

Median merkitys vastuullisen yritysimagon rakentamisessa

Elintarvikepäivä 2004
4.5. Messukeskus

Professori (vt.) Pekka Aula
Helsingin yliopiston viestinnän laitos
pekka.aula@helsinki.fi
www.aula.fi

© Pekka Aula 2003

pala medialisoitumista

Ajankäyttö 1987-1988 ja 1999-2000

	<i>Ajankäyttö</i>	<i>Käytetty aika vrk.</i>
<i>Toiminto</i>	<i>Vuosi</i>	<i>tuntia.min</i>
<i>Television katselu</i>	<i>1987-1988</i>	<i>1.45</i>
	<i>1999-2000</i>	<i>2.16</i>
<i>Seurustelu perheen kanssa</i>	<i>1987-1988</i>	<i>0.11</i>
	<i>1999-2000</i>	<i>0.07</i>
<i>Tilastokeskus 4/28/2004</i>		

© Pekka Aula 2004

Elintarvikepäivä 4.5

3

käsitteistä

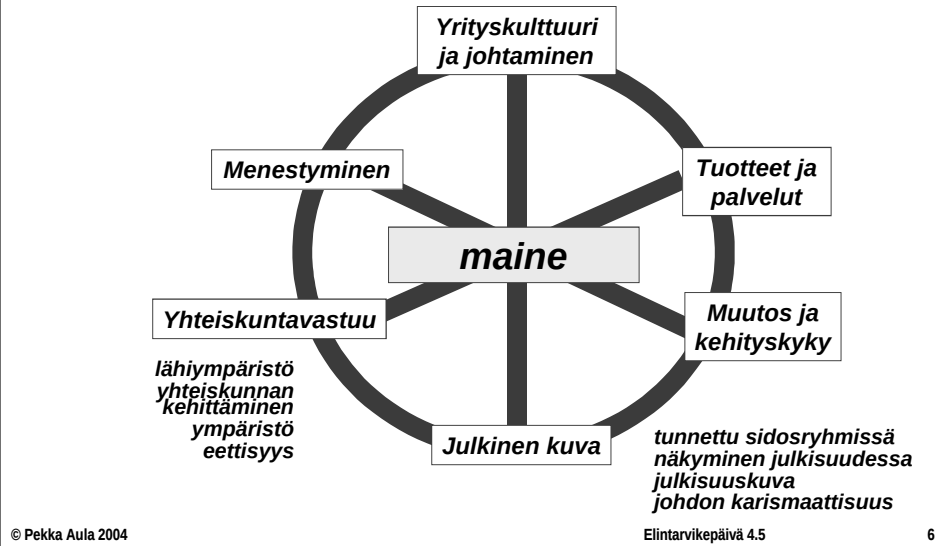
- **vastuullinen yritysimage?**
 - *etiikka, moraali*
 - *yhteiskuntavastuu*
- **media**
 - *valtamedia (TV, päivälehdet)*
 - *paikallismedia (paikallisradiot, -lehdet)*
 - *uudet mediat (internet)*
- **merkitys**
 - *lääkeruiskumalli*
 - *"agenda setting", ei mitä mieltä ollaan, vaan mistä pitää olla jotain mieltä*

vastuullisen imagonrakennuksen olosuhteet

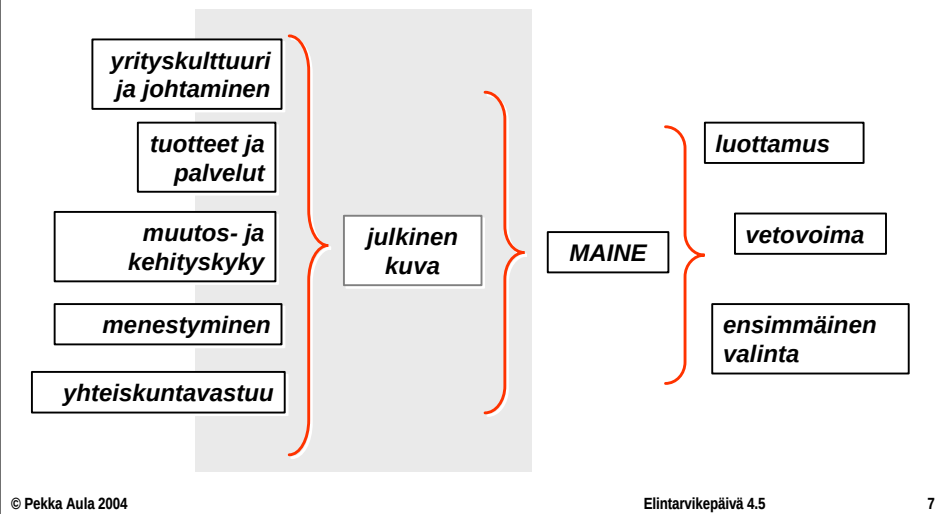
- **elämysvetoinen yhteiskunta, mielikuvatalous**
 - *keskiössä tarinat, merkitysten kamppailu*
 - *media keskeinen **viestinnän areena** mielikuvien ja merkitysten muodostumiselle, hyvässä ja pahassa*
- **suomalaiset viettävät päivittäin eri medioiden parissa 9 h 22 minuuttia vuorokaudesta**
- **"kaikki yhteiskunnallisesti merkittävä tapahtuu mediassa ja ellei asia ole esillä tiedotusvälineissä, on kuin sitä ei olisi olemassa"**

» Risto Uimonen

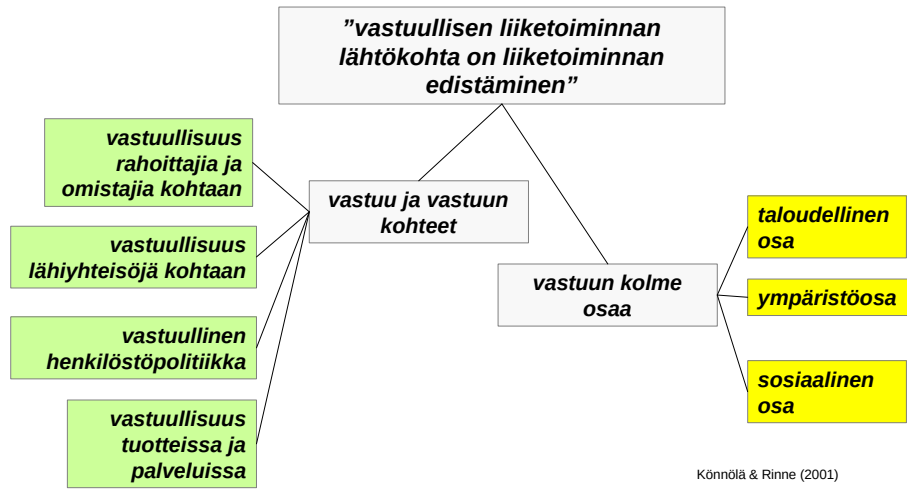
näkökulma: vastuullisen imagon rakennus osana maineenhallintaa



media: vastuullisen viestinnän julkinen areena



imagon takana vastuullinen toiminta



Könnölä & Rinne (2001)

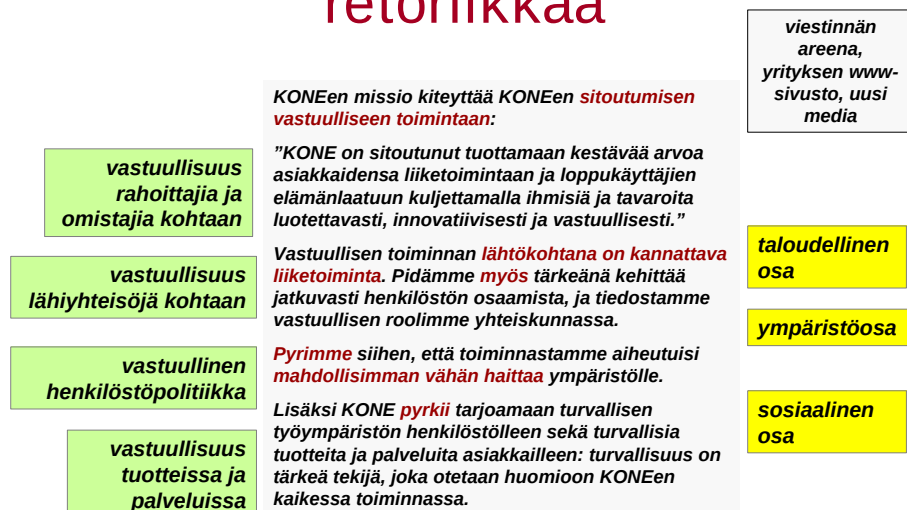
FIBS

© Pekka Aula 2004

Elintarvikepäivä 4.5

8

yhteiskuntavastuun retoriikkaa



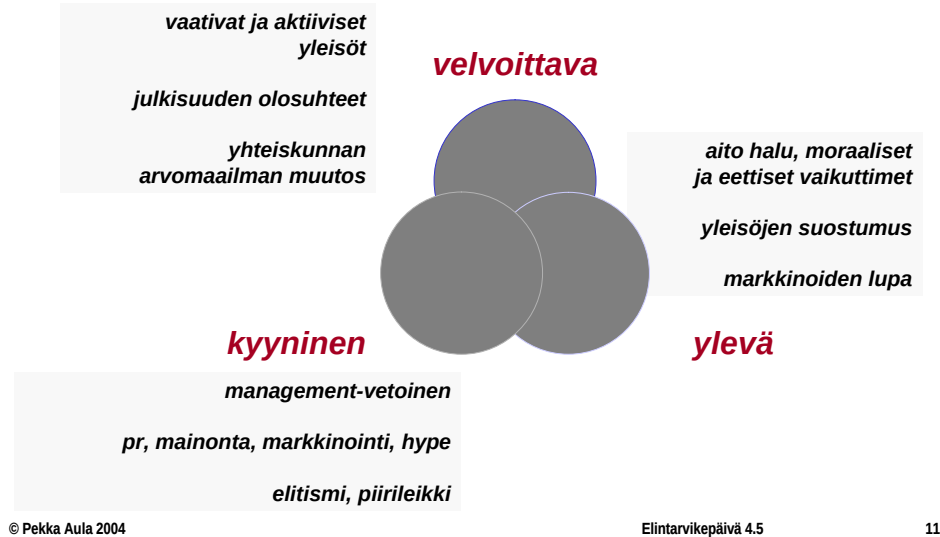
www.kone.com [26.4.2004]

© Pekka Aula 2004

Elintarvikepäivä 4.5

9

kolme näkökulmaa vastuun viestintään



vastuullinen imago: tapa toimia vai keino myydä?

- *ylevä, velvoittava vs. kyyninen*
- *"hyvä yritys" = yhteiskuntavastuullinen*
- *mitä yhteiskuntavastuullinen tapa toimia on?*
 - *"normaali" olemassa olon oikeutus*
 - *"normaalin" ylittävä*
 - *"normaalia" luova*

”Vastuullisen toiminnan lähtökohtana on kannattava liiketoiminta.”

www.kone.com [26.4.2004]

”Vastuullinen liiketoiminta on Nokian kannalta järkevää. Se auttaa meitä luomaan kestävän tuotteiden elinkaaren, kestäviä työsuhteita ja hyvän yritysmaineen - ja sitä kautta tavoittelemaan kestävää taloudellisesta kasvua.”

Jorma Ollila, www.nokia.fi [26.10.2003]

kiitos ajastanne!

www.aula.fi