



PELASTUSOPISTO

Kyllä me täällä sitä tiedottajaa kaivattaisiin¹

Pelastuslaitosten ulkoisen viestinnän tila ja näkemyksiä sen roolista tulevaisuuden pelastustoimessa

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen tutkimusraportti

Tiivistelmä, yhteenveto, pelastustoimen viestinnän sanasto sekä suositukset viestinnän kehittämiseksi

Aino Harinen

¹ Otsikko on suora aineistolainaus tutkimuksen haastatteluaineistosta.

Pelastusopisto
PL 1122
70821 Kuopio

www.pelastusopisto.fi

Aino Harinen

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hanke, loppuraportti
Elokuu 2018

Tiivistelmä

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen (15.5.2017–31.8.2018) tavoitteena on ollut tuottaa tutkimukseen perustuvaa tietoa pelastuslaitosten viestinnän nykytilasta sekä laatia sen pohjalta pelastustoimelle työkaluja viestinnän kehittämiseen. Hankkeen taustalla ovat nopeasti muuttuvan toimintaympäristön ja uuden mediamaailman asettamat haasteet viranomaisviestinnälle. Hanke muodostuu tutkimus- ja kehittämisosioista, joista ensimmäisessä luodaan laaja ja kattava katsaus pelastuslaitosten ulkoisen viestinnän nykytilaan. Hankkeen kehittämisosiossa tuotetaan tutkimukseen perustuen pelastuslaitoksille tarvittavaa yhteistä viestinnän sanastoa, toimintamalleja ja työkaluja sekä suosituksia ulkoisen viestinnän kehittämiseksi.

Tässä hankkeen loppuraportissa esitellään kuva pelastuslaitosten ulkoisen viestinnän nykytilasta. Tarkasteltaviksi nousevat niin ulkoisen viestinnän resursointi, asema organisaatiossa, käytössä olevat keinot ja kanavat, viestintään liittyvät suunnitelmat, ohjeet ja muut dokumentit kuin arvioinnin ja kehittämisen välineet. Lisäksi esiin nostetaan havaintoja viestinnän merkityksellisistä, koetuista ulkoisen viestinnän uhkista ja mahdollisuuksista sekä viestinnän kehittämisideoista. Kuva nykytilasta sekä viestintään liitetystä näkemyksistä ja tulkinnoista muodostuu laajan haastattelu-, kysely- ja kirjallisista dokumenteista koostuvan aineiston perusteella, jota on analysoitu sekä määrällisesti että laadullisesti.

Pelastuslaitosten ulkoinen viestintä nähdään laitoksilla ennen kaikkea turvallisuudesta viestimiseksi ja ohjeistamiseksi sekä asenteisiin ja käyttäytymiseen vaikuttamiseksi siten, että onnettomuuksia voitaisiin ehkäistä ennalta entistä paremmin. Lisäksi se nähdään kansalaisten ohjaamiseksi onnettomuustilanteissa niin, että tilanteista selvittäisiin mahdollisimman vähillä vaurioilla. Pelastuslaitosten ulkoinen viestintä on myös laitosten toiminnasta ja tapahtuneista onnettomuuksista kertomista sekä vaara- ja muista poikkeuksellisista tilanteista varoittamista. Se on mukana onnettomuuden elinkaaren alusta loppuun aina poikkeuksellisiin tilanteisiin varautumisesta, kansalaisten omaehtoisen varautumisen tukemisesta, varoittamisesta ja ennalta ehkäisevästä turvallisuusviestinnästä onnettomuuksien tai kriisitilanteiden aikaiseen sekä niiden jälkeiseen viestintään. Viestinnällä nähdään olevan vaikutusta myös niin pelastuslaitoksen julkisuuskuvaan kuin resurssienjakoon, ja organisaation sisäisen viestinnän tilan nähdään heijastuvan aina myös ulospäin. Turvallisuuden ylläpitäminen ja onnettomuuksien ennalta ehkäisy nähdään pelastuslaitoksilla viestinnän tärkeimmiksi tehtäviksi, mutta samalla koetaan, että viestinnällä ylläpidetään ja rakennetaan myös pelastuslaitosten ja pelastustoimen mainetta, yleistä turvallisuudentunnetta sekä kansalaisten luottamusta niin pelastusviranomaisiin kuin yhteiskuntaan.

Tänä päivänä viestintä kietoutuu organisaatioissa kaikkeen niiden toimintaan, ja myös pelastuslaitoksilla nähdään, ettei pelkkä lakisäätöiden valistus- ja tiedottamisvelvollisuuksien täyttäminen perinteisin keinoin enää riitä. Pelastuslaitoksilla onkin herännyt entistä vahvempi tarve ja halu viestinnän kehittämiseen, ja viestinnän merkitys laitoksen strategian toteuttamisessa tunnustetaan ja tunnustetaan laajasti. Viestinnän merkityksellistämässä ja resursoinnissa on kuitenkin kirjavuutta. Osalla laitoksista viestintä ei esimerkiksi näy laitoksen strategisissa asiakirjoissa tai organisaatorakenteessa, ja esimerkiksi viestinnän päätoimiset ammattilaiset ovat alalla harvinaisia. Lisäksi oman toimensa ohella viestintää koordinoivilla henkilöillä viestintävas-

tuuta ei ole välttämättä kirjattu tehtävänkuvaan, eikä säännöllisiä viestinnän koulutuksia ainaakaan kovin laajasti tai kattavasti järjestetä muille kuin halukkaille. Suunta pääsääntöisesti valtavirtamediaa hyödyntävästä yksisuuntaisesta viranomaistiedottamisesta entistä proaktiivisempaan, ajanmukaiseen ja aktiiviseen, useita keinoja ja kanavia käyttävään ja monensuuntaiseen dialogiin eri ryhmien kanssa nähdään kuitenkin laitoksilla myönteiseksi. Yksisuuntaisellekin tiedottamiselle nähdään yhä tärkeä roolinsa pelastustoimen viestinnän kokonaisuudessa, mutta dialogi lisääntyy ja haastaa pelastusviranomaisia mukaan keskusteluun yhä laajemmin.

Laitosten viestintää haastavat useat toimintaympäristön ja alan sisäiset muutokset. Esimerkiksi mediakentän murrokset ja teknologian nopea kehitys koetaan haastaviksi – samalla kun pelastustoimea puhuttavat erilaiset sisäisen turvallisuuden uhkakuvat. Viestinnän nopeus, mediakentän pirstaloituneisuus ja muuttunut mediamaailma sekä yhteiskunnallinen polarisaatio ja syrjäytyminen sekä esimerkiksi sään ääri-ilmiöt mietityttävät. Haastateltavia puhuttavat myös muun muassa eri ryhmien tavoittaminen onnettomuuksien ennaltaehkäisytyössä, uusien kanavien käyttöönottoon liittyvät haasteet ja niukkenevat resurssit. Loppujen lopuksi yhdeksi suurimmista viestinnän haasteista omissa organisaatioissa nähdään usein vähäinen ymmärrys viestinnän merkityksestä läpi organisaation. Useissa haastatteluissa toistuu myös toive saada laitosten tai koko alan johtoa sitoutumaan ja sitä kautta resursoimaan viestintään vahvemmin.

Mahdollisuuksiksi ja vahvuuksiksi alan viestinnässä nähdään niin uuden teknologian mukanaan tuoma potentiaali kuin sitoutunut ja ammattitaitoinen henkilöstö, jonka toivottaisiin osallistuvan jatkossa aktiivisemmin myös laitosten viestintään. Myös alan sisäisessä yhteistyössä, yhteistyössä eri sidosryhmien kanssa sekä käynnissä olevissa lukuisissa pelastustointakin sivuavissa yhteiskunnallisissa uudistuksissa nähdään mahdollisuuksia viestinnän kehittämiseen. Digitalisaatio koetaan samanaikaisesti sekä haasteeksi että mahdollisuudeksi, ja esimerkiksi sosiaalisen median tai mobiiliteknologian hyödyntämisessä nähdään sekä potentiaalia että uhkia. Uudet keinot ja kanavat toivotetaan tervetulleiksi, mutta edelleen painotetaan myös kasvokkain kohtaamisten ja henkilökohtaisen vuorovaikutuksen tärkeyttä viestinnässä.

Muuttuva toimintaympäristö ja uusi media haastavatkin viranomaisia uudistamaan viestintäänsä. Näin ollen alalle nähtäisiin tarvittavan paitsi valtakunnallista tukea sekä jaettuja työkaluja ja toimintamalleja, myös lisää ammatillisia viestintäresursseja sekä toisaalta halua ja kykyä valjastaa olemassa olevia resursseja entistä vahvemmin viestintään. Myös tarve yhteisille mitta-reille viestinnän arviointiin nousi esiin lähes jokaisessa haastattelussa. Lisäksi tarvitaan vahvaa yhteistyötä ja koordinoitua, keskustelua verkostoissa, jatkuvaa kehittymistä ja osaamisen kehittämistä. Uskallus ottaa uusia välineitä käyttöön ennakkoluulottomasti sekä uudistaa joiltain osin myös viestinnän sävyä ja sisältöjä nähdään tärkeäksi. Kansalaisten turvallisuuden edistämistyöhön nähdään tarvittavan pelastustoimelle myös lisää näkyvyyttä ja yhteiskunnallisia keskustelijoita niin alueellisesti kuin valtakunnallisesti. Käynnissä olevien maakunta- ja sote-uudistuksen sekä pelastustoimen uudistuksen nähdään osaltaan mahdollistavan viestinnän kehittämistä, ja muutosten yhteydessä paikat myös päättävissä pöydissä näyttävät tulevan yhä tärkeämmiksi. Halua kehittämiseen tai ideoita alalta ei puutu, ja mukaan kehittämistyöhön haastetaan niin valtionhallinto kuin laitokset, järjestöt, oppilaitokset ja muut sidosryhmät. Yhteistyö nähdäänkin pelastuslaitoksilla avainasiaksi myös viestinnän kehittämisessä.

Avainsanat: Viestintä, onnettomuusviestintä, turvallisuusviestintä, kriisiviestintä, strateginen viestintä, tiedottaminen, dialogi, pelastustoimi, pelastuslaitos, luottamus, sisäinen turvallisuus

Sisälllys

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Aluksi..... | 1 |
| 2 | Yhteenveto nykytilasta | 2 |
| 3 | Yhteenveto koetuista haasteista, mahdollisuuksista ja kehittämisideoista | 6 |
| 4 | Viestinnän sanastoa pelastustoimeen..... | 8 |
| 4.1 | Yleistä viestinnän sanastoa | 8 |
| 4.2 | Pelastustoimen viestinnässä käytettyjä käsitteitä | 10 |
| 4.3 | Muita viestinnän käsitteitä..... | 13 |
| 5 | Suositukset..... | 16 |
| | Lähdeluettelo | 20 |

1 Aluksi

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt on Pelastusopiston hallinnoima ja Palosuojelurahaston rahoittama tutkimus- ja kehittämishanke, jonka tavoitteena on ollut luoda katsaus pelastuslaitosten ulkoisen viestinnän nykytilaan sekä laatia suosituksia pelastuslaitosten viestinnän kehittämiseksi. Hanke toteutettiin ajalla 15.5.2017–31.8.2018. Hankeorganisaatioon kuuluivat Pelastusopiston tutkija sekä työryhmä, jossa on ollut mukana viestinnän tekijöitä pelastuslaitoksilta sekä edustajat niin Pelastusopistolta, sisäministeriöstä kuin Pelastustoimen uudistushankkeen viestintätyöryhmästä. Hankkeen ohjausryhmässä ovat olleet edustettuina myös pelastuslaitosten kumppanuusverkosto ja sisäministeriö.

Hanke muodostuu tutkimus- ja kehittämissosiosta. Tutkimusosiossa on tehty laaja kartoitus pelastuslaitosten ulkoisen viestinnän rakenteista ja käytännöistä, ja tutkimuksen aineistoina on käytetty teemahaastatteluja sekä haastatteluja täydentäviä kyselyjä. Lisäksi aineistoina on käytetty pelastuslaitoksilta kerättyjä viestintäsuunnitelmia, -ohjeita ja muita dokumentteja. Kehittämissosiassa on jaettu hyviä ja kehitetty uusia toimintamalleja pelastuslaitosten viestintään, työستetty yhteistä viestinnän käsitteistöä pelastustoimeen sekä annettu suosituksia viestinnän kehittämiseksi.

Hanke on syntynyt käytännön tarpeiden pohjalta, ja se linkittyy läheisesti paitsi Pelastustoimen uudistushankkeeseen, myös pelastustoimen ympäristöstä sekä sisältä tuleviin kehittämistarpeisiin. Hankkeen fokus on ollut pelastuslaitosten ulkoisessa viestinnässä kansalaisten, median ja muiden sidosryhmien kanssa. Viestintää on tarkasteltu kokonaisuutena: kiinnostuksen kohteina ovat niin strateginen viestintä kuin esimerkiksi onnettomuuden elinkaaren eri vaiheiden viestintä, mukaan lukien ennalta ehkäisevä turvallisuusviestintä.

Tarkoituksena on ollut kurkistaa pintaa syvemmälle pelastuslaitosten viestinnän prosesseihin: Miten viestintä määritellään, miten se on organisoitu ja millaiseksi sen rooli nähdään laitosten strategian toteuttamisessa? Millaisia viestintäkeinoja ja -kanavia pelastuslaitoksilla käytetään ja miten suhtaudutaan esimerkiksi mediayhteistyöhön tai viranomaisten ja kansalaisten väliseen dialogiin? Millaisia mahdollisuuksia tai uhkia viestintäympäristössä nähdään, ja millaisia viestinnän vahvuuksia ja heikkouksia pelastuslaitoksilta tunnistetaan – ja miten koettuihin uikiin varaudutaan? Millaiseksi viestinnän rooli nähdään organisaation johtamisessa, onnettomuuksien ennaltaehkäisyssä, turvallisuuden ylläpitämisessä tai pelastustoiminnassa? Onko pelastuslaitosten viestintä yhteneväistä vai eroaako toiminta pelastuslaitoksittain?

Muuttuva toimintaympäristö haastaa pelastuslaitoksiakin kehittämään viestintäänsä. Yksisuuntaisen tiedottamisen aika alkaa olla ohi, ja organisaatioilta vaaditaan entistä avoimempaa ja reaaliaikaista dialogia yleisöjensä kanssa. Viranomaisilla viestintä on erityisen kriittisessä asemassa, sillä kansalaiset, media ja muut sidosryhmät paitsi vaativat viranomaisilta tietoa, myös toivovat entistä aktiivisempaa keskustelua niiden kanssa. Pelastuslaitoksilla on myös lakiin ja asetuksiin perustuvia velvoitteita viestiä kansalaisille, medialle ja yhteistyökumppaneilleen yhteiskunnan turvallisuutta edistävästi ja turvallisuuskulttuuria ylläpitävästi. Lisäksi pelastusviranomaisen tulee muun muassa kertoa tapahtuneista onnettomuuksista, antaa tarvittaessa ohjeita ja varoittaa väestöä lähestyvistä vaaroista, viestiä aktiivisesti esimerkiksi tekemistään päätöksistä sekä ylipäätään edistää toimintansa avoimuutta ja läpinäkyvyyttä.

2 Yhteenvedo nykytilasta

Pelastuslaitokset suunnittelevat, toteuttavat ja arvioivat viestintää eri lähtökohdista, erilaisin resurssein sekä eri keinoin ja kanavin. Pelastuslaitosten viestinnän strategiset tavoitteet, tärkeimmät kohderyhmät ja ydinviesti nähdään melko samankaltaisiksi ympäri Suomen, mutta käytännössä esimerkiksi viestinnän asemoituminen organisaatioon, viestintää tekevien henkilöiden määrä ja tehtäväkuvat sekä käytännön arkiviestintä näyttäytyvät kirjavina. Myös näkemykset viestinnän strategisesta roolista organisaatiossa vaihtelevat. Lopulta eroja on niin viestinnän strategisella suunnittelun ja kehittämisen tasolla, taktisella voimavarojen suuntaamisen tasolla kuin käytännön arkiviestinnän tasolla. (Vrt. Åberg 2000b.)

Viestinnän termejä käytetään vaihtelevasti, ja haastatellut jakavatkin melko pitkälti näkemyksen, että pelastuslaitoksilla olisi tarvetta yhtenäistää viestinnän käsitteistöä. Yleensä pelastuslaitosten viestintä jaetaan aluksi kohderyhmien perusteella sisäiseen ja ulkoiseen, joista ulkoinen viestintä sisällön tai tavoitteiden perusteella turvallisuusviestintään, onnettomuusviestintään ja muuhun yhteisöviestintään. Näitä osa-alueita ei kuitenkaan lopulta voi käytännössä erottaa toisistaan, koska esimerkiksi onnettomuusviestinnällä viestitään aina myös turvallisuudesta sekä voidaan vaikuttaa esimerkiksi laitoksen julkisuuskuvaan ja yleiseen turvallisuuskulttuuriin. Aina ei myöskään ole helppo rajata esimerkiksi sitä, mihin onnettomuusviestintä loppuu ja mistä turvallisuusviestintä alkaa.

Pelastuslaitoksen ulkoinen viestintä nähdään etenkin turvallisuudesta viestimiseksi ja kansalaisten ohjeistamiseksi; sen tärkeäksi tehtäväksi nimetään asenteisiin ja käyttäytymiseen vaikuttaminen niin, että onnettomuuksia voitaisiin ehkäistä ennalta entistä paremmin. Lisäksi pelastuslaitosten viestintä määritellään kansalaisten ohjaamiseksi toimimaan mahdollisissa onnettomuustilanteissa siten, että selvittäisiin mahdollisimman vähillä vaurioilla. Pelastuslaitosten ulkoinen viestintä on myös laitosten toiminnasta ja tapahtuneista onnettomuuksista kertomista, varautumista ja varautumisen tukemista sekä vaaratilanteista varoittamista. Kokonaisviestinnän mallin (Ikävalko 1996) mukaisesti viestinnän nähdään muodostuvan kaikesta organisaation sisäisestä ja ulkoisesta kommunikoinnista, jossa strateginen, taktinen ja operatiivinen taso kulkevat lomittain. Vaikka osa haastatelluista asemoikin pelastuslaitoksen viestinnän aluksi selvästi joko pelkäksi lakisääteiseksi turvallisuusviestinnäksi ja/tai onnettomuustiedottamiseksi (sekä osa näiden lisäksi vielä ns. muuksi viestinnäksi), voidaan kuitenkin todeta, että lopulta laitoksen viestinnän nähdään pääsääntöisesti muodostavan huomattavasti suuremman kokonaisuuden. Laitoksilla puhutaan myös integroidusta viestinnästä, jolloin painotetaan paitsi yhtenäistä ydinviestiä myös jokaisen organisaation jäsenen roolia viestinnän kokonaisuudessa.

Pelastuslaitoksilla tunnustetaan mielikuvien merkitys, ja laitokset pyrkivätkin vaikuttamaan alasta ja laitoksista syntyviin mielikuviiin monin profiloinnin keinoin (vrt. Lehtonen 1990; Lehtonen 1991; Åberg 1999; Åberg 2000b). Maineen nähdään muodostuvan kohtaamisissa ja sen merkitys organisaation toiminnalle tunnustetaan laajasti (vrt. esim. Fombrun 1996). Myös luottamuksen merkityksestä puhutaan paljon: kansalaisten ja sidosryhmien luottamus nähdään elinehdoksi toiminnalle ja sitä pyritään vahvistamaan arjessa päivittäin. Alan hyvä maine nähdään vahvuudeksi, joka auttaa myös arjen työssä, helpottaa resurssien saamista sekä tulee laitosta myös mahdollisissa kriisitilanteissa (vrt. esim. Fearn-Banks 1996). Toisaalta monet painottavat, että hyvän maineen voi menettää milloin tahansa; lisäksi moni kokee, ettei pelastustoimessa ole välttämättä varauduttu mainekriiseihin tarpeeksi. Keskusteltaessa haastatteluissa mielikuviiin vaikuttamisesta esiin nousee usein sosiaalisen median kasvava rooli yhteiskunnassa: nykyisessä viestintäympäristössä viranomaisella ei nähdäkään olevan mahdollisuutta hallita maineensa

muodostumista, sillä sisällöntuotantovastuun levitessä yhä laajemmalle myös julkisuuden pelikenttä laajenee ja samalla pirstaloituu moninaiseksi osajulkisuuksiksi (vrt. esim. Ikävalko 1996; Sauri 2015).

Viestinnän nähdään liittyvän kaikkeen pelastuslaitoksen toimintaan. Pelastuslaitosten toteutama viestintä kytkeytyy koko onnettomuuden elinkaareen, vaikuttaa pelastuslaitoksen julkisuuskuvaan sekä toimii strategisena keinona tuoda esiin alan asioita ja vaikuttaa esimerkiksi resurssien jakoon. Lisäksi laitoksen sisäisen viestinnän tilan nähdään heijastuvan aina ulospäin. Viestinnän merkityksellistämässä korostuvatkin sekä viranomaisviestinnän strateginen että kommunikatiivinen funktio (Nieminen 2000): viestinnän tarkoituksena on paitsi kansalaisten palveleminen ja vuorovaikutus myös organisaation strategisten tavoitteiden edistäminen. Strategista viestintää ei useinkaan eroteta päivittäisviestinnästä, vaan viestintä nähdään kokonaisuudeksi, johon osallistuvat kaikki organisaation jäsenet ja joka tukee laitosta sekä päivittäisessä työssä että pyrkii varmistamaan sen toimintaedellytyksiä ja legitimoimaan sen olemassaoloa tärkeänä yhteiskunnallisena turvallisuustoimijana ja yhteistyökumppanina. (Vrt. Ihlen & Verhoeven 2015; Koskinen 2016.)

Vaikka viestintään suhtaudutaan alalla myönteisesti ja sen kehittäminen kiinnostaa, viestinnän strateginen rooli ei useinkaan näy organisaatorakenteissa tai laitosten strategisissa asiakirjoissa. Organisaatiokuvauksista viestintä usein joko puuttuu tai se on sijoitettu omaan yksikköön, ja palvelutasopäätöksissä viestintä näyttäytyy eri tavoin. Viittauksia viestintään löytyy kuitenkin jokaisesta tutkimusaineistoksi toimitetusta palvelutasopäätöksestä, ja erityisesti turvallisuusviestintä tulee esiin myös strategisissa asiakirjoissa. Useimmilla laitoksilla viestinnän vastuuhenkilöt myös osallistuvat johtoryhmätyöskentelyyn ainakin jollain tasolla. Erillinen viestintästrategia on kahdeksalla laitoksella, ja viidellä suunnitellaan sellaisen laatimista lähitulevaisuudessa. Pelastuslaitoksilla on piirteitä niin organisaatio-, reaktiivisista, proaktiivisista kuin strategisista viestintäkulttuureista (ks. Niemelä 2018), mutta suurin osa pelastuslaitoksista näyttäisi noudattavan viestinnässään lähinnä reaktiivisen viestintäkulttuurin mukaisia toimintatapoja.

Viestinnän käytännön vastuuta on jaettu pelastuslaitoksilla eri tavoin. Viestinnän päätoimiset ammattilaiset ovat harvinaisia: kuudella pelastuslaitoksella on joko yksi tai useampia kokopäiväisiä viestinnän asiantuntijoita, ja näistä laitoksista kolmella on myös erillinen viestintäyksikkö. Viestinnän asiantuntijat ovat joko viestinnän alalle kouluttautuneita ammattilaisia tai pelastustoimen ammattilaisia, jotka ovat sittemmin opiskelleet viestintää joko työn ohessa formaalissa koulutuksessa tai työtä tekemällä ja/tai verkostoissa. Usein viestintävastuuta on hajautettu laajasti koko organisaatioon, mutta vastuun laitoksen kokonaisviestinnästä nähdään kuuluvan pelastusjohtajalle. Onnettomuustilanteissa viestintävastuu on selvä, ja myös turvallisuusviestintään on usein nimetty joko yksi tai useampia vastuuhenkilöitä – vaikka toteutusta onkin jaettu organisaatioon yleensä laajasti. Muun yhteisöviestinnän toteutusvastuuta on hajautettu laajimmin, ja esimerkiksi sidosryhmäviestinnän toteutuksesta vastaa usein jokainen viranhaltija oman tehtävänsä puitteissa. Itseohjautuvat some-tiimit ovat yleisiä ja työntekijälähettilyyteen kannustetaan. Johtajien tärkeimmäksi tehtäväksi viestinnässä nähdään resurssien varmistaminen, kun taas viestinnän tekijöiden vastuulla on yleensä hoitaa viestinnän koordinoimista, suunnittelua, käytännön tekemistä sekä mahdollisesti myös seuranta.

Laitoksilla käytettävät **viestinnän keinot ja kanavat ovat monenlaisia, ja kanavavalinnoissa on eroja laitosten kesken.** Laitoksilla puhutaan paljon monikanavaisesta viestinnästä, mutta käytännössä toteutus riippuu paljon käytössä olevista resursseista ja nähdyistä tarpeista. Useimmilla laitoksilla korostuu etenkin perinteisen median rooli strategisena viestinnän yhteistyö-

kumppanina. Pelastusalan nähdään toimivan kiinteänä osana mediayhteiskuntaa (esim. Seppänen & Väliaverron 2015), sen säännöillä ja sen muodostamien reunaehtojen puitteissa. Näin ollen laitosten on paitsi viestittävä avoimesti kansalaisten ja sidosryhmiensä kanssa suoraan, myös pyrittävä sujuvaan ja luottamukselliseen mediayhteistyöhön. Median yhteiskunnallista valtaa ”ikkunana maailmaan”, asioiden esiin nostajana sekä ilmiöiden kehystäjänä ei kiistetä (vrt. esim. Fairclough 1997, 10; Olien, Donohue & Tichenor 1995, 303; Tuchman 1978). Toisaalta mediaan viitataan toisinaan myös vastapelurina, ja tämä korostuu etenkin onnettomuusutisoinnissa tai muissa yksityisyydensuojaan tai arkaluonteisiin aiheisiin liittyvissä viestinnän kysymyksissä (vrt. Ikävalko 1996).

Kaikille laitoksille yhteisiä ja tärkeimpiä viestinnän kanavia ovat joukkomedian ja laitoksen omien verkkosivujen lisäksi kohtaamiset ja turvallisuusviestinnän kampanjat sekä koulutukset, minkä lisäksi jokainen laitos on mukana sosiaalisessa mediassa mutta laitoksen resursseista riippuen eri laajuisesti. Turvallisuusviestin välittämisessä uskotaan etenkin vuorovaikutukseen, kohtaamiseen, jalkautumiseen sekä henkilökohtaiseen asiakaspalveluun. Myös mainontaa, julkaisuja, esitteitä, messumateriaaleja, jakotavaraa ja liikelahjoja käytetään laajasti. Sosiaalisen median kanavista tärkein on Facebook, mutta myös muita kanavia otetaan käyttöön lisääntyvästi. Onnettomuuksista kerrotaan pääasiassa Peto-median kautta, omilla verkkosivuilla ja erillisin tiedottein sekä tarvittaessa tiedotustilaisuuksissa ja sosiaalisessa mediassa. Lisäksi alueilla vaikutetaan useissa sidosryhmäkohtaamisissa sekä tärkeiden ryhmien kanssa eri tavoin ja erilaisten kanavien välityksellä yhteyttä pitäen.

Viestinnän nykytilan vahvuuksina mainitaan vahva arvopohja, kehittämismyönteisyys sekä laajat ja toimivat yhteistyöverkostot. Lisäksi ammattitaitoinen **henkilöstö** sekä **alan sisäinen yhteistyö** esimerkiksi kumppanuusverkostossa nähdään vahvuuksiksi, joista halutaan pitää kiinni ja joita halutaan edelleen kehittää. Ala koetaan koulutusmyönteiseksi, minkä lisäksi esimerkiksi **sopimuspalokuntatoiminta** ja **vapaaehtoistoiminnan** vahva perinne sekä niin kansalaisten, sidosryhmien kuin median **luottamus** alan toimijoita kohtaan nousevat usein esiin alan vahvuuksista puhuttaessa.

Viestinnän nykytilan heikkouksiksi nähdään muun muassa tietynlainen ”pysähtyneisyyden” tila, turvallisuusteeman ”mediaseksittömyys”, alan näyttäytyminen julkisuudessa turhan kaapeana, vähäinen näkyvyys yhteiskunnallisessa turvallisuuskeskustelussa sekä ”tuudittautuminen” hyvään maineeseen ja siitä johtuva ajoittainen laiskuuskin ulkoisessa viestinnässä. Lisäksi niukat **resurssit**, viestintään kohdistuvat **asenteet** sekä laitosten **viestintäosaaminen** puhuttavat monia. Myös **tasapainoilu alueiden tarpeiden sekä valtakunnallisen yhdenmukaisuuden välillä** koetaan välillä kehittämisen jarruksi. Alan sisäiset **uudistukset** sekä toimintaympäristössä vaikuttavat **muutokset** ja niihin liittyvä valmistelu- ja työryhmätyö vievät aikaa paitsi perustyöltä myös muulta kehittämiseltä, minkä lisäksi **viestinnän mittaamisen, arvioinnin ja kehittämisen koetaan olevan puutteellista.**

Viestinnän arviointi on laitoksilla pääasiassa viestinnän panosten ja tuotosten määrällistä mittaamista, vaikka osa laitoksista onkin vienyt arviointia myös laadullisempaan suuntaan esimerkiksi tarkastelemalla mediajulkisuuden sävyä tai kysymällä asiakkaiden tai henkilöstön näkemyksiä laitoksen viestinnän onnistumisesta. Turvallisuusviestinnän vaikuttavuuden mittaamisen on koettu onnistuvan parhaiten tarkasteltaessa erillisten viestintäkampanjoiden vaikutuksia. Useilla laitoksilla olisi toiveita arvioinnin systemaattisempaan toteutukseen, mutta tähän koettaisiin tarvittavan tueksi valtakunnallista ohjeistusta ja yhtenäisiä linjauksia sekä työkaluja.

Jokaisella alan toimijalla tulisi haastateltujen mukaan olla ainakin perusvalmiudet ilmaista itseään suullisesti ja kirjallisesti, minkä lisäksi tehtävästä riippuen minimivaatimuksiksi tulevat niin

esiintymis- ja kirjoittamistaidot, viestinnän tekniset taidot, sosiaalisen median osaaminen kuin vuorovaikutus- ja yhteistyötaidot sekä kielitaito ja kulttuuriosaaminen. Myös asenteella on merkitystä: pelastusalalla nähdään tarvittavan paitsi perusymmärrystä viestinnästä, myös uskallusta ja motivaatiota sekä jatkuvaa halua osaamisensa kehittämiseen. Moni nostaa esiin myös urasuunnittelun tarpeen: jokaisella alalla toimivalla tulisi olla valmiuksia muotoilla osaamistaan läpi työuran, muuttuvien olosuhteiden ja oman tilanteensa mukaisesti. Vieraan kielen taidoista tärkeimmäksi nähdään käytännössä englanti, mutta ainakin päällystövirkoihin hakeutuvilta edellytetään myös virkamiesruotsin hallintaa. Toisaalta kaikki kielitaito nähdään joka tapauksessa eduksi ammatissa kuin ammatissa. Myös kulttuurien kohtaamiseen liittyvä osaaminen nähdään tärkeäksi, ja tämän merkityksen uskotaan lisääntyvän tulevaisuudessa entisestään. Maailman monimuotoistuksessa ja asiakkaiden tarpeiden erilaistuesssa myös viestiminen selkeästi ja ymmärrettävästi tulee yhä tärkeämmäksi.

Pelastusalalla on vahva halu kehittää viestintää, ja myös laitoksilla otetaan jatkuvasti askelia yksisuuntaisesta tiedottamisesta kohti entistä vahvempaa **dialogia**. Siirtyminen valistuksesta vuorovaikutukseen, onnettomuustiedottamisesta onnettomuusviestintään sekä perinteisestä viranomaisroolista yhä avoimempaan yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen ja näkyvillä oloon on jo alkanut ja kiihtyy entisestään. Yksisuuntaisellekin tiedottamiselle nähdään yhä tärkeä roolinsa viestinnän kokonaisuudessa, mutta dialogisuus lisääntyy ja haastaa pelastusviranomaisia mukaan keskusteluun yhä laajemmin ja useammilla areenoilla.

3 Yhteenveto koetuista haasteista, mahdollisuuksista ja kehittämisideoista

Toimintaympäristön jatkuvan muutoksen sekä nykyisen viestintämaailman nähdään haastavan pelastuslaitoksia monin tavoin. Vallitsevista megatrendeistä viestintää haastaviksi suurimmiksi muutoksiksi nähdään erityisesti **yhteiskunnan polarisaatio, väestön ikärakenteeseen ja muutoliikkeisiin liittyvät muutokset sekä uudet teknologiat ja niiden mukanaan tuomat osaamisvaateet ja mahdolliset turvallisuusriskit**. Myös **ääriliikkeet, väkivalta ja rikollisuus, lainsäädännön muutokset ja rajoitukset sekä rakentamiseen ja ilmastoon liittyvät ääri-ilmiöt** puhuttavat pelastustoimen asiantuntijoita. Eriyisen vahvasti haastatteluissa nousevat esiin **digitalisaatio** sekä **muutokset sosiaalisissa suhteissa ja väestössä**, mutta myös monet muut poliittiset, taloudelliset, lakeihin sekä luontoon ja ympäristöön liittyvät muutokset puhuttavat. (Vrt. esim. Deloitte 2017.) Koska turvallisuudentunteenkin luomisessa ja ylläpitämisessä on ennen kaikkea kyse viestinnästä (esim. Limnell 2017), erilaisten uhkien lisääntyessä viranomaisten aktiivinen viestintä tulee entistäkin merkittävämmäksi. Laitosten **arkiviestinnässä** viestinnän tekijät ja vastuuhenkilöt pohtivat muun muassa **sosiaalisen median** mukanaan tuomia haasteita ja viestinnän nopeutta, perinteisen **median uudenlaisia toimintatapoja** sekä **lainsäädäntöön** ja viranomaisten väliseen **tiedonvaihtoon** liittyviä kysymyksiä. Lisäksi haasteita aiheuttavat paitsi **ressurssit** ja laitosten tämänhetkinen viestinnän **sisältö- ja välineosaaminen**, myös **uskallus ja asenteet**.

Haasteiden lisäksi toimintaympäristön muutokset tuovat pelastuslaitosten viestintään myös **mahdollisuuksia**. Esimerkiksi **teknologian** kehittymiseen ja **uusien välineiden** käyttöönottoon suhtaudutaan pääsääntöisesti avoimin mielin, ja esimerkiksi tulossa olevat yhteiskunnan rakenteelliset **uudistukset** toivotetaan tervetulleiksi. Viestinnän kehittämiseen liittyvinä mahdollisuuksina korostuvat **dialogin** lisääntyminen yhteiskunnassa sekä **koko henkilöstön** (ml. sopimushenkilöstö) osaamispotentiaalin **saaminen vahvasti mukaan laitoksen viestintään**. Kiinnostavia mahdollisuuksia tarjoavat lisäksi **digitalisaatio**, alan sisäinen **yhteistyö** sekä **verkostoituminen** eri tahojen kanssa viestinnän toteuttamisessa ja kehittämisessä.

Pelastustoimi kehittää toimintatapojaan jatkuvasti, ja viestintään liittyviä kehittämisajatuksia nousee esiin runsaasti. Viestintään kaivattaisiin **suunnitelmallisuutta, ammattimaisuutta ja jonkinasteista yhdenmukaisuutta**, mutta toisaalta tietty **vapaus** halutaan edelleen säilyttää alueiden käytännön viestintätyössä. Monet peräänkuuluttavat **yhteistyön** vahvistamista ja entistä tiiviimpää **verkostoitumista** paitsi alan sisällä, myös sen ulkopuolelle. Viestinnän sävyyn ja sisältöihin kaivataan **puhuttelevuutta, helppoa lähestyttävyyttä, ajanmukaisuutta ja erottuvuutta**, vaikka tietty neutraalius viranomaisviestinnässä katsotaankin edelleen tärkeäksi. Yleisesti kaivataan yhä vahvempaa **dialogia, aktiivisuutta** ja **avoimuutta** viestintään, **uusien kanavien ja keinojen** rohkeaa **kokeilemistä** sekä vahvempaa **näkymistä** yhteiskunnallisessa keskustelussa. Yhteiskunnallisia kannanottoja toivottaisiin linjattavan valtakunnallisesti, vaikka käytännön toteutus hoidettaisiinkin alueilta. Kokonaisviestintänäkemyksen (Ikävalko 1996) mukaisesti turvallisuusviestiä toivottaisiin integroitavan esimerkiksi onnettomuusviestintään, minkä lisäksi palontutkinnan tuloksia toivottaisiin jatkossa hyödynnettävän laajemmin myös turvallisuusviestinnän materiaalina. Tässä nähdään tarvittavan sekä laitosten sisäisen että valtakunnallisen yhteistyön vahvistamista, ohjeita ja materiaaleja sekä systemaattista seurantaa ja sen pohjalta tapahtuvaa yhteistä kehittämistä.

Viestinnän **mittaaminen** ja **arviointi** nousevat kehittämiskohteiksi lähes jokaisessa haastattelussa, ja näiden tueksi toivotaankin sekä työkaluja että koulutusta. Lisäksi haluttaisiin panostaa erityisesti **kriisiviestintään ja varautumiseen** liittyvään viestintään, joihin kaivataan niin ikään jatkuvaa ja ajassa päivittyvää lisäkoulutusta. Ylipäätään monipuolinen ja ajassa elävä viestinnän **täydennyskoulutus** nähdään tärkeäksi, ja siihen toivottavaisiin tulevaisuudessa yhä vahvempaa valtakunnallista koordinoitua ja säännöllistä toteutusta.

Haastateltujen näkemykset pelastuslaitosten viestinnän tärkeimmistä kehittämiskohteista muokkivat niin Pelastustoimen strategian 2025 (Sisäministeriö 2016) kuin Turvallisuusviestinnän kansallisen strategian (Sisäministeriö 2012) ajatuksia. Niiden mukaan alan tavoitteena on uudistaa niin prosesseja kuin palveluja sekä uudistua samalla toimialana, tehdä entistä parempaa yhteistyötä sekä tavoittaa kohderyhmiä yhä kohdennetumman ja paremman viestinnän avulla. Tavoitteina mainitaan myös verkostoituminen ja vaikuttaminen päätöksentekoon sekä niin vakituisen kuin sopimushenkilöstön osaamisen varmistaminen ja jatkuva kehittäminen. Yhdeksi strategiseksi tavoitteeksi nostetaan myös arviointijärjestelmän kehittäminen viestinnän vaikuttavuuden paremmaksi todentamiseksi. Strategioissa viestintää toivottaisiin suunniteltavan kokonaisuutena ja nähtävän alan yhteisenä tehtävänä (vrt. strateginen viestintä, kokonaisviestintä, integroitu viestintä), ja viestintää nähtäisiin olevan tärkeä suunnata yhä vahvemmin onnettomuuksien ennalta ehkäisyyn sekä kansalaisten turvallisuuden parantamiseen ja palvelemiseen. Sama seikka korostuu myös tämän tutkimuksen haastatteluissa: pelastuslaitokset haluavat olla *elämässä mukana* (ote haastatteluaineistosta).

Suuri osa esiin nousseista viestinnän kehittämissuunnitelmista liittyy niin alan sisäisen kuin ulkoisen **yhteistyön tiivistämiseen, päällekkäisen työn välttämiseen sekä yhteisen kehittämisen, kouluttautumisen ja keskustelun vahvistamiseen**. Yhteistyö koetaan yhdeksi alan nykyisistäkin vahvuuksista, mutta sitä haluttaisiin kehittää edelleen. Samalla yhteistyöhön haastetaan mukaan niin valtionhallintoa, mediaa, alan tutkimus- ja oppilaitoksia, järjestöjä, yhteistyöyrityksiä ja -yhteisöjä kuin muita turvallisuusviranomaisia.

4 Viestinnän sanastoa pelastustoimeen

4.1 Yleistä viestinnän sanastoa

Viestintä on sanomien siirtämistä ja merkitysten ja yhteisyyden tuottamista. Se on viestimistä, tiedottamista, tiedon välitystä ja vuorovaikutusta. Organisaatioille viestintä on paitsi konkreettinen työkalu käytännön työssä (esim. pelastuslaitoksille keino neuvoa, opastaa ja tarvittaessa varoittaa kansalaisia tai ylläpitää turvallisuuden tunnetta yhteiskunnassa), myös suhteiden rakentamista ja ylläpitämistä organisaatiolle tärkeiden sidosryhmien ja yleisöjen kanssa. Hyvät suhteet ovat hyödyllisiä sekä yleisöille että organisaatiolle; ne auttavat arjen työtä, ylläpitävät luottamusta organisaation ja sen yleisöjen välillä sekä vahvistavat organisaation mainetta. Lisäksi viestintä luo organisaatioon sisäistä yhteisöllisyyttä, mikä vaikuttaa mm. työhyvinvointiin.

Viestintää luokitellaan yleensä käytännön tarpeista lähtien eikä yhtä oikeaa luokittelumallia ole olemassa. Organisaation viestintä pitää nähdä kokonaisuutena, jonka osat vaikuttavat toisiinsa. Käytännön syistä ja esimerkiksi ihmisten tehtävänkuvien vuoksi jaottelut ovat usein tarpeen. Viestintää voidaan jaotella esimerkiksi välineen mukaan (verkkoviestintä, some-viestintä, kasvokkaisviestintä) tai kohderyhmän mukaan (sidosryhmäviestintä, mediaviestintä, kansalaisviestintä).

Viestinnän ammattilaisen on hallittava useita välineitä, jotka valitaan kohderyhmien ja viestinnän tavoitteiden mukaan. Verkko yhdistää käytännössä kaikkea viestintää. Painetut esitteet tai julkaisut löytyvät yleensä verkosta ja tiedotustilaisuudet lähetetään usein myös verkkolähetysinä.

Perinteisistä jaotteluista pintansa on edelleen pitänyt jako ulkoiseen viestintään ja sisäiseen viestintään. Sisäisestä viestinnästä käytetään nykyään nimeä työyhteisöviestintä, johon kuuluvat esimerkiksi esimiesviestintä ja johtamisviestintä. Työyhteisöissä vuorovaikutus ja henkilöstön mahdollisuus osallistua viestintään ovat yhä tärkeämpiä. Viestinnän toimintatavat ovat pääasiassa samoja, olipa kohderyhmä sitten organisaation sisällä tai ulkopuolella.

Yhteisöviestintä (aikaisemmin organisaatioviestintä, lyhyemmin viestintä) on yläkäsite, joka tarkoittaa jonkin organisaation, kuten pelastuslaitoksen, tekemää viestintää erotuksena median tekemästä tiedonvälityksestä. Viestintä käsitetään nykyään osaksi kaikkien työtä, jokainen on viestittäjä. Viestinnän ammattilaisilla on kuitenkin erityinen koulutuksen ja kokemuksen tuoma rooli ja vastuu organisaation viestinnästä. Viestinnän ammattilaiset vastaavat viestinnän suunnittelusta, toteutuksesta, koordinoinnista, arvioinnista ja työyhteisön tukemisesta viestinnässä.

Joukkoviestintä on keskitetysti suurelle vastaanottajajoukolle suunnattua median avulla toteutettavaa viestintää. Aiemmin se nähtiin yleensä yksisuuntaiseksi, mutta sittemmin myös mediavälitteisessä viestinnässä on yhä useammin mahdollisuus monensuuntaiseen dialogiin. Julkaisut ovat usein myös sähköisiä ja niihin on lisätty palautteenanto-, kommentointi- ja keskustelumahdollisuuksia.

Tiedottaminen on yksisuuntaista tiedon jakamista. Viestintä sisältää myös vuorovaikutuksen. Tämä ero on syytä tehdä myös nimikkeissä; entiset tiedottajat ovatkin nykyään yleensä mieluummin viestintäasiantuntijoita ja tiedotuspäälliköitä viestintäpäälliköitä. Vaikka termejä edelleen saatetaan joissain organisaatioissa käyttää synonyymeina, viestintäalan sisällä tiedottamisella tarkoitetaan vain pientä osaa viestinnästä.

Päivittäisviestinnällä tarkoitetaan organisaation arkiviestintää. Yleensä tämä on perinteistä tiedottamista (lehdistötiedotteet, tiedotustilaisuudet), some-viestintää, median palvelua, verkkosivujen ajankohtaismateriaalia (uutiset, uutiskirjeet jne.) ja muuta toimintaa, jonka pohja on organisaation omissa uutisissa: mitä meillä juuri nyt tapahtuu ja miten siitä kerrotaan muille.

Strateginen viestintä on pitkäjänteistä suunnitelmallista viestintää, joka tukee organisaation tärkeimpien tavoitteiden toteutumista. Ideaalitilanteessa kaikki päivittäisviestintä on kytkettävissä organisaation strategiaan. Pelastustoimessa strateginen viestintä tukee pelastuslaitoksen tärkeimpien tehtävien onnistumista: onnettomuuksien ennaltaehkäisyä, pelastustoiminnan sujuvuutta ja kansalaisten kykyä selvitä erilaisista tilanteista. Se vahvistaa pelastuslaitoksen toimintaedellytyksiä (esim. resurssit, luottamus, maine) sekä lisää kansalaisten turvallisuudentunnetta ja parantaa turvallisuuskulttuuria. Strategisessa viestinnässä tärkein kysymys ei liity väliin (miten viestitään) vaan ennen kaikkea siihen, miksi, kenelle ja mitä viestitään.

Integroitu kokonaisviestintä on strategista viestintää, jossa viestinnän nähdään kuuluvan organisaation kaikkeen toimintaan ja jota toteuttaa yhtenäisesti koko organisaation henkilöstö. Kokonaisviestintäajattelussa on tärkeää, että organisaation ydinviesti on yhtenäinen ja jaettu koko organisaatiossa. Yhteisöviestintää toteuttaa tällöin koko henkilöstö osana päivittäistä työtään.

Viranomaisviestintä on viranomaisten toteuttamaa viestintää kansalaisille ja muille tärkeille sidosryhmille. Sitä tehdään mediavälitteisesti ja viranomaisten omissa kanavissa sekä arjen kohtaamisissa päivittäin. Aktiivinen viranomaisviestintä sujuvoittaa viranomaisen arjen työtä, tukee sitä perustehtävien toteuttamisessa sekä vahvistaa sen toimintaedellytyksiä. Samalla se luo kuvaa viranomaisesta ulospäin, antaa sille kasvot ja tuo viranomaista lähelle kansalaista. Se myös vahvistaa viranomaisten ja yleisöjen välistä luottamusta sekä antaa viranomaisen olemassaololle oikeutuksen. Viranomaisen viestintävelvoite perustuu lakiin.

Kriisiviestintä on tehostettua viestintää tilanteessa, jossa viestinnän tarve on yleensä äkillisesti kasvanut. Termi ei ota kantaa kriisin syyhyn: se voi olla lähtöisin yhtä hyvin organisaation sisältä (esim. mainekriisi) kuin ulkopuolelta (esim. suuronnettomuus). Onnistunut kriisiviestintä perustuu aina hyvään normaalitilanteen viestintään ja suunnitelmalliseen sekä selkeästi vastuutettuun tehostettuun viestintään. Kriisiviestinnässä tärkeitä periaatteita ovat mm. totuudenmukaisuus, oikea-aikaisuus, avoimuus ja vastavuoroisuus.

4.2 Pelastustoimen viestinnässä käytettyjä käsitteitä

Pelastustoimessa viestintää on jaoteltu toimialan erityisluonteen ja toimintamallien mukaisesti. Jaottelu ei ole viestinnän yleinen malli, vaan ominainen nimenomaan pelastustoimelle. Pelastuslaitosten viestintä voidaan jakaa kohderyhmien perusteella karkeasti sisäiseen ja ulkoiseen viestintään sekä sisällön ja tavoitteiden perusteella turvallisuusviestintään, onnettomuusviestintään sekä muuhun yhteisöviestintään ja julkisuustyöhön. Näitä osa-alueita ei kuitenkaan voi erottaa toisistaan, koska esimerkiksi huonosti hoidettu onnettomuusviestintä vesittää parhaimmankin maineenrakennuksen muilla osa-alueilla.

Turvallisuusviestintä on kansalaisviestintää turvallisuusasioista (pelastuslaissa valistus ja neuvonta). Käsite on otettu käyttöön pelastusalalla vuonna 2010. Siihen sisältyvät turvallisuusneuvonta, turvallisuuskoulutus, yleisötilaisuudet sekä median ja verkon kautta välitetyt turvallisuusviestit. Pelastuslain mukaiselle turvallisuusviestinnälle on määritelty tarkat kansalliset kriteerit ja tavoitteet, ja sen toteutumista seurataan aktiivisesti. Turvallisuusviestintä on kuitenkin käsitteenä häilyvä: lain velvoittaman valistuksen ja neuvonnan lisäksi siihen voidaan periaatteessa sisällyttää lähes kaikki pelastuslaitoksen toteuttama viestintä, sillä myös palotarkastukset, ihmisten kohtaaminen pelastustoiminnan yhteydessä tai onnettomuustiedotteeseen lisätty turvallisuusohje voidaan nähdä osaksi turvallisuusviestintää. Näkemyseroja on myös siitä, luetaanko vaarasta varoittaminen osaksi onnettomuusviestintää (onnettomuuden elinkaaren alkuvaihe) vai turvallisuusviestintää (kansalaisten ohjaaminen ja neuvonta erilaisissa tilanteissa).

Onnettomuusviestintä on onnettomuustilanteisiin liittyvää viestintää pelastustoimen ja eri sidosryhmien välillä. Se pitää sisällään paitsi lakisääteisen onnettomuustiedottamisen, myös muun onnettomuuteen liittyvän viestinnän pelastustoiminnan tehtävistä esimerkiksi medialle, kansalaisille ja sidosryhmille. Onnettomuusviestintää tehdään eri keinoin ja eri kanavia hyödyntäen. Onnettomuusviestintään ei kuitenkaan välttämättä tarvitse liittyä varsinaista onnettomuutta: myös väestön varoittaminen esimerkiksi lähestyvistä vaaroista luetaan tässä osaksi onnettomuusviestintää. Esimerkiksi häiriötilanteiden viestintä voidaankin nähdä kokonaisuudessaan (sisältäen varautumisen, varoittamisen, tilanteen aikaisen viestinnän ja tilanteen jälkeen tapahtuvan viestinnän) osaksi onnettomuusviestinnän kokonaisuutta. Tähän liittyy osaltaan myös termi **kriisiviestintä**. Usein onnettomuusviestinnän nähdään muuttuvan kriisiviestinnäksi, mikäli tilanne kehittyy sellaiseksi (esimerkiksi massiivinen suuronnettomuus), että siitä viestimiseen tarvitaan tehostettuja viestinnän toimenpiteitä.

Toisaalta kriisiviestintä-termi voidaan kokea pelastustoimessa myös haasteelliseksi, ja osa alalla toimivista ei haluaisikaan käyttää sitä pelastustoiminnan yhteydessä. Tätä voidaan perustella sillä, että usein toista organisaatiota tai yksilöä koskettavasta suurestakin kriisistä viestiminen on pelastuslaitokselle päivittäistä työtä eli normaalia onnettomuustiedottamista. Esimerkiksi liikennekuolemista uutisointia ei pelastustoimessa kutsuta kriisiviestinnäksi, vaikka tilanne onnettomuuden kohteeksi joutuneelle kriisi onkin. Viestintäalan yleistä terminologiaa mukaillen pelastustoimen kriisiviestintään voidaan kuitenkin sisällyttää sekä suuronnettomuusviestintä, häiriötilanneviestintä että muu *tehostettu* poikkeuksellisten tilanteiden viestintä. Onnettomuustilanteissa pelastusviranomaisen usein myös tukee muita organisaatioita niiden kriisiviestinnässä, usein yhteistyössä lukuisten toimijoiden kanssa. Joka tapauksessa termejä on perinteisesti käytetty pelastuslaitoksilla kirjavasti, ja esimerkiksi termejä **tehostettu viestintä**, **suuronnettomuusviestintä**, **kriisiviestintä**, **häiriötilanneviestintä** ja **kriisistä viestiminen** käytetään usein rinnakkain ja osin myös päällekkäin.

Organisaation sisäistä kriisiviestintää tarvitaan silloin, kun viestitään henkilöstölle organisaatiota järkyttäneestä tapahtumasta. Esimerkiksi henkilöstön jäsenen vakava loukkaantuminen työtehtävissä tai henkilöstövähennyksiin tähtäävät YT-neuvottelut voivat aiheuttaa pelastuslaitoksella tarpeen sisäiselle kriisiviestinnälle. Myös pelastustoimen luottamus saattaa joutua kyseenalaiseksi julkisuudessa, jolloin tarvitaan tehostettua viestintää haittojen minimoimiseksi. Pelastustoimessa syy julkisuuskriisiin voi olla epäonnistuminen pelastustoiminnassa ja siitä viestimisessä, mutta sen voi aiheuttaa yhtä hyvin esimerkiksi yksittäinen alan toimijan antama julkinen lausunto tai käyttäytyminen tilannepaikalla. Julkisuuskriisien uhka on nykyisessä nopeasykkeisessä mediamaailmassa yhä vahvemmin läsnä myös pelastustoimessa, minkä lisäksi mainekriisit leviävät tänä päivänä ennen näkemättömän nopeasti. Varautuminen mainekriiseihin vaatisikin alalta jatkuvaa toimintaympäristön luotausta, ns. hiljaisten signaalien havaitsemista sekä proaktiivista, mainepääomaa vahvistavaa viestintäkulttuuria ja valmiutta reagoida tarvittaessa nopeastikin.

Onnettomuusviestinnässä on tärkeää erottaa **tiedonkulku** ja varsinainen viestintä. Viestinnällä ei tässä tarkoiteta normaalia tiedonkulkua eri viranomaisten välillä tai organisaatioiden sisällä. Tilannetta johtavat viranomaiset ovat yhteydessä kollegoihinsa muissa organisaatioissa, kun taas viestintäihmiset ovat yhteydessä toisiin viestintäihmisiin. Omassa organisaatiossa johdon ja viestinnän on toimittava tiiviissä yhteistyössä. Pelastustoiminnan johtaja vastaa aina tilanteen viestinnästä, mutta voi delegoida käytännön toimenpiteitä viestinnän ammattilaisille. Viranomaisten välisestä tai pelastuslaitoksen sisäisestä tiedonkulusta onnettomuustilanteissa voidaan käyttää myös esimerkiksi termejä **viestiliikenne** tai **pelastusorganisaation sisäinen viestintä**. Ennen tässä yhteydessä usein käytössä ollutta termiä operatiivinen viestintä ei suositella enää käytettäväksi, sillä yleisessä viestinnän terminologiassa operatiivisella viestinnällä tarkoitetaan yleensä käytännön tason arjen päivittäisviestintää (erotuksena strategisen ja taktisen tason viestinnän kysymyksistä). Samoin termistä operatiivinen toiminta tulisi luopua ja puhua mieluummin esimerkiksi pelastustoiminnasta.

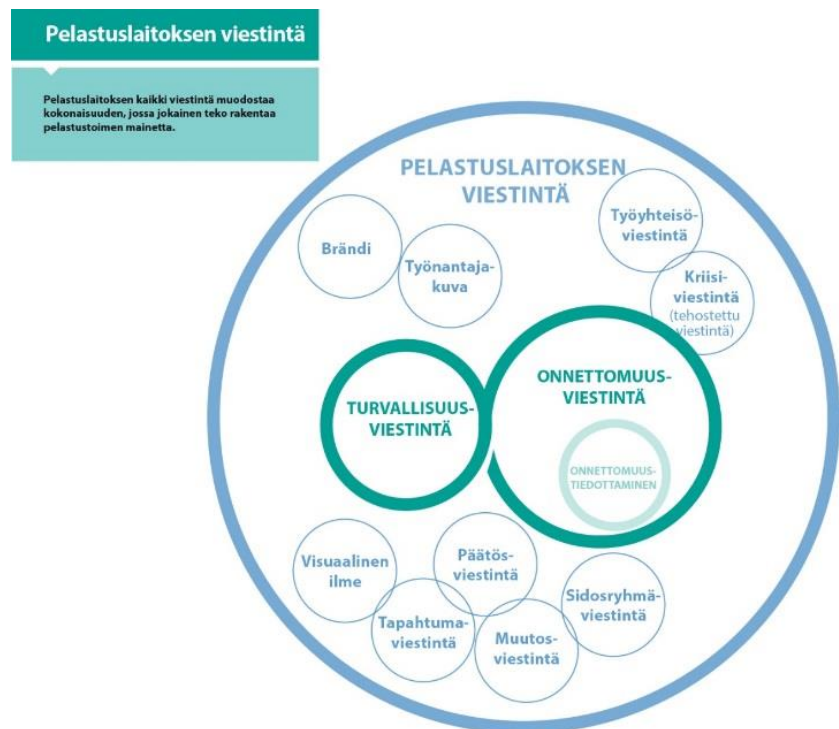
Onnettomuustiedottamisella tarkoitetaan pelastuslain edellyttämää pelastustoiminnan tehtävistä viestimistä medialle ja kansalaisille. Onnettomuustiedottaminen on osa onnettomuusviestinnän kokonaisuutta ja samalla pelastustoimen arkityötä, jota muualla yleensä kutsutaan päivittäisviestinnäksi.

Onnettomuusviestinnän käytännöt vaihtelevat eri pelastuslaitoksilla. Suppeimmillaan se on perinteistä tiedottamista: tilanteesta julkaistaan hätäkeskuksen kautta *ensi-* ja useimmiten myös *jatkotiedotteet* Pelastustoimen mediapalvelussa, Peto-mediassa, minkä lisäksi vastataan median kyselyihin. Myös erilliset *mediatiedotteet*, onnettomuustiedotteiden julkaisu verkossa, viestintä Twitterissä ja Facebookissa, sähköposti- ja tekstiviestit sidosryhmille, tiedotustilaisuudet ja puhelinpalvelu kuuluvat onnettomuusviestinnän keinovalikoimaan. Keinot ovat siis samat kuin muussakin pelastuslaitoksen viestinnässä. Lisäksi tarvittaessa annetaan *vaaratiedote*, jolla varoitetaan väestöä.

Pelastustoimessa muulla **yhteisöviestinnällä ja julkisuustyöllä** tarkoitetaan sitä ulkoista viestintää, jolla pelastustoimi kertoo toiminnastaan ulkoisille kohderyhmilleen. Tällaisen viestinnän tavoitteena on esimerkiksi tehdä toimintaa ja tuloksia näkyväksi sekä samalla vahvistaa pelastustoimen julkikuvaa luotettavana yhteiskunnallisena toimijana, sisäisen turvallisuuden varmistajana sekä yhteistyökumppanina. Muuhun yhteisöviestintään voidaan lukea myös esimerkiksi hallinnon päätöksistä viestiminen, yleisötapahtumien markkinointi sekä sidosryhmä- ja vaikuttajaviestintä.

On hyvä huomioida, että pelastustoimessa turvallisuusviestintä, onnettomuusviestintä ja muu yhteisöviestintä muodostavat kokonaisuuden. Niiden erottaminen toisistaan ei ole tarkoituksenmukaista eikä edes mahdollista. Jokainen teko on myös viesti, ja esimerkiksi tiedottaessaan onnettomuudesta viranomaisen kertoo samalla omasta toiminnastaan. Pelastustoimen viestintään pyritään usein liittämään myös turvallisuuden edistämisen näkökulma.

Pelastustoimen uudistushankkeen viestintätyöryhmän laatima viestinnän käsitteistö ja sitä ilmi maiseva kuva (alla) tuo ilmi pelastuslaitosten viestinnän moninaisuuden: viestintä koostuu useista eri osa-alueista, jotka menevät limittäin ja lomittain. Pelastuslain velvoittamien viestintätehtävien hoitaminen muodostaa vain pienen – vaikkakin hyvin tärkeän – osan pelastuslaitosten viestinnän kokonaisuudesta.



Lähde: Pelastustoimen uudistushankkeen viestintätyöryhmä (loppuraportti julkaistaan syksyllä 2018).

4.3 Muita viestinnän käsitteitä

Imago, brändi, mielikuva, julkisuuskuva, maine

Käsitteet imago, brändi, mielikuva, julkisuuskuva ja maine esiintyvät usein lomittain ja menevät myös päällekkäin. Imagon ja mielikuvan käsitteitä käytetään usein synonyymeina ja niillä tarkoitetaan paitsi kohderyhmille luotua julkista visuaalista kuvaa, myös imagoa ihmisen tajunnan synnyttämänä yksilöllisenä kuvana. Imago on kokonaisuus, joka muodostuu kokemuksista, oletuksista, tiedoista ja vaikutelmista, ei siis pelkästään kuva, jonka yhteisö antaa itsestään. Imagoa voi luoda, mutta luomisessa onnistuminen edellyttää kuvan pohjautumista todellisuuteen. Medialla on suuri merkitys imagon syntymisessä ja ylläpitämisessä, mutta imagoon vaikuttavat myös yhteisön profilointi, ihmisten kokemukset sekä muiden ihmisten kokemukset ja viestintä kohteesta.

Profilointi ja tavoitekuva

Organisaatio viestii kaikella sillä, mitä se tekee – tai mitä se jättää tekemättä. Yhteisö voi yrittää vaikuttaa siitä syntyviin mielikuviin, vaikka lopulta yhteisön teot ja se, miten ne havaitaan, saattavatkin poiketa toisistaan. Yhteisön pyrkimystä vaikuttaa siitä syntyviin mielikuviin kutsutaan profiloinniksi. Profilointia ovat muun muassa esitteet, julkaisut, tuotteet, palvelut, henkilöstön käyttäytyminen, graafinen ilme ja toimipisteiden ulkonäkö. Profilointi on pitkäjänteistä ja johdonmukaista toimintaa mielikuviin vaikuttamiseksi. Sen avulla voidaan rakentaa ja ylläpitää **profiilia** (tavoitekuvaa), joka voidaan määritellä strategisista perusviesteistä koostuvaksi mielikuvien kokonaisuudeksi, josta tietynä ajankohtana viestitään.

Luottamus

Maine syntyy kohtaamisissa, ja yleisön mielipide organisaatiosta syntyy monen eri osatekijän perusteella. Organisaation maineeseen liittyykin olennaisesti luottamus: maine syntyy teoista, sanoista ja ilmeestä, ja luottamus vahvistuu näiden kohdatessa. Viranomaisille luottamus on yksi tämän päivän avainkysymyksistä: se antaa niille ja niiden toiminnalle oikeutuksen. Luottamuksen vahvistaminen on viranomaisviestinnän tärkeimpiä kysymyksiä. Kansalaisten ja sidosryhmien luottamus luo pohjan kaikelle viranomaisen toiminnalle, avoin ja aktiivinen viestintä lisää luottamusta, ja esimerkiksi mainekriiseissä luottamuksen merkitys korostuu. Mikään organisaatio ei ole turvassa mainekriisiltä: luottamus saattaa vaarantua milloin tahansa yhteisön toiminnan tai sen jäsenten toiminnan uskottavuuden joutuessa koetukselle. Myös Valtionhallinnon viestintäsuosituksessa 2016 painotetaan viestinnän avoimuuden ja luottamuksen välistä suhdetta: saavuttaakseen yleisöjen luottamuksen ja ylläpitääkseen sitä viranomaisen tulee viestiä aktiivisesti.

Työnantajakuva

Työnantajakuvalla tarkoitetaan ihmisten mielikuvaa organisaatiosta työnantajana. Työnantajakuva määrittelee esimerkiksi, mitkä ovat organisaation erityiset, keskeiset ja pysyvimmät piirteet työnantajana. Mielikuva vaihtelee yksilöittäin riippuen esimerkiksi henkilön työnantajaa koskevista tiedoista, kokemuksista, asenteista ja tuntemuksista.

Visuaalinen ilme

Visuaalisen ilmeen (myös graafinen ilme) tarkoituksena on korostaa organisaation yksilöllisyyttä ja ominaisuuksia sekä tuoda esiin sen arvoja, toimintaperiaatteita ja tavoitteita. Yhtenäistä ilmettä käytetään kaikessa organisaation (sekä ulkoisessa että sisäisessä) viestinnässä.

Päätösviestintä, hallinnon viestintä

Viranomaisorganisaatiossa hallinnon viestintä tarkoittaa esimerkiksi organisaation tekemistä päätöksistä viestimistä. Julkisuuslaki velvoittaa viranomaisia viestimään avoimesti hallinnollisista ratkaisuista, joilla voidaan nähdä olevan vaikutusta kansalaisten elämään tai alueeseen. Päätösviestintää tehdään esimerkiksi viemällä kokousten pöytäkirjat organisaation verkkosivuille tai viestimällä tehdyistä päätöksistä muissa organisaation omissa kanavissa tai mediavälitteisesti.

Tapahtumaviestintä

Tapahtumaviestinnän avulla kerrotaan organisaation järjestämistä tapahtumista (esimerkiksi avoimien ovien päivät, koulutukset, messut ja muut tapahtumat). Tapahtumaviestintää toteutetaan perinteisen markkinointiviestinnän ja mainonnan keinoin (lehti-ilmoitukset, bussimainonta) sekä kohtaamisissa ja mediatiedotteiden avulla. Sosiaalinen media tarjoaa pelastuslaitoksellekin oivan mahdollisuuden kertoa kohderyhmilleen tulossa olevista koulutuksista ja muista tapahtumista.

Työntekijälähettilyys tai osallistava viestintäkulttuuri

Työntekijälähettilyydellä tarkoitetaan yleensä organisaation työntekijöiden vapaaehtoista oman organisaation puolesta puhumista. Termillä on totuttu viittaamaan erityisesti viestintään sosiaalisessa mediassa, mutta termiä voidaan soveltaa laajemmin myös muuhun työntekijöiden omaa organisaatiota koskevaan positiivissävyiseen viestintään. Työntekijälähettilyys on terminä alkanut viime aikoina herättää myös kielteisiä mielikuvia, joten sitä korvaamaan on ehdotettu esimerkiksi osallistavan viestintäkulttuurin käsitettä. Työntekijälähettilyys on lähtenyt vapaaehtoisuudesta: työnantajan ja/tai alan asioista viestimisen on nähty lopulta koituvan yksilönkin eduksi esimerkiksi oman asiantuntijuuden syventymisenä ja jakamisena sekä ammatillisten verkostojen laajentamisena.

Verkkomedia, sähköinen media

Verkkomedia (myös sähköinen media) sisältää organisaatioiden verkkosivujen, sosiaalisen median sekä muiden sähköisten julkaisujen kautta viestimisen. Sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden organisaation omaan uutistuotantoon, kun taas valtavirtamedian julkaisut ovat toimittuksellisen työn tuloksia. Median toteuttamaan uutisointiinkin voi kuitenkin pyrkiä vaikuttamaan tarjoamalla medialle esimerkiksi sen kaipaamaa sisältöä sille sopivassa muodossa.

Kansalaisviestintä

Pelastustoimen kansalaisviestintä on kansalaisille suunnattua viestintää turvallisuudesta. Sitä tapahtuu muun muassa arjen kohtaamisissa, tilannepaikoilla ja sosiaalisen median kanavissa. Kansalaisviestinnän tavoitteena on vaikuttaa kansalaisten turvallisuusasenteisiin ja -käyttäytymiseen sekä antaa neuvoja onnettomuuksien ennaltaehkäisyyn ja toimintaan mahdollisissa onnettomuustilanteissa. Viestinnällä tuetaan myös kansalaisten omatoimista varautumista sekä varoitetaan mahdollisista vaaratilanteista. Lisäksi kansalaisille kerrotaan tapahtuneista onnettomuuksista ja pelastusalan toiminnasta sekä tuodaan näin alaa lähemmäs ihmisiä. Viestinnän tavoitteena on myös vahvistaa kansalaisten ja pelastustoimen välistä luottamusta ja yleistä turvallisuusilmapiiriä sekä vaikuttaa alan vetovoimaisuuteen.

Vaikuttajaviestintä

Vaikuttajaviestintä on sidosryhmille kohdennettua tavoitteellista ja suunnitelmallista asiantuntijaviestintää, jolla pyritään esimerkiksi vahvistamaan alan profiilia sekä vaikuttamaan sen toimintaedellytyksiin. Pelastustoimi tekee aktiivista sidosryhmä- ja vaikuttajaviestintää arvojen mukaisesti osana arjen työtä, osallistumalla tapahtumiin ja tilaisuuksiin sekä mediavälitteisesti ja viestimällä omissa viestintäkanavissaan.

Muutosviestintä

Muutosviestintä on viestintää muutoksessa ja muutoksesta. Muutosviestintä vaatii suunnittelua ja sen tulee olla aktiivista, avointa ja vuorovaikutteista. Muutoksessa ihmisten tiedontarve usein korostuu, joten muutoksessa on tärkeää viestiä säännöllisesti – vaikka ei välttämättä olisi mitään uutta kerrottavaa. Muutos on tehtävä viestinnässä konkreettiseksi ja kerrottava sen etenemistä totuudenmukaisesti, monessa eri kanavassa ja eri kohderyhmät huomioiden. Päävastuu muutosviestinnästä on organisaation johdolla.

5 Suositukset

Tässä esitellään Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen suositukset pelastuslaitosten viestinnän kehittämiseksi. Osa suosituksista liittyy yksittäisten pelastuslaitosten viestinnän kehittämiseen, osa taas pelastusalan yhteisen viestinnän ja keskinäisen yhteistyön tiivistämiseen. Osa suosituksista nivoutuu taas yhteistyön kehittämiseen suhteessa ulkosiin kumppaneihin.

Lisäksi pelastuslaitosten viestinnässä suositellaan noudatettavan muun muassa Pelastustoimen uudistushankkeen loppuraportin (julkaistaan 2018) suosituksia sekä Valtionhallinnon viestintäsuositusta 2016.

1. Pelastuslaitosten viestintää tulisi tarkastella kokonaisuutena, joka tukee laitoksia niiden päivittäisessä työssä sekä strategian toteuttamisessa. Pelastuslaitosten toiminta muodostaa kokonaisuuden, jossa kaikki teot ja viestit rakentavat kuvaa pelastusalan ja -laitoksesta, niin alan sisällä kuin ulkopuolella.
2. Pelastuslaitosten ammattimainen viestintä vaatii suunnittelua, johtamista ja systemaattista kehittämistä. Viestinnän tulisi pohjautua organisaation strategiaan, ja viestinnän roolin organisaation strategian toteuttamisessa pitäisi näkyä myös palvelutasopäätöksissä. Tarvittaessa laitoksilla voidaan laatia viestinnän tueksi erillinen viestintästrategia. Olennaista on, että viestinnän merkitys, tavoitteet, tärkeimmät kohderyhmät ja yhteinen ydinviesti tiedostetaan koko organisaatiossa.
3. Pelastuslaitosten viestinnän olisi tärkeä perustua asiakkaiden sekä sidosryhmien odotuksiin ja tarpeisiin. Tämä edellyttää jatkuvaa luotausta ja kohderyhmien tuntemista sekä aktiivista osallistumista keskusteluun. Kansalaisten ja sidosryhmien odotuksista tulisi hankkia myös validia tutkimustietoa.
4. Viestinnän säännöllinen mittaaminen ja arviointi olisi tärkeää. Esimerkiksi verkkomedian analytiikkatyökalut tulisi ottaa osaksi viestijöiden päivittäistä/viikottaista rutiinia. Mediaseurantaa voidaan tarvittaessa ostaa ulkopuolelta tai hyödyntää esimerkiksi isäntäorganisaatiolla tai yhteistyökumppaneilla käytössä olevia työkaluja. Mittaamisella ja analytiikalla pitäisi olla suora linkki siihen, miten viestinnän tuottama arvo näkyy organisaation tuloksissa ja toiminnassa. Pelastuslaitosten viestinnän arvioinnissa ja kehittämisessä kannattaa hyödyntää myös alan tutkimustietoa. Koko pelastusalan viestinnän mittaamiseen ja arviointiin tulisi kehittää valtakunnallisia välineitä, ja PRONTOn raportointia toivotaan kehittävän edelleen toimintaympäristön muuttuessa. Myös kirjaamisen menetelmien yhdenmukaistamiseen tulisi kiinnittää huomiota edelleen.
5. Laitoksilla tulisi olla mahdollisuus resursoida viestinnän monikanavaiseen, aktiiviseen ja ajanmukaiseen toteutukseen riittävästi henkilöitä, osaamista, aikaa ja koulutusta. Riittävä ja tarkoituksenmukainen resursointi sekä oikeat toimintatavat vaihtelevat pelastuslaitoksittain². Viestinnän koordinointiin, kehittämiseen ja muun laitoksen tukemiseen viestinnässä olisi kuitenkin tärkeä nimetä henkilö/henkilöitä jokaiselle laitokselle sekä kannustaa samalla koko henkilöstöä mukaan viestinnän toteutukseen. Laitoksen viestinnästä vastaavan osallistuminen laitoksen johtoryhmätyöskentelyyn ja muuhun strategiseen päätöksentekoon on hyödyksi koko organisaatiolle, minkä lisäksi jokaisen alalla toimivan tulisi nähdä roolinsa ja merkityksensä strategisessa kokonaisviestinnässä.
6. Työntekijälähettilyyteen sosiaalisessa mediassa kannattaa laatia laitoksille kannustava ohjeistus, jossa määritellään muun muassa laitoksen virallisten organisaatiokanavien

² Esim. Procomin (2017) mukaan viestinnän järjestelyissä on otettava huomioon yhteisön erityispiirteet. Lähtökohdana tulee olla, että ei ole olemassa yhtä ainoaa, oikeaa tapaa viestiä.

- sekä asiantuntijoiden mahdollisten henkilökohtaisten sosiaalisen median profiilien kautta toteutettavan viestinnän tavoitteet ja periaatteet.
7. On tärkeää, että pelastuslaitosten viestintä on selkeää ja ymmärrettävää. Soveltuva kieli ja sävy tulisi valita kohderyhmän ja kanavan mukaan ja alalla pyrkiä mahdollisimman yhdenmukaiseen käsitteistöön paitsi viestinnän termien (esimerkiksi pelastustoimen viestinnän ”erityislajit”) myös muun alan terminologian osalta (esimerkiksi ammattinimikkeet). Sekä alan sisällä että ulospäin suuntautuvassa viestinnässä käytettävät käsitteet olisi hyvä linjata ja niihin tulisi sitoutua yhteisesti.
 8. Pelastuslaitosten viestinnän tulee olla avointa ja läpinäkyvää. Viranomaisviestinnän totuudenmukaisuuden kriteeri ei saa vaarantua esimerkiksi viestinnän nopeuspaineen vuoksi. Pelastuslaitos voi pyrkiä vaikuttamaan siitä syntyviin mielikuviin, mutta viestinnän tulee perustua faktoihin. Yhteiskunnallisessa vaikuttajaviestinnässä on tärkeää, että viestinnän perusteet ja tavoitteet ovat selkeitä, realistisia ja läpinäkyviä ja että niistä viestitään avoimesti. Vaikuttajaviestinnän tavoitteiden tulisi olla linjassa yhteisesti hyväksytyjen alan arvojen ja strategisten tavoitteiden eli esimerkiksi kansalaisten palvelun sekä yhteiskunnan turvallisuuden edistämisen kanssa.
 9. Laitosten tulisi pystyä tarjoamaan henkilöstölle tarvittava viestinnän perehdytys, tuki ja säännöllinen koulutus (ml. täydennyskoulutus, vertaisoppiminen, sisäinen ja ulkoinen esikuva-analyysi sekä mentorointi). Johdon rooli viestintään kannustajana ja esimerkkinä olisi tärkeä huomioida myös pelastusjohtajille suunnatussa koulutuksessa.
 10. Pelastuslaitoksen sisäistä ja ulkoista viestintää kannattaa tarkastella kokonaisuutena. Pelastuslaitoksilla tulisikin säännöllisesti arvioida ja kehittää myös työyhteisöviestintää sekä selvittää mahdollisuutta ottaa käyttöön valtakunnallinen sisäisen viestinnän kanava, jota laitokset voisivat halutessaan hyödyntää. Viestintätyytyväisyyden tilaa olisi tärkeä arvioida esimerkiksi henkilöstökyselyillä ja johdon muutosviestintävalmiuksiin panostaa erityisesti uudistusten yhteydessä.
 11. Kriisiviestintä tulisi vastuuttaa selkeästi. Sekä alaan kohdistuviin mainekriiseihin että muihin tehostettua viestintää vaativiin tilanteisiin (suuronnettomuudet, häiriötilanteet, poikkeusolot) olisi tärkeä varautua ohjeilla, prosessien määrittelyllä, koulutuksilla ja harjoituksilla. Jokaisella laitoksella pitäisi olla kriisiviestintäsuunnitelma ja kriisiviestintää tulisi myös harjoitella säännöllisesti, myös yhteistyössä eri tahojen kanssa. Erityistilanteita varten voidaan rakentaa kevyempi verkkosivusto tarvittaessa käyttöön otettavaksi. Myös alan yhteisen valtakunnallisen kriisi-/häiriötilannesivuston kehittämisen mahdollisuus tulisi selvittää.
 12. Koska uhka väärän tiedon levittämiseen ja informaatiovaikuttamiseen lisääntyy³, on tärkeää että laitokset määrittelevät tietoturvalle tavoitteet ja resurssit, tuntevat järjestelmänsä ja laitteensa sekä päivittävät niitä säännöllisesti. Henkilöstöä tulisi myös kouluttaa sekä tietoturvaa harjoitella ja testata säännöllisesti. On tärkeä varautua myös mahdollisiin laitosten some-tilien kaappauksiin ja pyrkiä korjaamaan mahdolliset väärät tiedot mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Mikäli laitokseen tai sen henkilöstöön kohdistuu asiattomia vaikutuksia, herjauksia tai muunlaista painostusta, siihen tulee puuttua välittömästi ja tarjota henkilöstölle tilanteessa sen tarvitsemaa tukea.
 13. Pelastustoimi hyötyisi alan yhteisestä viestintästrategiasta, jossa linjattaisiin paitsi viestinnän valtakunnalliset käsitteet myös viestinnän yhteinen suunta eli tavoitteet, strategiset kohderyhmät ja ydinviestit. Strategian valmistelussa olisi tärkeä tehdä laajaa yhteistyötä laitosten, alan oppilaitosten, järjestöjen ja valtionhallinnon kesken. Koko alan yhteisellä viestinnällä voidaan muun muassa vahvistaa pelastustoimen profiilia luotet-

³ Esimerkiksi Linnell esittää 17.1.2018 twiitissään, että tämän hetken suurimmat kyberturvallisuuteen liittyvät uhkat ovat 1) päivitysten laiminlyönti, 2) kiristyshaittaohjelmat, 3) huijausviestit ja tietojen kalastelu, 4) ulkoistusten ja laitehankintojen hallinta sekä 5) hyökkäyksillä uhkaaminen.

tavana ja laaja-alaisena turvallisuuden osaajana sekä aktiivisena yhteiskunnallisena toimijana. Lisäksi alan yhtenäistä ydinviestiä voidaan hyödyntää niin turvallisuuskoulutuksessa, kansalaisyhteisöissä, sosiaalisen median palveluissa kuin esimerkiksi media- ja muussa sidosryhmäyhteistyössä. Viestinnän tulisi pohjautua alan arvoihin, ja arvoista kannattaisi viestiä vahvasti myös ulospäin. Alan yhteiseen viestinnän kehittämiseen ja tekemiseen olisikin tärkeä sitoutua ja sille tulisi varmistaa riittävät resurssit. Viestinnän koordinointi voitaisiin vastuuttaa pelastuslaitosten, valtionhallinnon sekä alan järjestöjen ja oppilaitosten muodostamalle verkostolle.

14. Pelastustoimen keskinäistä viestintäyhteistyötä olisi hyvä jatkaa ja entisestään vahvistaa. Pelastusjohtajien roolia sekä kumppanuusverkoston panosta pelastustoimen viestinnässä kannattaisi vahvistaa etenkin valtakunnallisten edunvalvonnallisten teemojen yhteydessä. Pelastusalan sisäisen viestintäyhteistyön ja keskustelun vahvistamiseen olisi tärkeä luoda pysyviä ja säännöllisiä rakenteita, jotka mahdollistaisivat eri tahojen (sisäministeriö, laitokset, kumppanuusverkosto, oppilaitokset, järjestöt) edustajien kohtaamiset sekä viestinnän yhteisen kehittämisen. Yhteisissä tapaamisissa, työryhmissä, verkostoissa ja verkkoalustoilla voitaisiin käsitellä ajankohtaisia teemoja, valmistella viestinnän asioita, hankkia yhteistä koulutusta sekä työstää yhteisiä materiaaleja.
15. Pelastustoimen kannattaa hyödyntää viestinnässä mahdollisimman paljon yhteisesti tuotettuja materiaaleja, toimintamalleja ja työkaluja. Yhteisiä ohjeistuksia voidaan laatia esimerkiksi eri viestintäkanavien hyödyntämiseen ja sisältöjen tuottamiseen (mm. valtakunnallinen tuvi-vuosikello, sosiaalisen median ohjeistus, kuvaohje, onnettomuustiedottamisen ja vaaratiedottamisen ohjeet). Laitosten hallussa olevien julkisten kuvien jakamiseen voitaisiin perustaa laitosten yhteinen kuvapankki (kuvia esimerkiksi esitteisiin, turvallisuusviestinnän vuosittaisiin viesteihin sekä muuhun päivittäisviestintään). Muita jaettavia materiaaleja voivat olla esimerkiksi turvallisuusoppaiden eri kieliversiot (ml. selkokieli), sosiaalisen median kanava-analyysi sekä viestinnän lyhyt peruskoulutusmateriaali laitosten sisäiseen koulutuskäyttöön. Yhteisiä materiaaleja, asiakirjapohjia ja toimintamalleja tulisi säännöllisesti arvioida ja kehittää alan viestintävastaavien verkostossa. Materiaalien, hyvien käytäntöjen ja ideoiden jakamiseen voitaisiin perustaa verkkoalusta, jota ylläpidettäisiin keskitetysti (esimerkiksi sisäministeriöstä) mutta jonne voitaisiin tuottaa sisältöjä myös laitoksilta.
16. Pelastuslaitosten olisi tärkeä osallistua aktiivisesti yhteiskunnalliseen keskusteluun niin paikallisella kuin alueellisella tasolla. Pelastustoimen yhteiset kannanotot ja linjaukset tulisi valmistella pelastusjohtajien verkostossa ja olisi tärkeää että niihin sitouduttaisiin yhteisesti. Laitoksilla tulisi olla mahdollisuus saada tarvittava perehdytys ja valtakunnallista koulutusta vaikuttajaviestintään. Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden ja näkyvän asiantuntijuuden vahvistamiseksi pelastustoimen asiantuntijoista kannattaa laatia valtakunnallinen asiantuntijalista⁴, joka toimitetaan medialle ja julkaistaan esimerkiksi pelastuslaitosten kumppanuusverkoston verkkosivuilla.
17. Pelastuslaitosten tulisi edelleen panostaa viestinnässä yhteistyön kehittämiseen eri viranomaisten ja muiden sidosryhmien kanssa. Lisäksi pelastuslaitosten olisi tärkeä osallistua aktiivisesti myös tiedonkulun kehittämiseen suuronnettomuuksissa. Tämä edellyttää yhteisiä harjoituksia, viestintää, koulutuksia ja materiaalien tuottamista. Vaaratiedottamiseen tulisi saada nykyistä tehokkaampi järjestelmä, jonka avulla kansalaiset voitaisiin tavoittaa vaaratilanteissa nopeasti ja kohdennetusti.
18. Viestintä on tärkeä huomioida valmisteilla olevissa maakunta- ja sote- sekä pelastustoimen uudistuksissa, ja uudistusten yhteydessä tulisi kehittää myös alan yhteistä viestintää. Pelastuslaitosten edustajien osallistuminen valmisteluun eri työryhmissä niin alu-

⁴ Vastaava löytyy esimerkiksi Helsingin yliopiston verkkosivuilta: <https://www.helsinki.fi/fi/yliopisto/etsi-asiiantuntija>, viitattu 15.7.2018.

eellisesti kuin valtakunnallisesti tulisi varmistaa. Maakunta- ja sote-uudistuksen yhteydessä voidaan vahvistaa pelastustoimen profiilia varautumisen asiantuntijana ja laajalaisena turvallisuuden osaajana. Uusien tilannekeskusten rooli erityisesti onnettomuusviestinnän tukena olisi hyvä selvittää ja selkiyttää. Verkkopalveluihin on tärkeä laatia asiakkaan näkökulmasta selkeä ja käyttäjäystävällinen, valtakunnallisesti rakenteeltaan yhtenäinen ratkaisu. Tässä yhteydessä tulisi selvittää myös mahdollisuus yhteisen tilanneseurantasivun kehittämiseen suuronnettomuus-, häiriötilanne- ja poikkeusolojen viestinnän tehostamiseksi sekä yhdenmukaistamiseksi.

19. Viestinnän sisältöjä olisi suositeltavaa lisätä alan perus- ja täydennyskoulutukseen⁵. Koulutuksen kehittämistyötä on tärkeä jatkaa yhteistyössä niin ministeriön, laitosten edustajien kuin Pelastusopiston ja järjestöjen kesken. Laitosten henkilöstöllä tulisi olla mahdollisuus osallistua säännöllisesti valtakunnalliseen pelastusalan viestinnän täydennyskoulutuskokonaisuuteen, joka koostuisi joustavasti työn ohessa suoritettavista moduuleista, joista kukin voisi valita omiin tarpeisiinsa ja osaamistasoonsa sopivia kokonaisuuksia.
20. Yhteistyötä Pelastusopiston ja pelastuslaitosten kesken voidaan edelleen tiivistää paitsi viestintään liittyvässä koulutuksessa, myös tutkimuksessa ja erilaisten kehittämishankkeiden toteutuksessa. Valtakunnallisten kehittämishankkeiden kautta voidaan edistää uusien viestintäkeinojen ja -kanavien käyttöönottoa (esim. valtakunnallinen chat-robotti, pelillistäminen, virtuaaliodellisuuden ja keinoälyn hyödyntäminen, viestinnän arviointi ja kehittäminen) sekä vahvistaa laitosten viestintäosaamista (esim. koulutushankkeet). Laitosten ja oppilaitosten välistä vuoropuhelua (esim. opettajien säännölliset työelämäjaksot) sekä opinnäytteiden antien tuomista laajasti kentän käyttöön olisi tärkeä edelleen vahvistaa. Oppilaitosten ja pelastuslaitosten välistä yhteistyötä voitaisiin lisätä myös mm. työnantajakuvan rakentamisessa, uusien osaajien rekrytoinnissa sekä muussa alan profiloinnissa.

⁵ Viestinnän teemoja ja yleisiä työelämä- ja viestintätaitoja tulisi sisällyttää kaikkiin alan tutkintoihin. Myös täydennyskoulutuksen tarjontaa viestinnän osalta olisi tarpeen lisätä.

Lähdeluettelo

- Deloitte. 2017. Pelastustoimen toimintaympäristön kuvaus. Loppuraportti (PDF).
- Falkheimer, J. & Heide, M. 2014. From Public Relations to Strategic Communication in Sweden. The Emergence of a Transboundary Field of Knowledge. *Nordicom Review* 35 (2), 123–138.
- Fairclough, N. 1997. *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.
- Fearn-Banks, K. 1996. *Crisis Communications: A Casebook Approach*. Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum Associates.
- Ihlen, Ø. & Verhoeven, P. 2015. Social Theories for Strategic Communication. Teoksessa Holtzhausen, D. & Zerfass, A. (toim.) *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. London and New York: Routledge. 127–141.
- Ikävalko, E. 1996. Ylivoimapeli mediassa. *Julkisuusmekanismit ja julkisuudenhallinta*. Helsinki: Inforviestintä.
- Koskinen, H. 2016. Viestinnän strateginen rooli organisaatiossa. Näkemyksiä viestinnän strategisesta luonteesta ja siihen vaikuttavista tekijöistä. *Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos.
- Lehtonen, J. 1990. *Julkisyhteisöt kohti mielikuvayhteiskuntaa*. *Hallinto* 5, 17–19.
- Lehtonen, J. 1991. *Kaupunkikuvat, niiden merkitys ja niiden muuttaminen*. Raportti Kokkolan kaupunkikuvan kehittämissuunnitelmasta. Kokkola: Kokkolan kaupunki.
- Nieminen, H. 2000. *Julkisyhteisön viestintä. Kohti kansalaisnäkökulmaa*. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) *Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään*. Helsinki: Loki-kirjat. 109–130.
- Olien, C. N., Donohue, G. A. & Tichenor, P. J. 1995. *Conflict, Consensus and Public Opinion*. Teoksessa Glasser, T. L. & Salmon, C. T. (toim.) *Public Opinion and the Communication of Consent*. New York: The Guilford Press. 301–322.
- Procom – Viestinnän ammattilaiset ry. 2017. Ohjeet ja periaatteet. Julkaistu verkossa osoitteessa <http://procom.fi/viestintaala/ohjeet-ja-periaatteet/yhteisoviestinnan-periaatteet/>, viitattu 22.12.2017.
- Sauri, P. 2015. *Julkishallinto ja sosiaalinen media*. Helsinki: Kunnallisan alan kehittämissäätiö (PDF).
- Seppänen, J. & Välvirronen, E. 2015. *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Sisäministeriö 2012. *Pelastustoimen turvallisuusviestinnän strategia*. Julkaistu verkossa osoitteessa http://www.pelastustoimi.fi/download/41800_pelastustoimen-turvallisuusviestinnan-strategia-22-5-2012.pdf, viitattu 22.8.2018.
- Sisäministeriö. 2016. *Turvallinen ja kriisinkestävä Suomi – pelastustoimen strategia 2025*. Sisäministeriön julkaisu 18/2016. Helsinki: Sisäministeriö.
- Tuchman, G. 1978. *Making news. A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- Valtioneuvoston kanslia 2016. *Avoimesti, rohkeasti ja yhdessä*. Valtionhallinnon viestintäsuositus. Julkaistu verkossa osoitteessa www.vnk.fi/viestintasuositus, viitattu 13.4.2018.
- Åberg, L. 1999. *Viestinnän strategiat*. 2. painos. Juva: WSOY.
- Åberg, L. 2000b. *Viestinnän johtaminen*. 2. painos. Helsinki: Inforviestintä.

Alustukset ja puheenvuorot tilaisuuksissa:

- Limnell, J. 2017. *Trollit, vihapuhe, valeutiset ja informaatiovaikuttaminen*. Esitys SPPL:n Viestintäviranomaistoiminnassa -seminaarissa 7.9.2017.