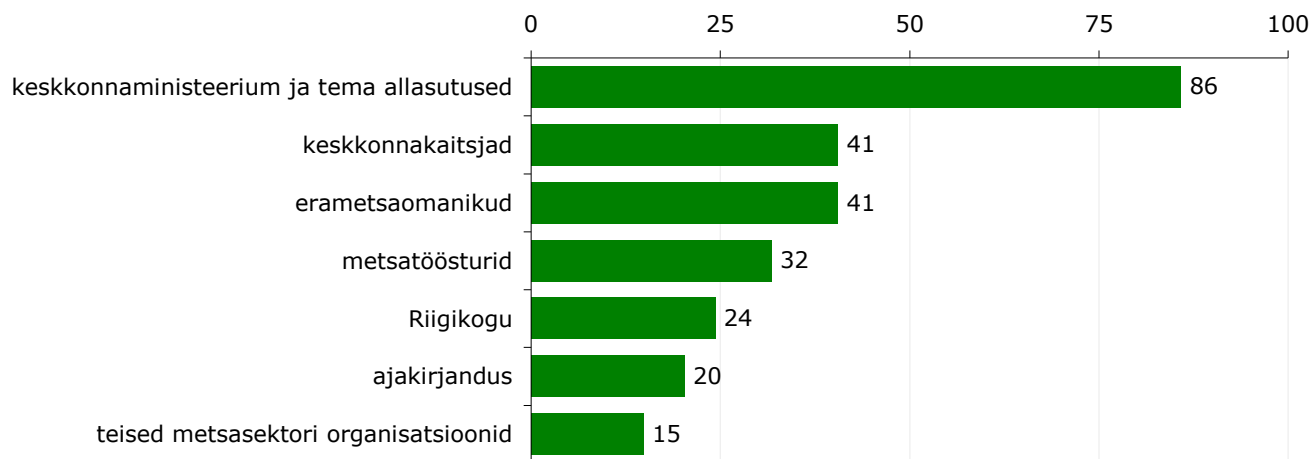
Võrreldes teistega on erametsaomanikud sagedamini märkinud Jaanus Auni (55%), tudengid Kaupo Ilmetit (35%).

Lisaks arvamusliidritele on olulised mõjutajad ka erinevad organisatsioonid. Vastajatel paluti nimetada samamoodi ette antud nimekirjast kolm kõige olulisemat institutsiooni, kes nende hinnangul nende enda tegevust kõige enam mõjutavad.

Ka siin on eristatav väga selge liider. 86% vastajatest on oma kolme vastuse seas märkinud oma tegevuste kõige enam mõjutavana Keskkonnaministeeriumi ja selle

allausutusi. Sellele järgnevaid erametsaomanikke märkis 41% ehk enam kui poole võrra vähem vastanuid.

Joonis 10. Vastajate tegevust kõige enam mõjutavad institutsioonid (%) , kuuluvad kolme olulisema institutsiooni hulka, n=148)



Vaadates tulemusi vastajate tausta lõikes, selgub, et Keskkonnaministeeriumi on kõige olulisemaks pidanud kõik vastajate grupid. Siiski võib välja tuua mõned erinevused. Nii on erametsaomanikud keskmisest sagedamini nimetanud välja metsatööstureid (50%). Avaliku sektori töötajad on seevastu metsatööstureid märkinud vaid 18%, märgatavalt sagedamini on välja toodud Riigikogu (40%).

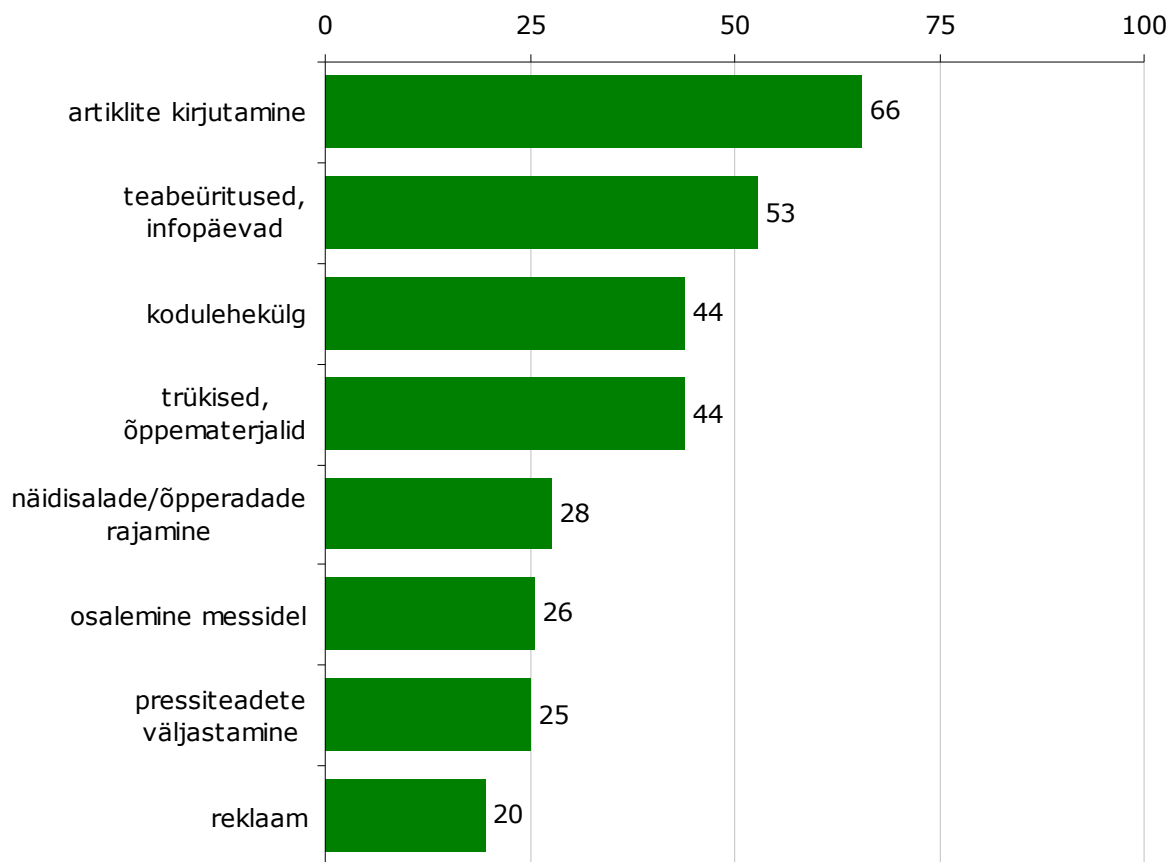
Keskkonnaühenduste esindajad on harvem märkinud erametsaomanikke (17% vs 41% keskmiselt), ajakirjandus on aga sagedamini maininud iseennast (41% vs 19% keskmiselt) ja vähem Riigikogu (6%).

Vahendid

Teavitustahendite kaardistamisel paluti vastajatel ühelt poolt nimetada seda, milliseid on vastaja või tema organisatsioon juba kasutanud, et metsandusalast informatsiooni laiemale avalikkusele edastada ning teisalt seda, milliste ettevõtmiste raames ollakse nõus tulevikus oma organisatsioonidega metsandusalases teavitustöös kaasa lööma.

Erinevate juba kasutatud vahendite osas on kõige enam mainitud artiklite kirjutamist (66%) ning teabeürituste/infopäevadel info jagamist (53%, vt [joonis 11](#)). Kõige vähem on mainitud reklaami kasutamist.

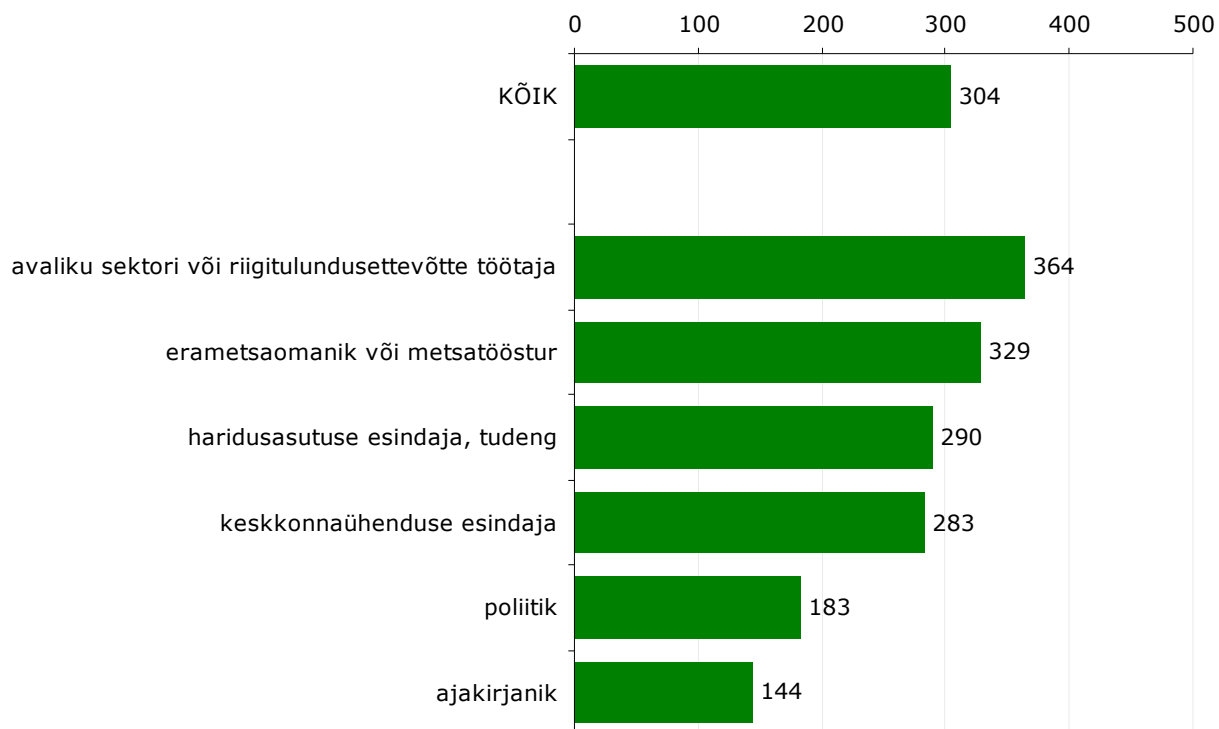
Joonis 11. Vahendid, mille abil vastajad ja nende organisatsioonid on tutvustanud metsandust laiemale avalikkusele (% , n=148)



Kui arvutada kokku kõik vastajate poolt antud vastused, siis saab võrrelda seda, milliste gruppide esindajad on teistest rohkem või vähem erinevaid vahendeid märkinud/kasutanud. Võrdlus on toonud [joonisel 12](#).

Selgub, et keskmiselt on antud kokku 304% hääli, mis tähendab, et iga vastaja nimetas kokku keskmiselt 3,04 erinevat kasutatud vahendit. Kõige enam on erinevaid vahendeid märkinud avaliku sektori või riigitulundusettevõtete töötajad. Suhteliselt väikese vahega järgnevad metsatöösturid, haridusasutuste esindajad ning keskkonnaühenduste esindajad. Selgelt vähem on aga erinevaid vahendeid kasutanud poliitikud ning ajakirjanikud.

Joonis 12. Erinevate gruppide poolt kokku märgitud vahendeid, mille abil on tutvustatud metsandust laiemale avalikkusele, %



Kõige enam erinevaid vahendeid märkinud avaliku sektori töötajad on keskmisest selgelt sagedamini märkinud kodulehekülgi (64% vs 44% keskmiselt) ning pressiteadete väljastamisi (44% vs 25% keskmiselt).

Erametsaomanikud on teistest sagedamini maininud teabeüritusi/infopäevi (76% vs keskmiselt 53%), messidel osalemist (36%) ning reklaami (33%). Selgelt vähem erinevaid vahendeid nimetanud ajakirjanike seas on mõistetavalt väga palju nimetatud artiklite kirjutamist (94%) ning keskmisest vähem kõike muud.

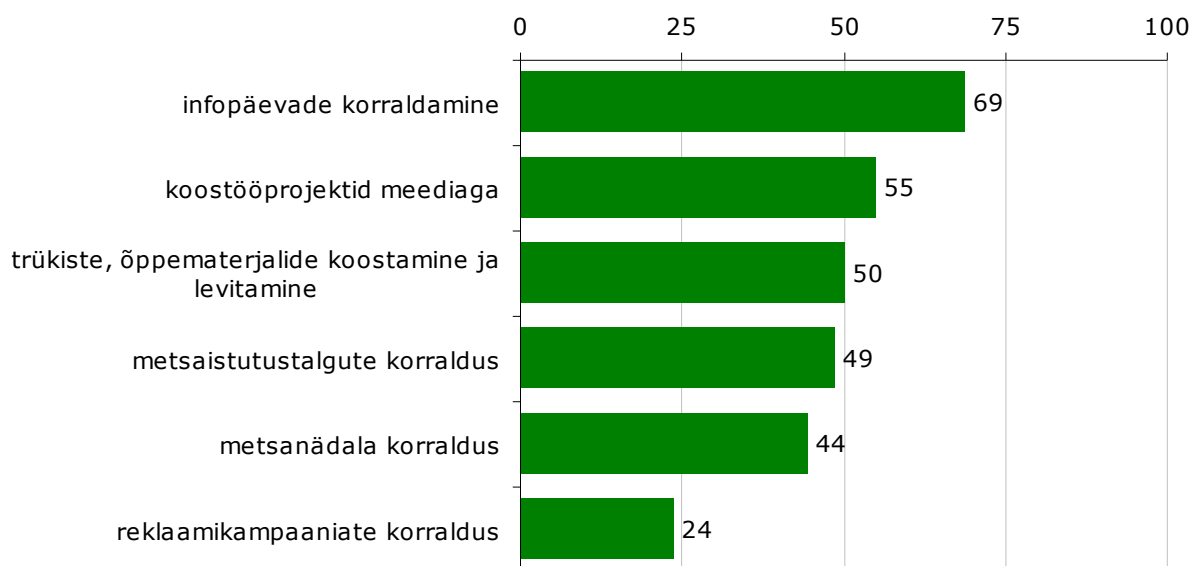
Kui vaadata ettevõtmisi, milles vastajad ja nende organisatsioonid oleks nõus edaspidi kaasa lööma metsandusalases ühises teavitustegevuses, siis on kõige enam ehk 69% vastajatest maininud infopäevade korraldamist ([joonis 13](#)).

Muude, vabas vormis antud vastustena lubati võimalusel kaasa lüüa sellistes projektides:

- *uuringute analüüsid, millele saavad toetuda kõik nimetatud ettevõtmised*
- *otsustajate koolitamine*
- *info levitamine maakondlike nõuandekeskuste kaudu*
- *individuaalnõustamine*
- *pressiteadetega*
- *koolitan rõõmuga metsaomanikke, ainult teavitage ja võimaldage seda*
- *TV saated*

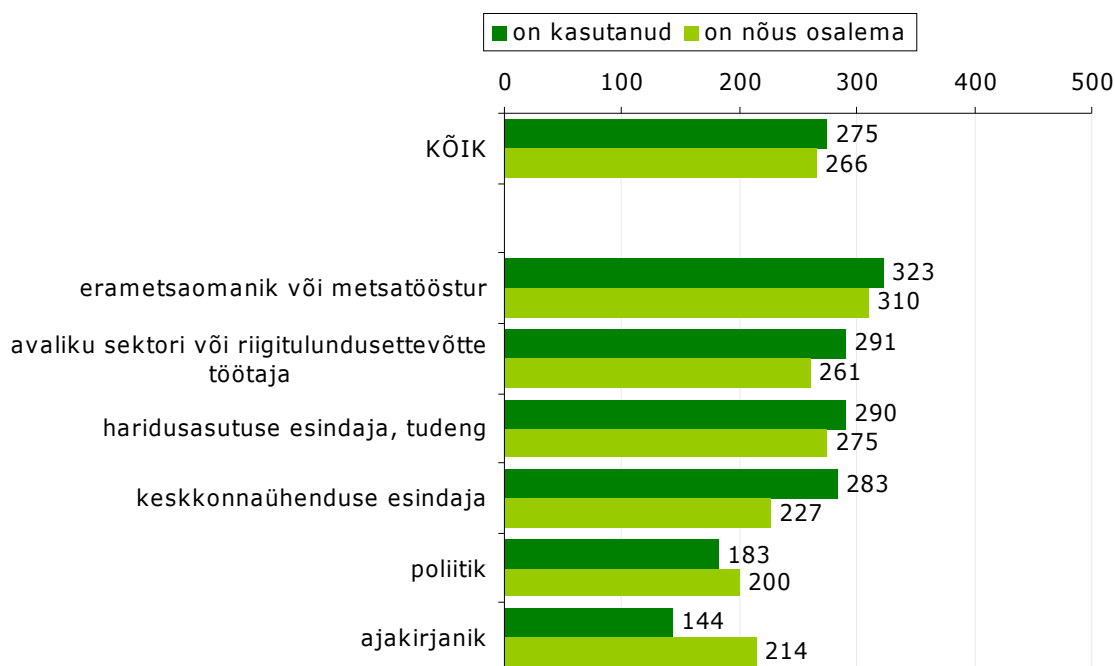
- *eks ikka oma Maalehe Metsaleht*
- *teavitustöö metsa bioloogilise mitmekesisuse olulisusest ja tähendusest*
- *õppefilmi valmistamine*
- *eriprogrammid (nt nagu oli tiigrihüpe)*

Joonis 13. Ettevõtmised, milles vastajad ja nende organisatsioonid oleks valmis kaasa lööma metsavaldkonna teavitustegevuses (% , n=148)



Analoogselt eelmise küsimusega vaadati ka siin erinevatele tegevustele kokku antud häält ning võrreldi neid osalenud gruppide lõikes. Joonisel 14 on toodud tulemused kõrvuti joonisel 12 tooduga. Niimoodi vastuseid võrreldes saab aimu, millised grupid oleksid valmis senisest enam või vähem ühistegevustes kaasa lööma. Kui tulemusi kõrvuti vaadata, siis paistab, et võimalikke uusi ettevõtmisi on maininud senistest kasutatud vahenditest vähem keskkonnaühenduste esindajad, enam aga ajakirjanikud. Muus osas märkimisväärseid erinevusi ei leidu.

Joonis 14. Erinevate gruppide poolt kokku märgitud vahendeid, mille abil on tutvustatud metsandust laiemale avalikkusele ning milles ollakse nõus tulevikus osalema, %



Vastajad nimetasid vabas vormis ka, millised on vahendid, milliseid peetakse kõige sobilikumaks metsasektori kommunikatsioonis kasutamiseks. Valdavalt on vastajad toonud välja ajakirjandust ja meediat, sealhulgas nii trükimeediat, televisiooni kui internetti. Samas on mainitud ka mõningaid loomingulisemaid ettepanekuid nagu näiteks:

Esmalt see, mida ma olen ikka rääkinud, et matemaatika- ja emakeeleõpikutesse on vaja metsandus- ja keskkonnavalaseid ülesandeid. Palju. Õpilane ei hakka enne üldse mõtlema, kui pole vaja. See tähendab, et õpikukirjutajatel on vaja andmeid, tekste ja koolitust, abi. Peenelt kutsutakse seda ainetevaheliseks integratsiooniks. Teine lugu on RMK puhkemajandusega. Rajad on küll ja igasugu puhkevõimalusi, aga sealjuures peaks olema ka palju võtta neid inimesi, kes suudaksid looduskauged juhendada. Rajad ja majad ja tahvlid üksi ei tööta. Ärge ütlege, et töötavad. Ei tööta. See tähendab aga seda, et TULEB ellu äratada endisaegsed loodussõprade majad, mida saavad kasutada nii kooliõpilased PIDEVALT ja KOGU AEG ning täiskasvanud mitmete lühemate koolituste või klubilise tegevuse tarvis. Huvi ju on. Ja tohutu huvi. Klantspaberil voldikud on solvavad. Ikkagi meie mets. Metsaga muidu sõbraks ei saa, kui tuleb metsa minna ja seal olla ja teada, kuidas seal käituda. Aga selleks on vaja harida kooliõpetajat, ametnikku, poliitikut, ajakirjanikku ja eelkõige neid, kes ise metsa vastu heatahtlikku huvi ilmutavad. Et siis omas mõõdus edasi mõelda ja ise tegutseda. Täiesti kohutav on see, et pole normaalsel ajal huvitavat, kaasakiskuvat jne metsandussaadet teles ega raadios. Ja näiteks meelelahutuslikku võistlusmängu peredele (teles, raadios), mis seoks peret ja annaks samas teadmisi. Ja veel. Erametsaomanik ei ole loll, vaid innukas

kaastööline. Tegelikult. Ta on hoopis koostöövalmim kui senini on lastud tal avalikkusele paista. Sii võiks veel lisada... Aga.... Ma kirjutan artikli.

Sõnumid

Kas vastanud peavad vajalikuks, et metsasektoril oleks ühine kommunikatsioonistrateegia? Selgus, et ülekaalukas osa – 81% vastajaist – pidas seda vajalikuks. Kõige enam olid selle idee poolt erametsaomanikud (93%). Ülejäänud gruppide seas jäi idee toetajate hulk 2/3 ringi.

Ühise strateegia toetamise põhjendusena tuuakse valdavalt välja osapoolte vahelise suhtluse ja koostöö vajalikkust: seda, et koos ühised seisukohad paika pannes on ühtset sõnumit ka efektiivsem edastada. Sellest tulenevalt on info ka objektiivsem ja sisaldab vähem müra.

Strateegia vastased toovad välja, et sektor on ühtsuse saavutamiseks liiga mitmekesine, et ühelt poolt võib mitmekesisus olla hea ning teisalt ei ole kokkulepete saavutamine antud olukorras lihtsalt võimalik.

Kui vadata edasi strateegia toetajate poolt nähtavaid võimalikke hüvesid, siis joonistuvad siin välja sarnased teemad. Palju mainitakse, et info saaks siis olema ühtsem, paremini koordineeritud ning seega kvaliteetsem ja kiirem. Teisalt nähakse selle kaudu avalikkuse suuremat teadvustamist ning üldise suhtumise paranemist.

Kõigil vastanutel paluti ka hinnata seda, millised oleks parimad võimalikud sõnumid ja faktid, mida peaks eelkõige metsasektori kohta avalikkusele tutvustama. Vastanutele anti esmalt ette nimekiri võimalikest sõnumitest ning paluti valida nende hulgast kuni kolm kõige tähtsamat. Seejärel paluti aga vastajatel ise nimetada vabas vormis, mida nad omalt poolt lisaksid. Esimese küsimuse tulemused on toodud alloleval joonisel 15.

Joonis 15. Kommunikatsioonistrateegia kandvad sõnumid (%), kuulub 3 olulisema sõnumi hulka, n=148)



Nagu selgub, on järjestus väga ühtlane – ei saa eristada ühtki teistest selgelt prioriteetsemat teemat. Pea võrdselt on sisuliselt iga teine vastaja toonud kolme olulisema põhjuse seas välja Eesti metsamajanduse keskkonnasõbralikkuse ja jätkusuutlikkuse ning puidu kui ühe vähestest taastuvatest ressursidest. Ligi pooled vastanutest on maininud ka, et mets tagab looduses tasakaalu. Vähem häält on saanud teemad, mis käsitlevad majandust/turismi.

Tulemused on ka erinevate vastajate gruppide lõikes suhteliselt vähe erinevad. Ainsana võiks välja tuua, et ajakirjanikud on sagedamini välja toonud metsa kui looduse tasakaalu säilitaja (75%). Erametsaomanikud on keskmisest vähem maininud, et mets muudab Eesti rahvusvaheliselt unikaalseks puhkekohaks.

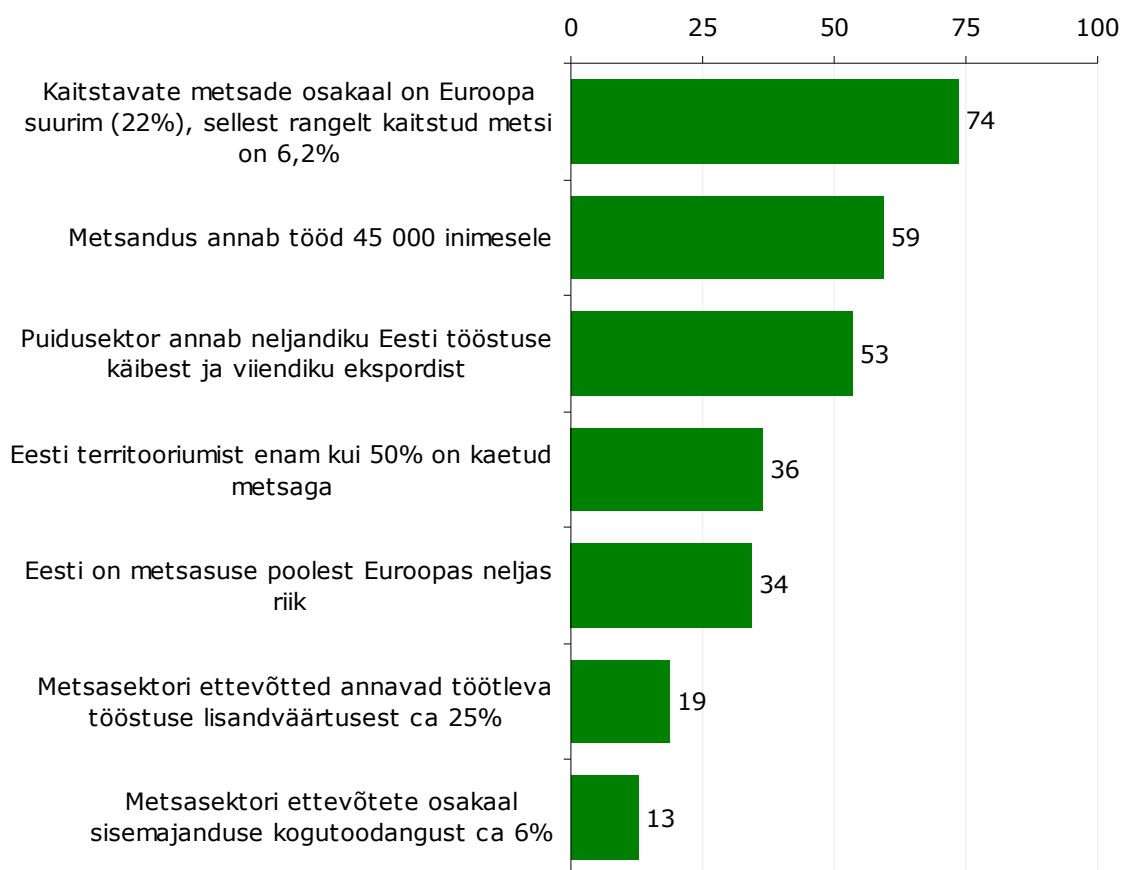
Lisaks kandvatele sõnumitele esitati vastajatele ka mõned väga konkreetsed faktid Eesti metsa kohta ning paluti nendeski valida kolm vastajate meelest kõige tähtsat, mida metsasektor peaks avalikkusele eelkõige tutvustama. Tulemused on kujutatud [joonisel 16](#).

Sarnaselt kandvate sõnumitega on ka siin järjestus suhteliselt stabiilne. Siiski tundub, et kõige rohkem mainitud fakt “Kaitstavate metsade osakaal on Euroopa suurim (22%), sellest rangelt kaitstud metsi on 6,2%” on teistest oma 74% toetusega

mõnevõrra eristunud. Sellele järgnevad “Metsandus annab tööd ...” ja “Puidusektor annab neljandiku ...” on suhteliselt võrdselt esimesest 5-9% võrra vähem mainitud.

Ka selle küsimuse puhul ei erine osalenud sidusgruppide arvamused keskmisest märkimisväärselt. Kui, siis on erametsaomanikud avalikest teenistujatest sagedamini märkinud puidusektori olulisust majanduse seisukohast (69% vs 50% avalikust sektorist vastajatest), vähem on metsaomanikud ja -töösturid märkinud aga seda, et Eesti on metsaga kaetuse poolest neljas riik Euroopas (21% vs 44% avalikest teenistujatest).

Joonis 16. Faktid, milliseid metsasektor peaks eelkõige avalikkusele tutvustama (3%, kuulub 3 olulisema fakti hulka, n=148)



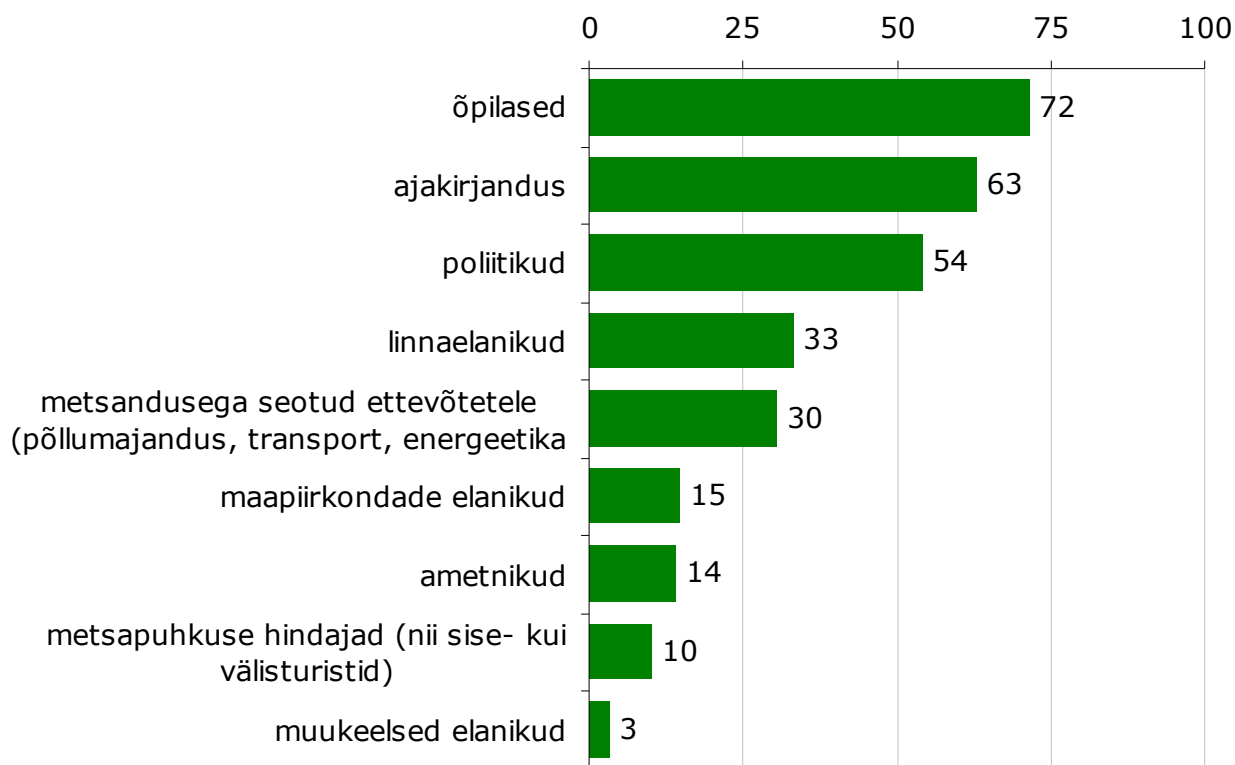
Kellele info suunata?

Viimase teemana käsitles uuring metsandusalase info edastamise sihtgruppe. Vastajaile esitati nimekiri erinevatest ühiskonnagrupidest ning paluti märkida vastajate hinnangul kuni kolm kõige olulisemat gruppi, kellele peaks eelkõige suunama metsandusalase teabe.

Kõige enam on teabe sihtgrupina nimetatud õpilasi (72%), ajakirjandust (63%) ning poliitikuid (54%, vt [joonis 17](#)). Keskmisest sagedamini nimetavad poliitikutele info suunamise vajadust metsaomanikud/töösturid (71%). Poliitikutest on pooled (so kolm poliitikut) maininud metsapuhkuse hindajaid, keda teised on märkinud märksa

harvem. Poliitikud ja ajakirjanikud on keskmisest harvemini märkinud poliitikute koolitamise vajalikkust (vastavalt 17% ja 13%).

Joonis 17. Sihtgrupid, kellele peaks eelkõige suunama metsandusalase teabe (%), kuulub 3 olulisema grupi hulka, n=148)



Lisa 2

European and Their Forests

Ülevaade eurooplaste suhtumisest metsa ja säästvasse metsamajandusse, koostajateks Ewald Rametsteiner ja Florian Kraxner.

Lühikokkuvõte

Mida eurooplased metsadest mõtleavad?

Mets assotsieerub sõnadega “roheline” ja “värske õhk

Enamike eurooplaste jaoks seostuvad metsalt eelkõige selliste emotsioonide ja märksõnadega nagu värske õhk ja rohelus. Euroopa keskmist iseloomustab hästi Šveits, kus mets assotsieerub märksõnadega (olulisuse järjekorras) värske/puhas õhk (31%), puhkamisvõimalused, puud, rohelus, loomad, vaikus, metsade kärbumine, ilu, metsas rändamine, taimed (7%) jne.

Inimesed ülehindavad oma teadlikkust metsadest

Inimesed hindavad oma teadmisi metsast heaks või väga heaks. Kui järg jõuab selleni, et oma teadlikkust tuleb faktidega kinnitada, on olukord kehvem. Lahknevuse põhjus võib olla, et sotsiaalne norm ei luba väljendada oma ignorantsust metsandusteema suhtes. Siiski, väiksemat huvi metsateema vastu väljendavad nooremad.

Mets on looduse sümbol

Metsandus, loodus ja keskkond on mõisted, mida tajutakse eurooplaste poolt väga sarnastena. Enamus kesk-eurooplastest arvavad ka, et metsi tuleb inimeste poolt kaitsta. Veidi vähem, kuid siiski enamus nõustuvad ka väitega, et metsad peaksid olema inimeste poolt kasutatavad ja et tegu on kasuliku tegevusharuga. Seevastu enamik vastanuid pole nõus väitega, et puidu kasutamine tuleb loodusele kasuks.

Metsa rollid: puidutööstus taandub looduse ees

Kõige olulisemaks peetakse metsade säilitamist ja kaitsmist, metsa rollid on Prantsusmaa uuringu näite varal inimeste jaoks 90ndatel muutunud nii: suurenenud on metsa roll loodusliku asukohana (*natural habitat*, 55%lt 71%ni) ja vähenenud metsa roll puidu tootjana (13%lt 3%ni). Puhkuse ja ajaveetmispaigana on metsa tähtsus vähenenud õige veidi (30%lt 26%ni).

Metsa majandusliku funktsiooni puhul seostab enamus seda puidutoodanguga, jättes kõrvale paberitootmise ja puidu ehitus- või küttematerjalina. Üldiselt on metsa multifunktsionaalsed rollid (sotsiaalne, ökoloogiline ja majanduslik) siiski üle Euroopa teadvustatud ja toetatud.

Uuringutest selgub, et kesk-eurooplased panevad rohkem rõhku metsa funktsioonile keskkonna tasakaalustajana (Saksamaa ja Soome vs Suurbritannia).

Jätkusuutlik / säästev metsamajandamine (edaspidi säästlik)

Mõiste tundmatu

Uuringud näitavad, et üldiselt on mõiste “säästlik” tähendus inimestele metsamajandusest rääkides võõras. Palju sõltub siiski maast – Inglismaal oli teadlikkus 50%, Austrias, Saksamaal, Prantsusmaal ja Itaalias keskmiselt 25%. Põhja- ja Ida-Euroopa kohta kahjuks andmed puuduvad.

Säästlik metsamajandamine tähendab rohkem kui tasakaalustatud metsaraiet, aga just eelkõige sellena seda tajutakse. Järgnevad selgitused “looduslik tasakaal” ja “sotsiaalne vastutustundlikkus”.

Arusaamad metsamajanduse säästlikkusest Euroopas vastandlikud

Arusaamad sellest, kas Euroopas toimub metsamajandamine säästlikult või mitte, on üsna vastandlikud. Nt 1999. aasta uuring Saksamaalt sedastab: 75% arvavad, et metsamajandamine on säästlik, 22%, et mitte (mõlemad näitajad on alates 1993. aastast samas suunas kasvanud/kahanenud). Austrias valitseb suhe 63:36 positiivse kasuks.

Hinnangutes metsamajanduse säästlikkuse kohta oma riigis on skeptilisemad noored ja naised. Oma riigi metsamajandust hinnatakse paremini kui teiste riikide oma. Kõige säästlikumana tajutakse Põhjamaade metsamajandamist; Ida-Euroopa tegevust selles vallas hinnatakse aga kehvemalt kui tegelik olukord väärisk.

Metsaressursi rohkus

Arvatakse, et metsa pindala väheneb, tegelikkus vastupidine

Metsade pindala tajutakse vähenevamana, kuigi tegelikkus räägib vastupidist: 2003. aasta MCPFE raporti kohaselt suureneb metsadega kaetud ala pea kõikjal Euroopas.

Metsade pindala vähenemise põhjusteks peetakse eelkõige inimtegevust ja hävitustööd keskkonna kallal. Enamik vastanuid soovib, et riigi pindalast moodustaksid metsad suurema osa kui nad on seda seni. Keskmiselt eelistatakse, et metsade all oleks kolmandik riigi territooriumist.

Aina enam tajutakse metsade ökoloogilist rollist rääkides metsa tähtsust globaalse kliimasoojenemise takistajana. Süsinikdioksiidi eraldaja rolli tajutakse metsa oluliseima kaitsva rollina.

Metsade olukord

Metsade olukorda tajutakse kehvana

Metsade kärbumist peetakse suureks probleemiks, täpsemalt (kui paljud puud on kahjustatud) ei osatud aga antud teemal enam täpsustada. Seega suhtumine ja reaalsed teadmised ei toeta üksteist. Metsade kärbumise põhjusena nimetati metsatulekahjusid, liiklusest ja korstnatest tulevat heitgaasi.

Enamik eurooplasi tajub metsade seisukorda halvana ja tulevikus veel halvenevana. Metsandus on selles aga vastanute arvates vaid osaliselt süüdi – põhjustena tajutakse

(olulisuse järjekorras) tööstust, liiklust, ehitustegevust, metsandust, põllumajandust, turismi ja loodusõnnetusi.

Metsade tootvad funktsioonid

Juurdekasv ja langetamine tasakaalus

Põhja-Euroopas tajutakse olukorda üldiselt üsna tasakaalus olevat (nt Soomes 67% arvas, et juurde kasvab sama palju kui raiutakse ja 27% arvas, et raiutakse rohkem).

Puitu peetakse keskkonnasõbralikuks ja ilusaks materjaliks (ilusam kui tellis, betoon või teras). Kerget süttivust ohuna eriti ei mainita. Põhjustena, miks puitu kui ehitusmaterjalina ei osteta, tuuakse kõrge hind ning soov säilitada metsi. Kõige enam arvatakse puitu rakendatavat mööbli-, aga ka paberi- ja ehitusmaterjalitööstuses.

Metsade muud funktsioonid: koht puhkamiseks, seenel ja marjul käimine, jaht.

Vastuseis loodusest mittehooolivale käitumisele: puude langetamist puidutööstuses aktsepteeritakse vaid koos uute puude istutamisega. Kesk-eurooplased tundlikumad.

Bioloogiline mitmekesisus

Tajutakse metsade mitmekesisuse vähenemist

Andmed puuduvad Ida-Euroopa ja Lõuna-Euroopa kohta, aga mujal tajutakse metsade liigilist mitmekesisust (taimed, loomad) kahanevana. Hea hinnangu saab vaid Põhjamaade tegevus.

Ohustatud loomaliike tahetakse tagasi. Eelistatakse segametsi. Metsade mitmekesisuse tagamist peetakse ülioluliseks.

Muu

Metsamajanduse tähtsus

Eriti oluliseks peetakse seda Põhjamaades. Hinnangutes järjestavad soomlased riigi heaolu tagajatena sektorid olulisuse põhjal nõnda: metsandus, elektroonika, metallitööstus, ehitusmaterjalide tööstus.

Metsamehed kui looduse valitsejad

Metsamehi tajutakse kõikjal Euroopas eelkõige kui looduse advokaate, mitte kui moodsaid *managere*. Inimeste asendamist masinatega oma hinnangutes ei pooldata.

Info saamine metsade ja keskkonna kohta

Usaldusväärse järgi reastatult on kanalid, kust saadakse infot metsade ja keskkonna kohta laiemalt järgmised: metsnikud, teadlased, keskkonnakaitsjad, välise organisatsioonide esindajad, tarbijakaitseorganisatsioonide esindajad, õpetajad, ajakirjanikud, riigiametnikud, poliitikud, tööstused. (Uuring aastast 1999, kaasatud Saksa, Suurbritannia, Holland, Norra).

Metsas käimise sagedus

Protsent inimestest, kes väidavad end metsas käivat vähemalt korra aastas: Taani ja Norra 91%, Soome 85%, Rootsi 82%, Suurbritannia 67%, Saksamaa 62%. Metsad vaba aja veetmise kohana konkureerivad kino, teatri, muuseumite, raamatukogude jt.

Dokumendi täisversioon saadaval aadressil

<http://www.unece.org/trade/timber/pr/publist/doc%20to%20upload/Europeans%20and%20their%20forests.pdf>

Lisa 3

European co-operation and Networking in Forest Communication

Euroopa metsandusinstituudi (European Forest Institute) poolt koostatud ülevaade eurooplaste koostöökogemusest metsandusalases kommunikatsioonis. Koostanud Gerben Janse, välja andmist toetanud Soome metsandusassotsiatsiooni poolt (Finnish Forest Association)

Põhjalik raport annab ülevaate Euroopa olulisematest metsanduskommunikatsiooniga kokku puutuvatest organisatsioonidest, kommunikatsiooni teoreetilistest aspektidest ja meetoditest ning senistest olulisematest praktilistest kogemustest.

Lühiülevaade

Suured, kogu sektorit haaravad kampaaniad on mitmel põhjusel korraldamatud: maksumus, inimeste vähene huvi, sihtrühma suurus jne. Sestap tuleks määratleda kõige olulisemad sihtgrupid ja suunata tegevus neile.

Põhilised sihtgrupid metsanduses:

- poliitikud
 - puidu kasutajad (ehitajad ja arhitektid)
 - õpilased/koolid
 - professionaalse metsandusalase õppe korraldajad
 - meedia
-
- metsatööstus
 - metsaomanikud
 - ühiskond laiemalt (sh puidutoodete kasutajad)

Metsanduskommunikatsiooni eesmärk on ühest küljest avalikkuselt loa/volituste saamine säästvaks majandamiseks, teisalt metsa kasutamine ühiskonna sotsiaalsete probleemide lahendamiseks.

Olukorra kaardistus: puidust kui materjalist arvatakse hästi, metsasektorist üldiselt suhteliselt kehvasti. Metsade ja puidu vahel ei nähta seost.

Olulised sõnumid ja soovitused:

- puitu kasvab rohkem kui maha raiutakse
- säästva/jätkusuutliku metsanduse asemel tuleks öelda lihtsamalt
- rõhk soojadel piltidel, emotsioonil
- sõnumite lihtsus
- näitamine on parem kui rääkimine

Dokumendi täisversioon saadaval aadressil

http://www.unece.org/trade/timber/pr/publist/ECONFOC_Final_Report2005.pdf

Lisa 4

Raising Awareness of Forests and Forestry

Raport inimeste teadlikkuse suurendamisest metsasektoris toimuva kohta, koostatud FAO/ECE/ILO metsandusekspertide ning FAO/ECE kommunikatsioonispetsialistide poolt

Raport keskendub küsimustele, mis on teadlikkuse tõstmine ning miks selle tõstmine oluline on. Kuidas seda teha? Praktilised soovitusel ja näited.

Lühikokkuvõte

Teadlikkuse tõstmise definitsioon

Teadlikkuse tõstmine on mitmesuunaline kommunikatsiooniprotsess, mis loob aluse pikaajalisele partnerlusele metsasektori ja avalikkuse vahel, võimaldades paremini informeeritud otsuste tegemist ning seeläbi metsade pikaajalisemat kasutust ja kaitset.

Metsasektori kommunikatsioonis on teadlikkuse tõstmine oluline, sest eesmärgiks on üldsuse toetuse suurenemine säästvale metsamajandusele (see on säästliku metsamajandamise üks osa). Olukord on paradoksaalne: toetust oma tegevusele on vaja suurendada, samal ajal teadlikkus metsadest ja metsandust aina väheneb.

Kuidas teadlikkust tõsta?

Teadlikkuse tõstmine on keeruline – selleks peab oma teemaga pääsma inimese personaalsete huvide ringi ja oma sõnumit nendega adekvaatsel moel siduma. Vaid siis võib loota, et tekib huvi või mure antud teema, antud juhul metsanduse vastu.

Teadlikkuse tõstmine sotsiaalse muutuse esilekutsumiseks:

- 1) inimestes huvi ja tähelepanu äratamine: probleemi määratlemine, konteksti kaardistus, huvi kirjeldamine
- 2) üldise teadmise ja arusaamise täiustamine: info kogumine ja jagamine, usalduse loomine
- 3) sotsiaalsete oskuste suurendamine käitumise muutmiseks: uute lahenduste väljapakumine
- 4) inimese valmisoleku suurendamine muutuseks: mobiliseeritud valmisolek muutuseks
- 5) muutus, hinnang protsessile

Teadlikkuse tõstmist võib kirjeldada ka nii:

- 1) värava avamine: kontakt, huvide väljaselgitamine. Metsanduse puhul nt isiklik kogemus
- 2) sildade loomine: toetuse saamine säästlikuks metsamajandamiseks
- 3) suhete tugevdamine: sh tegevuse hindamine

Dokumendi täisversioon saadaval aadressil

<http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/papers/forestry/wp198.pdf>

Lisa 5

Communications Strategies in Forestry and the Forest Industry Sector

Olulisemate soovitude kogumik metsasektoris tegutsevatele organisatsioonidele, koostatud FAO European Forestry Commission'i ja ECE Timber Committee suhtekorraldusspetsialistide poolt ÜRO Euroopa majanduskomisjoni puidukomisjoni tellimisel

Raport annab ülevaate suhtekorralduskampaaniate planeerimisest, meediasuhete korraldusest, teabematerjalide ettevalmistamisest ja õigete sihtgruppide kaardistamisest.

Lühikokkuvõte

Metsasektori suhtekorraldustegevuse põhieesmärgiks on suurendada avalikkusepoolset arusaamist sektori tegemiste kohta ning luua seeläbi usaldust.

Metsasektori põhilised sõnumid:

- puit on üks vähestest looduslikult taastuvatest materjalidest
- puitu kasutatakse väga paljudes igapäevakaupades
- metsad pakuvad vaikust ja rahu
- metsas leidub mitmeid looma- ja taimeliike
- metsadega kaetud alad pakuvad hinnalisi maastikuvaateid
- metsad aitavad õhust eemaldada süsinikdioksiide
- puud toodavad hapnikku, mida hingata

Kommunikatsioonitegevuse võimalikud eesmärgid:

- edukas sihtgruppide infoga varustamine
- sihtgruppidepoolse mõistmise suurendamine (nii üldisele tegevusele kui hüvedele, mida metsandus üldsusele pakub)
- kinnitamine, et puidutöötajad järgivad keskkonnanõudeid
- informeerimine sellest, millist majanduslikku kasu metsandus riigile toob
- usalduse loomine metsatöösturi ja töötajate vahel
- head suhted seadusloojate, meedia jt oluliste osapooltega
- klientide ja avalikkuse seisukohtade kogumine
- kõikide klientide, koostööpartnerite, huvigruppide esindajate õiglane kohtlemine

Meediasuhetes soovitatakse keskenduda alljärgnevale:

- enne igat pressiteadet mõtle, kellele, mida, millal ja kuidas sa öelda soovid
- pane paika süsteem, kuidas saabunud meediapäringutele vastatakse
- koosta põhjalik andmete ja faktide tugi
- harjuta tele- ja raadioesinemist ning pressikonverentside korraldust

Põhisoovitused meediasuheteks:

- ole positiivne
- loo ajakirjanike võrgustik
- mõtle oma seisukohad läbi, ära lahmi
- saada teade välja õigeaegselt
- suuna teade õigete ajakirjanikeni
- kasuta lihtsat keelt

Olulisemad sihtgrupid metsasektoris:

- poliitika, tegevuste, hoiakute mõjutajad (eemärk anda asjalikku infot)
- metsasektori töötajad, toetajad, partnerid
- metsanduse võimalikud kritiseerijad (eelkõige keskkonnaorganisatsioonid)
- metsandusest kirjutajad
- lai avalikus
- puittoodete ostjad (fookus naistel)

Dokumendi täisversioon saadaval aadressil

<http://www.unece.org/trade/timber/pr/publist/toolkit.htm>