



3.6.2021

## ESITYKSET PELASTUSALAN VUODEN VIESTINTÄTEOIKSI

### Kahvilaan ilmoittautumisten yhteydessä esitetyt:

#### **Pelastusjohtaja Markus Aarto ja kasvollinen johdon viestintä Twitterissä**

Perustelut: tuo esiin arkea positiivisella otteella, informatiivisesti mutta samalla uskottavasti ja vakavatkin asiat rohkeasti esiin nostaa.

#### **Turvallisuusviestinnän tehonyrkki ja yhteinen tekeminen sekä viestinnän koordinointi**

Perustelut: Nopea aktivoituminen koronakevään 2020 (turvallisuus)viestinnässä, yhteiset postaukset ja koordinointi. Sisäministeriö / pelastusylitarkastaja Jari Lepistö ryhmän koollekutsujana sekä eri organisaatioita edustavat ryhmän jäsenet esimerkkeinä aktiivisesta työstä yhteisen viestinnän hyväksi.

#### **Sisäministeriön projektipäällikkö Susanna Sankala ja aktiivinen, näkyvä viestintä pelastusalan valtakunnallisesta, ajankohtaisesta ja useita koskevasta tärkeästä koulutus uudistushankkeesta**

Perustelut: kohderyhmälähtöinen ja keskusteleva, näkyvä ja tavoitettava monikanavainen viestintä

#### **CTIF Suomi ja säännöllinen, johdonmukainen ja monikanavainen viestintä pelastustoimen kansainvälisestä asiantuntijatoiminnasta**

Perustelut: Kansainvälinen pelastustoimi jää usein Suomessa varsin vähäiselle huomiolle, mutta CTIF Suomen kautta suomalaiset pelastustoimen asiantuntijat ovat verkostoituneet eri maiden edustajien kanssa pelastustoimen eri aiheista sekä sitä kautta tietoa Suomesta ja tietoa Suomeen on välittynyt. CTIF Suomi järjestää itse tapahtumia ja viestii monikanavaisesti (Twitter, Facebook ja Instagram).

#### **Pelastusalan naiset ry. ja pelastusalalle olennaisten asioiden esiin nostaminen oman vaikuttamisviestinnän kautta: tasa-arvon ja häirinnän teemat**

Perustelut: Pelastusalan naiset ry. on tuonut positiivisella tavalla esiin pelastusalalla vähemmistössä toimivaa henkilöstöryhmää, naisia. Pelastusalan naisilla on käytössään viestinnässään paitsi nettisivut, myös monikanavainen someviestintä (Twitter, Instagram ja Facebook).

#### **Varsinais-Suomen pelastuslaitos ja pelastustoiminnan johtamisen viestintä tilannepaikoilta**

Perustelut: uudenlainen lähestymistapa, kuten omat haastattelut ja monipuolinen visuaalinen viestintä

#### **Padasjoen VPK ja aktiivinen sosiaalisen median viestintä**

Perustelut: Padasjoen VPK on toiminut edelläkävijöinä ja esimerkkinä muille alueen toimijoille, saaneet runsaasti seuraajia ja huomiota myös muualta Suomesta. Padasjoen VPK:n some-päivityksissä on positiivinen vire, ja ne lisäävät sopimuspalokuntatoiminnan tunnettavuutta sekä turvallisuustietoutta ja innostavat uusia mukaan toimintaan. Sopimuspalokuntien tulevaisuus on puhuttanut viime aikoina valtakunnallisestikin ja senkin vuoksi tällaisten viestintätekojen esiin nostaminen juuri nyt on tärkeää.



3.6.2021

**Päijät-Hämeen pelastuslaitos ja Instagram-viestintä**

Perustelut: Kuvan luominen monialaisesta pelastustoimesta ja hyvän työnantajakuvaan tekeminen erityisesti Instagramin story-viestinnän kautta

**Satakunnan pelastuslaitos ja Nouhätä! -livesreamin toteutus**

Perustelut: uusi toteutustapa, joka mahdollisti monille turvallisuuskampanjaan osallistumisen myös korona-aikana.

**Satakunnan pelastuslaitos ja uudenlainen monikanavainen viestintä**

Eri keinojen ja kanavien monipuolinen hyödyntäminen niin onnettomuuksien ehkäisyyn kuin pelastustoimintaan liittyvässä viestinnässä: Youtube-kanava, Instagram, Facebook, Facebook-livet.

**Keski-Uudenmaan pelastuslaitos ja inhimillinen Facebook-viestintä**

Perustelut: tarinallistettu, inhimillinen ja koskettava viestintä puhuttelee.

**Keski-Uudenmaan pelastuslaitos, elämänmakuinen ja säännöllinen someviestintä**

Perustelut: Säännöllisesti elämänmakuisia ja ihmisennäköisiä Facebook-postauksia erilaisista onnettomuustapauksista, mitkä ovat levinneet laajasti sekä somessa ja herättäneet myös eri medioiden huomion ja siten levinneet laajalti. Nämä ovat omalta osaltaan luoneet positiivista julkikuvaa pelastustoimesta, mutta myös toimineet turvallisuusviestinnällisinä keinoina.

**Uudenmaan pelastusliitto ja aktiivinen, toimialaa yhdistävä viestintä poikkeuksellisenä aikana**

Perustelut: Liitto on toiminut sopimuspalokuntasektorin yhdistäjänä myös poikkeuksellisenä ja haastavana aikana, tehden mm. aktiivista viestintää yli liittorajojen sosiaalisessa mediassa. UPL on järjestänyt läpi korona-ajan esimerkiksi monipuolisesti webinaareja eri aiheista ja pitänyt siten yllä sopimuspalokuntatoiminnan liekkiä läpi poikkeuksellisen ajan.

*Erikseen toimitetut tarkemmat perustelut (UPL-webinaarit korona-aikana, vetäjänä Sari Tuuri-Salonen)*

12. maaliskuuta 2020 koronapandemia rantautui virallisesti Suomeen, ja kaikki palokuntatoiminta loppui kuin seinään. Uudenmaan Pelastusliitto reagoi nopeasti, jo alkukevään aikana liitto tuotti materiaalia nuoriso-osastoille etäharjoituksiin (11 tehtävälliitettä ja kolme kokonaista harjoitusaihetta tunnin koulukseen materiaaleineen). YouTubeen tehtiin yhdeksän videota, osa tehtiin pieni pilke silmäkulmassa, vaikkakin aiheet olivat palokuntakoulutusaiheisia. Instagramissa liitto oli live-lähetyksissä viisi kertaa.

Webinaareja lähdettiin toteuttamaan heti maaliskuussa 2020, UPL järjesti itsenäisesti keväällä neljä webinaaria, joissa osallistujia oli reilu 200. Syksyllä webinaareja järjestettiin kuusi kappaletta, joissa osallistujia oli yhteensä melkein 650. Vuoden aikana UPL:n webinaareihin osallistui yhteensä 854 palokuntalaista ympäri Suomea, ja enemmänkin, osaa kuunneltiin isommalla kokoonpanolla esim. asemilla.

Huomionarvoista Uudenmaan Pelastusliiton toiminnassa, nopean reagoinnin lisäksi, oli se että kaikki materiaali jota liitto tuotti, oli avointa kaikille Suomen sopimuspalokunnille. Samoin webinaareihin osallistumista ei rajattu vain UPL:n omalle alueelle, vaan haluttiin antaa kaikille Suomen palokuntalaisille



3.6.2021

mahdollisuus osallistua. Kohderyhmänä ei niinkään ollut palokuntien hälytysosastot, jotka kuitenkin olivat koronankin aikana hälytysvalmiudessa, vaan webinaarien aiheet olivat enemmän suunnattuja muille osastoille, kuten EA, Tasa-arvo ja yhdenvertaisuus, Henkinen hyvinvointi, Hallituksen hommissa (uusille hallituksen jäsenille) ja Varhaisnuoriso-osasto palokunnissa. Jos koronasta täytyy löytää jotain positiivista, niin Suomen sopimuspalokunnat lähenivät mm. näiden kaikille avoimien webinaarien kautta ja loivat yhteenkuuluvaisuutta.

### **Lisäksi erikseen ennen kahvilaa projektipäällikölle sähköpostitse tullut ehdotus:**

#### **ViVaPe-hanke/Pelastusopisto/Aino Harinen ja viestinnän yhteinen kehittäminen**

Perustelut: Hanke on tuonut paljon hyvää keskustelua, seminaareja ja selvityksiä pelastustoimen viestinnän kehittämisen tueksi.

### **Päivän aikana pienryhmäkahviloihin tuodut esitykset:**

#### **Helsingin kaupungin pelastuslaitoksen some-viestintä**

Perustelut: Pelastuslaitos viestii rohkeasti ja ylpeänä omasta toimialastaan, työstään ja organisaatiostaan sekä omalla äänellään sosiaalisessa mediassa. Viestintä erottuu ja vahvistaa kuvaa vetovoimaisesta pelastuslaitoksesta.

#### **Nouhätä-kampanja ja tärkeä turvallisuusviestintä kohdennetusti eri kohderyhmille**

Perustelut: Kampanja viestii näkyvästi, monipuolisesti ja monikanavaisesti oppilaitosten johdolle ja opettajille, oppilaille ja pelastuslaitoksille. Viestintää on kohdennettu eri kohderyhmille, eikä edes korona-aika onnistunut pysäyttämään kampanjan vauhtia.

#### **Kaikki Suomen pelastuslaitokset**

Perustelut: Pelastuslaitosten viestintä mennyt viime vuosina aimo harppauksin eteenpäin. Viestintää on kehitetty verkostoissa, se on entistä aktiivisempaa ja siihen on resursoitu aiempaa enemmän. Viestintää on tehty ja tehdään yhdessä.

#### **Pelastusopiston ViVaPe- ja PeLaVi-hankkeet / tutkija Aino Harinen, pelastusalan yhteisen viestinnän vahvistaminen**

Perustelut: Pelastusopiston hankkeet ovat vieneet merkittävällä tavalla alan viestintää eteenpäin, rakentavasti ja pitkäjänteisesti. Yhteistyö hankkeiden projektipäällikön kanssa on ollut tehokasta ja toimivaa koko ala huomioiden.