



**PELASTUSOPISTO**



# Pelastuslaitosten ulkoinen viestintä 2017

Ulkoisen viestinnän tila sekä koettuja haasteita ja kehittämisiäideoita laitoksilta

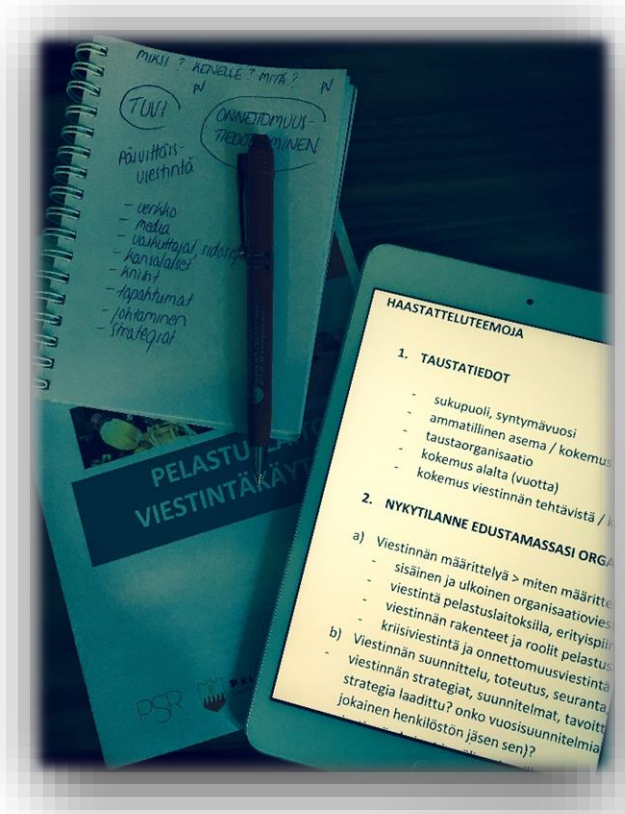
Pelastustoimen viestintä 2020 -työpaja 27.11.2017, Kuopio  
Aino Harinen, Pelastusopisto





# Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hanke

- Uudet viestintäympäristöt haastavat pelastustoimea
- kehittämisen pohjaksi tutkittua tietoa nykytilasta
- Tutkimus: viestinnän dokumentit, teemahaastattelut (51), kysely (22)
- Kehittämistyö: käytänteiden jakamista, toimintamalleja, sanastoa, suosituksia ja verkostoitumista
- Rahoitus: PSR, Pelastusopisto, pelastuslaitokset





**PELASTUSOPISTO**

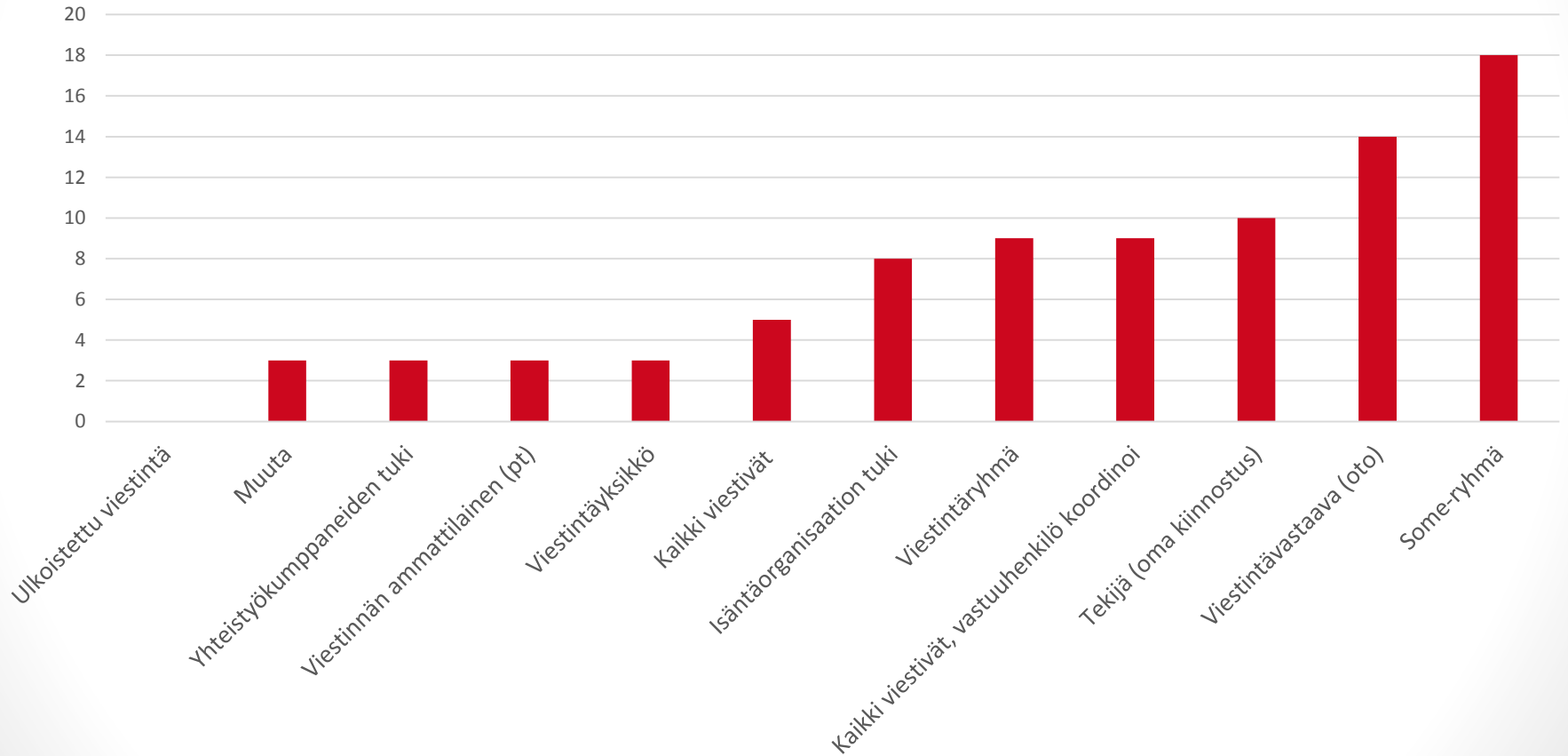
# Pelastuslaitosten ulkoinen viestintä

- Onnettomuustiedottaminen (osa onnettomuusviestintää)
- Turvallisuusviestintä
- Muu ulkoinen viestintä





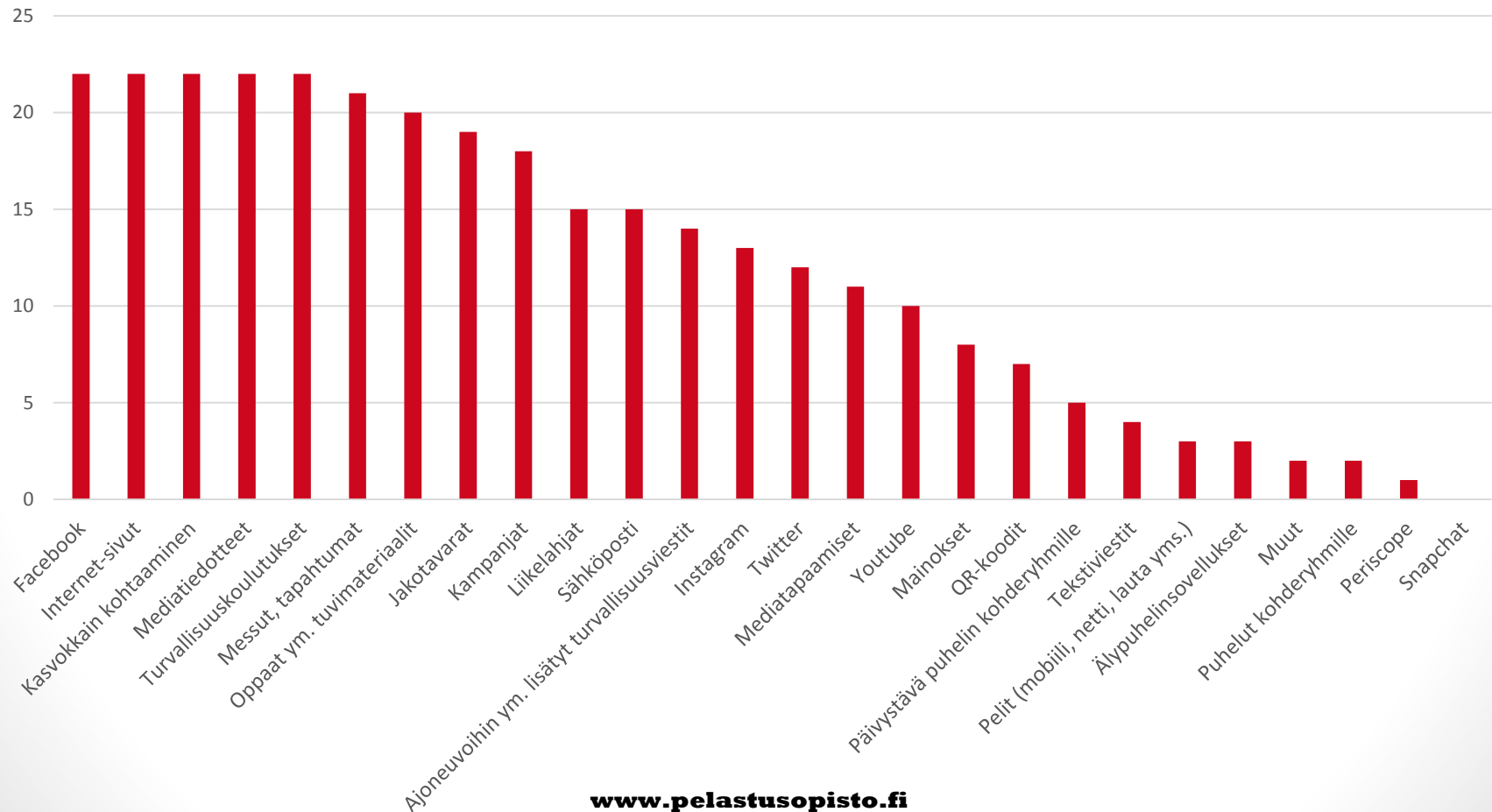
# Ulkoisen viestinnän resursointi





# Ulkoisen viestinnän keinot ja kanavat (1/3)

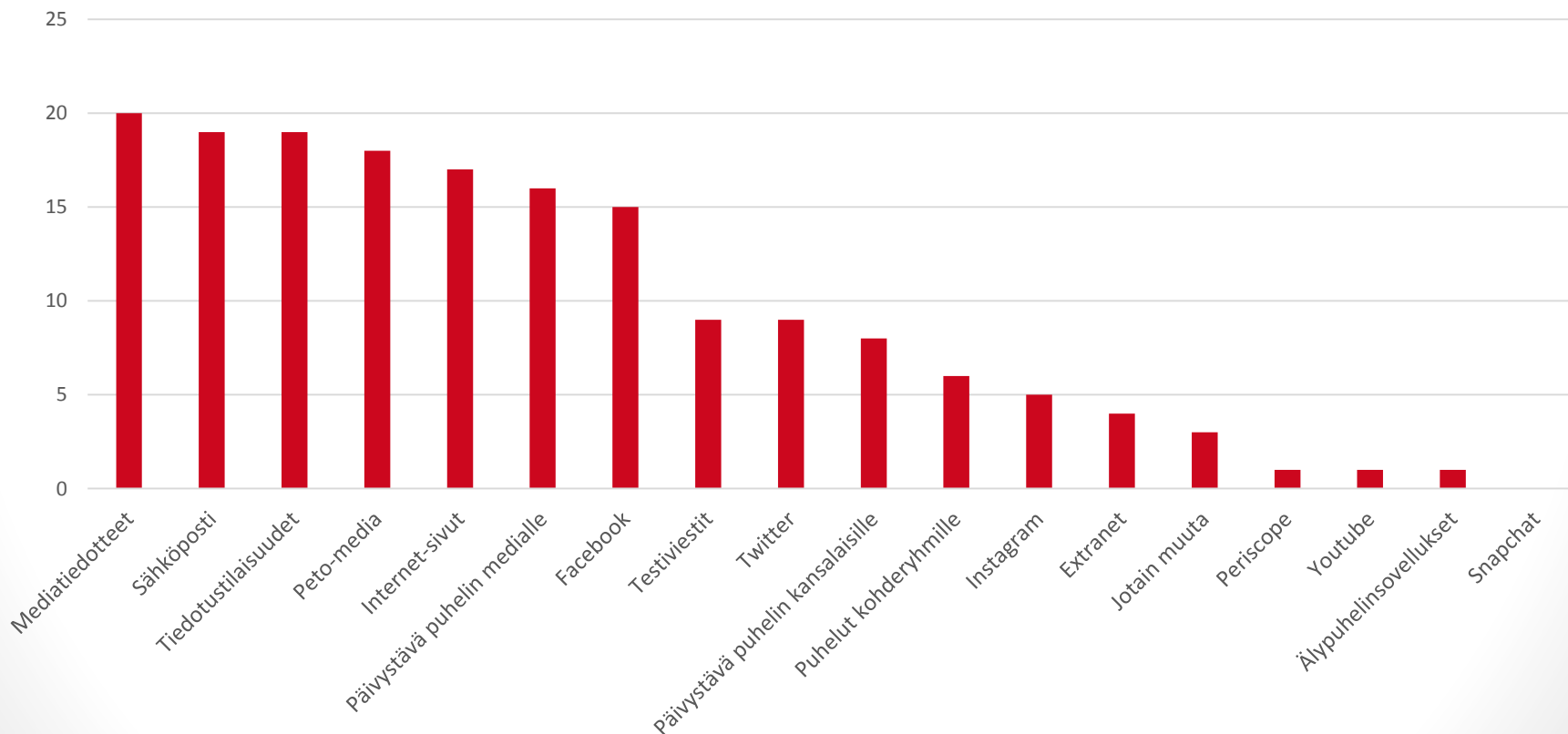
## Turvallisuusviestintä





# Ulkoisen viestinnän keinot ja kanavat (2/3)

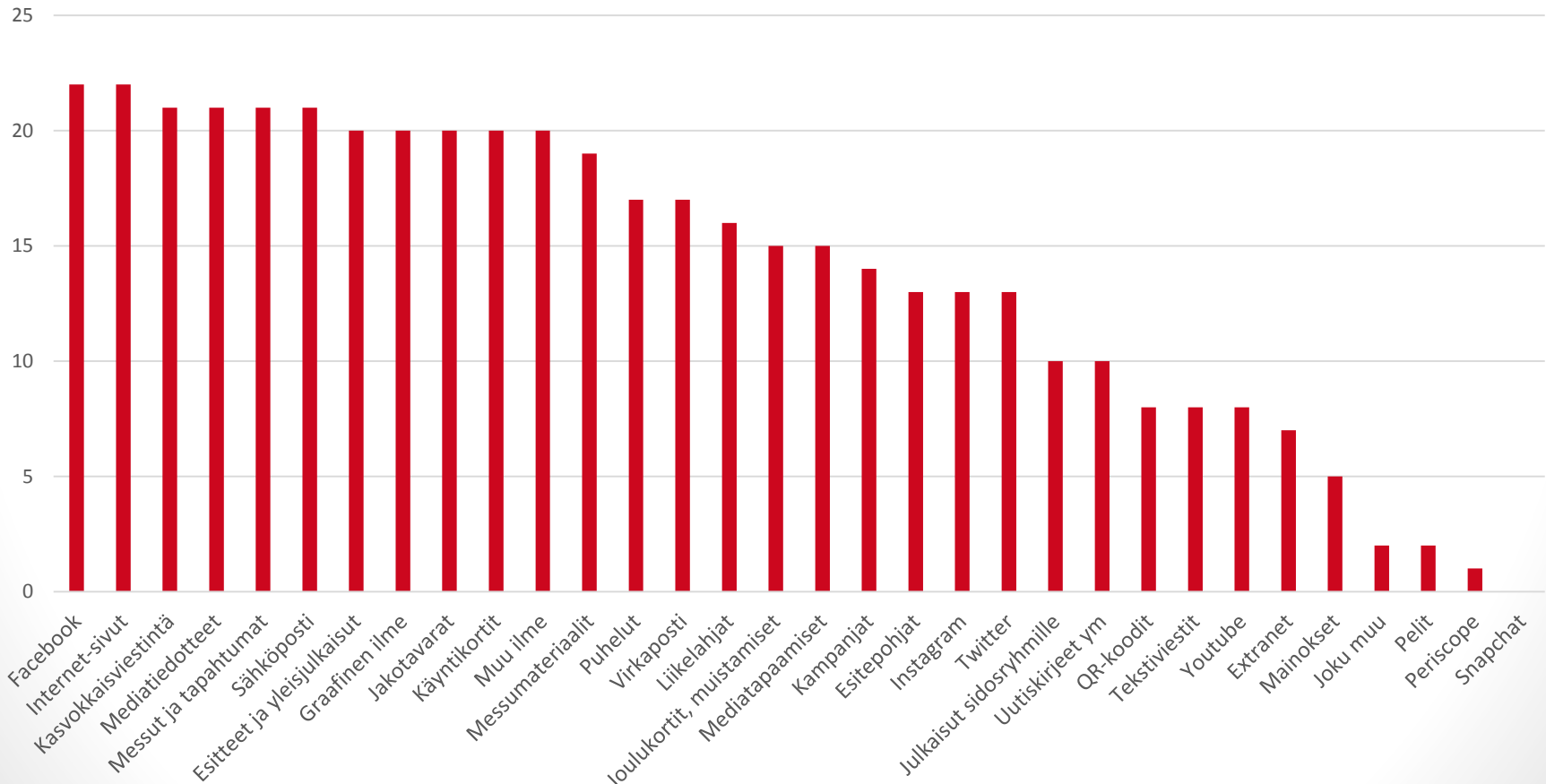
## Onnettomuusviestintä





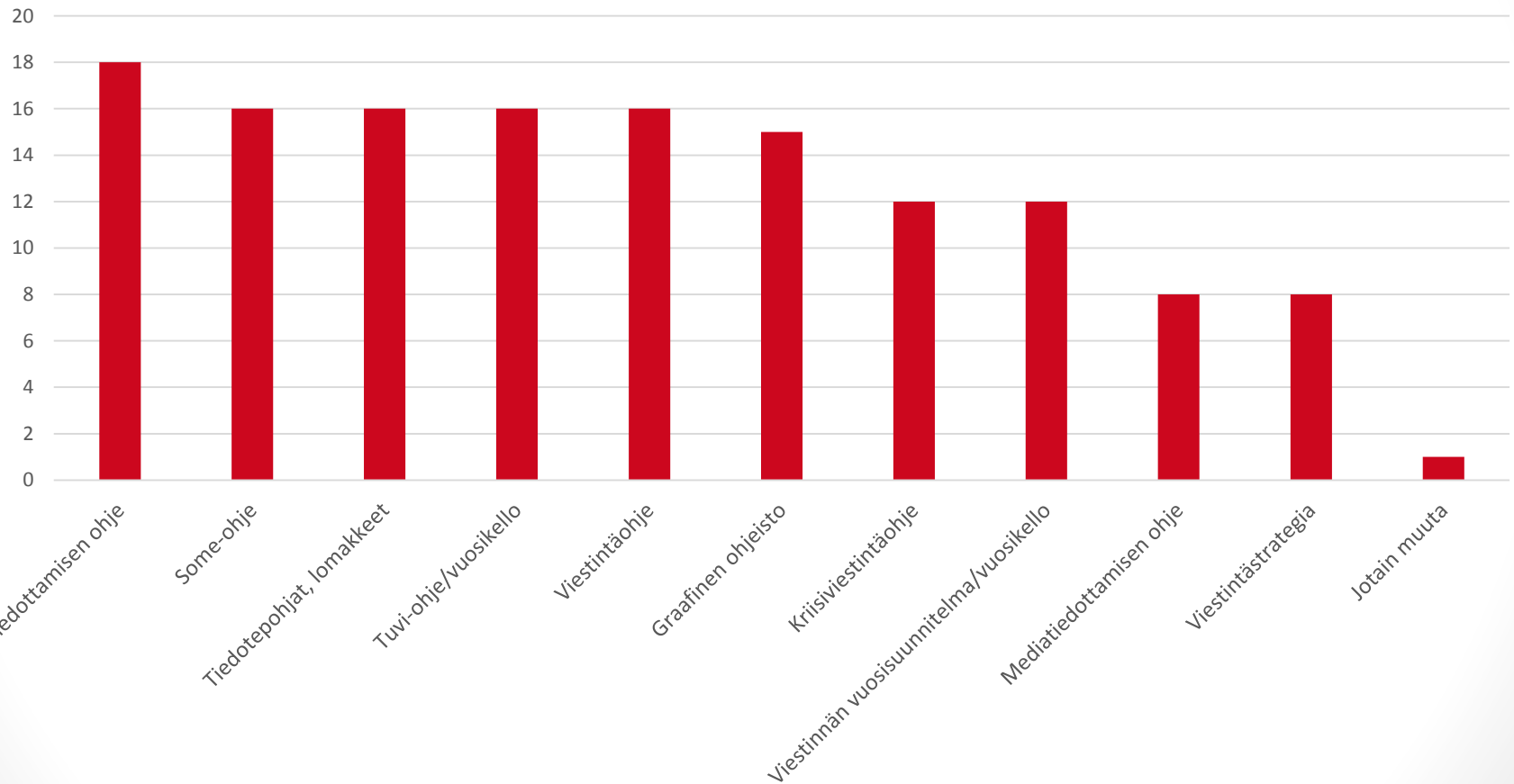
# Ulkoisen viestinnän keinot ja kanavat (3/3)

## Muu organisaatioviestintä





# Viestinnän suunnitelmat, ohjeet ja muut dokumentit

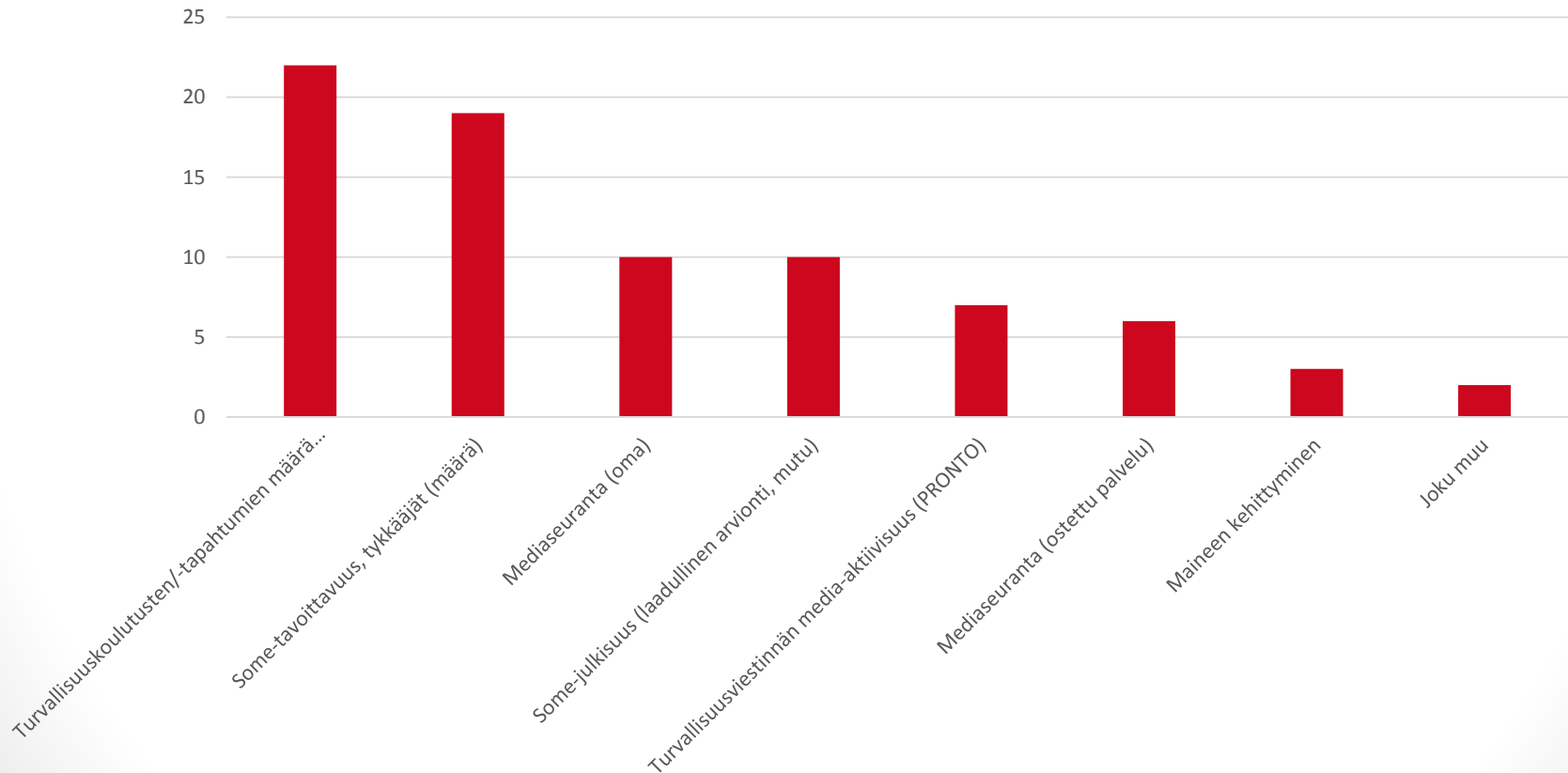






# Viestinnän seuranta ja arviointi

Viestinnän seuranta ja arviointi





# Viestinnän strategiset kysymykset

- Miksi?
- Kenelle?
- Mitä?





# Miksi pelastuslaitoksilla viestitään?

- Asenteisiin ja käyttäytymiseen vaikuttaminen > onnettomuuksien ennaltaehkäisy
- Turvallisuuden tunteen vahvistaminen ja turvallisuuskulttuuriin vaikuttaminen
- Julkisrahoitteisen organisaation velvollisuus kertoa toiminnastaan (myös onnettomuudet)
- Olemassaolon oikeutus ja toimintaedellytysten varmistaminen
- Luottamuksen vahvistaminen, profiilin ylläpitäminen

*Perustehtävän tukeminen viestinnän keinoin*



# Viestinnän tavoite: 1 lause

”Tukea pelastuslaitoksen tavoitteiden toteutumista, kertoa pelastuslaitoksen työstä, ennaltaehkäistä onnettomuuksia turvallisuusviestinnän keinoin ja viestiä pelastuslaitoksen arvojen mukaisesti”





# Kenelle pelastuslaitokset viestivät?



- Kansalaiset, alueen asukkaat
- Sidosryhmät, omistajat, päättäjät, asiakkaat
  - kansalaisviestintä
  - mediaviestintä
  - vaikuttajaviestintä





# Mikä on pelastuslaitoksen ydinviesti?

- Turvallisuuden ylläpitäjä ja edistäjä
- Laadukas, ammattitaitoinen ja tehokas palveluntuottaja
- Avoin, aktiivinen ja luotettava kumppani

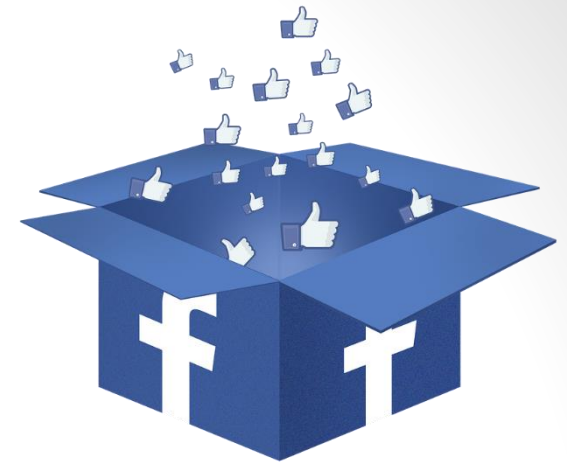
*Inhimillisesti, ammatillisesti, luotettavasti*



# Koettuja vahvuuksia

- Kansalaisten ja sidosryhmien vahva luottamus
- Hyvä brändi
- Onnettomuustiedottaminen
- Perinteiset turvallisuusviestinnän keinot
- Kumppanuusverkosto
- Ammattitaitoinen, sitoutunut, alan arvot sisäistänyt henkilöstö





# Mikä ajassa puhuttaa?

- Sosiaalinen media – hyvässä ja pahassa
- Pelastustoimen viestinnän valtakunnallinen yhdenmukaisuus vs. alueellisuus ja paikallisuus
- Yhteiskunnallinen keskustelu ja vaikuttajaviestintä
- Turvallisuustilanne yhteiskunnassa, luottamuksen ylläpitäminen
- Raha ja resurssit, tulossa olevat muutokset
- Viestinnän merkityksen ymmärtäminen, koko organisaation saaminen mukaan viestintään
- Viestinnän mittaaminen, arviointi ja kehittäminen
- Eri ryhmien tavoittaminen ja erottuminen viestitulvasta





# Kehittämissideoita laitoksilta

- Viestinnän ammattilaisia laitoksille, mukaan toteutukseen koko henkilöstö, ml. sopimuspalokunnat
- Täydennyskoulutusta valtakunnallisesti, koko henkilöstölle
- Valtakunnalliset mittarit arviointiin
- Kumppanuusverkostoon viestintä yhdeksi painopisteeksi
- Laitosten viestintävastaavien verkosto
- Viestinnän sisältöjä alan peruskoulukseen
- Oppia muilta (poliisi, PV, yritykset)





# Riittävä viestintäosaaminen pelastusalalla

- Perusvalmiudet ilmaista itseään suullisesti ja kirjallisesti
- Tehtävästä riippuen esiintymis- ja kirjoittamistaidot
- Tekniset taidot: ICT, some
- Vuorovaikutus- ja yhteistyötaidot
- Kielitaito ja kulttuuriosaaminen
- Asenne, perusymmärrys viestinnästä, uskallus, motivaatio
- Jatkuva osaamisen kehittäminen





# Kohti integroitua kokonaisviestintää



- Viestintä on kokonaisuus
- Maine syntyy teoista, sanoista ja ilmeestä
- Organisaation ammattimainen viestintä on suunniteltua ja johdettua
- Sisäisen viestinnän toimivuus lähtökohta ulkoisen viestinnän kehittämiseksi
- Viestintä myös pelastustoimessa yhä vahvemmin vuorovaikutusta
- Tiedottamisesta viestintään, valistuksesta vuorovaikutukseen sekä avoimeen yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen ja näkyvillä oloon



# Pelastuslaitosten viestintä 2025

- ”hyödyntää yhteistyötä ja verkostoja”
- ”yhdenmukaista ja yhteiskunnallisesti näkyvää”
- ”nopeaa, luotettavaa, ennakoivaa, vaikuttavaa”
- ”ammattimaista, kattavaa, ylittää hallintorajoja”
- ”aktiivista, vuorovaikutteista, hyödyntää ajanmukaisia välineitä”
- ”reaaliaikaista, asiakaslähtöistä, osa jokaisen jokapäiväistä toimintaa”
- ”ajankohtaista, ennakoivaa, havainnollista, värikästä, positiivista, kannustavaa, oman turvallisuuden edistämiseen motivoivaa”
- ”hyvin johdettua, yhteistyössä ministeriön kanssa”
- ”kiinnostavaa ja puhuttelevaa, hauskaa ja erottuvaa”





# Summa summarum



- Tahtoa viestinnän kehittämiseen on
- Tarvitaan resursseja, yhteistyötä ja koordinointia, keskustelua verkostoissa, jatkuvaa kehittämistyötä ja osaamisen kehittämistä
- Tärkeää myös uskallus ottaa uusia välineitä käyttöön
- Käynnissä olevat muutokset mahdollistavat myös viestinnän kehittämisen
- Mukaan SM, kumppanuusverkosto, laitokset (koko henkilöstö), järjestöt, oppilaitokset sekä maakunnat ja kunnat



**PELASTUSOPISTO**

# Ollaan yhteydessä!

Tutkija Aino Harinen, [aino.harinen@pelastusopisto.fi](mailto:aino.harinen@pelastusopisto.fi),  
+358 295 453 531

[tutkimus@pelastusopisto.fi](mailto:tutkimus@pelastusopisto.fi)

 @peo\_tutkimus

 [www.facebook.com/pelastusopisto.tk](http://www.facebook.com/pelastusopisto.tk)