



PELASTUSOPISTO

Mitä kuuluu pelastusalan viestinnälle 2022?

Strategisella viestinnällä vaikuttavuutta pelastustoimeen (ViVaPe) -hankkeen havaintoja

Koonnut Aino Harinen
Kesäkuu 2022

PELASTUSOPISTO.FI | 22.6.2022

PSR
PALOSUOJELURAHASTO

Kuva Hanna Rekola 2019





Taustalla vuosina 2017–2020 tunnistetut tarpeet viestinnän kehittämiseksi



Pelastustoimen uudistushankkeen viestintätyöryhmän suositukset (2018)

1. Pelastustoimen viestinnän **roolit selkiytetään**.
2. Jokaisella pelastuslaitoksella on oma viestintä ja **riittävä määrä päätoimisia viestinnän ammattilaisia**.
3. Viestintä huomioidaan kaikessa pelastuslaitoksen **päätöksenteossa**.
4. Viestintä nähdään **organisaation strategiseksi toiminnaksi**.
5. Viestintä suunnitellaan osaksi pelastuslaitoksen **jokapäiväistä työtä**.
6. **Kriiseissä ja suuronnettomuustilanteissa** viestinnän merkitys korostuu.
7. **Työyhteisöviestinnän** tilaa seurataan säännöllisesti.
8. Pelastuslaitos huolehtii siitä, että **jokainen** työntekijä **ymmärtää** pelastuslaitoksen viestinnän kokonaisuuden, tuntee oman roolinsa viestijänä ja saa siihen tarvittavan **tuen ja koulutuksen**.
9. Sisäministeriö perustaa pelastustoimen avoimen **viestintäverkoston**.
10. Viestinnän teemoja ja yleisiä työelämä- ja viestintätaitoja sisällytetään laajemmin kaikkiin alan **tutkintoihin**.
11. Viestintää kehitetään **tutkimukseen** perustuvan tiedon pohjalta.
12. Pelastuslaitosten **verkkosivustojen** rakennetta ja sisältöjä yhdenmukaistetaan. Pelastuslaitosten viestintää toteutetaan **monikanavaisesti** ja **kohderyhmälähtöisesti** ja laitoksilla on toimivat **sosiaalisen median** kanavat.

Konkreettisia toiveita 2018–2020*

- ❖ Viestinnän vuosikello yhteiseen kampanjointiin ja muuhun turvallisuusviestintään
- ❖ Välineitä sote- ja aluehallintouudistukseen liittyvään vaikuttajaviestintään
- ❖ Some-opas / some-linjaukset, koulutuspaketti organisaatioille (in-house)
- ❖ Olemassa olevat hyvät aineistot jakoon > yhteinen materiaalipankki (ml. kuvapankki); myös some-postausten jakaminen yhteiseen käyttöön
- ❖ Viestinnän mittaamiseen liittyvä koulutus sekä muita välineitä viestinnän arviointiin ja datan hyödyntämiseen viestinnän kehittämisessä
- ❖ Huoneentauluja, muistilistoja, muita napakoita työkaluja päivittäisviestinnän tueksi
- ❖ Sopimuspalokunnille tukea ja materiaalia viestintään
- ❖ Olemassa olevat webinaaritallenteet, verkkokurssit ja koulutusmateriaalit laajaan jakoon toimialalle (esim. Eoppivan julkishallinnolle avoimet saavutettavuuteen ja virkakielen oikeellisuuteen liittyvät koulutukset)
- ❖ Mentorointiprojekti, yhteistyössä muut viranomaiset > poikkihallinnollinen yhteistyö viestinnän kehittämisessä, toisilta oppiminen ja yhteinen suunnittelu + ideointi

**Lähteenä eri tahojen kanssa käydyt keskustelut vuosina 2018–2020*



Yhteenveto: suosituksia 2018–2020 (1/2)

1. Pelastustoimen viestintää tulee tarkastella kokonaisuutena, joka on strategista toimintaa ja vaatii suunnittelua, johtamista ja systemaattista kehittämistä. Viestintä on jokaisen alalla toimivan tehtävä, mutta myös viestinnän ammattilaisilla on roolinsa sen suunnittelussa, toteutuksessa, kehittämisessä ja muun organisaation tukemisessa viestinnässä. Viestintä tulee suunnitella osaksi toimijoiden jokapäiväistä työtä ja huomioida kaikessa päätöksenteossa.
2. Pelastusviranomaisen viestinnän tulee olla selkeää ja ymmärrettävää, erottuvaa ja osaavaa, avointa ja läpinäkyvää sekä alan arvoihin perustuvaa ja totuudenmukaista. Sitä tulee toteuttaa monikanavaisesti ja kohdennetusti, dialogissa eri kohde- ja sidosryhmien kanssa. Toimiva viestintä vaatii riittävästi osaamista ja resursseja. Erityistilanteisiin tulee varautua suunnitelmilla ja harjoituksilla. Kriisiviestinnän vastuut ja toimintamallit tulee määritellä.
3. Viestintää tulee kehittää tutkitun tiedon pohjalta. Viestinnän tulisi pohjautua kohde- ja sidosryhmien odotuksiin ja tarpeisiin, mikä edellyttää jatkuvaa luotausta. Viestintää on mitattava säännöllisesti ja kehitettävä saatujen tulosten mukaan.



Yhteenveto: suosituksia 2018–2020 (2/2)

4. Alan yhteistä viestintää tulee tehdä ammattimaisesti ja suunnitelmallisesti. Pelastustoimen yhteisessä viestintästrategiassa tulee linjata paitsi viestinnän valtakunnalliset käsitteet myös viestinnän yhteinen suunta eli tavoitteet, strategiset kohde- ja sidosryhmät sekä ydinviestit. Alan sisäistä yhteistyötä tulee vahvistaa ja viestinnässä hyödyntää yhdessä tuotettuja materiaaleja, toimintamalleja ja työkaluja. Alan toimijoiden viestinnän roolit tulee selkiyttää. Käytännön viestintää tehdään niin paikallisella, alueellisella, valtakunnallisella kuin kansainvälisellä tasolla, ja eri tahoilla on oma roolinsa sen toteutuksessa.
5. Yhteiskunnalliseen keskusteluun on hyvä osallistua aktiivisesti joka organisaatiotasolla. Viranomaisyhteistyön kehittämiseen viestinnässä tulee edelleen panostaa.
6. Sisäistä viestintää ei tule erottaa ulkoisesta. Työyhteisöviestintää tulee seurata ja kehittää.
7. Viestinnän sisältöjä tulee lisätä alan tutkinto- ja täydennyskoulutukseen: osaamisen kehittämisen tulee olla jatkuvaa, säännöllistä ja jokaisen alalla toimijan ulottuvilla. Oppilaitosten, tutkimusta tuottavien tahojen, pelastuslaitosten ja muiden pelastusalan toimijoiden välistä viestintäyhteistyötä tulee tehostaa.

ViVaPe-hankkeen tavoitteet

Yleinen kehittäminen, vaikutukset pidemmällä aikavälillä:

1. Yhteiskunnallisen näkyvyyden ja vaikuttavuuden lisääminen, profiloinnin ja vetovoimaisuuden lisääminen, sopimuspalkkatoiminnan tukeminen
2. Alan sisäisen ja ulkoisen verkostoyhteistyön tukeminen
3. Alan koulutuksen kehittäminen viestinnän näkökulmasta

Konkreettisiin tuotoksiin keskittyvät tavoitteet:

4. Lisävalmiuksien antaminen viestinnän suunnitteluun, toteutukseen, arviointiin ja kehittämiseen alan toimijoille
5. Alan viestinnän arvioinnin yhdenmukaistaminen



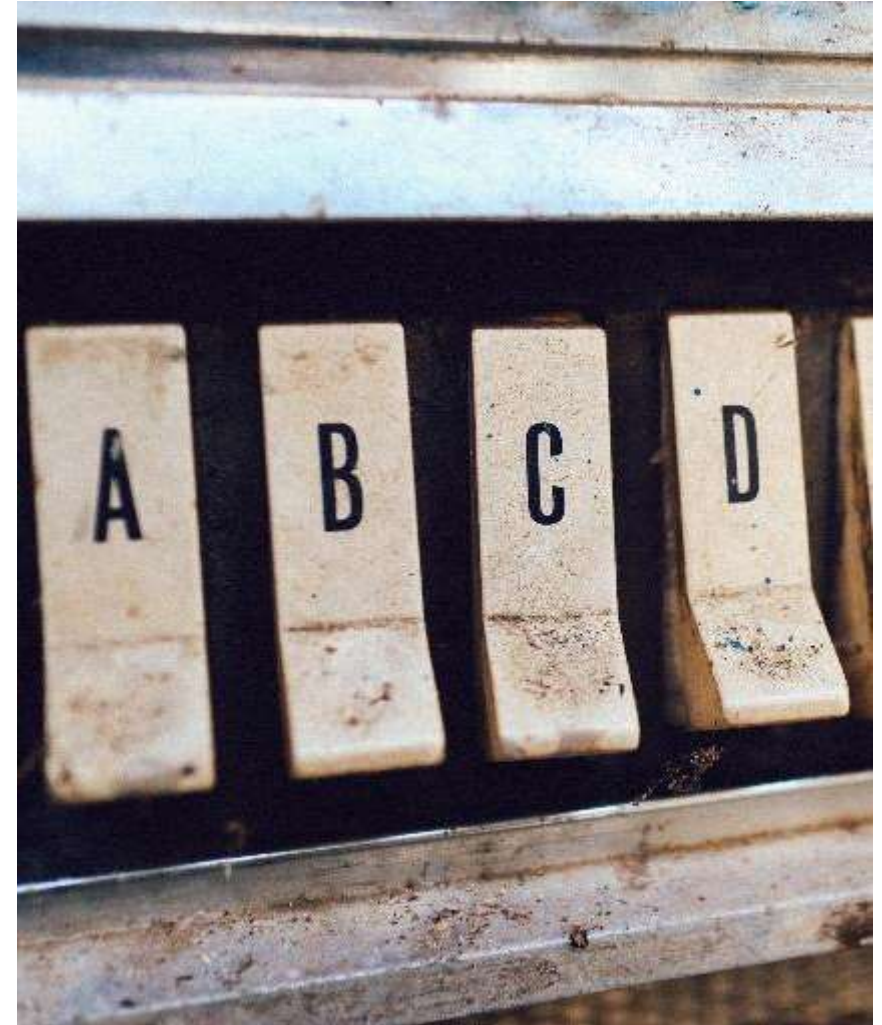


Tunnistettu tarve ja vastaava ViVaPe-hankkeen tavoite

- Alan näkyvyyden lisääntyminen - Edunvalvontaviestinnän tehostuminen - Alan viestinnän ammattimaistuminen ja yhdenmukaistuminen	Pelastusalan yhteiskunnallisen näkyvyyden ja vaikuttavuuden lisääminen, profiloinnin vahvistaminen ja alan vetovoimaisuuden lisääminen, sopimuspalokuntatoiminnan tukeminen
- Alan viestinnän ammattimaistuminen ja yhdenmukaistuminen - Alan sisäisen ja ulkoisen viestintäyhteistyön vahvistaminen - Alan viestintäroolien selkiyttäminen	Alan sisäisen ja ulkoisen viestintäyhteistyön ja verkostoitumisen tukeminen
- Alan viestinnän ammattimaistuminen ja yhdenmukaistuminen - Alan viestintäosaamisen kehittäminen	Pelastusalan koulutuksen kehittäminen muuttuvan viestintäympäristön tarpeita vastaavaksi
- Alan viestinnän ammattimaistuminen ja yhdenmukaistuminen - Alan viestintäosaamisen kehittäminen	Lisävalmiuksien antaminen viestinnän suunnitteluun, toteutukseen, arviointiin ja kehittämiseen alan toimijoille
- Alan viestinnän ammattimaistuminen ja yhdenmukaistuminen - Alan viestinnän vaikutusten ja vaikuttavuuden arvioinnin kehittäminen - Alan viestintäosaamisen kehittäminen	Pelastustoimen viestinnän vaikuttavuuden arvioinnin yhdenmukaistaminen

Suunnitellut tuotokset

- ❖ Materiaalit ja uusi oppi pelastusalan hyödyksi:
 - koulutukseen
 - organisaatioiden ja toimijoiden arkeen
- ❖ Alan kokonaisviestinnän koordinoinnin ja roolien selkiyttäminen
- ❖ Toimialan muiden kehittämishankkeiden tukeminen
- ❖ Mahdollisuuksia:
 - viestintäyhteistyön tiivistämiseen (sisäinen ja ulkoinen)
 - viestintäosaamisen kehittämiseen
 - kohtaamisiin, vertaistukeen ja -oppimiseen
- ❖ Pelastusalan äänen vahvistuminen julkisuudessa ja yhteiskunnallisessa vaikuttamisessa





Taustakysely pelastuslaitosten viestinnän vastuuhenkilöille syksyllä 2020 (n=21)

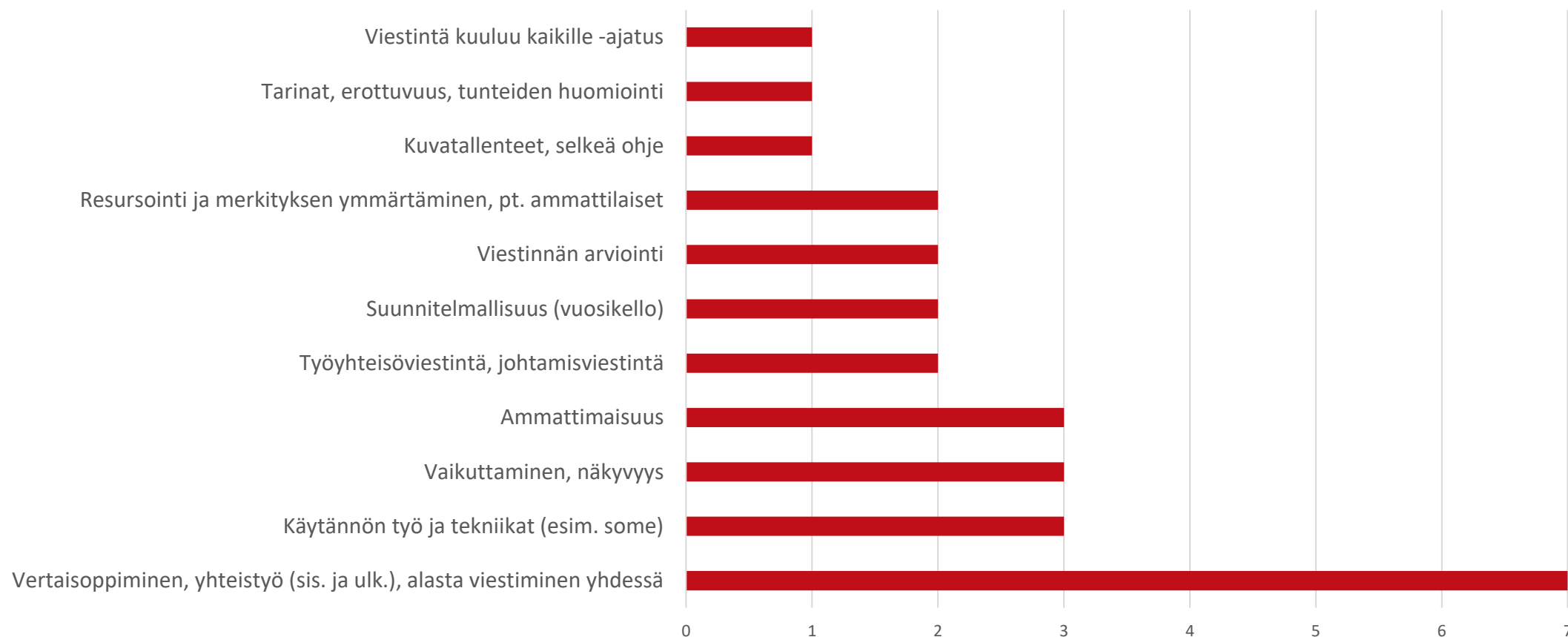


Mikä pelastusalan viestinnässä toimii hyvin?



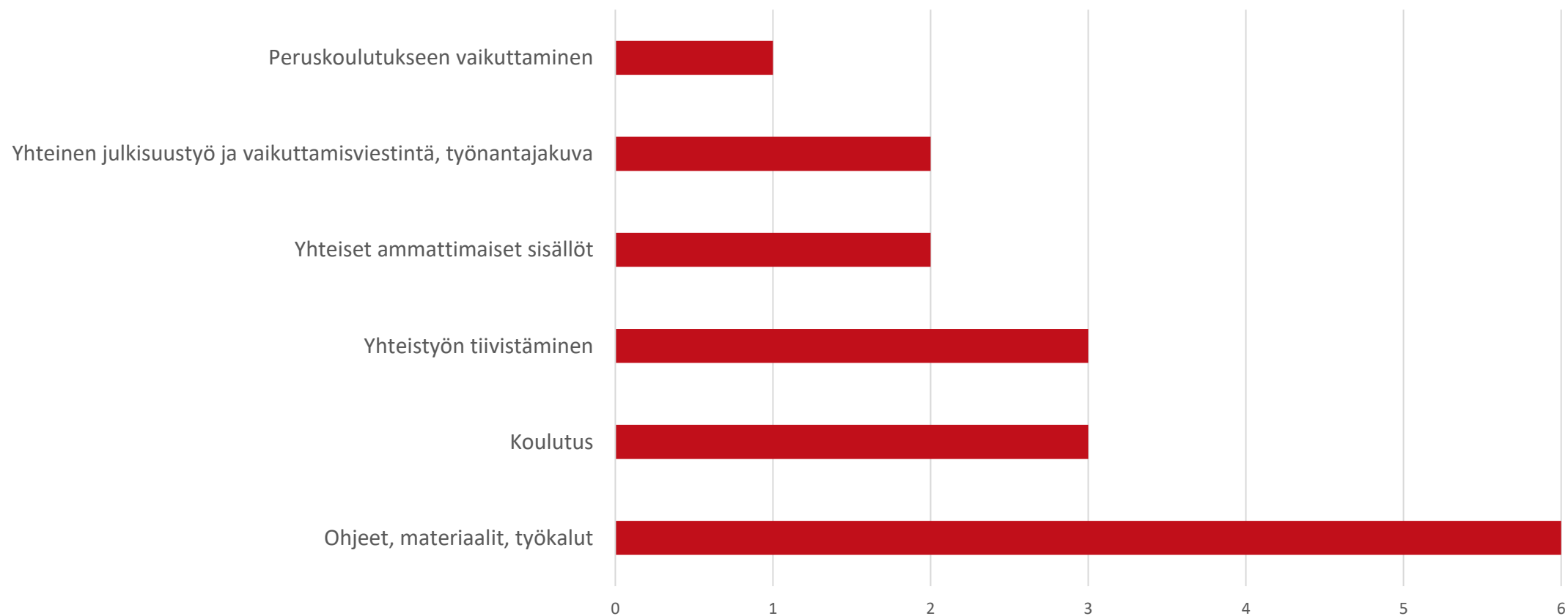


Pelastusalan viestinnän akuutit kehittämiskohteet





Toiveet ViVaPe-hankkeelle



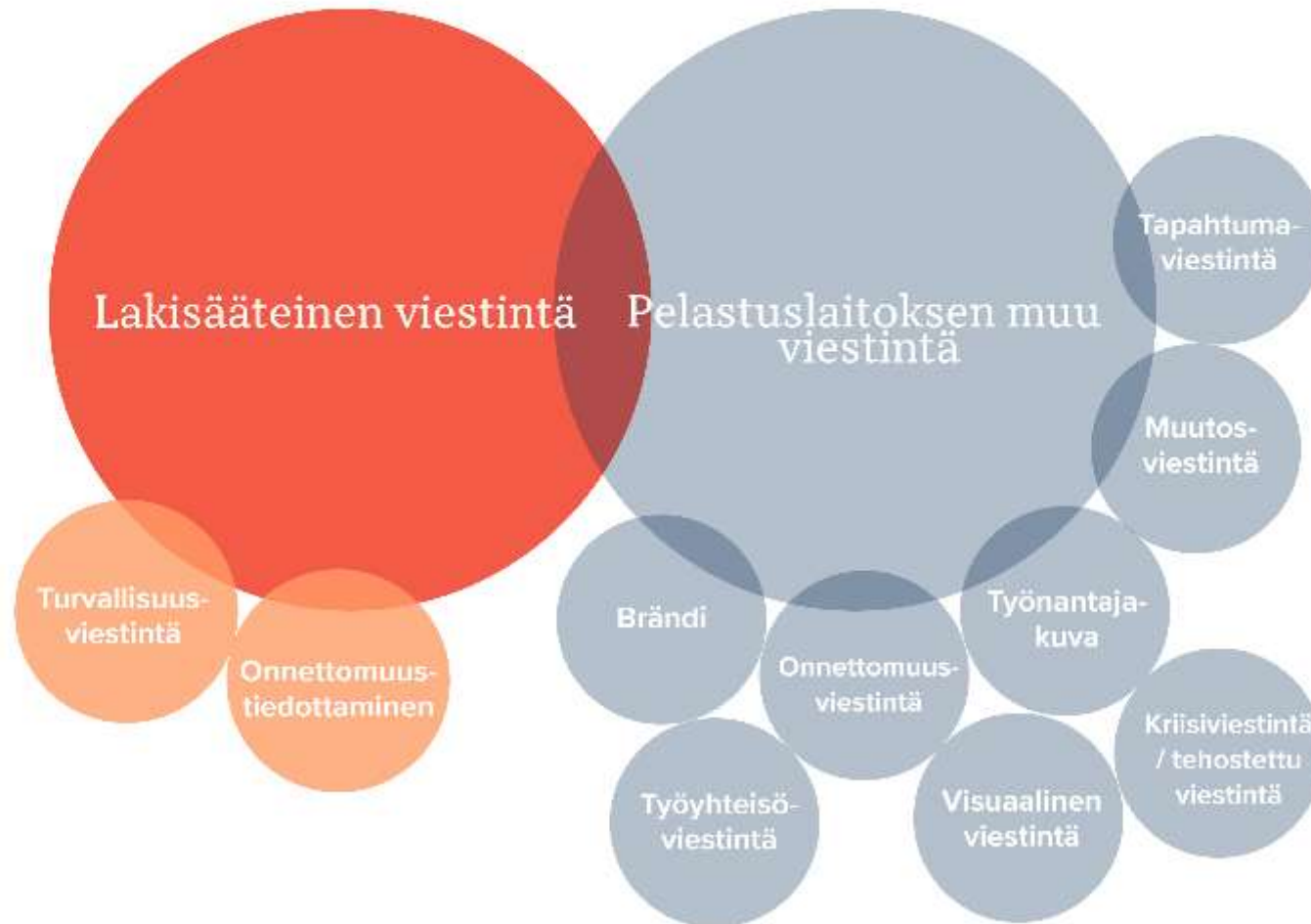


ViVaPe-hankkeen tuotoksia yhteisen viestinnän tueksi

Lähtökohtana: "Pelastusalan viestintä on kokonaisuus."

Pelastuslaitoksen viestintä

Pelastuslaitoksen kaikki viestintä muodostaa kokonaisuuden, jossa jokainen teko rakentaa pelastustoimen mainetta.





Hankkeessa työstettyjä viestintäoppaita

1. Pelastusalan someopas

- Yleisluontoinen opas some-viestintään alan organisaatioille ja viestinnän tekijöille (asiantuntijat, viestinnän vastuuhenkilöt, johto).
- Julkaistaan hankkeen nettisivulla kesäkuussa 2022, toimitetaan verkostojen kautta jakoon toimialalle.

2. Kuva-aineisto pelastusalan viestinnässä -opas

- Yleisluontoinen, perustietoja mm. lainsäädännöstä ja toimintaperiaatteista sisältävä opas valokuvia työssään ottaville ja käsitteleville pelastusalan toimijoille (asiantuntijat, viestinnän vastuuhenkilöt, johto).
- Julkaistaan hankkeen nettisivulla kesäkuussa 2022, toimitetaan verkostojen kautta jakoon toimialalle.

Työkaluja päivittäisviestintään



3. Pelastusalan viestinnän mittaaminen ja arviointi

- Verkkokurssi julkaistaan Koulumaalissa elokuussa 2022.
- Julkaisusta viestitään verkostojen kautta erikseen.

4. Hankkeen järjestämien koulutusten ja webinaarien materiaalit ja tallenteet, muut hankkeessa työstetyt työkalut

- Julkaistu/julkaistaan hankkeen nettisivulla ja Teams-kanavalla; koulutusmateriaalit ja tallenteet vain Teamsissa.
- Toimitetaan alan viestintäverkostoille edelleen työstettäväksi ja/tai eteenpäin jaettaviksi elokuussa 2022.



Kuvapankki: aineistoa viestinnän tarpeisiin

5. Pelastusalan yhteinen kuvapankki

- Pohja Tuovissa, kansiorakennetta päivitetään kesällä 2022, suunniteltu käyttöönotto elokuussa 2022.
- Käyttöoikeus / työtilan jäsenyys myönnetään pyynnöstä.
- Hankkeessa tuotettu ohje pankin käyttöön sekä toimintaperiaatteet verkostolle välitettäväksi.
- Tavoitteena toimintamalli, jossa viestintään sopivaa kuvamateriaalia olisi jatkossa saatavilla entistä enemmän yhteisellä alustalla valtakunnallisesti hyödynnettäväksi.
- Omistajuus sisäministeriössä (Tuovi-portaalin ylläpitäjä)
- Ylläpidosta ja käyttäjien tuesta vastaa Tuvi-asiantuntijaverkosto / sen kokoama työryhmä; yhteyshenkilönä paloinsinööri Esa Tuominen, Kanta-Hämeen pelastuslaitos.



Materiaalien lisäksi



Pelastusalan asiantuntijapankki

- Kohderyhmänä media ja sidosryhmät
- Tavoitteena palvella eri ryhmiä pelastusalan tai sille läheisiin ilmiöihin liittyvissä tiedontarpeissa
- Tarkoitus ei ole viestiä akuuteista asioista (onnettomuudet, vaaratiedotteet jne.) > laajempi ilmiötaso, yleisluontoiset tiedontarpeet pelastusalan eri asiantuntija-alueilta.
- Pankkiin nimeämiset kerättiin kumppanuusverkoston palvelualueilta kesällä 2021 ja hanke järjesti pankkiin nimetyille mediavalmennusta vuosien 2021–2022 aikana.
- Asiantuntijoiden nimet ja yhteystiedot julkaistaan kumppanuusverkoston nettisivuilla vuoden 2022 aikana.
- Ylläpidosta vastaa jatkossa kumppanuusverkosto
- Lanseerauksesta viestitään verkostojen kautta syksyllä 2022.



Pelastusalan viestinnän toimijoiden roolitus ja työnjako



Lähetekeskustelu: Tapaaminen sisäministeriössä 30.5.

- Kutsuttuina edustajat seuraavista: Pelastustoimen avoin viestintäverkosto (SM), Pelastuslaitosten viestintäverkosto (kumppanuusverkosto), Turvallisuusviestinnän asiantuntijaverkosto (kumppanuusverkosto), Tuvi-tukitiimi, aluehallintovirastot, Pelastusopisto, SPEK, SPPL, SSPL, SM/pelastusosasto
- Käytiin keskustelua verkostojen, työryhmien, tiimien, organisaatioiden ja yksittäisten henkilöiden rooleista ja työnjaosta pelastusalan yhteisessä viestinnässä. Lisäksi pohdittiin sopivia viestinnän keinoja, kanavia ja alustoja materiaalien ylläpitämiseen ja jakamiseen.
- Keskustelun perusteella laaditaan kuvaus pelastusalan viestinnän toimijoiden roolituksesta, sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä sekä toimintatavoista (liitetään pelastuslaitosten viestintäverkostossa työstettävään *Pelastustoimen viestinnän linjaukset* -asiakirjaan, aikataulu syksy 2022).



Hankkeessa toteutettujen kyselyjen tuloksia

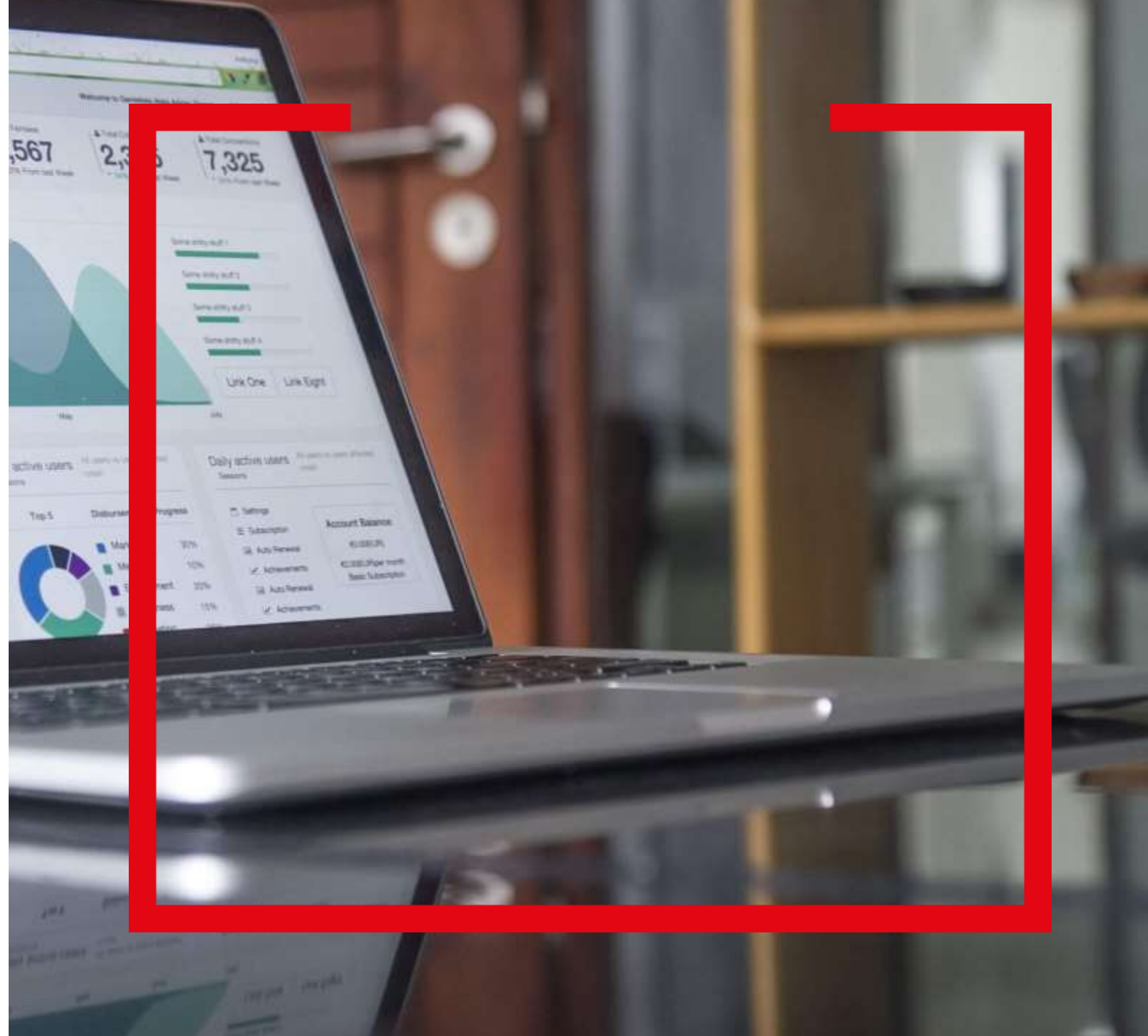
1. Kysely Pelastustoimen uudistushankkeen suositusten toteutumisesta, kohdennettu pelastusjohtajille: 1. kierros hankkeen alkaessa (syksyllä 2020) ja 2. kierros hankkeen päätösvaiheessa (keväällä 2022)
2. Kysely pelastuslaitosten viestinnästä vastaaville (keväällä 2022): käytössä olevat viestinnän mittaamisen ja arvioinnin keinot



PELASTUSOPISTO

Uudistushankkeen viestintätyöryhmän suositusten toteutuminen?

Syksy 2020 ja kevät 2022
Kysely pelastusjohtajille

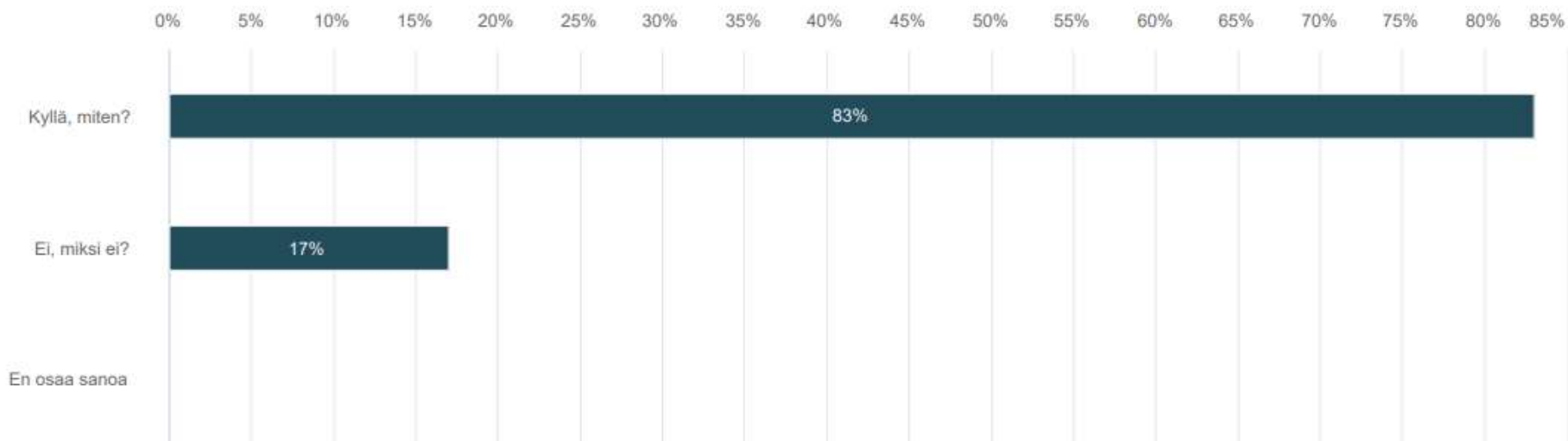




Pelastustoimen uudistushankkeen ja annettujen suositusten vaikutus pelastuslaitosten viestintään (2020, n=6)?

1. Vaikuttiko pelastustoimen uudistushanke ja annetut suositukset pelastuslaitosten viestintään mielestäsi jollain tavalla?

Vastaajien määrä: 6



Kyllä: "Viestinnän merkitystä nostettiin esille 14 muun asiakokonaisuuden lisäksi."

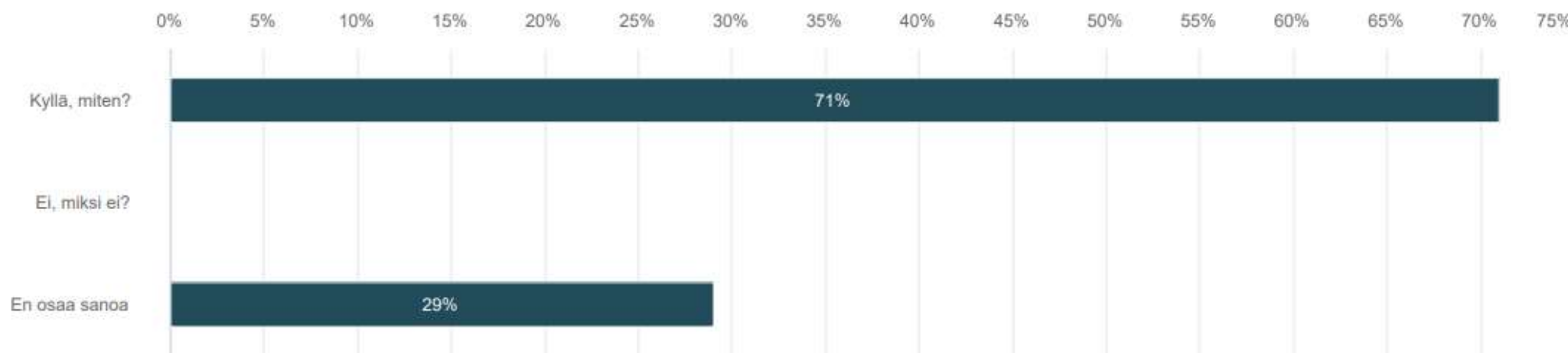
Ei: "Viestintä ei ollut prioriteetissa korkeimmalla, kun pitää saada maakuntien pelastustoimi perustettua."



Pelastustoimen uudistushankkeen ja annettujen suositusten vaikutus pelastuslaitosten viestintään (2022, n=7)?

1. Vaikuttiko pelastustoimen uudistushanke ja annetut suositukset pelastuslaitosten viestintään mielestäsi jollain tavalla?

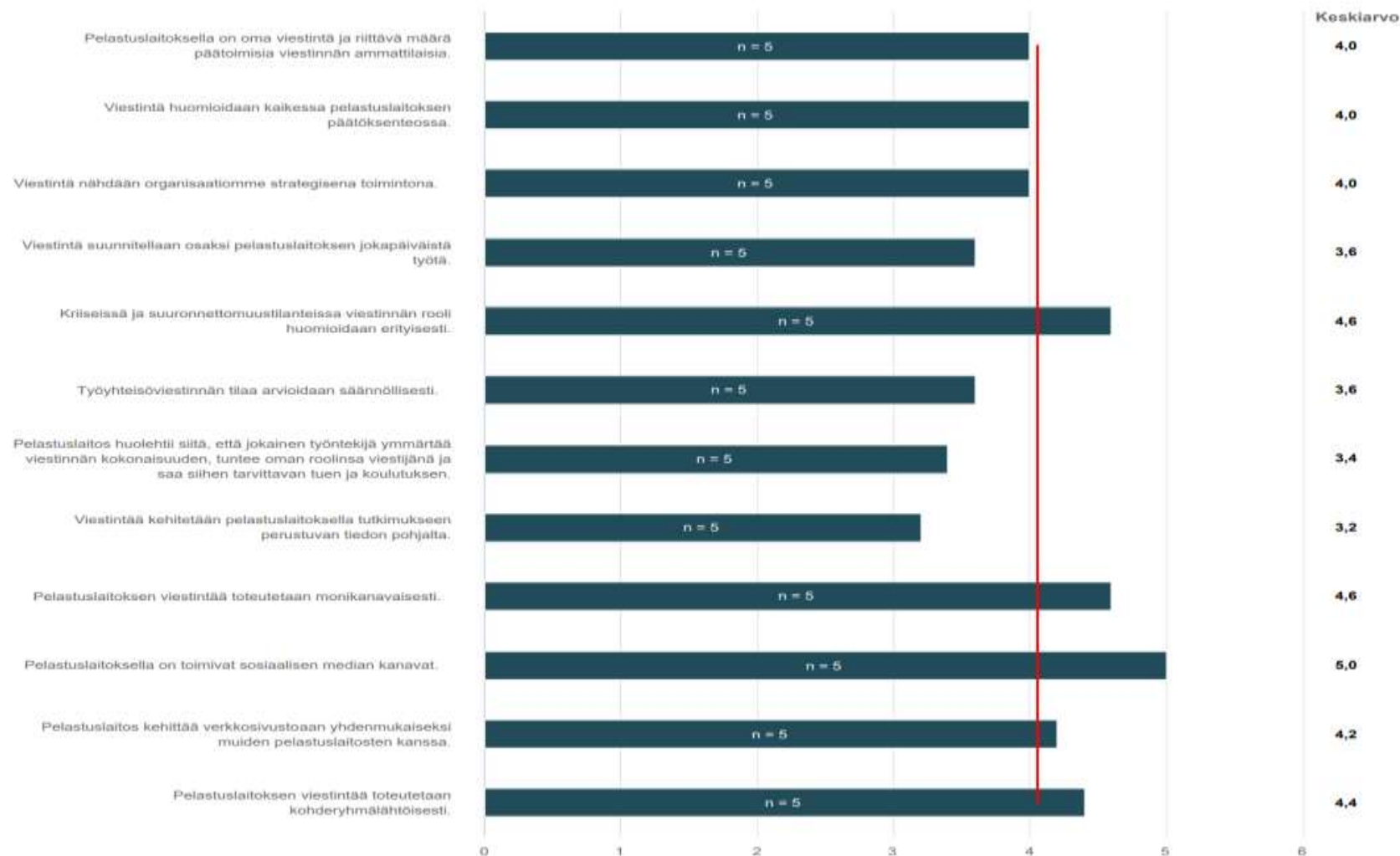
Vastaajien määrä: 7



- Kyllä: "Viestintää ohjaavasti, tärkeys tuli paremmin tietoisuuteen."
- Kyllä: "Viestintään panostettiin enemmän."
- Kyllä: "Vahvistivat aiempia käsityksiä viestinnän merkityksestä."

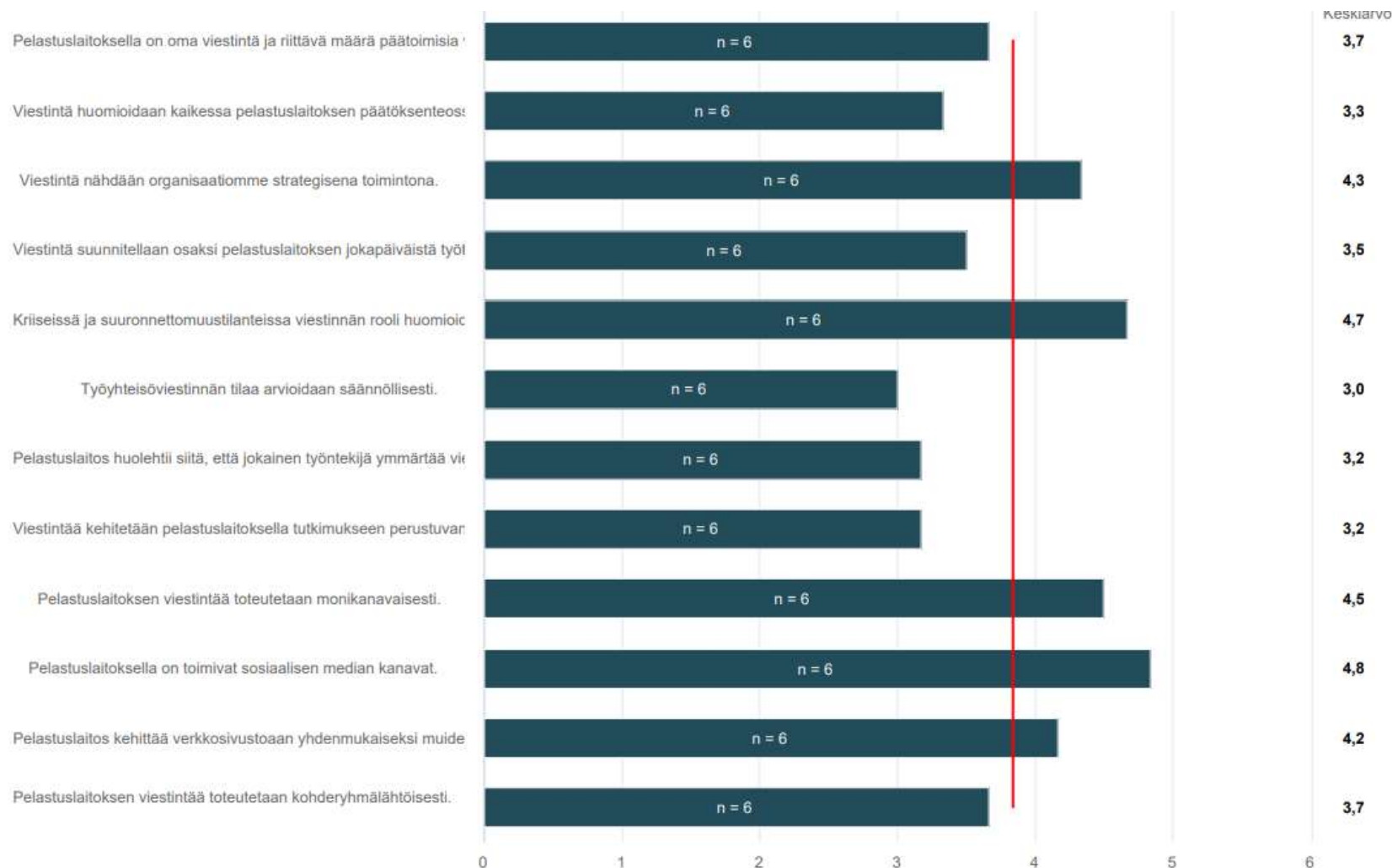


Arvio suositusten toteutumisesta omalla pelastuslaitoksella (2020)





Arvio suositusten toteutumisesta omalla pelastuslaitoksella (2022)



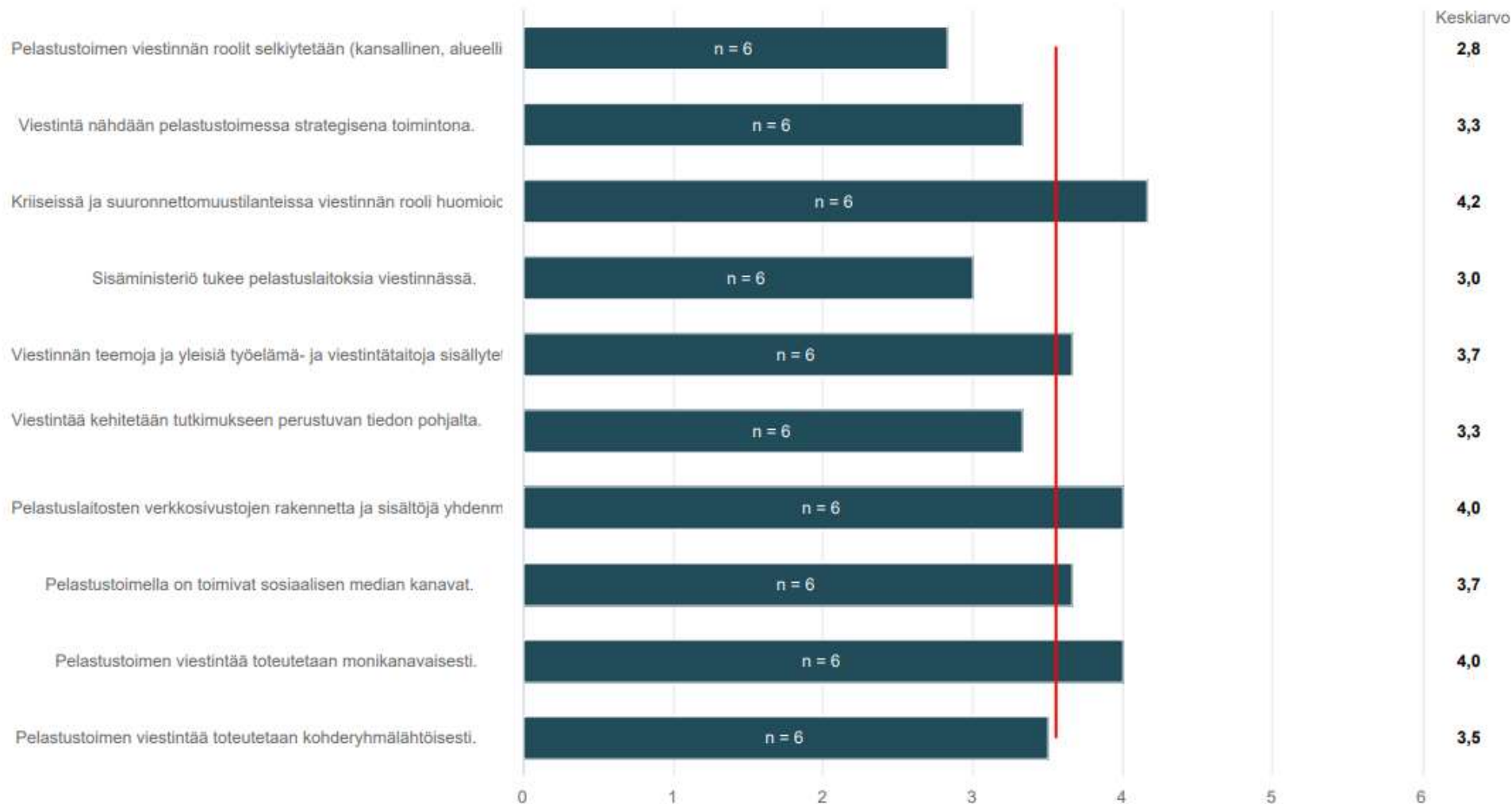


Arvio suositusten toteutumisesta valtakunnallisesti (2020)





Arvio suositusten toteutumisesta valtakunnallisesti (2022)



Huomioita

- ❖ Otanta on pieni (2020 n=6, 2022 n=7), joten tuloksista ei voi tehdä suuria johtopäätöksiä.
- ❖ Arviot oman pelastuslaitoksen kehityksestä ovat tarkasteluvuosien välillä muuttuneet vain vähän.
- ❖ Valtakunnallisessa viestinnän tilanteesta nähdään hienoista muutosta huonompaan suuntaan.
 - pohdittavaksi: tietoisuus (ja samalla kriittisyys) ehkä lisääntynyt?
- ❖ Kaiken kaikkiaan pelastusjohtajat arvioivat toimialan viestinnän tilanteen melko positiiviseksi.

Vuoden 2022 kyselyssä arvioita tarkennettiin seuraavasti:

- "Pelastuslaitosten välistä yhteistyötä viestinnän osalta kehitettävä edelleen. Hyvä esimerkki Itä-Suomen pelastuslaitosten yhteinen viestintäpäällikkö."
- "Valtakunnallisesti viestinnän yhdenmukaistaminen ei ole niinkään oleellista, vaan viestinnän kehittäminen eri osa-alueilla."
- "Yleisesti koko alalla viestintä on kehittynyt ja huomioitu erityisesti Pelastusopiston vetämien hankkeiden kautta."

Vuoden 2020 kyselyssä tarkentavia arvioita ei annettu.





Mikä pelastusalan viestinnässä toimii hyvin? Miksi? (2020)

”Erinomainen brändi. Tätä on tukenut mm. se, että pelastuslaitokset ovat panostaneet viime vuosina viestintään. Erityisesti henkilöstön mukaan ottaminen viestintään on näkynyt. Jokainen työntekijä on brändin kannalta se tärkein viestijä.”

Mikä pelastusalan viestinnässä toimii hyvin? Miksi? (2022)

”Onnettomuustiedottaminen on toimivaa, pitkäaikaisesta panostuksesta ja tärkeyden korostamisesta johtuen.”

”Onnettomuusviestintä toimii hyvin, siitä on laitoksilla pitkät perinteet.”

”Pelastusalan viestinnässä on hyviä käytäntöjä ja yhdessä tekemistä erityisesti kumppanuushankkeen työryhmissä, joissa käsitellään viestintää operatiivisella tasolla.”



Pelastusalan viestinnän akuutein kehittämiskohde? (2020)

”Alan yhtenäinen,
kansallinen
vaikuttamisviestintä”

Pelastusalan viestinnän akuutein kehittämiskohde? (2022)

”Ihmisten ja organisaatioiden viestintäkulttuurin ja osaamisen kehittäminen. Pelastuslaitoksen rooli on paljon muutakin kuin pelastustoimintaa.”

”Työyhteisöviestintä. Lisäksi haluan nostaa esille verkostojen työskentelyn päällekkäisyyden. Aiemmin sovitut verkostojen työnjaon periaatteet eivät enää toimi (SM:n verkostot/kumppanuushankkeen verkostot/muut).”

”Henkilöstö- ja sisäinen viestintä. Ilmiönä esim. yhdenvertaisuus. Kun se on ensin ollut julkisuudessa, se muuttui nyt laitosten sisäiseksi asiaksi.”

Pelastusalan viestinnän tärkein tavoite?

Syksy 2020 (n=1):

”Turvallisuudentunteen välittäminen kansalaisille: pelastuslaitos auttaa aina, mutta jokaisella on myös yksilönä rooli oman ja lähimmäistensä turvallisuuden ylläpidossa.”

Kevät 2022 (n=3):

”Turvallisuusosaamisen ja turvallisuuden tunteen painottaminen. Pelastustoimen hyvän mielikuvan vahvistaminen.”

”Turvallisuuden tunteen edistäminen.”

”Onnettomuuksien ennaltaehkäisy. Hyvinvoiva henkilöstö ja vetovoimainen työnantajakuva, onnettomuustiedottaminen ja vaarasta varoittaminen jne.”





PELASTUSOPISTO

Pelastusalan viestinnän mittaamisen ja arvioinnin käytäntöjä, keinoja ja mittareita

Kysely pelastuslaitosten
viestintävastaaville

Kevät 2022



Viestinnän tavoitteet, n=16 (1/2)

Lakisääteinen viestintä:

- Onnettomuuksista kertominen
- Turvallisuusviestintä, onnettomuuksien ennalta ehkäisy

Lisäksi:

- Hankkeista ja projekteista viestiminen
- Hyvän toimialamielikuvan vahvistaminen

“

Viestinnän tavoitteena on ylläpitää pelastustoimen positiivista mainetta ja julkikuvaa kansalaisten keskuudessa, sekä vahvistaa jo ennestään vahvaa pelastustoimen brändiä.

”

Viestinnän tavoitteet, n=16 (2/2)

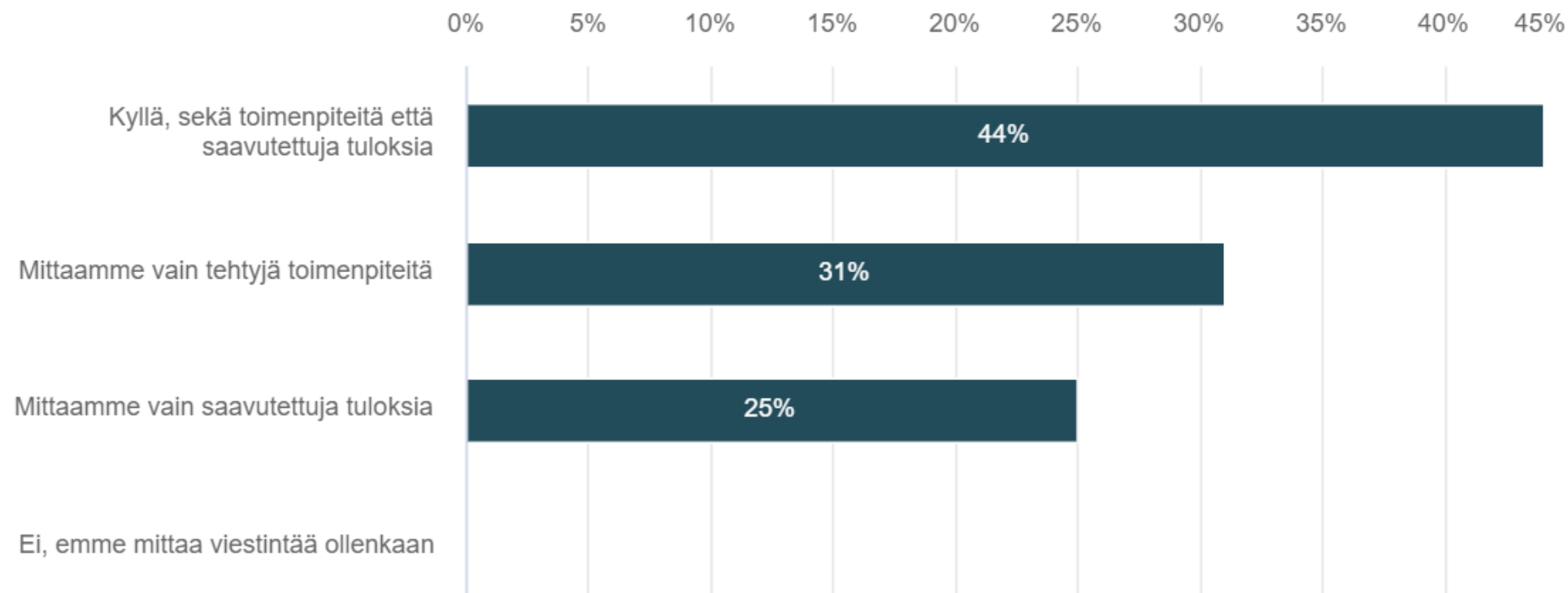
Viestintä on strateginen toiminto

- Viestintä on arvojen mukaista.
- Viestintä tukee organisaation strategiaa, perustehtävän toteuttamista ja vision saavuttamista.
- Viestintä on suunnitelmallista.
- Viestintä tavoittaa eri kohderyhmät.
- Viestintä on saavutettavaa.



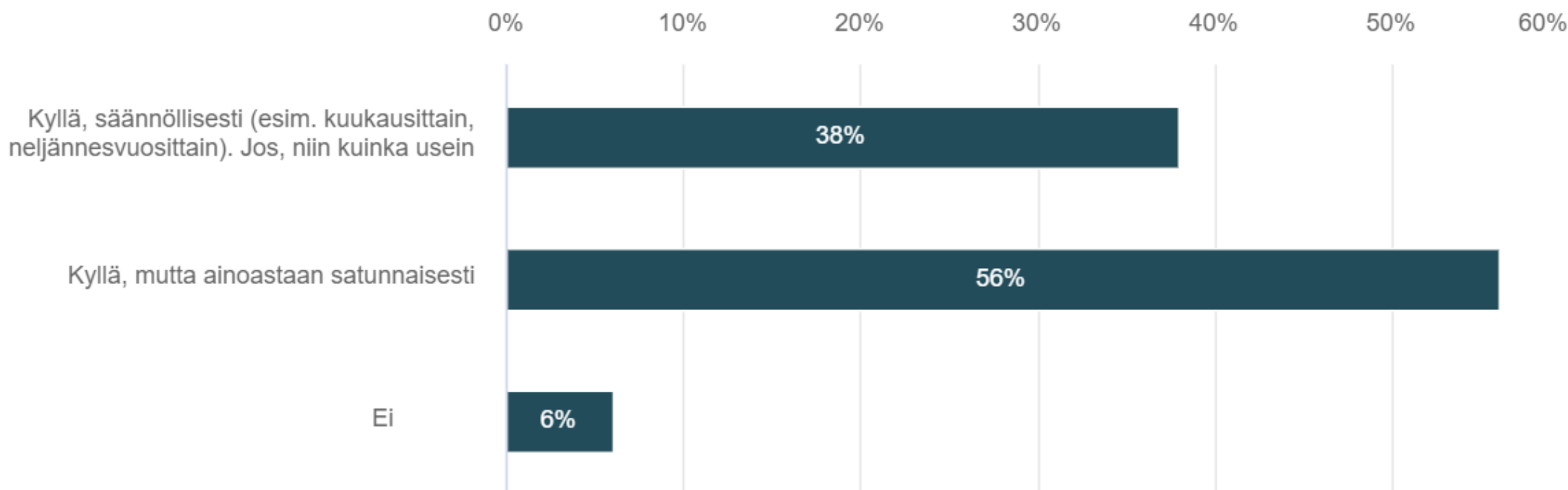


Viestinnän säännöllinen mittaaminen?





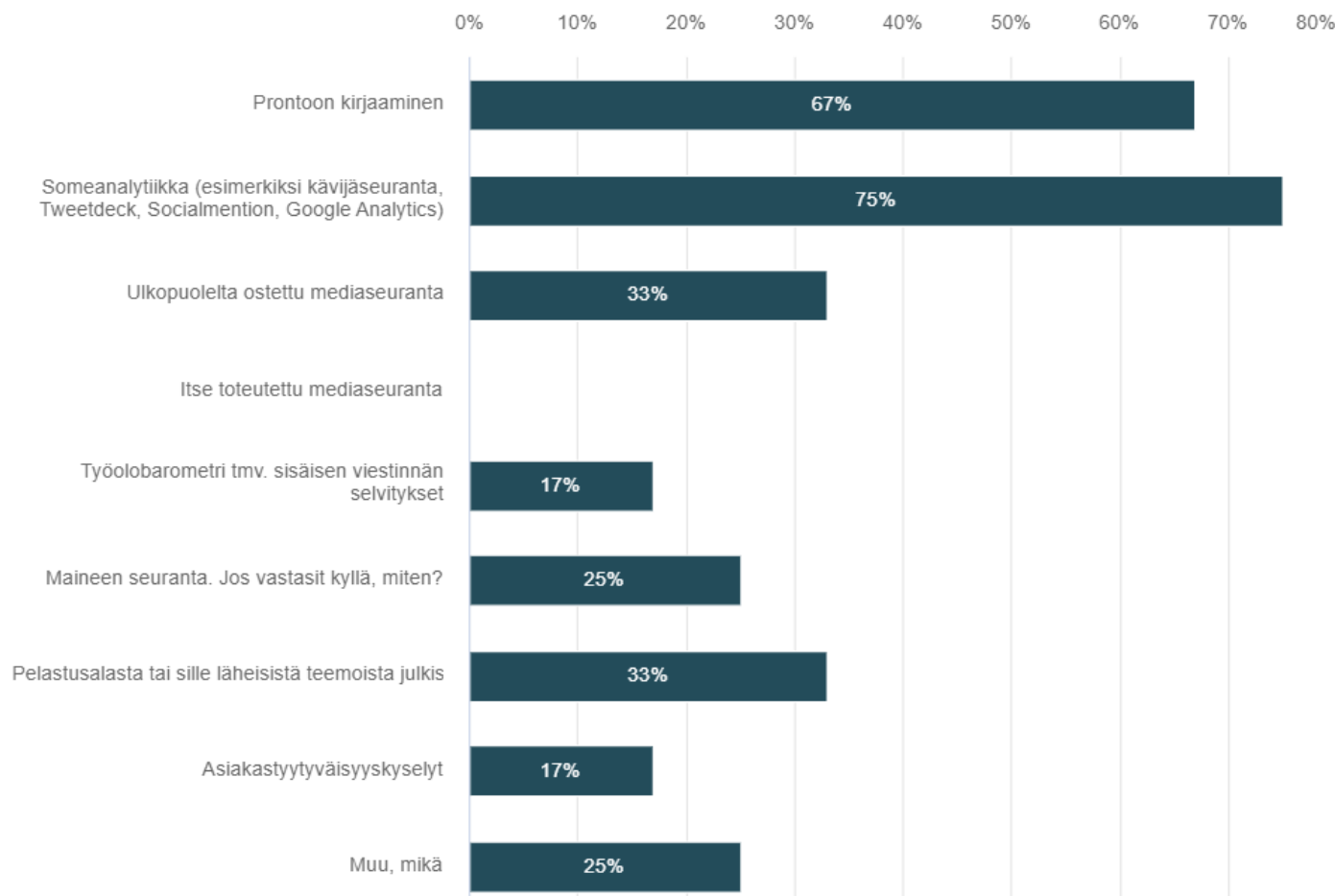
Mittaamistulosten raportointi johdolle?



Raportointivälit: kerran kuussa, neljännesvuosittain, vuosittain



Käytössä olevat mittarit



Lisäksi

- Vuosikatsaukset, jatkuva havainnointi
- Laajemmat kansalaiskyselyt, joissa viestintä yhtenä osiona
- Uutiskirjeen analytiikan seuranta, palveluiden menekin seuranta

Viestinnän mittaamisen kehittämistarpeet?

- Yhtenäiset, selkeät mittarit ja niille ohjeistukset koottuna yhteen
- Vaikuttavuuden mittaaminen, resursointi
- Tavoitteiden selkiyttäminen
- Tulosten tarkoituksenmukaisuus ja hyödyntäminen
- Mittareiden ja tulosten seurannan yhdenmukaistaminen koko alalla

“

Viestintä tulee resursoida riittävästi sekä laadukkaan ja monipuolisen tuottamisen, että jatkuvan seurannan mahdollistamiseksi.

”



Hankkeen näkemyksiä ja suosituksia pelastusalan viestinnän kehittämiseksi

Suosituksia (1/3)

- Viestintä tulisi kytkeä vahvasti toimialan strategiatyöhön. Alalle toivotaan sekä viestinnän sisällyttämistä pelastustoimen strategiaan että erillistä viestintästrategiaa. Viestintää tekevät arjessaan kaikki alan toimijat, mutta sen johtamisen tulisi olla strategista.
- Jokaisen tulisi ymmärtää roolinsa ja merkityksensä viestinnän toteutuksessa. Viestintää tekeville tulisi tarjota siihen heidän tarvitsemansa tuki ja koulutus.
- Viestinnän merkitys tulisi huomioida olennaisena osana kaikkea johtamista, yhtenä johtamisen avainkyvykkyyksistä.
- Viestintään tarvitaan vahvaa yhteistä tahtotilaa ja suuntaa sekä yhteisesti sovitut tavoitteet. Lisäksi kaivataan laajaa ymmärrystä viestinnän merkityksestä ja sitoutumista siihen.
- Toimialan viestinnän toimijoiden ja verkostojen roolitusta tulisi selkiyttää.



Suosituksia (2/3)

- Viestintään tulisi resursoida jokaisessa organisaatiossa. Viestinnän tulisi olla edustettuna organisaatioiden johtoryhmissä.
- Hyvät viestinnän käytännöt tulisi saada tehokkaasti jakoon. Tarvittaisiin pysyviä rakenteita tukemaan yhteistä viestinnän tekemistä, kehittämistä sekä materiaalien ja oppien jakamista.
- Viestinnän tekemisen ja kehittämisen tulisi perustua analysoituun dataan ja tutkittuun tietoon. Viestinnän vaikutusten ja vaikuttavuuden mittaamista sekä arviointia tulisi kehittää pitkäjänteisesti ja saatuja tuloksia hyödyntää toiminnan kehittämisessä.
- Viestintää tulisi sisällyttää laajasti alan tutkinto- ja täydennyskoulutukseen.
- Hybridin median merkitys pelastusalan strategisena toimintaympäristönä tulisi huomioida organisaatioiden toiminnassa yhä vahvemmin.
- Erityistilanteiden viestintä vaatii varautumista: tarvitaan skenaarioita, koulutusta ja harjoituksia, sovittuja toimintamalleja ja vastuita sekä verkostoyhteistyötä.



Suosituksia (3/3)

- Viestintää tulisi suunnitella ja kehittää dialogisesti yhdessä eri kohde- ja sidosryhmien kanssa. Eri ryhmien odotukset tulisi tunnistaa ja viestintää kohdentaa niiden mukaisesti.
- Viestinnän strateginen merkitys toimialan veto- ja pitovoimatekijänä tulisi tunnistaa ja panostaa työnantajakuvaan liittyvään viestintään.
- Työyhteisöviestintää tulisi seurata säännöllisesti ja kehittää pitkäjänteisesti kaikissa organisaatioissa.
- Viestinnän tulee luonnollisesti olla vastuullista. Lisäksi olisi hyvä ottaa vastuullisuuden teemat huomioon yhä vahvemmin niin työyhteisöjen sisäisen kuin ulkoisille kohde- ja sidosryhmille kohdennetun viestinnän sisällöissä. Viestintä on olennaisessa roolissa myös esimerkiksi pelastusalan tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden toimintaohjelman toteutuksessa.



Kuvat: Unsplash (CC)



PELASTUSOPISTO

bit.ly/vivape

tutkija Aino Harinen

| 050 343 8004

| aino.harinen@pelastusopisto.fi

@HarinenAino

@peo_tutkimus

@pelastusopisto

Puh. 0295 450 201, PL 1122 (käyntiosoite: Hulkontie 83), 70821 Kuopio

| **PELASTUSOPISTO.FI**

