

PELASTUSLAITOSTEN VIESTINTÄOPAS 2.0

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hanke
2017–2018

Tutkija Aino Harinen ja työryhmä

Pelastusopisto, Kuopio

30.10.2018



PELASTUSOPISTO



**"VIESTINTÄ ON OSA KAIKKEA
TOIMINTAA JA JOKAISEN TYÖTÄ.
SUUNNITELMALLINEN VIESTINTÄ
AUTTAA ORGANISAATIOTA
TOTEUTTAMAAN PERUSTEHTÄVIÄ JA
SAAVUTTAMAAN STRATEGISIA
TAVOITTEITA. VIESTINTÄ VAHVISTAA
ORGANISAATION
TOIMINTAEDELLYTYKSIÄ."**

AINO HARINEN, PELASTUSOPISTO

Sisällys

ALUKSI: Johdatus Pelastuslaitosten viestintäopas 2.0:n käyttöön	4
VIESTINTÄ YHTEISÖN STRATEGISENA YDINTOIMINTONA	6
PELASTUSLAITOSTEN VIESTINTÄ	8
TURVALLISUUSVIESTINTÄ.....	12
ONNETTOMUUSVIESTINTÄ.....	14
MUU ULKOINEN YHTEISÖVIESTINTÄ.....	17
LUOTTAMUS JA MAINE.....	20
PELASTUSLAITOSTEN KRIISIVIESTINTÄ.....	21
MUUTOSVIESTINTÄ SEKÄ VIESTINNÄN SAAVUTETTAVUUS JA YMMÄRRETTÄVYYS	24
VIESTINTÄOSAAMISEN TUKEMINEN JA VAHVISTAMINEN	26
VIESTINNÄN MITTAAMINEN, ARVIOINTI JA KEHITTÄMINEN.....	27
VIESTINNÄN AMMATTILAISEN TEHTÄVISTÄ JA ROOLISTA.....	29
PELASTUSTOIMEN YHTEINEN VIESTINTÄ.....	30
PELASTUSLAITOSTEN VIESTINNÄN ERITYISALUEITA I: KUVIEN KÄYTTÖ.....	32
LINKKEJÄ MIELENKIINTOISILLE VIESTINNÄN LÄHTEILLE	35
YHTEYSTIETOJA	36
LÄHTEET.....	37

ALUKSI: Johdatus Pelastuslaitosten viestintäopas 2.0:n käyttöön

Pelastuslaitosten viestintäopas 2.0:n taustaa

Pelastuslaitosten kumppanuusverkoston tukipalvelualue asetti viestintätyöryhmän kehittämään pelastuslaitosten viestintää keväällä 2013. Työryhmän tuottama *Pelastuslaitosten viestintäopas* julkaistiin 2015. Nyt käsillä oleva sähköinen materiaali on kyseisen oppaan päivitetty versio *Pelastuslaitosten viestintäopas 2.0*.

Pelastuslaitosten viestintäoppaan vuodelta 2015 löydät [täältä](#).

Oppaan sisältö ja tekijät

Tässä oppaassa käsitellään viestintää osana pelastuslaitosten toimintaa sekä esitellään hyviä käytäntöjä eri pelastuslaitoksilta. Opas on tarkoitettu niin pelastuslaitoksille nimetyille viestinnän vastuuhenkilöille kuin myös kaikille arjessaan pelastuslaitosten viestintää tekeville henkilöille, siis käytännössä koko pelastuslaitosten henkilöstölle. Opas on pyritty rakentamaan tarkoituksella kattavaksi ja asioita melko syvällisestikin käsitteleväksi – niin, että siinä on toivottavasti tarttumapintaa sekä teoreettisempaa näkökulmaa viestinnästä kaipaaville että myös niitä käytännön viestinnän työkaluja arkeen toivoville.

Opas on laadittu Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeessa, joka toteutettiin Palosuojelurahaston, Pelastusopiston ja pelastuslaitosten rahoituksella ajalla 15.5.2017–31.8.2018. Hankkeen tavoitteena on ollut kartoittaa pelastuslaitosten viestinnän nykytilaa sekä laatia sen pohjalta pelastustoimelle työkaluja viestinnän kehittämiseen.

Hanke muodostui tutkimus- ja kehittämisosioista. Tutkimuksessa luotiin laaja ja kattava katsaus pelastuslaitosten ulkoisen viestinnän nykytilaan ja kehittämisosiossa tuotettiin pelastuslaitoksille yhteistä viestinnän sanastoa, toimintamalleja ja työkaluja sekä suosituksia ulkoisen viestinnän kehittämiseksi. Hankkeeseen nimettiin työryhmä, johon kuului lukuisia henkilöitä sekä pelastuslaitoksilta, valtionhallinnosta, Pelastusopistolta että alan järjestöistä. Työryhmän kanssa työstettiin viestinnän sanastoa, jaettiin ja työstettiin uusia toimintamalleja sekä keskusteltiin laajasti pelastustoimen viestinnän ajankohtaisista asioista. Hanke on tehnyt tiivistä yhteistyötä myös Pelastustoimen uudistushankkeen viestintätyöryhmän sekä mm. kumppanuusverkoston [turvallisuusviestintä](#)-työryhmän kanssa.

Tähän oppaaseen on linkitetty hankkeessa työstettyjä viestinnän työkaluja sekä pelastustoimen viestinnän sanasto ja hankkeen suositukset viestinnän kehittämiseksi. Oppaaseen on liitetty myös esimerkkejä laitoksilla käyttöön otetuista viestinnän toimintamalleista ja työkaluista, osa sellaisinaan ja osa muokattuina. Lisäksi oppaaseen on listattu pelastusalan viestintään liittyviä hyödyllisiä internet-lähteitä (esim. podcasteja, koulutuksia, ohjeita ja blogeja).

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen muut julkaisut ja hankkeen tapaamisissa pidetyt alustukset

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen julkaisut:

[Esiselvitys 01/2018](#)

[Loppuraportti 08/2018](#)

[Loppuraportin tiivistelmä, yhteenveto, suositukset ja sanasto 08/2018](#)

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen seminaareissa pidetyt alustukset:

[Työpaja 27.11.2017](#)

[Loppuseminaari #PELAVI2020, 27.8.2018](#)

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen työryhmätapaamisten diaesitykset löydät [täältä](#).

Pelastustoimen viestinnän sanasto löytyy [täältä](#).

Hankkeen suositukset pelastuslaitosten viestinnän kehittämiseksi löytyvät [täältä](#).

Pelastuslaitosten viestinnän yhteistyö ja kehittäminen hankkeen päätyttyä

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen päättymisen jälkeen pelastuslaitosten viestinnän kehittäminen jatkuu muun muassa sisäministeriön koolle kutsumassa avoimessa pelastustoimen viestintäverkostossa. Lisätietoja verkoston toiminnasta saat sisäministeriön viestintäpäällikkö Saara Nevalalta (saara.nevala@intermin.fi, 0295 488 232).

VIESTINTÄ YHTEISÖN STRATEGISENA YDINTOIMINTONA

Viestintä on olennainen osa kaikkea organisaation toimintaa ja jokaisen organisaation jäsenen työtehtäviä. Viestintä tukee perustehtävistä suoriutumista ja vahvistaa organisaation toimintaedellytyksiä tukien näin organisaation strategiaa ja tärkeimpien tavoitteiden saavuttamista. Lue lisää viestinnästä organisaation strategisena toimintona!

Mitä yhteisön viestintä sitten on?

Yhteisön viestintä muodostaa laajan kokonaisuuden. Se on päivittäistä työhön liittyvää vuorovaikutusta, informointia, johtamista ja yhteydenpitoa eri ryhmiin, mutta se on myös esimerkiksi yhteiskunnallista vaikuttamista, merkityksen sanoittamista, toiminnan kehittämistä sekä muutoksen tekemistä.

Viestintä on arkista vuorovaikuttamista ja perustoimintojen tuki. Samalla se tarjoaa keinon saavuttaa strategisia tavoitteita sekä vahvistaa yhteisön toimintaedellytyksiä. Viestinnällä yhteisö pitää yhteyttä eri sidosryhmiin, osallistuu yhteiskunnalliseen keskusteluun ja profiloi itseään suhteessa ympäristöönsä. Viestintä vaikuttaa yhteisön julkisuuskuvaan ja maineeseen sekä ylläpitää luottamusta yhteisön ja sen ympäristön välillä.

Strateginen viestintä: miksi, kenelle ja mitä?

Strateginen viestintä voidaan määritellä viestinnäksi, joka tukee yhteisön strategiaa sekä tärkeimpien tavoitteiden saavuttamista ja jota tehdään koko yhteisössä. Olennaisinta on kysyä ”miksi viestitään?”. Kenelle me viestimme ja mitä me haluamme heille sanoa? Mikä on ydinsanomamme? Mitä viestinnällä tavoitellaan? Strateginen viestintä vaatii viestinnän suunnittelua, viestinnän tulosten mittaamista sekä tulosten pohjalta tapahtuvaa jatkuvaa kehittämistä.

Sisäinen ja ulkoinen yhteisöviestintä

Yhteisöviestintä on totuttu jakamaan aluksi kohderyhmien perusteella sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Käytännössä jako on jo vanhentunut, mutta se helpottaa kokonaisuuden hahmottamista. Viestintää voidaan jakaa myös esimerkiksi sisältöjen, tavoitteiden tai kanavien mukaan. Sisäiseen ja ulkoiseen viestintään pätevät periaatteessa samat lainalaisuudet: viestinnän on oltava aktiivista ja avointa, luottamusta herättävää sekä monia keinoja ja kanavia hyödyntävää vuorovaikutusta.

Sisäisestä viestinnästä käytetään myös nimitystä työyhteisöviestintä. Viestinnän tehtäviä työyhteisöissä ovat päivittäisen arjen sujuvoittamisen lisäksi esimerkiksi työyhteisöön kiinnittäminen sekä yhteenkuuluvuuden ja työtyytyväisyyden lisääminen. Viestintä on myös osa johtamista ja sen strateginen apuväline.

Yhteisön ulkoinen viestintä on sen yhteydenpitoa sille tärkeisiin ryhmiin. Ulkoisen viestinnän avulla sujuvoitetaan arjen työtä, tuetaan organisaatiota sen perustehtävissä, kerrotaan organisaation toiminnasta ja tuloksista sekä osallistutaan yhteiskunnalliseen keskusteluun. Aktiivisen ulkoisen yhteydenpidon avulla voidaan vahvistaa luottamusta organisaation ja sen sidosryhmien välillä.

Käytännössä sisäisen ja ulkoisen viestinnän erottaminen toisistaan ei ole tämän päivän viestintäympäristössä järkevää – eikä välttämättä edes mahdollista. Viestiessään ulospäin yhteisö viestii aina myös omalle henkilöstölleen, sillä omakin henkilöstö seuraa ja viestii eri kanavilla aktiivisesti. Yhteisön sisäisen viestinnän tila heijastuu myös aina sen ulkopuolelle. Yhteisöviestintä onkin kokonaisuus, joka muodostuu monenlaisesta ja -suuntaisesta dialogista eri keinoilla ja kanavissa, organisaation sisällä ja organisaatiosta ulospäin.

Viestintää on kaikkialla ja organisaatioissa jokainen on viestijä

Nykyisessä toimintaympäristössä viestintä on läsnä kaikkialla ja ihmiset viestivät yhä enemmän. Myös organisaatioissa kaikki viestivät, eikä yhteisöviestintää voi enää erottaa omaksi, muusta organisaatiosta irralliseksi toiminnokseen. Ylin johto vastaa viestinnän linjauksista ja resursoinnista sekä kantaa yleisvastuun viestinnän kokonaisuudesta. Viestinnän ammattilaisten tehtävänä on koordinoida, kehittää, arvioida ja toteuttaa viestintää sekä tukea muuta organisaatiota viestinnässä. Ideaalitulanteessa viestinnän ammattilaisilla on apunaan viestinnän toteutuksessa koko henkilöstö. Tällöin viestintä muodostaa yhtenäisen kokonaisuuden, jota toteuttavat yhteisön kaikki jäsenet päivittäin. Jokaisen organisaation jäsenen tuleekin tunnistaa ja tunnustaa oma roolinsa viestijänä.

Oppimateriaaleja viestinnästä pelastustoimen strategisena toimintona

Hankkeessa työstetty *Strateginen viestintä pelastustoimessa* -oppimateriaali löytyy [täältä](#).

Suomen Palopäällystöliiton ja Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen yhteistyössä järjestämä *Pelastustoimen strategisen viestinnän lyhyt oppimäärä* -verkkoluento löytyy [täältä](#).

PELASTUSLAITOSTEN VIESTINTÄ

Pelastustoimessa viestintää on jaoteltu toimialan erityisluonteen ja toimintamallien mukaisesti. Jaottelu ei ole viestinnän yleinen malli, vaan se on ominainen nimenomaan pelastustoimelle. Pelastuslaitosten viestintää määrittävät muun muassa niille viranomaisena kuuluvat lakisääteiset viestintävelvoitteet, onnettomuusviestinnän ympärivuorokautisuus sekä useat lakeihin ja asetuksiin liittyvät rajoitteet. Viestintä on pelastuslaitoksillakin osa jokaisen organisaation päivittäistä toimintaa ja jokaisen pelastusalalla toimivan työtä. Lue lisää pelastustoimen viestintään liittyvistä käsitteistä ja ilmiöistä!

Sisäinen ja ulkoinen viestintä sekä onnettomuusviestintä, turvallisuusviestintä ja muu ulkoinen yhteisöviestintä

Pelastuslaitosten viestintää on totuttu jakamaan aluksi kohderyhmien perusteella *sisäiseen ja ulkoiseen viestintään*. Näistä ulkoinen viestintä jaetaan usein tavoitteiden ja sisältöjen mukaan

1. onnettomuusviestintään
2. turvallisuusviestintään ja
3. muuhun ulkoiseen yhteisöviestintään.

Tässä oppaassa on päädytty noudattamaan samaa jakoa, vaikka käytännössä jako on keinotekoinen eikä viestinnän lajeja ole aina tarkoituksenmukaista erottaa toisistaan. Käytännön syistä ja esimerkiksi alan ammattilaisten tehtäväkuvien takia jaottelut ovat kuitenkin usein tarpeen.

Pelastuslaitosten sisäinen viestintä on arjen vuorovaikutusta ja johtamisviestintää, jonka tarkoituksena on sujuvoittaa arjen työtä, suunnata toimintaa, vahvistaa dialogia ja yhteenkuuluvuutta sekä lisätä työtyytyväisyyttä. Ulkoisessa viestinnässä pelastuslaitos näkyy vahvimmin onnettomuusviestinnän kautta, sillä onnettomuudet kiinnostavat paitsi mediaa myös kansalaisia.

Onnettomuusviestintä, turvallisuusviestintä ja muu viestintä muodostavat kokonaisuuden

On hyvä huomioida, että turvallisuusviestintä, onnettomuusviestintä ja muu yhteisöviestintä muodostavat kokonaisuuden, jossa jokainen teko on myös viesti. Esimerkiksi tiedottaessaan onnettomuudesta viranomaisen kertoo samalla omasta toiminnastaan. Pelastustoimen viestintään pyritään usein liittämään myös turvallisuuden edistämisen näkökulma.

Pelastuslaitosten onnettomuusviestintä on onnettomuuksista viestimistä, ja se pitää sisällään vaaroista varoittamisen, onnettomuuksien ja vaaratilanteiden aikaisen viestinnän sekä onnettomuuksien jälkeisen viestinnän. Onnettomuusviestinnän yksi osa on lakisäätöinen *onnettomuustiedottaminen*.

Turvallisuusviestintä on kansalaisviestintää turvallisuudesta.

Pelastuslaitoksen muu ulkoinen yhteisöviestintä on omasta toiminnasta viestimistä ulkoisille kohderyhmille.

Lait ja asetukset velvoittavat pelastuslaitoksia viestimään

Pelastuslaitosten viestintävelvoite pohjautuu lakiin. Kaikilla viranomaisilla on julkisuuslain mukainen velvoite viestiä aktiivisesti toiminnastaan kansalaisille ja muille sidosryhmille. Lisäksi pelastusviranomaisilla on pelastuslaissa säädetty velvoite viestiä kansalaisille, medialle ja muille sidosryhmille onnettomuus- ja vaaratilanteista. Pelastuslaki velvoittaa pelastuslaitoksia viestimään myös turvallisuudesta esimerkiksi ohjaamalla ja neuvomalla kansalaisia toimimaan niin, että onnettomuuksia ei syntyisi.

Myös monet muut lait ja asetukset säätelevät pelastuslaitosten viestintää. Näitä ovat mm. julkisuuslaki, pelastuslaki, kuntalaki, hallintolaki, kielilaki sekä yksityisyydensuojaan ja salassapitoon liittyvät lukuisat säädökset. Pelastuslaitosten viestintään liittyviä säädöksiä on listattu [tänne](#).

Lakisääteisen viestintävelvoitteen täyttäminen ei yksin riitä

Onnettomuustiedottaminen, turvallisuusviestintä ja laitoksen hallinnollisista päätöksistä viestiminen ovat lakisääteisiä velvoitteita, mutta niiden lisäksi pelastuslaitoksen viestintään kuuluu myös paljon muuta. Tämän päivän mediaympäristössä viestinnän merkitys korostuu: ihmiset viestivät yhä enemmän, ja myös viranomaisilta kaivataan entistä aktiivisempaa ja luottamusta herättävää viestintää.

Mediamailma on muuttunut ja julkinen keskustelu pirstaloitunut yhä laajemmille tahoille. Tietoa on tarjolla valtavasti eri lähteistä, ja viranomaisen onkin yhä tärkeämpää tarjota kohderyhmilleen faktapohjaista tietoa toimialaansa kuuluvista asioista. Koska pelastuslaitos on tärkeä osa yhteiskuntaa ja ympäristöään, siltä odotetaan aktiivista, avointa, totuudenmukaista ja monikanavaista viestintää kokonaisturvallisuudesta. Tämä tarkoittaa, että pelastustoimen on osallistuttava keskusteluun alan teemoista eri areenoilla.

Viestintää tarvitaan myös resurssien turvaamiseen ja laitoksen olemassaolon oikeutukseen. Tämä kaikki edellyttää sekä perustehtävistä suoriutumista alan arvojen mukaisesti että toimivaa viestintää. Pelastuslaitosten on myös tunnettava kohderyhmänsä, mikä vaatii jatkuvaa toimintaympäristön luotausta.

Pelastuslaitos saattaa myös joutua kriisiin, jossa tarvitaan tehostettua viestintää haittojen minimoimiseksi. Myös muutostilanteissa ammattimaisen, avoimen ja aktiivisen viestinnän tarve korostuu.

Viestintä on osa kaikkea toimintaa ja kuuluu jokaiselle pelastuslaitoksen työntekijälle

Pelastuslaitoksen viestinnän ja kokonaistoiminnan toimivuuden kannalta olisi tärkeää nimetä laitoksille riittävä määrä päätoimisia viestinnän vastuuhenkilöitä. Riittävä resursointi vaihtelee alueittain: joillain pelastuslaitoksilla tarvitaan useampia viestinnän päätoimisia ammattilaisia, kun taas joillakin viestinnän koordinointiin saattaa riittää osa-aikainenkin henkilö. Tarvittaessa viestinnän ammattilaisten työpanosta voi jakaa useamman laitoksen kesken.

Lisäksi on tärkeää kannustaa koko henkilöstöä mukaan laitoksen yhteiseen viestintään. Viestintä kuuluu organisaatioissa kaikkeen toimintaan ja kaikille sen jäsenille. Pelastuslaitoksenkaan viestintä ei olekaan pelkkää mediatiedottamista onnettomuuksista tai kansalaisviestintää turvallisuusasioista; pelastusalan toimijat viestivät laitoksestaan, ammatistaan ja alastaan niin kaikella sanomisellaan ja tekemisellään kuin myös sanomatta ja tekemättä jättämisellään. Pelastuslaitosten kaikki toiminta muodostaa kokonaisuuden, jonka kaikki osa-alueet rakentavat pelastuslaitoksen ja samalla koko toimialan mainetta.

Strateginen, ammattimainen ja suunnitelmallinen yhteisöviestintä pelastuslaitoksella

Strateginen yhteisöviestintä on ammattimaista, johdettua ja suunnitelmallista. Olennaista on, että viestintään on ohjattu erillistä resurssia ja viestinnän kokonaiskoordinointi on kirjattu tehtäväkuviin. Myös ydinviestit, viestinnän tärkeimmät tavoitteet sekä tavoitteisiin ja kohderyhmien tavoittamiseen sopivat viestintäkanavat tulisi määritellä.

Viestintä tulee nähdä toimintona, joka tuottaa lisäarvoa sekä edistää organisaation tavoitteiden saavuttamista ja jota ei voi erottaa organisaation muusta toiminnasta. Suunnitelmallinen ja ammattimainen viestintä tukee pelastuslaitoksia esimerkiksi onnettomuuksien ennaltaehkäisyssä, pelastustoiminnassa sekä kansalaisten ohjeistamisessa erilaisissa tilanteissa selviämiseen. Viestinnän avulla varmistetaan kansalaisten ja sidosryhmien riittävä tiedonsaanti kaikissa olosuhteissa.

Viestinnällä voidaan vahvistaa myös laitosten toimintaedellytyksiä esimerkiksi vaikuttamalla resurssien jakoon sekä lisäämällä luottamusta viranomaisten ja kansalaisten sekä laitoksen sidosryhmien välillä. Viestinnän avulla tehdään laitosta ja alaa tunnetuksi sekä voidaan lisätä arvostusta koko alaa kohtaan. Viestinnällä pyritään myös vaikuttamaan ihmisten turvallisuuskäyttäytymiseen ja -asenteisiin. Viestimällä onnettomuuksista avoimesti ja aktiivisesti vahvistetaan kuvaa pelastustoimesta ammattimaisena ja tehokkaana toimijana. Lisäksi viestinnän avulla voidaan vahvistaa turvallisuudentunnetta yhteiskunnassa ja

parantaa turvallisuuskulttuuria. Viestinnällä voidaan vaikuttaa myös siihen, että jokainen ottaisi entistä paremmin vastuuta omasta ja läheistensä turvallisuudesta.

Viestintä perustuu alan arvoihin: inhimillisesti, ammatillisesti ja luotettavasti

Pelastuslaitosten viestinnän tulee perustua alan arvoihin. Inhimillinen viestintä tarkoittaa viestimistä kunnioittavasti, tasapuolisesti, selkeästi ja ymmärrettävästi, kaikissa tilanteissa. Ammatillisuus viestinnässä tarkoittaa esimerkiksi viestimistä vaikuttavasti ja vakuuttavasti, ammattimaisesti, monikanavaisesti, tehokkaasti ja tarkoituksenmukaisesti. Myös jatkuva oman viestintäosaamisen kehittäminen on tärkeää. Luotettava viestintä tarkoittaa avointa, aktiivista ja totuudenmukaista viestintää kaikissa olosuhteissa, toimivassa yhteistyössä esimerkiksi median ja muiden viranomaisten ja yhteistyötahojen kanssa.

Toimiva viestintä perustuu suunnitteluun

Ammattimainen viestintä perustuu hyvään suunnitteluun. Viestinnän suunnittelun työkaluja ovat strategisella tasolla esimerkiksi profilointisuunnitelma, yhteisön viestinnän suuntaviivat ja peruslinjaukset. Taktisella tasolla suunnittelua ohjaavat muun muassa voimavarojen kartoitus, yhteistyö- ja kohderyhmien erittely, toimintaohjeet, luotaus sekä poikkeustilanteiden viestintäohjeet. Käytännön tasolla arkiviestintää suunnitellaan muun muassa talousarvion, vuosisuunnitelman ja mahdollisesti erillisten kampanjasuunnitelmien avulla.

Strategisen tason viestintäsuunnittelulla tuetaan organisaation strategisia tavoitteita, kun taas taktisella tasolla kartoitetaan ja määritellään viestinnän resurssit, toimintaohjeet, tärkeimmät sidosryhmät sekä kriittiset menestystekijät. Myös päivittäin käytännön tasolla tehtävästä arjen viestinnästä tulee ilman suunnittelua helposti sattumanvaraista, kohdentamatonta, reagoivaa tai jopa pakotettua (esim. vastattaessa median kyselyihin).

Hyviä työkaluja pelastuslaitosten viestinnän suunnitteluun ovat esimerkiksi viestintästrategia, viestintäohje ja viestintäsuunnitelma. Näitä asiakirjoja voidaan täydentää erilaisin liittein ja tarkemmin ohjeistuksin.

Joitain mallipohjia viestintästrategian laadintaan löydät [täältä](#):

[Elisa Juholin](#)

[Leif Åberg](#)

Esimerkkejä laitoksilla käytössä olevista viestintästrategioista löytyy [täältä](#).

Linkkejä muihin oppimateriaaleihin strategisesta viestinnästä ja viestinnän suunnittelusta pelastuslaitoksilla

Suomen Palopäällystöliiton ja Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen yhteistyössä järjestämä pelastuslaitoksen ammattimaisen viestinnän suunnitteluun, toteutukseen ja seurantaan liittyvä verkkoluento löytyy [täältä](#).

Suomen Palopäällystöliiton ja Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen yhteistyössä järjestämä "Pelastustoimen viestinnän usein kysytyt kysymykset" -verkkoluentoa pääset seuraamaan [täältä](#).

Hankkeessa laadittu pelastuslaitosten viestinnän sanasto löytyy [täältä](#).

Hankkeessa laadittu *Strateginen viestintä pelastustoimessa* -oppimateriaali löytyy [täältä](#).

Pelastuslaitoksen viestintä

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



TURVALLISUUSVIESTINTÄ

Turvallisuusviestintä on kansalaisviestintää turvallisuusasioista ja olennainen osa pelastuslaitosten kokonaisviestintää. Turvallisuuden edistäminen on pelastustoimen tärkein tehtävä, joten myös siitä viestiminen on yksi pelastuslaitosten strategisista tehtävistä. Turvallisuusviestintään velvoittaa myös laki. Lue lisää turvallisuusviestintään liittyvistä käsitteistä ja ilmiöistä!

Turvallisuusviestinnän käsite

Turvallisuusviestintä on kansalaisviestintää turvallisuusasioista. Kansalaisten ohjeistaminen ja neuvominen erilaista tilanteista selviämiseen ja onnettomuuksien ennalta ehkäisemiseen tukee laitosten perustehtäviä ja strategian toteutusta. Myös pelastuslaki velvoittaa laitoksia viestimään turvallisuudesta.

Turvallisuusviestinnän lakisääteisten osa-alueiden lisäksi turvallisuusviestintään voidaan sanoa kuuluvan myös paljon muuta laitosten viestintää. Pelastuslaitosten ja pelastusalan viestintään pyritäänkin lähes poikkeuksetta liittämään turvallisuuden edistämisen näkökulma; turvallisuuden edistäminen nähdään laitosten tärkeimmäksi tehtäväksi, ja turvallisuuden ympärille kietoutuu myös koko alan ydinviesti.

Lakisääteinen turvallisuusviestintä

Pelastuslaissa turvallisuusviestintään viitataan termillä *valistus ja neuvonta*. Lakisääteiseen turvallisuusviestintään sisältyvät *turvallisuusneuvonta, turvallisuuskoulutus, yleisötilaisuudet sekä median ja verkon kautta välitetyt turvallisuusviestit*. Pelastuslain mukaiselle turvallisuusviestinnälle on määritelty tarkat kansalliset kriteerit ja tavoitteet.

Turvallisuusneuvonta on esimerkiksi puhelinneuvontaa ja palotarkastuksilla tapahtuvaa neuvontaa. Poistumisharjoitukset ovat neuvontaa, mikäli pelastuslaitos ei anna tilaisuudessa koulutusta. Turvallisuusneuvonta on satunnaista, yksittäiselle ihmiselle suunnattua ja lyhytaikaista ohjausta, joka kohdentuu tiettyyn asiakkaan tarpeeseen.

Turvallisuuskoulutus on tietylle kohderyhmälle annettava turvallisuusaiheinen luento, oppitunti, opetustuokio tai harjoitus. Turvallisuuskoulutus on suunnitelmallista ja tavoitteellista, ja esimerkiksi turvallisuuskävelyt, alkusammutuskoulutus sekä poistumisharjoitus luetaan turvallisuuskoulutuksiin.

Yleisötilaisuudet ovat esimerkiksi messuja, avoimien ovien päiviä ja muita tapahtumia, joissa yleisön kohtaaminen ei ole aina määrämuotoista ja ennakoitavaa.

Joukkoviestintä on turvallisuusaiheisten viestien välittämistä median avulla (radio, TV, elokuvat, verkkosivut, lehdistö, sosiaalinen media).

Edellä luetellut lakisääteiset turvallisuusviestinnän osa-alueet kirjataan PRONTO -seurantaan, jotta voidaan seurata pelastustoimelle asetettujen määrällisten tavoitteiden saavuttamista. Myös kaikki turvallisuudesta viestiminen mediavälitteisesti kirjataan PRONTO-seurantaan.

Lakisääteiseen turvallisuusviestintään kuuluu myös laitoksilla vuosittain laadittava turvallisuusviestintäsuunnitelma. Suunnitelmassa tulee määritellä viestinnän tavoitteet, kohderyhmät, vastuhenkilöt, keinot ja kanavat sekä arvioinnin ja kehittämisen välineet. Esimerkkejä pelastuslaitosten turvallisuusviestinnän suunnitelmista ja ohjeista löytyy täältä.

Muu turvallisuusviestintä

Turvallisuusviestintään kuuluu lakisääteisten suoritteiden lisäksi myös paljon muuta. Esimerkiksi viestiessään onnettomuuksista tai kohdatessaan sidosryhmiään pelastuslaitos viestii myös turvallisuudesta. Monella pelastuslaitoksella onkin pyritty yhdistämään esimerkiksi onnettomuusuisointiin aina myös

turvallisuuden edistämisen näkökulma. Tämä voidaan tehdä esimerkiksi antamalla ohjeita vastaavissa onnettomuustilanteissa toimimiseen tai kertomalla, miten onnettomuus olisi mahdollisesti voitu estää ennakolta. Näissä tapauksissa tulee kuitenkin kiinnittää huomiota viestinnän sävyyn: on tärkeää, ettei pelastustoimen edustaja tule samalla syyllistäneeksi tapahtumassa mukana olleita tai heidän läheisiään.

Turvallisuusviestinnän koordinointi ja ohjaus sekä toteutuksesta laitoksilla

Turvallisuudesta viestiminen ja ihmisten turvallisuusasenteisiin sekä -käyttäytymiseen vaikuttaminen ovat pelastuslaitoksen viestinnän tärkeimpiä tehtäviä. Turvallisuusviestinnän toteutusta ohjaa pelastustoimen kansallinen turvallisuusviestinnän strategia, jonka avulla ohjataan turvallisuusviestinnän suunnittelua, arviointia ja kehittämistä valtakunnallisesti. Pelastustoimen kansallinen turvallisuusviestinnän strategia löytyy [täältä](#). Valtakunnallista turvallisuusviestinnän yhteistyötä ja kehittämistä tehdään myös Pelastuslaitosten kumppanuusverkoston tuvi-työryhmässä, jonka yhteystiedot löytyvät [täältä](#).

Turvallisuusviestinnän koordinointi on vastuutettu pelastuslaitoksilla yleensä onnettomuuksien ehkäisyn tai riskienhallinnan palvelualueelle, mutta sitä toteuttavat arjessaan useat eri toimijat koko organisaatiossa. Usein myös sopimuspalokunnilla on merkittävä rooli turvallisuusviestinnän toteutuksessa.

ONNETTOMUUSVIESTINTÄ

Pelastuslaitoksilla on lakisääteinen velvoite viestiä kansalaisille sekä tapahtuneista onnettomuuksista että mahdollisesti lähestyvistä tai käynnissä olevista uhka- ja vaaratilanteista. Onnettomuustilanteisiin liittyvää viestintää pelastustoimen ja eri ryhmien välillä kutsutaan onnettomuusviestinnäksi, joka sisältää lakisääteisen onnettomuustiedottamisen lisäksi myös paljon muuta. Lue lisää onnettomuusviestinnästä pelastusalalla!

Onnettomuusviestintä on lakisääteistä onnettomuustiedottamista mutta myös paljon muuta

Onnettomuusviestintä on onnettomuustilanteisiin liittyvää viestintää pelastustoimen ja eri ryhmien välillä. Se pitää sisällään paitsi lakisääteisen onnettomuustiedottamisen, myös muun onnettomuuteen liittyvän viestinnän pelastustoiminnan tehtävistä esimerkiksi medialle, kansalaisille ja sidosryhmille. Onnettomuusviestintää tehdään eri keinoja ja kanavia hyödyntäen.

Onnettomuusviestintään ei välttämättä tarvitse liittyä varsinaista onnettomuutta. Myös väestön varoittaminen lähestyvistä vaaroista luetaan tässä osaksi onnettomuusviestintää. Näin esimerkiksi häiriötilanteiden viestintä nähdään kokonaisuudessaan (varautuminen, varoittaminen sekä tilanteen aikainen ja jälkeinen viestintä) osana onnettomuusviestinnän kokonaisuutta, ja osa käyttää sen synonyyminä myös termiä *kriisiviestintä*. Tällöin onnettomuusviestinnän nähdään muuttuvan kriisiviestinnäksi, jos tilanne muuttuu sellaiseksi, että tarvitaan tehostettuja viestinnän toimenpiteitä (esim. suuronnettomuus, häiriötilanne tai poikkeusolot).

Toisaalta kriisiviestintä-termi koetaan pelastustoimessa myös ongelmalliseksi, ja kaikki eivät haluaisi käyttää sitä ollenkaan pelastustoiminnan yhteydessä. Tätä voidaan perustella sillä, että usein toista organisaatiota tai yksilöä koskevasta suurestakin kriisistä (kuten vakava onnettomuus) viestiminen on pelastuslaitokselle normaalia onnettomuusviestintää eli rutiinia. Kuitenkin viestintäalan yleistä terminologiaa mukailien pelastustoimen kriisiviestintään voidaan sisällyttää sekä suuronnettomuusviestintä, häiriötilanneviestintä että muu tehostettu poikkeuksellisten tilanteiden viestintä. Pelastustoimessa kriisiviestintää edellyttäviä tilanteita voivat olla myös tilanteet, joissa alaan kohdistuu sisäinen kriisi (esimerkiksi henkilöstöön kuuluvan menehtyminen) tai pelastustoimen luottamus joutuu kyseenalaistetuksi julkisuudessa (mainekriisi). Kriisiviestintää käsitellään tässä oppaassa vielä erikseen oman otsikkonsa alla.

Onnettomuustiedottaminen

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

Pelastustoimen johtaman tilanteen tiedottamisesta vastaa pelastustoiminnan johtaja. Onnettomuustilanteissa median tiedustelut tulee ohjata pelastuslaitoksella pääsääntöisesti tilannetta johtaneelle henkilölle. Onnettomuustiedottamisessa on tärkeää, että prosessi, vastuut ja se mitä saa viestiä ovat kaikkien tiedossa. Onnettomuustiedottamiseen tulee laatia selkeä ohjeistus, ja koko organisaatio tulee perehdyttää ohjeistukseen. Myös niiden, jotka eivät osallistu varsinaiseen onnettomuustiedottamiseen, on tiedettävä miten prosessi kulkee ja kuka vastaa tiedottamisesta. Esimerkkejä pelastuslaitoksilla käyttöön otetuista onnettomuustiedottamisen/-viestinnän ohjeista ja suunnitelmista löytyy täältä.

Onnettomuusviestinnän käytäntöjä eri pelastuslaitoksilla

Onnettomuusviestinnän käytännöt vaihtelevat pelastuslaitoksittain. Suppeimmillaan onnettomuusviestintä on perinteistä tiedottamista: tilanteesta julkaistaan hätäkeskuksen kautta tiedot Pelastustoimen mediapalvelussa eli Peto-mediassa, minkä lisäksi vastataan median kyselyihin.

Medialle tulee antaa ohjeistus Peto-mediaan liittymisestä. Peto-mediasta lähtee tietyistä onnettomuustyypeistä automaattisesti ensitiedote, joka sisältää ainoastaan tiedot tapahtumapaikasta, ajan ja onnettomuustyyppin. Jatkotiedote on pelastustoiminnan johtajan antama lyhyt tiedote tapahtuneesta. Hätäkeskuspäivystäjä syöttää tiedotteen Peto-median järjestelmään, josta tiedote välittyy median edustajille, joilla on tunnukset järjestelmään. Jatkotiedote on tehokas ja helppo pelastustoiminnan johtajan tiedottamisen työkalu, ja jatkotiedotteita voidaan antaa tarvittaessa useampia. Jatkotiedotteessa on myös mahdollisuus antaa ohjeita yleisölle. Jatkotiedotteen julkaisusta päättää media.

Myös erilliset mediatiedotteet, onnettomuustiedotteiden julkaisu verkossa, viestintä sosiaalisessa mediassa, sähköposti- ja tekstiviestit sidosryhmille, tiedotustilaisuudet ja puhelinpalvelu kuuluvat onnettomuusviestinnän keinovalikoimaan. Lisäksi tarvittaessa annetaan vaaratiedote, jolla varoitetaan väestöä.

Merkittävistä onnettomuuksista tulee järjestää tiedotustilaisuus. Pelastustoiminnan johtaja päättää tiedotustilaisuuden järjestämisestä. Kutsu tiedotustilaisuuteen välitetään medialle esimerkiksi sähköpostitse ja/tai sosiaalisessa mediassa. Yksi esimerkki tiedotteen kirjoittamis- sekä tiedotustilaisuuden järjestämishojeesta pelastuslaitoksella löytyy [täältä](#) (Etelä-Savo).

Tiedonkulku onnettomuustilanteissa

Onnettomuusviestinnässä on tärkeää erottaa toisistaan tiedonkulku viranomaisten välillä / organisaatioiden sisällä ja varsinainen ulkoinen onnettomuusviestintä. Normaali tilanteeseen kuuluva tiedonkulku tarkoittaa sitä, että tilannetta johtavat viranomaiset ovat yhteydessä kollegoihinsa muissa organisaatioissa. Sen sijaan muuta ulkoista onnettomuusviestintää hoitavat viestinnän vastuuhenkilöt ovat yhteydessä muiden organisaatioiden viestintäihmisiin. Omassa organisaatiossa johdon ja viestinnän on toimittava tiiviissä yhteistyössä. Pelastustoiminnan johtaja vastaa aina tilanteen viestinnästä, mutta hän 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 viestinnästä). Samoin termistä operatiivinen toiminta on toivottu luovuttavan ja puhuttavan mieluummin esimerkiksi pelastustoiminnasta.

Onnettomuuksista tehtävät ilmoitukset

Pelastustoiminnan johtajan tulee tiedottaa tulipalossa tai muissa onnettomuuksissa kuolleista tai vakavasti loukkaantuneista omassa organisaatiossa ennalta määritellyille henkilöille (esim. päivystävälle päällikölle). Mikäli onnettomuustilanne edellyttää ilmoittamista muille viranomaisille, se on tehtävä viivyttämättä.

Ilmoitus tehdään muun muassa seuraavissa tapauksissa:

- hälytykset, jotka saattavat kiinnostaa mediaa, herättävät muuten ihmisten mielenkiinnon tai ovat muuten poikkeavia tai erityisiä
- yksi tai useampi pelastushenkilöstöön kuuluva on vakavasti loukkaantunut tai kuollut pelastustehtävien aikana
- Suomessa tai sen lähialueilla on tapahtunut suuronnettomuus.

Ilmoitukset sisäministeriölle tehdään tulipalosta, muista onnettomuuksista tai tapahtumista, joissa

- on ollut suuria ihmisiin tai omaisuuteen kohdistuneita menetyksiä
- kohde on henkilömäärältään suuri tai muuten henkilöturvallisuuden kannalta merkittävä (esimerkiksi hoito- tai huoltolaitos, yleisötilaisuus)
- on kysymys rakennussortumista tai
- on aiheutunut tai on odotettavissa erityistä julkista kiinnostusta ja huomiota.

Myös tapahtumat, joissa pelastustoimintaan osallistunut henkilö saa surmansa tai loukkaantuu vakavasti tai joissa väestöä on varoitettu antamalla yleinen vaaramerkki, edellyttävät ilmoituksen tekemistä sisäministeriölle. Ilmoitus sisäministeriölle tehdään myös, jos tilanne edellyttää keskushallinnon toimenpiteitä tai on muuten aiheuttanut seuraamuksia, jotka on tarpeen saattaa pelastusosaston tietoon ja joissa pelastuskomppania tai enemmän on hälytetty toimintaan. Myös suuronnettomuuden vaara- tai uhkatilanteesta ja pelastustoimen valmiutta vaarantavista häiriötilanteista tulee tehdä ilmoitus sisäministeriölle.

Aluehallintovirastolle ilmoitetaan 1) alueella tapahtuvista suuronnettomuuksista tai niiden uhkista sekä 2) erityistä huomiota herättävistä onnettomuuksista. Turvallisuustutkintalain mukaan onnettomuuspaikalla pelastustoimiin osallistuvan viranomaisen tulee viipymättä ilmoittaa onnettomuudesta myös Onnettomuustutkintakeskukselle. Ympäristökeskuksen ympäristövahinkopäivystykseen tulee tehdä ilmoitus esimerkiksi seuraavissa tilanteissa:

- alusöljy- ja aluskemikaalivahingot tai niiden uhkat,
- aluksista aiheutuvat muut vesien pilaantumistilanteet tai niiden uhkat,
- ilmeisen laittomat päästöt sekä
- maa-alueilla tapahtuvat suuret öljy- ja kemikaalivahingot.

Edellä mainittujen tahojen lisäksi pelastuslaitoksella saattaa olla määriteltyinä myös muita tahoja, joille ilmoitukset lähetetään.

Vaaratiedote

Laki vaaratiedotteesta tuli voimaan Suomessa 1.6.2013. Sen mukaan väestölle välitetään vaaratiedote tiedoksi radiossa ja se voidaan välittää myös televisiossa, jos vaaratiedotteen antava viranomainen niin päättää. Vaaratiedote on lain mukaan välitettävä väestölle tiedoksi välittömästi. Väestöä voidaan varoittaa radion ja television lisäksi esimerkiksi ovelta ovelle -tiedottamisella, kaiutinautoilla ja väestöhälyttimillä, puhelimilla sekä verkkoviestinnällä ja perinteisillä mediatiedotteilla.

Verkkoviestinnän kattavuus, nopeus ja helppous tekevät siitä tehokkaan vaarasta varoittamisen kanavan edellyttäen, että sähköä ja verkkoyhteys on saatavilla sekä laitoksella tarvittavat resurssit viestinnän toteuttamiseen. Vaaratilanteissa ihmisten tiedontarve yleensä kasvaa, joten vaarasta viestimisessä tulee käyttää useita eri kanavia parhaan mahdollisen kattavuuden saavuttamiseksi.

Valtakunnallinen vaaratiedottamisopas vaaratiedotepohjineen löytyy täältä.

MUU ULKOINEN YHTEISÖVIESTINTÄ

Pelastuslaitosten muulla ulkoisella yhteisöviestinnällä tarkoitetaan sitä kaikkea muuta viestintää, mitä laitosten edustajat käyvät eri ryhmien kanssa onnettomuus- ja turvallisuusviestinnän lisäksi. Lue lisää muun muassa talouden ja hallinnon viestinnästä, julkisuustyöstä sekä vaikuttaja- ja sidosryhmäviestinnästä pelastusalalla!

Ulkoinen viestintä on myös esimerkiksi omasta toiminnasta ja tehdyistä päätöksistä kertomista, yhteiskunnallista keskustelua, hallinnon viestintää sekä sidosryhmäkontakteja

Pelastustoimessa muulla yhteisöviestinnällä ja julkisuustyöllä tarkoitetaan sitä ulkoista viestintää, jolla pelastuslaitos 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. Lisäksi viestinnän avulla voidaan mm. markkinoida tapahtumia, vahvistaa työnantajakuvaa ja osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun.

Toiminnasta voidaan kertoa eri kanavilla

Pelastuslaitoksen omasta toiminnasta kertominen tarkoittaa käytännössä esimerkiksi vuotuisia edellisvuoden toiminnan esittelyjä ja toimintakertomusten julkaisemista. Edellisen vuoden toiminnasta voidaan laatia tiedotteita, viestiä siitä verkossa sekä järjestää erillisiä tiedotus- ja sidosryhmätilaisuuksia esimerkiksi toimintakertomuksen julkaisuajankohdan ympärille. Kutsumalla media tiedotustilaisuuteen pidetään yllä suhteita mediaan ja voidaan tavoittaa kerralla laajoja yleisöjä. Mediatiedottamista voi vahvistaa myös laitoksen omissa kanavissa. Toimintakertomuksesta saa visuaalisemman kuvilla, kuvioilla ja diagrammeilla. Toimintakertomuksesta ainakin osan voi myös videoida ja jakaa esimerkiksi laitoksen sosiaalisen median kanavilla.

Toimintakertomusten lisäksi laitoksen kannattaa kertoa medialle, sidosryhmille ja kansalaisille eri kanavissa myös arjestaan tai erityistä uutisarvoa sisältävistä tapahtumista tai alaa koskevista ajankohtaisista ilmiöistä. Toiminnasta voidaan kertoa tehokkaasti myös mm. sosiaalisen median kanavissa arjen tarinoita, kuvia ja videoita jakamalla. Henkilöstölehti voidaan toimittaa sidosryhmille sekä laatia esimerkiksi erilaisia esitteitä ja muita julkaisuja toiminnasta. Esitteet voi julkaista myös verkossa ja jakaa sähköisesti laajoillekin kohderyhmille.

Pelastuslaitoksen järjestämistä koulutuksista ja tapahtumista voidaan kertoa laitoksen eri kanavilla: esimerkiksi laitoksen verkkosivuilla voidaan esitellä pelastuslaitoksen koko koulutustarjonta. Yleisötilaisuuksissa ja messuilla ulkoista näkyvyyttä voi parantaa esimerkiksi Roll Up -kuvilla, mainoslakanoilla, suurkuvilla ja kuvaseinäkkeillä.

Graafinen ohjeistus määrittelee laitoksen yhtenäisen visuaaliseen ilmeeseen. Isäntäorganisaation ohjeistuksessa saatetaan määritellä myös mm. yritykset, joista saa hankkia tuotteita viestinnän tueksi (esim. liikelahjat, käyntikortit, esitteet). Pelastuslaitoksella tulee olla ohjeistus, jossa on määritelty mm. laitoksen logo, ulkoisessa viestinnässä käytetyt värit, lomakemallit ja pelastuslaitosten muiden julkaisujen ulkoasuun liittyvät ohjeet. Esimerkki pelastuslaitoksen graafisesta ohjeesta löytyy [täältä](#) (Varsinais-Suomen pelastuslaitos).

Hallinnon päätöksistä viestiminen ja muu lakisäätäinen viestintä

Pelastuslaitoksilla on lakisäätäinen velvoite viestiä myös tekemistään päätöksistä, joilla on vaikutusta ympäristöön tai kansalaisten arkeen. Tämä tarkoittaa käytännössä esimerkiksi kokousten päätöspöytäkirjojen julkaisemista laitosten verkkosivuilla tai asiakirjojen toimittamista niitä pyytävälle. Yleisestä palotarkastuksesta, ilotuliterajoituksista, avotulentekokielloista, pelastussuunnitelmista tai muista

pelastuslaitosten keskeisistä asioista tulee kertoa virallisilla kuulutuksilla, lehti-ilmoituksilla ja laitoksen omissa kanavissa. Myös medialle voidaan lähettää tiedote tai kutsua media infotilaisuuteen.

Rekrytointiviestintä ja työnantajakuva

Rekrytointiviestintää ovat esimerkiksi työpaikkailmoitukset, työnantajamainokset, rekrytointitilaisuudet ja messutapahtumat. Myös ulkoinen viestintä kokonaisuudessaan luo kuvaa organisaatiosta työnantajana. Yksi tärkeistä työnantajakuvaan vaikuttavista viestinnän keinoista on sosiaalisen median hyödyntäminen: esimerkiksi Instragramissa tai muissa visuaalisuutta hyödyntävissä sosiaalisen median kanavissa voidaan kertoa laitoksen arjesta ja vahvistaa näin kuvaa siitä kiinnostavana työpaikkana.

Rekrytointiprosessien aikana on myös tärkeää vastata yhteydenottoihin ystävällisesti ja antaa asiallista lisätietoa tehtävästä. Rekrytointiprosessin etenemisestä pitää ilmoittaa aina hakijoille. Minimi on, että kaikille hakijoille kerrotaan rekrytinnin tuloksesta, kun prosessi on päättynyt. Haastatteluissa olleita henkilöitä on hyvä lähestyä rekrytointiprosessin jälkeen soittamalla.

Yksi tärkeä rekrytointiviestinnän kohderyhmä ovat myös työelämään tutustujat. Heitä varten tehdään oma ohjelma, jossa tuodaan esille pelastuslaitoksen monipuolisuus työnantajana.

Sidosryhmäviestintä

Sidosryhmäviestintä on olennainen osa pelastuslaitoksen toimintaa. Tärkeimmät yhteistyö- ja sidosryhmät tulee tunnistaa, ja sidosryhmäviestinnälle tulee määritellä tavoitteet, vastuut ja ydinviestit sekä niitä parhaiten tukevat keinot ja kanavat. Yhteystietorekisteri vaatii jatkuvaa päivittämistä, ja päivittäminen tulee vastuuttaa. Myös tärkeimmistä henkilöstövaihtoista tulee ilmoittaa yhteistyökumppaneille.

Pelastuslaitoksilla on lukuisia sidosryhmiä, jotka vaihtelevat myös alueittain. Kaikille yhteisiä tärkeitä kohderyhmiä ovat mm. Poliisi, Hätäkeskuslaitos, sairaanhoitopiirit, ELY-keskus, TUKES, Aluehallintovirasto, Onnettomuustutkintakeskus, Rajavartiolaitos, Puolustusvoimat, muut pelastuslaitokset, sopimuspalokunnat, media, pelastus- ja turvallisuusalan järjestöt (SPEK, SPPL, jne.), muut järjestöt (SPR, Vapepa, jne.), päiväkodit, koulut ja oppilaitokset, valtionhallinto, kunnan luottamushenkilöt, kunnanjohtajat, kuntien johtoryhmät sekä kuntalaiset.

Mediayhteistyöstä voimaa viestintään

Media on yksi pelastuslaitoksen tärkeimmistä sidosryhmistä, sillä sen avulla voidaan tavoittaa kerralla laajoja kohderyhmiä ja saada näkyvyyttä alan teemoille myös muissa kanavissa. Media on keskeinen kumppani paitsi onnettomuusviestinnässä ja turvallisuusviestinnässä, myös kaikessa muussa laitoksen toiminnasta kertomisessa ja alan näkyväksi tekemisessä.

Medialle olisi hyvä laatia myös erillinen lista alan asiantuntijoista, joiden puoleen median edustajat voivat kääntyä tarvitessaan lausuntoja alan asiantuntijoilta. Esiintyminen laaja-alaisena ja moniammatillisena turvallisuuden osaajana vahvistaa kuvaa pelastuslaitoksesta ammattimaisena, monipuolisena, tehokkaana, asiantuntevana ja luotettavana organisaationa. Saattamalla koko pelastustoimen laaja-alainen tehtäväkenttä ja asiantuntemus näkyväksi voidaan perustella myös resurssitarpeita. Asiantuntijalista tulisi julkaista myös laitosten ja esimerkiksi Pelastuslaitosten kumppanuusverkoston verkkosivuilla sekä viestiä siitä säännöllisesti myös muissa laitoksen kanavissa. Esimerkiksi Helsingin yliopiston laatimaa asiantuntijalistaa voi käyttää pohjana pelastustoimen asiantuntijalistaa laadittaessa: [Helsingin yliopiston asiantuntijahaku](#)

Ohjeita yleisen mediatiedotteen kirjoittamiseen löytyy [täältä](#).

Esimerkki ohjeesta yleisen tiedotustilaisuuden järjestämiseen löytyy [täältä](#).

(Huom! Suuronnettomuus- tai muissa kriisitilanteissa noudatetaan erillisen kriisiviestintäsuunnitelman ohjeita.)

Sosiaalinen media laitoksen omana mediana ja työntekijälähettiläisyys

Pelastuslaitos on myös itse oma mediansa, ja entistä useampi pelastuslaitos tuokin itseään esiin esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Sosiaalinen media tarjoaa laitoksille valtavasti mahdollisuuksia niin turvallisuus- onnettomuus- kuin muuhun ulkoiseen viestintään.

Sosiaalisessa mediassa kuka tahansa voi ryhtyä sisällöntuottajaksi, joten myös pelastuslaitosten kannattaa kannustaa henkilöstöään viestimään aktiivisesti asiantuntijuudestaan ja alastaan paitsi arjen kohtaamisissa myös sosiaalisen median kanavissa. Tällaista vapaaehtoista työhön liittyvistä asioista viestimistä henkilökohtaisissa some-kanavissa kutsutaan yleensä työntekijälähettiläydeksi. Aikaisemmin se liitettiin vahvemmin yritysten viestintään, mutta viime aikoina erilaiset työntekijälähettiläyteen liittyvät kampanjat ja ylipäätään "kaikki viestii" -ajatukseen kannustaminen on lisääntynyt myös viranomaisissa.

Viestintään sosiaalisessa mediassa liittyy kuitenkin tiettyjä erityispiirteitä, joten laitoksella tulee olla erillinen ohje someviestintään. Ohjeissa tulee ohjeistaa erikseen sekä laitoksen virallisilta organisaatiotileiltä että henkilöstön omista henkilökohtaisista profiileista viestimiseen.

Esimerkkejä toimiviksi koetuista viranomaisorganisaatioiden someohjeistuksista löytyy [täältä](#):
[sisäministeriö](#), [KELA](#), [TUKES](#)

Pelastusopiston vuonna 2017 tuottama laaja ja kattava sosiaalisen median oppimateriaali pelastuslaitoksille löytyy [täältä](#). Sama materiaali löytyy sähköisenä myös Koulumaali-ympäristöstä.

Yksi esimerkki pelastuslaitoksen some-strategiasta löytyy [täältä](#) (Etelä-Karjala).

Suomen palopäällystöliiton ja Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen yhteistyössä järjestämä sosiaalisen median viestinnän verkkoluento löytyy [täältä](#).

Viestintään sosiaalisessa mediassa liittyviä mielenkiintoisia kirjoituksia löytyy runsaasti myös verkosta; googlaamalla esimerkiksi "työntekijälähettiläisyys", "osallistava viestintäkulttuuri" tai "henkilöstön someviestintä" pääsee jo hyvien kirjoitusten äärelle.

Vinkkejä tarinallistamiseen viestinnässä löytyy muun muassa [täältä](#).

Yhteiskunnallinen keskustelu ja vaikuttajaviestintä

Laitoksen muuhun ulkoiseen yhteisviestintään kuuluvat myös yhteiskunnallinen vaikuttaminen ja edunvalvontaviestintä. Tätä tapahtuu paitsi kasvokkain kohtaamisissa ja neuvotteluissa, yhä enemmän myös julkisuudessa ja erityisesti sosiaalisen median kanavissa. Pelastustoimen tulisikin ottaa aktiivinen rooli yhteiskunnallisena keskustelijana oman alansa kysymyksissä ja olla mukana kanavilla, joilla keskustelua käydään. Näkyvä yhteiskunnallinen toimijuus vahvistaa pelastustoimen profiilia vartenotettavana yhteistyökumppanina ja sisäisen turvallisuuden edistäjänä sekä saattaa auttaa sitä myös resurssienjaossa.

Myös vaikuttajaviestinnälle tulee määritellä tavoitteet, kohderyhmät, yhtenäiset ydinviestit ja vastuut. Koko alan yhtenäistä vaikuttajaviestintää olisi hyvä linjata ja koordinoida keskitetysti (esimerkiksi pelastusjohtajien verkostosta tai sisäministeriöstä), mutta toteutusta tulee hoitaa eri tasoilta. Lopulta myös yhteistä alan viestintää tehdään niin yksittäisissä kohtaamisissa, alueellisessa julkisuudessa kuin valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Sosiaalinen media tarjoaa vaikuttajaviestintään uusia mahdollisuuksia, joita pelastustoimi voi hyödyntää rohkeasti ja ennakkoluulottomasti.

LUOTTAMUS JA MAINE

Viranomaisviestinnän yksi avainkysymyksistä on, miten vahvistaa luottamusta. Kansalaisten ja sidosryhmien luottamus viranomaisiin on edellytys niiden toiminnalle, ja luottamus liittyy vahvasti myös yhteisön maineeseen. Lue lisää luottamuksesta ja maineesta pelastusalalla!

Luottamus vahvistuu, kun sanat, teot ja ilme kohtaavat

Viranomaistoiminnassa luottamus luo perustan kaikelle toiminnalle. Luottamus vahvistuu, kun teot, sanat ja ilme kohtaavat – näin luottamusta tehdään ja ylläpidetään myös viestinnällä. Tämän päivän muuttuvassa mediaympäristössä ja turvallisuusilmapiirissä viestinnän merkitys korostuu: muun muassa se, miten turvallisiksi tai turvattomiksi asiat koetaan, perustuu pitkälti siihen, miten niistä viestitään. Sanoittamisella on merkitystä, ja viranomaisen tulisi pyrkiä osallistumaan viestintään alusta alkaen itse. Nykyinen mediamaailma ei tunne tyhjiöitä: jos viranomaisen ei viesti turvallisuusasioista, joku muu tekee sen varmasti.

Sosiaalisessa mediassa tiedon luotettavuuden jatkuva arviointi tulee entistä tärkeämmäksi. Medialukutaito on yhä tärkeämpää, sillä väärä tieto leviää etenkin sosiaalisessa mediassa salamannopeasti. Valheellista tietoa voidaan levittää tahallisesti, mutta toisinaan se leviää myös tarkoittamatta. Myös trollaus, valetilit ja erilaiset häiriköt haastavat viranomaisia sekä sähköisessä mediassa että perinteisillä joukkoviestinnän kanavilla.

Suomessa on totuttu luottamaan viranomaisiin, ja etenkin pelastustoimi nauttii edelleen lukuisien selvitysten mukaan kansalaisten ja median vahvaa luottamusta. Tärkein tähän vaikuttava tekijä on edelleen oman perustyön hyvä suorittaminen, koska viime kädessä maine luodaan ja sitä ylläpidetään kohtaamisissa. Esimerkiksi asiattoman toiminnan aiheuttamaa maineenmenetystä ei pystytä korvaamaan hienoillakaan kampanjoilla.

Aktiivinen ja avoin viestintää rakentaa luottamusta ja helpottaa myös mahdollisissa kriiseissä

Kuitenkin mainepääomaa rakennetaan ja luottamusta vahvistetaan myös aktiivisella viestinnällä eri kanavissa. Organisaatioiden avoin, luottamusta herättävä sekä uskottava ja monissa kanavissa yhdenmukaisena näkyvä kokonaisviestintä pitää yllä kuvaa organisaatioista ammattitaitoisena, osaavana ja luotettavana toimijana, jota on helppo lähestyä. Hyvä mainepääoma auttaa mahdollisissa julkisuuskriiseissä usein myös näkemään kriisin aiheuttaneen tilanteen yksittäisenä poikkeuksena kokonaisuudesta, ei siis koko alaa koskettavana ilmiönä. Lisäksi nykyisessä viestintämaailmassa parhaiten menestyvät he, jotka kertovat parhaat tarinat ja tulevat esiin omilla kasvoillaan.

Luottamus voidaan myös menettää hetkellä millä hyvänsä, ja maineen menetys voi saada alkunsa yllättäen sekä tapahtua salamannopeasti. Hyvän maineen takaisin saaminen vaatii aikaa ja työtä, eikä se välttämättä aina edes onnistu. Pelastuslaitoksen tuleekin olla varautunut myös mahdollisiin mainetta uhkaaviin viestintätilanteisiin ja tarvittaessa pystyttävä reagoimaan hyvinkin nopeasti. Tämä vaatii paitsi varautumista viestintään (kriisiviestintäsuunnitelma, määritellyt vastuut ja työkalut), myös nopeaa tilannenopeutta, selkeää vastuunottoa sekä aikaisempien vastaavien tilanteiden analysointia ja niistä oppimista.

Viestinnässä parasta maineenhallintaa on lopulta mainepääoman vahvistaminen toimivalla arjen viestinnällä. Lisäksi alan edustajien näkyvä, vastuullinen ja aktiivinen osallistuminen alan teemojen ympärillä käytävään yhteiskunnalliseen keskusteluun eri kanavissa vahvistaa kuvaa osaavasta ja luotettavasta turvallisuusviranomaisesta.

Suomalaisten pelastusasetteet 2017 -tutkimuksen tuloksiin voit tutustua [täällä](#).

PELASTUSLAITOSTEN KRIISIVIESTINTÄ

Kriisiviestintä on tehostettua viestintää tilanteessa, jossa viestinnän tarve on yleensä äkillisesti kasvanut. Se on osa kriisinhallinnan kokonaisuutta, ja mikä tahansa organisaatio saattaa joutua toiminnassaan tilanteeseen, jossa tarvitaan kriisiviestintää. Lue lisää pelastuslaitosten kriisiviestinnästä!

Kriisitilanteiden viestintä vaatii tehostettuja toimenpiteitä

Kriisiviestintä on tehostettua viestintää tilanteessa, jossa viestinnän tarve on 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. Viranomaisissa kriisiviestintätilanteet jaetaan yleensä onnettomuuskriiseihin ja mainekriiseihin.

Pelastustoimessa onnettomuuteen liittyvä kriisiviestintä liittyy yleensä tilanteeseen, jossa on vaarassa ihmisiä, omaisuutta ja/tai ympäristöä. Häiriötilanneviestintää tarvitaan tilanteissa, joissa jokin uhka tai tapahtuma vaarantaa yhteiskunnan turvallisuutta, toimintakykyä tai väestön elinmahdollisuuksia ja jonka hallinta edellyttää viranomaisten ja muiden toimijoiden tavanomaista laajempaa tai tiiviimpää yhteistoimintaa ja viestintää. Sisäistä kriisiviestintää pelastuslaitoksilla tarvitaan silloin, jos organisaatiota kohtaa kriisi, josta tulee viestiä henkilöstölle. Kriisiviestintätarpeen saattaa aiheuttaa myös tilanne, jossa organisaation uskottavuus joutuu koetukselle esimerkiksi kriittisen some-kirjoittelun tai muun julkisuuden vuoksi (mainekriisi).

Kriisiviestintää vai viestintää kriisistä?

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 onnettomuus uutisoinnista niin suuronnettomuusviestintä, häiriötilanneviestintä kuin muu *tehostettu* poikkeuksellisten tilanteiden viestintä. Onnettomuustilanteissa pelastusviranomaisen usein myös tukee muita organisaatioita niiden kriisiviestinnässä, usein yhteistyössä lukuisten toimijoiden kanssa. Kriisitilanteiden viestintään liittyviä termejä on kuitenkin käytetty pelastuslaitoksilla kirjavasti, ja esimerkiksi termit *tehostettu viestintä*, *suuronnettomuusviestintä*, *kriisiviestintä*, *häiriötilanneviestintä* ja *kriisistä viestiminen* käytetään usein rinnakkain ja osin myös päällekkäin.

Kriisiviestintä on osa kriisinhallintaa ja vaatii suunnittelua sekä varautumista

Kriisiviestinnän tavoitteena on edesauttaa kriisistä selviytymistä, antaa ohjeita kriisiin osallisille, estää lisävahinkojen syntymistä tai pienentää organisaation kokemia mainehaittoja. Kriisiviestintään tulee laatia ohjeistus selkeine prosesseineen ja vastuuhenkilöineen. Kriisiviestinnässä on tärkeä huomioida eri kohderyhmät kattavasti, viestiä selkeästi ja nopeasti eri kanavissa sekä muistaa myös oman henkilöstön tiedontarve poikkeuksellisissa tilanteissa. Esimerkiksi suuronnettomuuksissa viestinnän tarkoituksena on vähentää sidosryhmien epätietoisuutta, kertoa tilanteeseen johtaneista syistä ja tehdyistä toimenpiteistä, ohjeistaa ja varoittaa sekä arvioida seurausten vakavuutta ja normaalitilanteeseen palautumiseen kuluvaa aikaa. Kriisiviestintää tulisi toteuttaa eri kanavissa samanaikaisesti, ja esimerkiksi verkkoviestintää toteuttavien henkilöiden tulee olla tavoitettavissa myös virka-ajan ulkopuolella. Kriisiviestinnän resurssit, viestintähenkilöstön kouluttaminen ja säännöllinen harjoittelu, sähkö- ja verkkoyhteydet sekä viestintälaitteiden toimivuus tulee kaikki ottaa huomioon kriisiviestintää suunniteltaessa.

Kriisiviestinnän kulmakiviä ovat totuudenmukaisuus, oikea-aikaisuus, avoimuus, aktiivisuus, monikanavaisuus ja dialogisuus. Kriiseihin ei koskaan voi täysin varautua, mutta kriisiviestintää tulee suunnitella ja ohjeistaa sekä harjoitella säännöllisesti, myös yhteistyössä eri viranomaisten ja muiden yhteistyökumppanien kanssa. Hyviksi kriisiviestinnän apuvälineiksi ovat osoittautuneet myös esimerkiksi erilaiset kriisiviestinnän muistilistat tai -kortit, jotka tulee saattaa koko organisaation ulottuville.

Sosiaalinen media kriisiviestinnän kanavana

Yhä useampi pelastuslaitos hyödyntää kriisiviestinnässä perinteisten kanavien lisäksi sosiaalista mediaa. Sosiaalinen media tarjoaakin kriisitilanteiden viestintään tehokkaan, kattavan ja nopean kanavan. Tiedontarpeen tyydyttämisen ja toimintaohjeiden antamisen lisäksi sosiaalisessa mediassa voidaan vähentää ja ennaltaehkäistä huhujen ja väärin tietojen leviämistä sekä välittää tilannekuvan kehittymistä yleisölle. Lisäksi sosiaalisen median kautta voidaan vastaanottaa tilanteeseen liittyvää tietoa sekä yhteistyökumppaneilta että kansalaisilta.

On kuitenkin muistettava, että vaikka sosiaalinen media välittää tietoa nopeasti, samalla nopeudella se voi välittää myös väärää tietoa. Viranomaisten tulisivat seurata erityisesti verkossa julkaistavia uutisia, jotta virheitä pystyttäisiin oikaisemaan ennen painettujen uutisten julkaisua. Sosiaalinen media voi toimia myös oikealle, viranomaisen välittämälle tiedolle (esimerkiksi pelastuslaitoksen verkkosivut) ohjaavana kriisiviestintäkanavana.

Viestintä häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa

Häiriötilanne on uhka tai tapahtuma, joka vaarantaa yhteiskunnan turvallisuutta, toimintakykyä tai väestön elinmahdollisuuksia ja jonka hallinta edellyttää viranomaisten ja muiden toimijoiden tavanomaista laajempaa tai tiiviimpää yhteistoimintaa ja viestintää. Normaalioloissa esiintyvät häiriötilanteet hallitaan viranomaisten tavanomaisten toimivaltuuksin tai voimavaroin.

Poikkeusolot on määritelty valmiuslaissa ja puolustustilalaissa. Viranomaisille poikkeusoloissa annettavat erityistoimivaltuudet edellyttävät aina tasavallan presidentin asetuksen ja valtioneuvoston asetuksen antamista. Poikkeusoloissa viestinnän tarve korostuu, ja myös määriteltyjen vastuiden huomioiminen tulee entistä tärkeämmäksi.

Valtionhallinnon viestintä häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa -oppaassa on linjattu eri viranomaisten rooleja. Yleisperiaatteen mukaisesti toimintaa ja tutkintaa johtavat viranomaiset vastaavat viestinnästä sekä muiden viranomaisten ja sidosryhmiensä informoinnista. Kyseinen opas löytyy [täältä](#).

Kriisitilanteissa muut viranomaiset tukevat viestintävastuussa olevaa. Mikäli tilanteessa on epäselvää, mille ministeriölle yleinen johtovastuu kuuluu, valtioneuvosto päättää asiasta erikseen. Päävastuu paikallisesta viestinnästä on kunnilla, paikallisilla viranomaisilla sekä kunnallisilla yhteenliittymillä kuten sairaanhoitopiireillä ja alueellisilla pelastuslaitoksilla. Onkin tärkeää, että toimivat yhteydet paikallisiin toimijoihin luodaan jo normaalioloissa. Useamman kunnan alueella tapahtuvassa tilanteessa korostuu tarve viestinnän koordinoinnille, joka on toimintaa johtavan viranomaisen vastuulla. Alueellisessa viestinnässä on huomioitava viestintää koskevat säädökset sekä ministeriöiden antamat ohjeet ja suositukset.

Vuonna 2018 valmisteilla olevan maakunta- ja sote-uudistuksen yhteydessä toteutettava pelastustoimen uudistus siirtää alueellisen varautumisen koordinoinnin aluehallintovirastoilta (AVI) pelastustoimen vastuulle. Tässä yhteydessä myös pelastuslaitosten rooli alueellisena varautumisen asiantuntijana korostuu. Viestintä liittyy olennaisesti varautumiseen, ja alueellisen varautumisen yhteistyön koordinoinnin yhteydessä tulisivatkin muistaa kiinnittää erityistä huomiota viestintään. Hyviä esimerkkejä maakunnallisista valmiusryhmistä ja foorumeista on jo olemassa ympäri Suomea (esim. Etelä-Karjala, Etelä-Savo, Pirkanmaa, Pohjois-Karjala), ja uudistusten yhteydessä olisi tärkeä varmistaa, että näiden foorumien piirissä kehitetyt hyvät käytännöt siirtyvät myös uusiin rakenteisiin.

Julkisuuskriisin hallinta

Myös pelastustoimen mainetta saattaa kohdata kriisi julkisuudessa, jolloin tarvitaan tehostettua viestintää haittojen minimoimiseksi. Mainekriisi voi olla lähtöisin yhtä hyvin organisaation sisältä kuin ulkopuolelta, ja erityisesti nykyisissä mediaympäristöissä julkisuuskriisien todennäköisyys on jatkuvasti kasvanut ja edelleen kasvaa. Sosiaalisessa mediassa mainekriisit myös leviävät ennen näkemättömällä nopeudella, ja kriisi voi saada alkunsa hyvinkin yllättävästä asiasta. Pelastustoimessa syy julkisuuskriisiin voi olla esimerkiksi epäonnistuminen pelastustoiminnassa ja siihen liittyvässä viestinnässä tai yksittäisen alan toimijan antama lausunto julkisuudessa tai käyttäytyminen tilannepaikalla tai yksityiselämässä.

Julkisuuskriisin hallintaan pätevät samat lainalaisuudet kuin esimerkiksi suuronnettomuustilanteiden viestintään. Tärkeitä periaatteita ovat oikea-aikaisuus, nopeus, monikanavaisuus, totuudenmukaisuus ja vastuun ottaminen viestinnästä. Prosessi tulee olla suunniteltu, vastuutettu sekä tarkasti kuvattu, ja se tulee jalkauttaa koko organisaatioon. Vaikka täydellinen varautuminen julkisuuskriisiin on mahdotonta, varautuminen helpottaa tilanteessa selviämistä. Myös mainepääomaa kasvattava viestintäkulttuuri eli toimiva normaalitilanteiden viestintä helpottaa usein julkisuuskriisistäkin selviämistä.

Sisäinen kriisiviestintä

Organisaation sisäistä kriisiviestintää tarvitaan silloin, kun viestitään henkilöstölle organisaatiota järkyttäneestä tapahtumasta. Esimerkiksi henkilöstöön kuuluvan vakava loukkaantuminen työtehtävässä tai henkilöstövähennyksiin tähtäävät YT-neuvottelut voivat aiheuttaa pelastuslaitoksella tarpeen sisäiselle kriisiviestinnälle.

Henkilöstön kuolemantapaukset tai työtehtävissä sattuneet vakavat loukkaantumiset tulee saattaa mahdollisimman nopeasti johtoryhmän tietoon. Se, joka tiedon saa, on velvollinen huolehtimaan, että johtoryhmän jäsenet saavat tiedon. Pelastusjohtaja tai hänen varamiehensä päättää jatkotoimenpiteistä tiedottamisen suhteen.

Kriisiviestintään liittyviä oppaita ja kirjoituksia muualta

Opas kunnan viestintään kriisitilanteessa löytyy [täältä](#).

Kunnan kriisiviestinnän suunnittelu -julkaisu (Johanna Franzén) löytyy [täältä](#).

Kriisiviestintään liittyviä blogikirjoituksia ja vinkkejä kriisitilanteiden viestintään löytyy mm. [täältä](#).

MUUTOSVIESTINTÄ SEKÄ VIESTINNÄN SAAVUTETTAVUUS JA YMMÄRRETTÄVYYS

Toimintaympäristön monimuotoistuesssa myös viestinnän tarpeet muuttuvat. Viestinnän selkeys ja saavutettavuus sekä kulttuuritietoisuus tulevat entistä tärkeämmiksi. Myös muutostilanteissa viestinnän merkitys korostuu. Lue lisää pelastuslaitosten muutosviestinnästä sekä viranomaisviestinnän selkeydestä ja saavutettavuudesta!

Monimuotoinen viestintäympäristö vaatii selkeää, ymmärrettävää ja ammattimaista viestintää

Toimintaympäristön monimuotoistuesssa viestinnän tarpeet muuttuvat. Erilaisille kohderyhmille on pystyttävä viestimään selkeästi, saavutettavasti ja ymmärrettävästi, ja esimerkiksi muuttoliikkeiden lisääntyessä myös kulttuuritietoisuuden ja kielitaidon tarve kasvaa. Pelastustoimessakin on kiinnitettävä entistä tarkempaa huomiota siihen, että eri kohderyhmät saavat tietoa tasavertaisesti ja ymmärrettävästi pelastustoimen asioista. Tämä edellyttää jatkuvaa omien toimintatapojen tarkastelua sekä oman osaamisen kehittämistä esimerkiksi koulutuksella, työssä oppimalla ja benchmarkkaamalla.

Velvoite viestiä selkeästi ja ymmärrettävästi on osa viranomaisvastuuta. Kieli ja termit tulee valita kohderyhmän mukaisesti: oman alan sisällä voidaan käyttää alan terminologiaa, mutta esimerkiksi kansalaisviestinnässä ilmaisun tulee olla mahdollisimman selkeää ja yksiselitteistä.

Valtionhallinnon viestintäsuosituksessa linjataan, että viranomaisten on käytettävä asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä. Valtionhallinnon viestintää ohjaavia arvoja ovat avoimuus, luotettavuus, tasapuolisuus, ymmärrettävyys, vuorovaikutteisuus ja palveluhenkisyys, jotka viranomaisen tulee suosituksen mukaan huomioida toiminnassaan päivittäin.

Valtionhallinnon viestintäsuositus löytyy [täältä](#).

Saavutettavaa viestintää myös digitaalisissa palveluissa

Euroopan unionin saavutettavuusdirektiivi ja sitä seuraava kansallinen asetus velvoittavat julkishallinnon toimijat tekemään digitaaliset palvelunsa saavutettaviksi. Tässä yhteydessä saavutettavuudella tarkoitetaan, että verkkosivut ja mobiilisovellukset sekä niiden sisällöt ovat sellaisia, että kuka tahansa voisi niitä käyttää ja ymmärtää mitä niissä sanotaan. Pelastustoimessa tämä tarkoittaa entistäkin tarkemman huomion kiinnittämistä esimerkiksi käytetyn kielen selkeyteen, ymmärrettävyyteen ja helppolukuisuuteen.

Vinkejä viranomaisviestinnän saavutettavuuden ja ymmärrettävyyden parantamiseen löytyy [täältä](#).

Celian julkishallinnon viestinnän saavutettavuuteen liittyneen *Ymmärrän* -seminaarin taltioinnit ja materiaalit löytyvät [täältä](#).

Muutostilanteissa viestinnän merkitys korostuu

Erilaisissa muutostilanteissa viestinnän merkitys korostuu entisestään. Muutoksista viestimisessä erityisesti johdon rooli on tärkeä. Muutoksesta tulee viestiä selkeästi ja aktiivisesti eri kanavissa, ja käytetty kieli sekä terminologia tulee valita kohderyhmän mukaan.

Muutoksissa eniten ongelmia aiheuttaa yleensä epätietoisuus, joten tilanteissa kannattaa viestiä myös, vaikka ei välttämättä olisikaan mitään erityistä uutisoitavaa. Myös muutoksista viestimiselle tulee määritellä tavoitteet, kohderyhmät, ydinviestit sekä niitä parhaiten tukevat viestintäkanavat. Vastuut tulee määritellä selkeästi.

Tukea maakunta- ja sote-uudistuksesta viestimiseen

Yksi esimerkki pelastustointia koskevasta suurehkosta uudistuksesta (ja samalla aktiivista muutosviestintää vaativasta prosessista) on vuonna 2018 käynnissä oleva maakunta- ja sote-uudistus. Maakunta- ja sote-uudistuksen viestinnän tärkeimpiä kohderyhmiä ovat uudistuksen käynnistysvaiheessa olleet lähinnä laitosten oma henkilöstö ja sidosryhmät, mutta mitä lähemmäs muutoksen toteutuminen tulee, sitä tärkeämpään rooliin asettuu myös kansalaisviestintä. Uudistuksen yhteydessä onkin kiinnitetty erityistä huomiota eri kohderyhmille suunnattuun muutosviestintään, ja pelastustoimenkin kannattaa hyödyntää esimerkiksi eri työryhmissä hyödynnettyä verkko- ja muuta viestintämateriaalia myös omassa viestinnässään.

Maakunta- ja sote-uudistuksen sanasto löytyy [täältä](#).

Maakunta- ja soteuudistuksen sivusto kansalaisille löytyy [täältä](#).

VIESTINTÄOSAAMISEN TUKEMINEN JA VAHVISTAMINEN

Toimiva kokonaisviestintä edellyttää, että koko organisaatio ymmärtää viestinnän strategisen merkityksen organisaation toiminnalle sekä jokainen yksilö oman roolinsa viestijänä. Lisäksi edellytyksinä ovat henkilöstön viestintäosaamisen kartoittaminen sekä yhteisön jäsenten mahdollisuus jatkuvaan osaamisensa kehittämiseen. Lue lisää viestintäosaamisen kehittämisestä!

Olemassa oleva osaaminen käyttöön

Pelastuslaitosten henkilöstön joukossa on jo tälläkin hetkellä paljon viestintäosaamista, jota kannattaa hyödyntää vahvasti laitoksen kokonaisviestinnässä. Osallistuminen kokonaisviestintään koskee paitsi vakinaisia viranhaltijoita myös muun muassa sopimushenkilöstöä. Sopimuspalokunnissa on paljon potentiaalia ulkoisen viestinnän toteutukseen, ja usein niistä löytyy myös viestinnän alan osaajia. Koko henkilöstön viestintäosaamista tulisikin kartoittaa pelastuslaitoksilla säännöllisesti ja samalla pyrkiä kannustamaan henkilöstöä tuomaan esiin osaamistaan myös johdolle. Turha vaatimattomuus estää usein uusien kykyjen löytämisen.

Osallistuminen edellyttää tukea, kannustusta ja mahdollisuutta jatkuvaan kehittymiseen

Johto vastaa kokonaisviestinnästä, laitoksen viestintäkulttuurista ja siitä, että henkilöstöllä on mahdollisuus viestintäosaamisensa kehittämiseen. Osaamisen kehittämiseen tarvitaan säännöllistä ja systemaattista, valtakunnallista ja erikseen laitoksille tarpeen mukaan räätälöityä koulutusta. Lisäksi tarvitaan säännöllistä yhteydenpitoa muiden viestinnän ammattilaisten kanssa, niin alan sisällä kuin yhteistyössä eri tahojen kanssa. Oppia voidaan hakea paitsi muilta pelastuslaitoksilta, myös muilta viranomaisilta sekä yrityksistä.

Erilaiset mentorointiohjelmat voivat tukea viestinnän tekijöitä kehittämään osaamistaan myös alan ulkopuolisten kollegoiden avulla. Säännölliset verkostotapaamiset alan viestijöiden kesken vahvistavat yhteistä pelastustoimen viestintää ja voivat säästää resursseja. Lisäksi kannattaa hyödyntää sekä valtionhallinnon että alan järjestöjen ja kumppanuuksien verkoston tapahtumia ja koulutuksia.

Koulutukseen on resursoitava

Henkilöstön osaamisen kehittämiseen on varattava resurssit vuosittain. Koko henkilöstö tarvitsee työssään paitsi ymmärrystä viestinnän kokonaisuudesta ja merkityksestä organisaatiossa, myös omasta roolistaan viestijänä. Lisäksi viestinnän tekijöiltä vaaditaan jatkuvasti päivittyvää teknistä ja sisältöihin liittyvää osaamista, varautumista yllättäviinkin tilanteisiin sekä halua oppia jatkuvasti uutta.

Viestintäosaamisen kehittämiseen liittyviä materiaaleja muualta

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen työryhmän ehdotus moduulirakenteesta pelastustoimen viestinnän valtakunnalliseen täydennyskoulutukseen löytyy [täältä](#).

Strateginen viestintä pelastustoimessa -oppimateriaali (laitoksilla sisäisesti koulutettavaksi) löytyy [täältä](#). Etelä-Karjalan pelastuslaitoksen esimerkki hankkeesta sopimuspalokuntien roolin vahvistamiseksi laitoksen ulkoisessa viestinnässä: [Sopimuspalokunnat ulkoisessa viestinnässä](#)

VIESTINNÄN MITTAAMINEN, ARVIOINTI JA KEHITTÄMINEN

Toimiva viestintä edellyttää viestinnän mittaamista ja arviointia sekä sen pohjalta tapahtuvaa viestinnän edelleen kehittämistä. Toimivien mittareiden ja arvioinnin kautta kokonaisviestintää voidaan suunnitella ja kehittää laadukkaammaksi ja tehokkaammaksi. Lue lisää viestinnän mittaamisesta ja arvioinnista pelastuslaitoksilla!

Viestinnän kehittäminen vaatii mittaamista ja arviointia

Strateginen yhteisöviestintä edellyttää sekä viestinnän suunnittelua että sen mittaamista ja tulosten pohjalta tapahtuvaa kehittämistä. Kun viestinnän vaikutusta mitataan, pystytään osoittamaan viestinnän arvo organisaation toimintaan ja tuloksiin sekä näkemään viestintä organisaation strategisena toimintona. Lisäksi pätevien mittareiden tuottama tieto auttaa priorisoimaan asioita ja suuntaamaan resursseja, jolloin toimintaa voidaan johtaa optimaalisella tavalla.

Viestinnän mittaaminen on jatkuva ja haastava prosessi

Viestinnän mittaaminen tulee suhteuttaa organisaation tavoitteisiin ja toteuttaa sitä sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä. Kattavinta tietoa saadaan hyödyntämällä määrällisiä ja laadullisia mittareita. Tehtyjen viestintätoimenpiteiden vaikutusten mittaamisen lisäksi arvioinneissa tulisi huomioida myös, mitä on mahdollisesti jäänyt tapahtumatta koska viestinnällä on pystytty esimerkiksi ennakoimaan, taustoittamaan asiaa sekä korjaamaan mahdollisia vääriä käsityksiä ennakolta.

Viestinnän mittaaminen puhuttaa laajasti niin viestinnän kuin muiden alojen ammattilaisia. Dataa on saatavilla runsaasti, mutta haasteeksi tulee sen jalostaminen sellaiseen muotoon, josta saadaan aineistoa viestinnän onnistumisen ja vaikuttavuuden todentamiseen. Viestinnän systemaattinen seuranta vaatiikin henkilöresursseja, joilla on osaamista viestinnän mittareiden valintaan, mittaamisen suunnitteluun ja toteutukseen sekä tulosten tulkintaan ja johtopäätösten tekemiseen.

Mistä toimivia mittareita?

Haasteita viestinnän mittaamiseen aiheuttaa myös toimivien mittareiden löytäminen. Mahdollisia mittareita viestinnän onnistumisen arviointiin ovat esimerkiksi maineen kehityksen seuraaminen pitkäjänteisesti maineindeksin avulla sekä organisaatioiden sisäiset kulttuurimittarit. Myös sen arviointi, miten hyvin henkilöstö tuntee strategian, uskoo yrityksen tulevaisuuteen ja luottaa johtoon, voi organisaatiossa toimia yhdenlaisena viestinnän mittarina. Pelastuslaitokset voivat mitata viestintänsä onnistumista esimerkiksi mediaseurannan, sosiaalisen median ja verkon analytiikkatyökalujen sekä mainebarometrien tulosten ja erilaisten kyselyjen avulla.

Viestinnän mittaaminen voi kohdistua ensinnäkin viestinnän *panoksiin* (tehdyt viestintätoimenpiteet), mitä tehdään esimerkiksi kirjaamalla turvallisuusviestinnän suoritteet PRONTO-järjestelmään. Myös muut viestinnän toimenpiteet on hyvä kirjata toteuman mukaan ylös, jotta niitä voidaan verrata tehtyihin suunnitelmiin ja tavoitteisiin sekä arvioida niiden avulla viestinnän kattavuutta ja onnistumisia.

Panosten lisäksi voidaan mitata viestinnän *kattavuutta* ja *tavoittavuutta* tarkastelemalla esimerkiksi saavutettua medianäkyvyyttä, verkkosivulatauksia tai sosiaalisessa mediassa saavutettuja reaktioita. Näitä voidaan tarkastella sekä määrällisesti että laadullisesti. Mediaseurantaa voi tehdä itse tai ostaa ulkopuoliselta palveluntarjoajalta. Erilaisilla kyselyillä, haastatteluilla tai muilla selvityksillä voidaan kartoittaa esimerkiksi kansalaisten tai yhteistyökumppanien näkemyksiä ja kokemuksia pelastuslaitosten viestinnän kattavuudesta ja onnistumisesta. Myös pelastuslaitosten isäntäorganisaatioilla saattaa olla käytössään seurantatyökaluja, joita laitokset voivat hyödyntää omassa viestinnän arvioinnissaan.

Eriyisen haasteelliseksi on osoittautunut viestinnän *vaikutusten* ja *vaikuttavuuden* mittaaminen. Se olisi kuitenkin tärkeää, joten työkaluja siihen pyritään jatkuvasti kehittämään niin pelastusalalla kuin muualla.

Vaikuttavuuden arviointi korostuu turvallisuusviestinnässä

Viestinnän vaikutusten ja vaikuttavuuden arvioinnin tarve korostuu turvallisuusviestinnässä. Yksittäisten viestintätekojen todellisia ja konkreettisia vaikutuksia on kuitenkin vaikea todentaa, sillä yhtäältä viestintää vastaanotetaan monista lähteistä ja toisaalta onnistuminen todetaan käytännössä usein silloin, kun onnettomuutta tai vakavia vahinkoja ei synny. Myös viestinnän tavoitteet vaihtelevat tilanteittain ja kohderyhmittäin.

Arvioinnin tavat ovat seuranneet aina myös aikaansa: tänä päivänä olisikin tutkijoiden mukaan kiinnitettävä erityistä huomiota esimerkiksi median käytön muutoksiin, yleisöjen sirpaloitumiseen, uudenslaisiin ja erilaistuviin sukupolvikokemuksiin sekä kohderyhmien kasvavaan heterogeenisyyteen. Uudenslaisissa laadullisemmissa lähestymistavoissa turvallisuusviestinnän vaikuttavuutta arvioidaankin esimerkiksi kampanjan saaman näkyvyyden ja sen herättämän keskustelun ja reaktioiden perusteella. Lisäksi voidaan arvioida kriittisesti itse kampanjan sisältöjä ja toimivuutta.

Arvioinnissa tulisi huomioida myös mittaamisen mahdolliset sivuvaikutukset: vääränlaiset mittarit saattavat ohjata toimintaa myös epätoivottuun suuntaan.

Viestinnän mittaamiseen ja arviointiin liittyviä oppaita ja kirjoituksia muualta

Materiaalia ja oppaita viestinnän arviointiin ja kehittämiseen löytyy [täältä](#).

Hankkeen tuottamat esitykset viestinnän arvioinnista pelastustoimessa löytyvät [täältä](#) (työryhmätapaamisen 07 materiaalit).

VIESTINNÄN AMMATTILAISEN TEHTÄVISTÄ JA ROOLISTA

Vaikka kaikki osallistuvat yhteisön kokonaisviestintään, tarvitaan organisaatioissa edelleen myös viestinnän ammattilaisia. Pelastuslaitoksilla viestinnän ammattilaiset voivat koordinoida, ohjata ja arvioida laitoksen kokonaisviestintää sekä tukea muuta organisaatiota viestinnässä. Lue lisää viestintäammattilaisen roolista pelastuslaitoksilla!

Viestinnän ammattilaisia tarvitaan koordinoimaan, suunnittelemaan, kehittämään ja toteuttamaan viestintää sekä tukemaan muuta organisaatiota viestinnässä

Vaikka organisaatioissa kaikki osallistuvat viestintään, olisi tärkeää että koko henkilöstön tukena organisaatiossa olisi myös palkattu viestinnän ammattilainen tai ammattilaisia. Heillä on erityinen rooli strategisessa päätöksenteossa sekä viestinnän suunnittelussa, ohjaamisessa, koordinoinnissa, koulutuksessa, arvioinnissa ja kehittämisessä. Lisäksi he osallistuvat päivittäisiin viestinnän työtehtäviin ja tukevat muuta organisaatiota viestinnän toteuttamisessa.

Viestintäammattilaisen rooli organisaatiossa on strateginen

Viestinnän strateginen rooli on viime aikoina saanut entistä enemmän huomiota, ja yhdeksi viestintäammattilaisten tärkeistä tehtävistä on tullut luoda organisaation kokonaisstrategiaa tukeva viestintästrategia. Myös organisaation strategian ja viestinnän yhteen liittäminen nähdään edelleen yhdeksi viestintäammattilaisen suurimmista haasteista.

Viestinnän valjastaminen strategian toteuttamisen tueksi vaatii näkökulman laajentamista myös keskusteltaessa viestinnän ammattilaisten toimenkuvista. Organisaatioiden viestinnän ammattilaisten rooli on muuttunut tiedotteiden kirjoittajasta yhä enemmän strategiseen päätöksentekoon osallistuvaksi ja vaikuttavaksi asiantuntijaksi. Tämä näkyy nykyisin myös nimikkeissä: entisistä tiedottajista on tullut esimerkiksi viestintäasiantuntijoita, viestinnän suunnittelijoita/koordinaattoreita tai viestintäpäälliköitä ja -johtajia.

Viestinnän asiantuntijan osallistumista johtoryhmätyöskentelyyn on myös pidetty edellytyksenä toimivalle ja ammattimaiselle kokonaisviestinnälle. Näin viestinnän näkökulma tulee huomioiduksi tärkeimpiä päätöksiä tehtäessä. Lisäksi johtoryhmän jäsenyys edistää sisäistä tiedonkulkua johdon ja viestinnän välillä sekä auttaa näin paitsi viestinnän ammattilaisia myös muita johtoryhmän jäseniä päivittäisessä työssään.

Kirjoituksia viestinnän ammattilaisen työnkuvasta ja roolista organisaatiossa löytyy muun muassa [täältä](#).

Eettiset kysymykset korostuvat viestintäammattilaisen työssä

Viestintätyössä korostuvat myös eettiset kysymykset. Viestinnässä on aina kyse arvovalinnoista, ja erityisesti tämän päivän monimuotoisissa viestintäympäristöissä etiikkaan ja moraaliin liittyvät pohdinnat korostuvat myös viestinnän ammattilaisen työssä. Viestinnän ammattilaisen tehtävänä on myös viestinnällä vaikuttaminen, joten viestinnän tulee olla aktiivista ja avointa sekä sen perusteiden ja tavoitteiden läpinäkyviä, jaettuja ja yhteisesti hyväksytyjä. Viestinnän ammattilaisista onkin monissa yhteisöissä tullut entistä vahvemmin myös ikään kuin johdon konsultteja esimerkiksi haastavissa yhteistyötilanteissa tai kriisiviestinnän toteutuksessa. Neuvottelutaidot, argumentointi ja diplomaattiset taidot korostuvat entisestään.

Pohdintaan viestinnän eettisistä kysymyksistä voit tutustua esimerkiksi [täällä](#).

PELASTUSTOIMEN YHTEINEN VIESTINTÄ

Pelastuslaitosten viestintä on osa koko pelastustoimen yhteistä viestintää: kaikki yksittäisten pelastuslaitosten ja sen toimijoiden viestintä vaikuttaa myös koko alan julkisuuskuvaan sekä kansalaisten ja yhteistyökumppanien alaa kohtaan kokemaan luottamukseen. Lue lisää pelastustoimen yhteisen ammattimaisen viestinnän kehittämiseen liittyvistä ajatuksista!

Viestintä on yhteinen tehtävä

Aktiivinen viestintä on koko alan yhteinen tehtävä. Alan viestintään osallistuvat lukuisat tahot: sitä toteuttavat pelastuslaitosten lisäksi muun muassa sisäministeriö, aluehallintovirastot, kunnat ja maakunnat, pelastusjohtajien ja pelastuslaitosten kumppanuusverkosto, alan järjestöt ja oppilaitokset, Häätäkeskuslaitos sekä lukuisat muut yhteisöt ja yritykset.

Pelastustoimen yhteisessä viestinnän toteutuksessa korostuu yhteistyön merkitys: yhtenäisen ja ammattimaisen – mutta samalla alueelliset erityispiirteet huomioivan – pelastustoimen viestinnän onnistuminen edellyttää koordinoitua, yhteistyötä ja yhteistä keskustelua. Se edellyttää myös linjausten valmistelua yhteistyössä ja niihin sitoutumista sekä jatkuvaa yhteistä kehittämistä ja kehittymistä.

Pelastustoimen yhteisen ydinviestin täsmentämiseen sekä sitä tukevan viestinnän suunnitteluun, toteutukseen, seurantaan ja kehittämiseen tarvitaan myös säännöllisiä rakenteita ja ihmisten välisiä kohtaamisia. Lisäksi tarvitaan toimivia viestintäkeinoja ja kanavia, yhteisesti sovittuja toimintaperiaatteita sekä niihin sitoutumista. Yhteistä kehittämistyötä voidaan tehdä ja keskustelua käydä sekä tapaamisissa että tapaamisten välillä esimerkiksi sähköpostitse ja verkkoalustoilla. Verkkoalustojen ylläpitäminen tulee vastuuttaa selkeästi.

Yhteistä viestintää voidaan ulottaa esimerkiksi vuosikellon mukaisista yhteisistä turvallisuusviesteistä, yhtenäisistä viestinnän suunnitelmista ja toimintamalleista aina yhteisiin kannanottoihin, julkilausumiin ja tapahtumiin asti. Käytännön päivittäisviestinnän toteutusta on hyvä hoitaa jatkossakin alueilta (esim. onnettomuusviestintä ja sidosryhmäsuhteet), mutta yhteisellä tekemisellä voidaan myös säästää paljon. Lisäksi yhtenäistä viestintää kannattaa hyödyntää erityisesti valtakunnallisessa turvallisuusviestinnässä, yhteiskunnallisessa vaikuttamisessa, alan vetovoimaisuuden lisäämisessä sekä profiilin nostamisessa.

Pelastustoimelle yhteinen viestintästrategia ja viestinnän ammattilaisia kaikille laitoksille?

Pelastustoimeen suositellaan laadittavaksi yhteinen viestintästrategia. Strategiassa tulisi linjata alan yhteiset viestinnän tavoitteet, tärkeimmät kohderyhmät ja yhteinen ydinviesti. Strategia tulee laatia yhteistyöverkostossa ja siihen tulee sitoutua yhteisesti.

Ehdotus alan yhteisen viestintästrategian pohjaksi löytyy täältä.

Ehdotus alan yhteisen viestintästrategian kärjiksi löytyy täältä.

Pelastustoimen integroidun kokonaisviestinnän toteutukseen tarvitaan myös laitoksille nimettyjä viestinnän ammattilaisia. Heille on turvattava tarvittavat resurssit viestinnän suunnitteluun, toteutukseen, arviointiin ja kehittämiseen sekä yhteistyöhön niin alan sisällä kuin suhteessa ulkopuolisiin yhteistyökumppaneihin. Näiden pelastuslaitosten viestinnän ammattilaisten verkostossa voidaan valmistella ja tehdä esityksiä alan yhteisen viestinnän kehittämiseen, suunnitella, toteuttaa ja arvioida yhteisiä viestinnän toimenpiteitä sekä kehittää alan viestintää yhteistyössä. Verkostolla tulee olla alan johdon tuki ja mandaatti yhteiseen viestinnän kehittämiseen.

Valtionhallinnon viestinnän linjauksia ja suosituksia

Sisäministeriön viestinnän linjaukset löytyvät täältä.

Valtionhallinnon viestintäsuositus löytyy täältä.

PELASTUSLAITOSTEN VIESTINNÄN ERITYISALUEITA I: KUVIEN KÄYTTÖ

Nykyinen viestintämaailma suosii kuvaa ja videota, joiden avulla organisaatio pystyy saamaan huomiota omille viesteilleen. Pelastuslaitoksilla kuvien ottamiseen, käsittelyyn ja käyttöön liittyy kuitenkin useita lakeihin ja säädöksiin liittyviä erityispiirteitä, joista tulee olla tietoinen ja jotka tulee huomioida toiminnassa päivittäin. Lue lisää pelastuslaitosten kuvatallenteisiin liittyvistä haasteista!

Kuvia tarvitaan palontutkintaan, turvallisuusviestintään sekä laitoksen omiin koulutuksiin ja julkaisuihin

Pelastuslaitos käyttää ottamiaan kuvatallenteita palontutkintaan liittyvissä tutkimuksissa, onnettomuuksien ehkäisyyn liittyvässä turvallisuusviestintätyössä, omassa sisäisessä koulutuksessaan sekä omissa julkaisuissaan. Uusien kuvatallenteiden lisäksi pelastuslaitoksella on runsaasti vanhoja valokuvia, joista osa voidaan luokitella kulttuurihistoriallisesti arvokkaiksi. Kaikkein kuvien käytössä tulee noudattaa kuvatallenteiden käytön periaatteita.

Kuvien ottaminen työtehtävissä

Pelastuslaitoksen erilaisissa työtehtävissä voidaan ottaa kuvatallenteita, mutta käytännöt ja pelisäännöt tulee kirjata ylös sekä saattaa koko organisaation tietoisuuteen. Ohjeistusta tulee jakaa laajalti vakinaisen henkilöstön lisäksi sopimuspalokuntalaisille, puolivakinaisille palomiehille ja VAPEPA-henkilöstölle.

Yksi esimerkki ohjeesta kuvien ottamiseen, tallentamiseen ja jakamiseen löytyy [täältä](#) (Pirkanmaan pelastuslaitoksen kuvaohje). Huom: ohje on keskeneräinen (luonnos keväältä 2018).

Kuvatallenteiden ottamiseen käytetään pelastuslaitoksen kalustoa. Kaikki työtehtävissä ja pelastuslaitoksen kamerakalustolla otetut kuvat ovat viranomaiskuvia, jolloin käyttöoikeus on pelastuslaitoksella.

Kuvien luovuttaminen medialle

Pelastustoiminnan kuvatallenteita otetaan yleensä vain viranomaiskäyttöön, mutta erityisesti media on kiinnostunut pelastustoimintaan liittyvistä kuvatallenteista. Medialle kuvia jaettaessa tulee noudattaa harkintaa ja tasapuolisuutta sekä tarkistaa aina ettei kuvien luovuttamiselle ole lain määrittämää estettä.

Kuvien arkistointi

Kuvatallenteet tulee arkistoida asianmukaisesti. Kun kuvatallenteita otetaan, ne siirretään mahdollisimman pian kuvatallennearkistoon. Pelastuslaitos nimeää henkilöt, jotka arkistovat kuvatallenteita. Kun kuvatallenteita tallennetaan, jokaisen tallennuksen yhteydessä on hyvä mainita kuvauspaikka, päivämäärä, tapahtuma sekä mahdollisuuksien mukaan henkilöt, joita kuvissa on. Arkistoitavia kuvatallenteita voidaan käsitellä teknisesti, mutta niitä ei saa manipuloida.

Julkisten kuvien käyttö ulkoisessa viestinnässä

Julkisia kuvia voidaan käyttää monenlaiseen julkisuustyöhön, turvallisuusviestintään, rekrytointiin liittyvään viestintään sekä esimerkiksi laitosten omasta toiminnasta kertomiseen. Tällaisia ns. PR-kuvia voidaan ottaa pelastustoimintatehtävien lisäksi esimerkiksi harjoituksissa, messuilla, erilaisissa tapahtumissa ja tilaisuuksissa. Pelastustoimintatehtävissä tällaisia kuvia otettaessa tulee varmistaa, ettei kuvissa esiinny tunnistettavia henkilöitä tai heidän omaisuuttaan (esim. autojen rekisterikilvet, asuinrakennukset).

Ohjeita kuvien käyttöön pelastustoimessa:

Kumppanuusverkoston ohje kuvien käyttöön löytyy [täältä](#).

Sisäministeriön muistio kuvaamisesta pelastustoiminnassa löytyy [täältä](#).

PELASTUSLAITOSTEN VIESTINNÄN ERITYISALUEITA II: VIESTINTÄ SOSIAALISESSA MEDIASSA

Sosiaalinen media haastaa pelastustointia monin tavoin, mutta se antaa myös paljon mahdollisuuksia pelastuslaitosten ulkoiseen viestintään. Lue lisää sosiaalisen median mahdollisuuksista pelastustoimelle!

Ihmiset tavoitetaan sosiaalisessa mediassa

Sosiaalinen media paitsi haastaa, antaa myös paljon mahdollisuuksia pelastuslaitosten ulkoiseen viestintään. Sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden tavoittaa kohderyhmiä laajasti ja nopeasti, mutta sen käyttö vaatii myös resursseja ja osaamista. Pelastuslaitosten tuleekin suunnitella myös sosiaalisen median viestintäänsä olennaisena osana laitoksen kokonaisviestintää. Tämän päivän pirstaloituneessa mediamaailmassa pelastustoimen on oltava siellä missä ihmiset ovat, ja tämä tarkoittaa yhä enenevässä määrin sosiaalisen median eri kanavia.

Sosiaalinen media turvallisuusviestinnässä, onnettomuusviestinnässä ja laitosta profiloivassa viestinnässä

Sosiaalisen median viestintään liittyy perinteistä viranomaisviestintää astetta rennompia ote, joten se on koettu pelastusalalla toimivaksi erityisesti arjen turvallisuudesta tai pelastuslaitosten toiminnasta hauskaasti ja houkuttelevasti kertomiseen. Yhä useammat pelastuslaitokset hyödyntävät sosiaalista mediaa kuitenkin myös onnettomuusviestinnässä, sillä se tarjoaa paitsi mahdollisuuden tavoittaa väestöä laajasti ja nopeasti, myös saada esimerkiksi ajantasaista tilannetietoa kansalaisilta ja sidosryhmiltä. Lisäksi se voi tarjota alustan kollektiiviselle surutyölle tai vertaistuelle sekä auttamistoiminnan koordinoinnille esimerkiksi suuronnettomuustilanteissa.

Viestintä sosiaalisessa mediassa edellyttää suunnittelua sekä vastuiden määrittelyä ja ohjeistusta

Viestintään sosiaalisessa mediassa liittyy tiettyjä erityispiirteitä, joten laitoksella tulee olla some-viestintäsuunnitelmien lisäksi erillinen some-ohje henkilöstölle. Laitoksen someviestintään kuuluvat usein sekä laitoksen virallisilta organisaatioleiltä viestiminen että asiantuntijoiden omista profiileistaan tekemä asiantuntijaviestintä (jota kutsutaan usein myös työntekijälähettilyydeksi). Näistä molemmille tulee laatia omat tavoitteensa, kohderyhmänsä ja ohjeistuksensa. On myös tärkeää, että esimerkiksi onnettomuustiedottaminen ja kriisiviestintä (laitoksen virallinen tili) erotetaan henkilöiden oman asiantuntijuuden jakamisesta (omat tilit).

Vaikka sosiaalisen median viestintään tarvitaan ohjeistusta, lopulta periaate ”ohjeista vähemmän, mahdollista ja kannusta enemmän” on todettu toimivaksi sekä yrityksissä että useissa viranomaisorganisaatioissa. Lukuisilla viranomaisilla onkin jo hyviä esimerkkejä ja kokemuksia koko organisaation osallistumisesta alasta sekä työnantajastaan kertomiseen sosiaalisessa mediassa.

Periaatteessa sosiaalisessa mediassa viestimiseen pätevät lopulta samat lainalaisuudet kuin perinteiseenkin vuorovaikutukseen: sosiaalisessa mediassa kukin viestii omana itsenään ja myös persoona saa näkyä, mutta viranomaisvastuu pätee myös sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalisen median viestintään liittyviä hyödyllisiä materiaaleja ja muita linkkejä

Pelastusopiston tuottama some-työkälpakki: Sinustako #someguru @pelastusala löytyy [täältä](#). Sama materiaali löytyy sähköisenä Koulumaali-ympäristöstä.

Tilastotietoja sosiaalisen median käytöstä Suomessa löytyy [täältä](#) (mm. eri kanavien käyttäjäprofiilit). Blogikirjoitus sosiaalisen median käytöstä julkishallinnossa ja viisi vinkkiä viranomaisviestintään löytyy [täältä](#).

Mallia some-strategian laadintaan (Piritta Seppälän blogi) löytyy [täältä](#).

LINKKEJÄ MIELENKIINTOISILLE VIESTINNÄN LÄHTEILLE

Ohjeita ja oppaita julkishallinnon viestintään:

Valtionhallinnon viestinnän ohjeita ja säännöksiä:

<http://vnk.fi/viestinta/valtionhallinnon-viestinnan-saadoksia-ja-ohjeita>

Ohjeita ja oppaita kuntien viestintään:

<https://www.kuntaliitto.fi/asiantuntijapalvelut/demokratia-ja-hallinto/viestinta-ja-markkinointi/kuntaviestinta/ohjeita-ja-oppaita-kuntien-viestintaan>

Kumppanuusverkoston viestintäopas pelastuslaitoksille 2015:

http://www.pelastuslaitokset.fi/upload/1456234035_Viestintohje_kevyt.pdf

Ohjeita sosiaaliseen mediaan ja verkkoviestintään:

Julkishallinto ja sosiaalinen media (Sauri): video

PDF: <https://kaks.fi/wp-content/uploads/2015/03/Julkishallinto-ja-sosiaalinen-media.pdf>

Vinkkejä viranomaisille sosiaaliseen mediaan: <https://someco.fi/blogi/julkishallinto-sosiaalisessa-mediassa/>

Vinkkejä verkkosivustojen saavutettavuuden parantamiseen: www.saavutettavasti.fi

Blogeja ja muita ajankohtaisia kirjoituksia viestinnästä:

Procom, Viestinnän ammattilaiset ry:n ylläpitämä viestinnän sivusto (blogikirjoituksia ym. ajankohtaista asiaa viestinnästä), avoin kaikille viestinnästä kiinnostuneille: www.viestijat.fi

Blogikirjoituksia some-viestinnästä: www.someco.fi

Viestinnän ammattilaiset Viesti ry:n blogeja viestinnästä: www.viesti.fi

Procom ry:n podcast "Procast" viestinnän ammattilaisille ja viestinnästä kiinnostuneille:

<https://procom.fi/jasenelle/podcast/>

Etelä-Karjalan pelastuslaitoksen suunnittelija Johanna Franzénin blogi pelastustoimen viestinnästä:

www.johannafranzén.fi

Vinkkejä kriisiviestintään: www.kriisiviestinta.fi

YHTEYSTIETOJA

Täältä löydät Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen toimijoiden sekä alan valtakunnallista viestintää koordinoivien tahojen yhteystiedot.

Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hanke

Projektipäällikkö: tutkija Aino Harinen, aino.harinen@pelastusopisto.fi, puh. 0295 453 531, twitter: @HarinenAino

Hankkeen vastuullinen johtaja: tutkimusjohtaja Esa Kokki, esa.kokki@pelastusopisto.fi, puh. 0295 453 409, twitter: @esakokki

Pelastusopisto: www.pelastusopisto.fi, www.facebook.com/Pelastusopisto.tk, twitter: @peo_tutkimus

Pelastustoimen avoimen viestintäverkoston koordinointi (05/2020 alkaen):

Sisäministeriö, viestintäasiantuntija Pihla Pitkänen, pihla.pitkanen@intermin.fi, puh. 0295 488 209, twitter: @pihlapee, @sisaministerio, www.intermin.fi

LÄHTEET

Tämän oppaan tekstiosion lähteinä on käytetty mm. blogikirjoituksia, konferenssi- ja seminaarialustusten materiaaleja, tieteellisiä julkaisuja, viestinnän oppikirjoja ja luentomateriaaleja sekä twiittejä vuosilta 2017–2018. Lähteisiin ei luettavuuden vuoksi viitata tekstissä aina erikseen, mutta lähdemateriaaleina käytetyt tekstit on listattu tähän osioon. Kaikki tekijänoikeudet ovat kyseisten tekstien luojilla.

Oppaan tekstiosiossa lähteinä käytetyt tekstit

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.

Fearn-Banks, K. 1996. *Crisis Communications: A Casebook Approach*. Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum Associates.

Fombrun, C. J. 1996. *Reputation: realizing value from the corporate image*. Boston (MA): Harvard Business School Press.

Hakola, L. 2017. Some uhkaa ja auttaa kriisissä. Julkaistu verkossa osoitteessa <http://viestijat.fi/some-uhkaa-ja-auttaa-kriisissa>, viitattu 11.12.2017.

Haring, K. 2017. Sitä saat mitä mittaat. Julkaistu verkossa osoitteessa <http://viestijat.fi/sita-saat-mita-mittaat>, viitattu 9.8.2017.

Harinen, Aino. 2018. Kyllä me täällä sitä tiedottajaa kaivattaisiin. Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hankkeen loppuraportti. Kuopio: Pelastusopisto.

Häkkinen, S. 2010. Pelastustoimen turvallisuusviestinnän mitattavuus. Helsinki: Suomen Palopäällystöliitto. PDF julkaistu verkossa osoitteessa <http://www.pelastuslaitokset.fi>, viitattu 6.7.2017.

Ihlen, O. & Verhoeven, P. 2015. *Social Theories for Strategic Communication*. London and New York: Routledge.

Juholin, E. 2017. *Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja, uudistettu painos*. Helsinki: Management Institute of Finland.

Juholin, E. 2018. Viestinnän mittaamisen mystifiointi pitää lopettaa. Julkaistu verkossa osoitteessa <https://mif.fi/mittaamisen-mystifiointi-pitaa-lopettaa>, viitattu 9.7.2018.

Juholin, E. & Luoma-aho, V. 2017. Miksi viestintää mitataan? Julkaistu verkossa osoitteessa <http://viestijat.fi/miksi-viestintaa-mitataan>, viitattu 1.3.2018.

Karvonen, E. 2018. Journalismietiikan historialliset ongelmat ja nykyhaasteet. Julkaistu osoitteessa <https://viestijat.fi/journalismietiikan-historialliset-ongelmat-ja-nykyhaasteet>, viitattu 9.7.2018.

Koskinen, H. 2016. Viestinnän strateginen rooli organisaatiossa. Näkemyksiä viestinnän strategisesta luonteesta ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Laitila, A. 2017. Kriisiviestintä somessa. Julkaistu verkossa osoitteessa <https://www.slideshare.net/GrapevimeMedia>, viitattu 11.12.2017.

Lehtonen, J. 1990. Julkisyhteisöt kohti mielikuvayhteiskuntaa. *Hallinto* 5, 17 - 19.

Lehtonen, J. 1998. Yhteisöt ja julkisuus. Mainonnasta yhteiskunnalliseen keskusteluun. Teoksessa Kivikuru, U. & Kunelius, R. (toim.) *Viestinnän jäljillä*. Juva: WSOY. 119 - 142.

Lehtonen, J. 2000. Toimiva viestintä - yritysten aineetonta pääomaa. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvat. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat. 189 - 207.

Melgin, E. 2017. Viestinnän ykköstrendi vuonna 2017 on visuaalisuus. Julkaistu verkossa osoitteessa <http://viestijat.fi/viestinnan-ykkostrendi-vuonna-2017-visuaalisuus>, viitattu 22.12.2017.

Parviainen, M. 2011. Pelastustoimen hallinto ja talous. Kuopio: Pelastusopisto.

Pedak, M., Mankkinen, T. & Koltola, E. 2016. Turvallisuuskampanjoiden vaikuttavuuden arviointi. Helsinki: Suomen pelastusalan keskusliitto SPEK ry.

Pelastuslaitosten kumppanuusverkosto. 2015. Viestintäopas. Julkaistu verkossa osoitteessa www.pelastuslaitokset.fi, viitattu 28.12.2017.

Pirkanmaan pelastuslaitos 2017. Kuvaohje (luonnos).

Procom - Viestinnän ammattilaiset ry. 2017. Ohjeet ja periaatteet. Julkaistu verkossa osoitteessa <http://procom.fi/viestintaala/ohjeet-ja-periaatteet/yhteisoviestinnan-periaatteet>, viitattu 22.12.2017.

Rekola, H., Itkonen, P. & Saine-Kottonen, A. 2017. Helsinkiläisten yläkoululaisten turvallisuusosaamisesta ja turvallisuusviestinnän vaikuttavuuden mittaamisesta. Teoksessa Kokki, E. (toim.) Pelastustoimen tutkijatapaaminen 2017 - laajennetut tiivistelmät. Kuopio: Pelastusopisto.

Rydenfelt, H. 2017. Viestinnän etiikan perusteita. Julkaistu verkossa osoitteessa <https://etiikka.fi/viesti/viestinnan-etiikan-perusteita>, viitattu 9.7.2018.

Sauri, P. 2015. Julkishallinto ja sosiaalinen media. Helsinki: Kunnallisalan kehittämissäätiö. Julkaistu verkossa osoitteessa <https://kaks.fi/wp-content/uploads/2015/03/Julkishallinto-ja-sosiaalinen-media.pdf>, viitattu 5.4.2018.

Sisäministeriö. 2018. Suositukset viestinnän kehittämisestä pelastuslaitoksissa. Pelastustoimen uudistushankkeen viestintätyöryhmän loppuraportti.

Viippola, M. 2018. Seminaarihortoilua ja sisäisiä ristiriitoja - sitäkö se viestintä on? Julkaistu verkossa osoitteessa <https://mif.fi/seminarihortoilua-ja-sisaisia-ristiriitoja-sitako-se-viestinta-on>, viitattu 9.7.2018.

Wahlman, J. 2016. Mitä on työntekijälähettilyyys? Julkaistu verkossa osoitteessa <https://digitalist.global/talks/mita-on-tyontekijalahettilyyys>, viitattu 22.12.2017.

Åberg, L. 1993. Viestintä - tuloksen tekijä. Helsinki: Tietopaketti.

Åberg, L. 1999. Viestinnän strategiat, 2. painos. Juva: WSOY.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen, 2. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Alustukset eri tilaisuuksissa (vuosina 2017–2018) seuraavilta henkilöiltä:

Franzén Johanna, Etelä-Karjalan pelastuslaitos

Hämäläinen Virpi, Azets

Luotonen Marko, Poliisihallitus

Meretniemi Milla, sisäministeriö

Murtola Maria, Kanta-Hämeen pelastuslaitos

Mäkinen Mika, sisäministeriö

Niemelä Maarit, Someco

Sauri Pekka, Helsingin yliopisto

Oppaaseen liitetyt erilliset materiaalit ja esimerkit laitoksilta

Oppaaseen linkitettyjen seminaariesitysten, koulutusmateriaalien ja muiden vastaavien erillismateriaalien lähteinä käytetyt kirjoitukset on mainittu kyseisissä esityksissä.

Esimerkkeinä esiteltyjen pelastuslaitosten ja muiden organisaatioiden viestinnän dokumenttien tekijänoikeudet kuuluvat niiden laatijoille. Organisaatiot on mainittu kunkin esimerkin kohdalla erikseen.

Lisäksi materiaalia työstettäessä on lainattu ajatuksia ja twiittejä myös useita muilta pelastusalan ja viestinnän parissa toimivilta asiantuntijoilta, joista läheskään kaikkia ei mainita erikseen tässä. Kiitokset kaikille keskusteluissa mukana olleille ja ajatuksia kanssamme vaihtaneille ajattelijoille!