

Opinnäytetyö (AMK)

Diakin viestinnän koulutusohjelma

Journalismi

2014

Maria Nykyri

# MODERNIA VERKKOVIESTINTÄÄ

– suunnitelmallinen sisällöntuotanto Varsinais-  
Suomen pelastuslaitoksen verkkosivuilla ja  
sosiaalisessa mediassa



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Maria Nykyri

## MODERNIA VERKKOVIESTINTÄÄ

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toimintatutkimuksena Varsinais-Suomen pelastuslaitokselle vuosien 2013 ja 2014 aikana. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, kuinka Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkoviestinnästä ja sosiaalisen median käytöstä saadaan mahdollisimman tehokasta, vaivatonta ja toimivaa, jotta se palvelisi käyttäjänsä mahdollisimman hyvin. Työskentelin opinnäytetyöprosessin aikana Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen tiedottajana, mikä tarjosi tilaisuuden tarkkailla pelastuslaitoksen viestintää läheltä ja kerätä taustatietoja opinnäytetyötä varten. Tiedottajana olin vastuussa viestinnän kehittämisestä pelastuslaitoksella vuosien 2013 ja 2014 aikana, millä on ollut vaikutusta tämän opinnäytetyön tuloksiin. Tämän opinnäytetyön tuoteosana muodostui Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen ensimmäinen viestintäsuunnitelma. Viestintäsuunnitelma on tehty toimintavuodelle 2014.

Opinnäytetyössä käsitellään verkkoviestinnän ja sosiaalisen median ominaispiirteitä, verkkoviestinnän nykytilaa ja tulevaisuuden tavoitteita Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella, oto-viestintätiimien toimintaa ja kehittämistä sekä viranomaisviestinnän lainalaisuuksia. Kirjallisuuden, havainnoinnin ja pelastuslaitokselta saadun materiaalin lisäksi viestinnän kehitystarpeita arvioitiin pelastuslaitoksen viestintätiimeille toteutetun oto-viestinnän seurantakyselyn tulosten perusteella.

Oto-viestinnän suurimmaksi haasteeksi nousi ajan puute, mistä aiheutui edelleen hankaluuksia etenkin julkaisuteknisten taitojen unohtuessa pitkien sisällöntuotantotaukojen takia. Positiivista olivat havainnot viestintätiimien vakiintuneesta toiminnasta ja oto-viestijöiden positiiviset kokemukset siitä. Pelastuslaitoksen viestinnän tehokkuuden kannalta on syytä jatkaa oto-viestintätiimien säännöllisiä kokoontumisia ja viestintäkoulutuksia. Tärkeintä on kuitenkin, että oto-viestijöille varataan riittävästi työaikaa ja resursseja viestinnän tehtäviin.

### ASIASANAT:

organisaatioviestintä, pelastuslaitokset, sosiaalinen media, verkkoviestintä, viestintästrategiat

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme of Journalism

2014 | 41

Instructor: Samuel Raunio

Maria Nykyri

## MODERN ONLINE COMMUNICATION

This bachelor's thesis has been carried out as an action research study for Southwest Finland Emergency Services in 2013 and 2014. The purpose of this thesis was to clarify how the usage of online communication and social media could be arranged as effectively and modernly as possible at the Emergency Services. During the research period I worked as a publicist for Southwest Finland Emergency Services, which provided an opportunity for close observation of the Emergency Services' communication conventions and for the collection of information for this thesis. As a publicist, I was responsible for the development of communications at the Emergency Services in 2013 and 2014, which has made an impact on the results of this thesis. The first communication plan for Southwest Finland Emergency Services was created as the product section of this bachelor's thesis. The communication plan was made for the year 2014.

In this bachelor's thesis I discuss the general attributes of online communication and social media, the current state and the future objectives of online communication at Southwest Finland Emergency Services, the operation of communications teams and the principles in public authorities' communication. The demand for communicational development at the Emergency Services was evaluated based on the results of an inquiry answered by Southwest Finland Emergency Services' two communications teams.

Results of the inquiry showed that the biggest challenge for communication tasks practiced on side of full-time duties in the Emergency Services was lack of time, which resulted in problems especially with technical publication skills. Positive results of the inquiry included remarks of established conventions in development groups' operations, and the group members' positive experiences of the activities. To maintain the effectiveness of communications at Southwest Finland Emergency Services, it is essential to continue organizing regular group meetings and further education for the communications team members. The most important point, however, is to take communicational tasks into account in the relevant personnel's job descriptions.

### KEYWORDS:

Community communication, Emergency Services, social media, online communication, communication strategy

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 VERKKOVIESTINTÄ OSANA ORGANISAATION VIESTINTÄÄ</b>	<b>8</b>
2.1 Verkkoviestintä työyhteisö- ja sidosryhmäviestinnän keinona	8
2.2 Verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa näkyvyyttä suuren yleisön ja median keskuudessa	9
2.3 Uudet tekniset ratkaisut vapauttavat ajasta ja paikasta	12
<b>3 TOIMINTATUTKIMUS</b>	<b>15</b>
<b>4 PELASTUSLAITOKSEN VERKKOVIESTINNÄN NYKYTILA JA TULEVAISUUDEN TAVOITTEET</b>	<b>17</b>
4.1 Verkkoviestintä osaksi pelastuslaitoksen viestintäsuunnitelmaa	19
4.2 Verkkosivut – käyntikorttina suurelle yleisölle	20
4.3 Kohti modernimpaa yhteisöviestintää	23
4.4 Vuorovaikutteisuutta viestintään sosiaalisessa mediassa	24
4.5 Lain määräämää viranomaisen viestinnästä	25
<b>5 OTO-VIESTINTÄ PELASTUSLAITOKSEN VERKKOVIESTINTÄTIIMEISSÄ</b>	<b>28</b>
5.1 Verkkotiimin seurantakysely ja havaitut haasteet	28
5.2 Someryhmän seurantakysely ja havaitut haasteet	33
<b>6 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>38</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>40</b>

## LIITTEET

- Liite 1. Verkkotiimin seurantakysely
- Liite 2. Sometiimin seurantakysely
- Liite 3. Kirjallisuuskatsaus

## KUVAT

Kuva 1. Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen organisaatiokaavio.	18
Kuva 2. Turun kaupungin verkkosivujen etusivu osoitteessa <a href="http://www.turku.fi">www.turku.fi</a> (Turku 2014).	21
Kuva 3. Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkosivut eroavat ulkoasultaan Turun kaupungin vastaavasta (Varsinais-Suomen pelastuslaitos 2014).	22

## KUVIOT

Kuvio 1. Verkkotiimin jäsenten käsitys siitä, mikä muodostuu ongelmaksi sisällöntuotannossa omalla kohdalla. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. (N=7)	30
Kuvio 2. Verkkotiimin jäsenten arvio, millaista sisällöntuotantokoulutusta he henkilökohtaisesti kokevat tarvitsevansa. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. (N=7)	31
Kuvio 3. Someryhmäläisten käyntitiheys pelastuslaitoksen Facebook-sivuilla tai yksityisessä Facebook-ryhmässä. (N=8)	34
Kuvio 4. Sosiaalisen median kanavien käyttö pelastuslaitoksen someryhmässä. (N=8)	35
Kuvio 5. Someryhmäläisten roolit ryhmässä itse arvioituna. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. (N=8)	36

# 1 JOHDANTO

Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella toteutettiin vuonna 2012 sisäisen viestinnän kysely (Leino 2012). Kyselyssä selvitettiin muun muassa, miten sisäinen viestintä toimii pelastuslaitoksella ja minkälaista viestintää kaivataan lisää. Tulokset osoittivat, että viestintäkäytännöt eivät ole selvät kaikille ja esimerkiksi intranetin käyttöä sisäisessä viestinnässä toivottiin tehostettavan. Lisäksi verkkosivujen ja sosiaalisen median käyttö arvioitiin vajavaiseksi. (Leino 2012, 2.) Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen viestinnän tehostamiseksi on perustettu vuosina 2012-2013 koulutus- ja viestintäyksikön koordinoimat otoviestintäryhmät verkkoviestintään sekä viestintään sosiaalisessa mediassa.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa keinoja viestintäryhmien toiminnan optimoimiseksi sekä niiden toteuttaman viestinnän kehittämiseksi Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella. Opinnäytetyö kiteytyy kysymykseen: Kuinka Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkoviestinnästä ja sosiaalisen median käytöstä saadaan mahdollisimman tehokasta, vaivatonta ja toimivaa, jotta se palvelisi käyttäjänsä mahdollisimman hyvin?

Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkoviestinnässä sähköposti on edelleen dominoiva väline, mutta pelastuslaitoksen verkkoviestinnästä puhuttaessa tässä opinnäytetyössä viitataan pelastuslaitoksen Net Community-sisällöntuotantojärjestelmän avulla hallinnoitaviin verkkosivuihin [www.vspelastus.fi](http://www.vspelastus.fi) sekä Netku-intranettiin. Pelastuslaitoksen verkkoviestintään kuuluu verkkosivujen ja intranetin lisäksi yhä tiiviimmin sosiaalinen media, johon pelastuslaitos integroitui ensin Facebook-sivuston sekä Youtube-tilin kautta. Vuoden 2014 alusta pelastuslaitos on ylläpitänyt myös omaa Twitter-tiliä sekä WordPress-pohjaista blogia. Varsinais-Suomen pelastuslaitos on määritellyt itsensä valtakunnalliseksi suunnannäyttäjäksi pelastusalalla, joten uusia verkkoviestinnän ja erityisesti sosiaalisen median mahdollisuuksia pyritään seuraamaan ja ottamaan tarvittaessa käyttöön myös jatkossa.

Tämä opinnäytetyö on toteutettu tilaustyönä Varsinais-Suomen pelastuslaitokselle ja sen pohjalta muodostettiin pelastuslaitoksen ensimmäinen viestintäsuunnitelma, jossa verkkoviestintä on vahvasti mukana muodostaen kaksi kolmesta viestinnän painopisteestä vuodelle 2014. Opinnäytetyötä tehdessäni työskentelin tiedottajana Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella. Tiedottajana olin päävastuussa organisaatioviestinnästä sekä koordinoin pelastuslaitoksen verkkoviestintää tehostamaan muodostettuja verkkotiimiä sekä someryhmää. Vahva osallistumiseni tutkielman kohteeseen sekä tutkielmassa mukana olleiden henkilöiden osallistuminen kehitysprojektiin tekivät toimintatutkimuksesta luonnollisen tutkimusmetodin. Maaliskuusta 2013 joulukuuhun 2013 toteutetusta viestinnän kehittämistä tehtiin seurantakysely edellä mainituille ryhmille vuodenvaihteessa 2013-2014. Kyselyn tuloksista tehtiin päätelmät oto-viestinnän onnistumisesta sekä toiminnan kehittämistarpeista edelleen. Opinnäytetyössä olen käyttänyt hyväkseni sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä: lomakehaastattelua, havainnointia sekä aikaisempaa tutkimusmateriaalia.

## 2 VERKKOVIESTINTÄ OSANA ORGANISAATION VIESTINTÄÄ

Verkkoviestintä on tärkeää niin yritykselle kuin viranomaiselle ennen kaikkea siksi, että viestintä verkossa on optimaalisesti ajantasaista ja tehokasta. Verkkoviestinnällä on mahdollista tavoittaa suuri joukko ihmisiä nopeasti ja helposti, kun se on kohdistettu oikein. Juha Nurmela esittää (Aula ym. 2008, 54), että 73 prosenttia, eli noin kolme neljästä 15–74-vuotiaista suomalaisista käytti internetiä keväällä 2005. Tämä merkitsi yli 2,8 miljoonaa henkilöä. Luku oli jo tuolloin huomattavan korkea ja se on vajaassa kymmenessä vuodessa kasvanut entisestään (ks. liite 3).

Edellä ja liitteessä esitellyt tutkimukset osoittavat, että suomalaiset käyttävät internetiä runsaasti tiedonetsintään. Internetissä on saatavilla rajattomasti informaatiota ja kulutustahti on nopeaa. Siksi luotettavan viestijän statuksen saavuttaakseen on tarjottavan tiedon oltava totuudenmukaista, helposti ymmärrettävää, mielenkiintoista ja tarpeeksi nopeasti päivittyvää. Siksi on tärkeää miettiä viestinnän kohderyhmät ja edelleen, millainen sisältö on kohdeyleisölle relevanttia. Viranomaisen verkkoviestintä on tyypillisesti suunnattu joko työyhteisölle, sidosryhmille, kuten muille viranomaisille, medialle tai tavalliselle kansalaiselle.

### 2.1 Verkkoviestintä työyhteisö- ja sidosryhmäviestinnän keinona

Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella, kuten oletettavasti muillakin viranomaisilla ja yrityksillä, sähköposti on edelleen verkkoviestinnän eniten käytetty muoto. Sen käytöstä on sovittu pelisäännöt aina jakelulistoja ja laitoksen yhtenäistä sähköistä allekirjoitusta myöten. Lähetetyn ja vastaanotetun sähköpostin määrä jo yrityksen tai viranomaistahon yhteisön sisällä on valtava. Ainoastaan sisäisten tiedotteiden lähettäminen rasittaa sähköpostilaatikkaa ja hukuttaa myös vastaanottajan tietotulvaan. Siksi jakelulistat ovat välttämättömiä tiedon karsimiseen. Kuten Elisa Juholin huomauttaa, myös jakelulistoja käytetään usein väärin varmuuden vuoksi -mentaliiteetin muodossa, mikä on ongelmallista erityisesti



isoissa organisaatioissa. Viestinnän teho laskee ja tiedonsaatavuus heikentyy, kun työntekijät eivät enää kykene käsittelemään päivittäin kymmenittäin tai sadoittain saapuvia sähköposteja. (Juholin 1999, 155.)

Sisäisen tiedottamisen kanavana on järkevää harkita myös intra- tai ekstranetiä, joiden tarkoituksena on vähentää sähköpostien lähettelyä. Lisäksi vanhanaikainen tapa pitää yllä talon yhteistä, fyysistä ilmoitustaulua sitoo henkilökunnan paikkaan. Internet, tai tässä tapauksessa intra- tai ekstranet, vapauttaa siitä. Intranet onkin erinomainen alusta laitoksen sisäisen informaation välitykselle ja hyvin organisoidusta intranetistä on helppo etsiä relevanttia tietoa myös pitkän ajanjakson jälkeen. Intranetin ja extranetin, kuten ilmoitustaulunkin, tulee olla kuitenkin selkeä ja sisältää ajantasaista tietoa. Juholin toteaa, että aikaisemmin intranet ja ekstranet olivat muodoltaan yksisuuntaisia, ilmoitustaulujen kaltaisia, sähköisiä alustoja. Parhaillaan siirrytään kuitenkin vuorovaikutteiseen intranettiin, joka mahdollistaa keskustelun ja kommentoinnin ajasta ja paikasta riippumatta. (Juholin 2013, 216.)

Ekstranet on omiaan julkaisualustana työyhteisön ulkopuolisille sidosryhmille, joita pelastuslaitoksella ovat esimerkiksi sopimuspalokunnat, kunnat ja muut yhteistyökumppanit. Julkaisualustaa modifioimalla saadaan jokaista käyttäjäryhmää palveleva, yksilöllinen julkaisualusta, joka on suljettu suurelta yleisöltä (Juholin 2013, 326).

## **2.2 Verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa näkyvyyttä suuren yleisön ja median keskuudessa**

Verkkoviestintä, erityisesti yrityksen tai viranomaisen verkkosivut, ovat usealle kuluttajalle ensimmäinen käyntikortti yrityksen tai viranomaisen toiminnasta.

Yrityksen www-sivut ovat näyteikkuna... Siitä saadut kokemukset ehkä ratkaisevat, haluaako asiakas jatkossa olla tekemisissä kyseisen yrityksen kanssa. (Siukosaari 2002, 208.)

Esimerkiksi sekavat tai harvoin päivitettyt verkko- tai sosiaalisen median sivustot antavat kuvan epäpätevästä ja epäluotettavasta viestijästä. Perustamalla inter-

netiin sivustoja, joiden ylläpitoon ei olla valmiita panostamaan, tehdään mahdollisesti enemmän haittaa kuin hyötyä yritykselle tai yhteisölle. Verkossa on kestämätöntä, että julkaistava materiaali kierrätetään aina monimutkaisten byrokraattisten polkujen kautta. Viranomaistoiminnan vaatiman tasapuolisuuden ja lainsäädännön vaatimusten rajoissa verkossa on myös viranomaisen kyettävä reagoimaan nopeasti.

Valitettavan monessa yrityksessä tai yhteisössä verkkoviestinnän ja sosiaalisen median arvoa ei tunnusteta niin, että siihen oltaisiin valmiita panostamaan henkilöstö- ja taloudellisia resursseja. Silti jo vuonna 2005 yrityksistä 95 prosenttia käytti internetiä viestintäkanavanaan (Aula ym. 2008, 197). Kaikissa yrityksissä ei silti edelleenkään ole työntekijää, joka vastaa päätoimenaan verkkoviestinnästä. Verkossa tapahtuvaa viestintää tehdään usein omien päätoimisten tehtävien ohessa silloin kun ehditään. Tämä on usein riittämätöntä, sillä ylläpito- ja kehitystyön tulisi olla pitkäjänteistä ja nopeaa. Verkkoviestintä kehittyy koko ajan ja kuluttaja löytää kyllä tuoreimmalta vaikuttavan tiedon luo. Viranomaisten harjoittamassa viestinnässä ajantasaisuus on erityisen tärkeä kriteeri, sillä informaatio käsittelee usein asioita, jotka muuttuvat usein ja ovat kansalaisen hyvinvoinnin kannalta tärkeitä esimerkkeinä tästä poikkeusolosuhde- tai kriisiviestintä.

Kuten Siukosaari (2002, 208) toteaa, internet on luonteeltaan nopea väline. Verkkoviestinnässä viive voi olla minuutteja, kun se esimerkiksi henkilöstölehdissä, ilmoitustauluilla ja muissa hitaamman tahdin julkaisussa voi olla viikkoja, päiviä tai ainakin tunteja. Verkkoviestintään yhä useammin liitettävän sosiaalisen median nopeus ja tavoitavuus on omaa luokkaansa. Sitten vuoden 2002 sosiaalinen media onkin noussut tärkeään rooliin verkkoviestinnässä. Useat sosiaalisen median ilmiöt ovat osoittaneet reaaliaikaisen yhteisöviestinnän voiman. Sosiaalinen media on antanut tavallisille ihmisille keinon saada äänensä kuuluviin ja olla vuorovaikutuksessa suoraan muihin ihmisiin. Nykyään usein ensimmäinen tietolähde onnettomuudesta tai mielenkiintoisesta tapahtumasta on sosiaalisessa mediassa levinnyt valokuva, päivitys tai linkki, kun se aikaisemmin tuli yleiseen tietoisuuteen valtavirtamedian kautta. Sami Salmenkivi

painottaa kirjassaan *Digitaalitodellisuus – Seuraava murros on täällä* (Salmenkivi 2012) etenkin älypuhelimien yleistymisen merkitystä sosiaalisen median voimistumisen kannalta.

Älypuhelimet ovat vallankumouksellisia kapineita, koska niiden avulla kuka tahansa voi ottaa kuvan tai videon mistä tahansa ja ladata sen saman tien verkkoon...Kuvat (Hudson-joen pakkolaskusta) levisivät ällityttävän nopeasti Twitterissä ja muissa kanavissa, jo ennen kuin uutinen ehti perinteisiin uutisvälineisiin. (Salmenkivi 2012, 63.)

Sosiaalinen media mahdollistaa myös kaksisuuntaisen viestinnän, eli vastaanottajilla on mahdollista reagoida levitettyyn informaatioon. Siukosaari (2002, 208) huomauttaakin, että asiakkaan antamaan palautteeseen on reagoitava nopeasti. Vaikka Siukosaari viittaa tässä keskustelupalstoihin, voi huomiota soveltaa myös muuhun sosiaaliseen mediaan.

Vaarana on keskustelun ryöpsähtäminen kaoottiseksi, mutta yhteisö voi myös saada uutta tietoa asiakkaistaan, heidän tarpeistaan ja käyttäytymisestään. Keskusteluun osallistuminen osoittaa kiinnostusta ja lisää sitoutumista yhteisöön. (Siukosaari 2002, 208.)

Sosiaalinen media luo rajoittamattomat mahdollisuudet yrityksen tai yhteisön viestintään ja markkinointiin, sillä viestintäketjusta jää joukkoviestimien välikäsi pois. Vuonna 2013 96 prosenttia suomalaisista suuryrityksistä oli mukana sosiaalisessa mediassa, jossa aktiivisimmin käytettiin Facebookia (Juholin 2013, 270). Koska yrityksellä tai yhteisöllä on ennennäkemätön mahdollisuus luoda sisältöä suoraan kuluttajalle, voisi helposti kuvitella, että viestinnästä ja markkinoinnista tulee samalla ilmaista, kun kalliisiin lehti-ilmoituksiin tai muihin mainoksiin ei ole välttämätöntä panostaa enää samalla tavalla. Juholin muistuttaa kuitenkin, että vaikka yhteisöllisessä mediassa sisältöä tuottavat käyttäjät, mikään ei ole ilmaista (Juholin 2013, 271).

Esimerkiksi Facebook ei ole ilmainen vaan vaatii työtä, eivätkä kävijä-määrät ja tykkääjät ole automaattisesti suuria. Menestyneillä kotimaisilla sivuilla ylläpitäjät käyttävät keskimäärin 4 tuntia viikossa ylläpitoon. Yli kolmannes ylläpitäjistä viestii Facebook-sivuillaan päivittäin tai useammin. (Juholin 2013, 271.)

On myöskin muistettava, että vaikka yrityksen tai yhteisön onkin mahdollista hallita omaa sisällöntuotantoaan, ei hallinta ulotu muihin sosiaalisen median käyttäjiin. Siksi vapaana vellovaa sosiaalisen median keskustelua on syytä seu-

rata ja myös varautua yllättäviin, jopa kriisiviestintää vaativiin keskusteluihin. Tämän lisäksi sosiaalisesta mediasta on tullut yhä tärkeämpi tietolähde myös medialle.

Toimittajat osaavat lukea ja siteerata myös blogeja. Minkä netissä julkaisee, sitä saa varautua selittämään muillekin kuin ensisijaiselle kohderyhmälleen. (Alasilta 2009, 130.)

Sama pätee tietysti kaikkiin sosiaalisen median kanaviin. Erityisesti Twitter on toimittajien suosiossa, sillä siellä sosiaalisen median reaaliaikaisuus, avoimuus ja kansainvälisyys korostuvat. Maailmalla, erityisesti Yhdysvalloissa, suosittu mikroblogipalvelu on kuitenkin Suomessa muutoin vielä varsin vähän käytetty. Yle Uutiset kertoi syyskuussa 2013 verkkosivuillaan, että sosiaalisen median asiantuntija Harto Pöngän mukaan suomalaisia käyttäjätunnuksia on Twitterissä yli 500 000 (Brännare & Hirvonen 2013). Aktiivisia twiittäajia joukosta on kuitenkin vain murto-osa. Opasmedia Oy:n it-päällikkö Toni Nummelan koodaaman Twitter-laskurin mukaan aktiivisia twiittäajia aikavälillä 7.2.2013 – 2.3.2014 oli 179 854 (Nummela 2014), mikä on vain noin 35 prosenttia kaikista suomalaisista Twitter-käyttäjätunnuksista ja ainoastaan 3,5 prosenttia Suomen väestöstä. Sosiaalisen median kanavista Facebookissa tavoitetaan siis tavallisia ihmisiä edelleen ylivoimaisesti eniten – Brännaren ja Hirvosen (2013) mukaan yli puolet suomalaisista 13-64-vuotiaista oli Facebookissa vuonna 2013. Heistä aktiivisia käyttäjiä oli noin 2,1 miljoonaa. Facebookin menestykseen ei kannata silti sokeasti tuudittautua, sillä jo nyt on huomattavissa trendi, jossa etenkin nuoret käyttäjät ovat siirtymässä uusiin, tuoreisiin palveluihin. (Brännare & Hirvonen 2013.) Paras strategia onkin panostaa johonkin sosiaalisen median palveluun, mutta pitää silmällä ja kehittää toimintaa pikku hiljaa myös muissa halutun kohderyhmän suosiossa olevissa kanavissa.

### **2.3 Uudet tekniset ratkaisut vapauttavat ajasta ja paikasta**

”Kehittyneissä maissa yhä useammat ihmiset ovat jatkuvasti kytkeytyneinä internetiin laitteillaan, useimmiten älypuhelimillaan” (Salmenkivi 2012, 58). Salmenkivi huomauttaa, että yhdysvaltalaisen liikepankki Morgan Stanleyyn mukaan

vuonna 2011 3G-mobiiliverkon käyttäjämäärä oli noin 1 503 miljoonaa, mikä oli vain hieman vähemmän kuin kiinteillä koneilla internetiä käyttävien määrä. Useat teknologia- ja verkkoasiantuntijat, kuten Barack Obaman vuoden 2008 presidentinvaalikampanjan neuvonantaja Manuel Castells ja internetanalyttikko Mary Meeker, ovat arvioineet, että vuosiin 2014-2015 mennessä mobiilien internetkäyttäjien määrä ohittaa pöytäkoneilla internetiä käyttävien määrän. Muun muassa Facebook julkaisi vuonna 2012 tiedon, että Yhdysvalloissa sen palveluita käytettiin jo tuolloin enemmän mobiililaitteilla kuin tietokoneilla. (Salmenkivi 2012, 59.)

Laitteiden käytön muutos on johtanut myös käyttötarkoituksen ja -tavan muutokseen – verkkoa käytetään reaaliaikaisesti, myös apuna jokapäiväisissä askareissa. Älypuhelimesta on helppo tarkastaa esimerkiksi sääennuste juoksulenkiä varten, bussiaikataulut tai kaupan aukioloajat. Toinen merkittävä ero tietokoneiden ja mobiilin verkkolaitteen välillä on esimerkiksi älypuhelimien tietoisuus kulloisestakin käyttöpaikasta.

Kannettavia voi käyttää kahviloissa, puiston penkeillä ja ratikkapysäkillä, mutta laite ei tiedä, missä se sijaitsee tai missä on etelä tai pohjoinen. Älypuhelimesi tietää, ja se on ratkaisevaa: saamme tietoa paikasta ja voimme olla yhteydessä ympäristömme kanssa. (Salmenkivi 2012, 60.)

GPS-paikannus, laadukkaat kamerat ja monet muut ominaisuudet ovat mahdollistaneet uusien apuvälineiden kehittämisen älypuheliiniin erilaisten sovellusten muodossa. Erilaiset yritykset ja yhteisöt ovat alkaneet huomioida tämän palveluntarjonnassaan ja esimerkiksi Turun kaupunki julkaisi mobiiliapplikaation vuonna 2013. Applikaation kautta on esimerkiksi mahdollista antaa palautetta omaan sijaintiin kohdennetusti niin, että paikkatiedot saadaan älypuhelimien GPS-paikannuksesta. Myös Varsinais-Suomen pelastuslaitos on ollut mukana kehittämässä mobiilitoimintaa kuntalaisten palvelemiseksi, jotta esimerkiksi kriisitilanteissa on mahdollista välittää onnettomuus- tai poikkeusolosuhdeviestejä reaaliaikaisesti. Toiminto perustuu asiakkaan vapaaehtoiseen mobiiliapplikaation lataamiseen, jonne syötetään tarvittaessa push-viesteinä viranomaisen antamia varoituksia. Teknisesti tulevaisuudessa olisi oletettavasti mahdollista, että tukiasema poimisi vaara-alueella olevien mobiililaitteiden signaalit automaatti-

sesti ja lähettäisi vaaratiedotteet kaikkiin laitteisiin. Tämä aiheuttaa tietysti kysymyksen yksilönsuojasta ja tietoturvasta. Joka tapauksessa yritysten ja yhteisöjen, mukaan luettuna pelastuslaitosten, on syytä ottaa huomioon internetin käyttövälineet tuottaessaan verkkopalveluita asiakkailleen. Palveluntarjoajan on oltava siellä, missä asiakkaankin.

### 3 TOIMINTATUTKIMUS

Toimintatutkimus eroaa perinteisistä tutkimusmetodeista liittämällä tutkijan tiiviisti tutkittavaan kohteeseen. Näin tutkimuksessa yhdistyy toimintatutkimuksen nimen mukaisesti tutkimus ja toiminta. Kuten Kananen (2009, 9) toteaa: ”Toimintatutkimus ei ole pelkästään tutkijoiden työtä, sillä siinä on aina mukana myös ihmisiä käytännön työelämästä.” Tästä syystä toimintatutkimus sopii erinomaisesti tämän tutkimuksen metodiksi, sillä tutkimuksen aikana olen työskennellyt Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella ja verkkotiimin sekä someryhmän jäsenenä tehden samalla tutkimusta verkkoviestinnän kehittämiseksi.

Toimintatutkimuksen valitsemista tutkimuskysymyksen tarkasteluun puoltaa myös se, että toimintatutkimus soveltuu parhaiten tilanteisiin, joissa kohteena on ryhmä tai sen toiminta (Kananen 2009, 13). Tutkimuksessa käsitellään Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkoviestintää juuri ryhmätyön eli pelastuslaitoksen verkkotiimin ja someryhmän kautta.

Koska toimintatutkimus pyrkii kehittämään esimerkiksi yhteisön tai yrityksen toimintaa, siinä ei olla kiinnostuneita vastaamaan kysymykseen ”miksi” vaan pikemminkin kysymykseen ”miten”. ”Toimintatutkimus on jatkuvaa toiminnan parantamista”, toteaa Kananen (2009, 9). Tutkimuksessa pyritäänkin vastaamaan ensisijaisesti kysymykseen: Kuinka Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkoviestinnästä ja sosiaalisen median käytöstä saadaan mahdollisimman tehokasta, vaivatonta ja toimivaa, jotta se palvelisi käyttäjänsä mahdollisimman hyvin?

Toimintatutkimuksen tarkoitus ei yleensä ole etsiä universaaleja totuuksia vaan keskittyä ratkaisemaan tutkimuksen kohteen ongelmallisia kysymyksiä.

Jos tulokset ovat yleistettävissä laajemmin eli moniin tapauksiin, muuttuu toimintatutkimus toiminnan teoriaksi. Toimintatutkimus ei pyri ensisijaiseen yleistämiseen perinteisen tutkimuksen tavoin. (Kananen 2009, 10.)

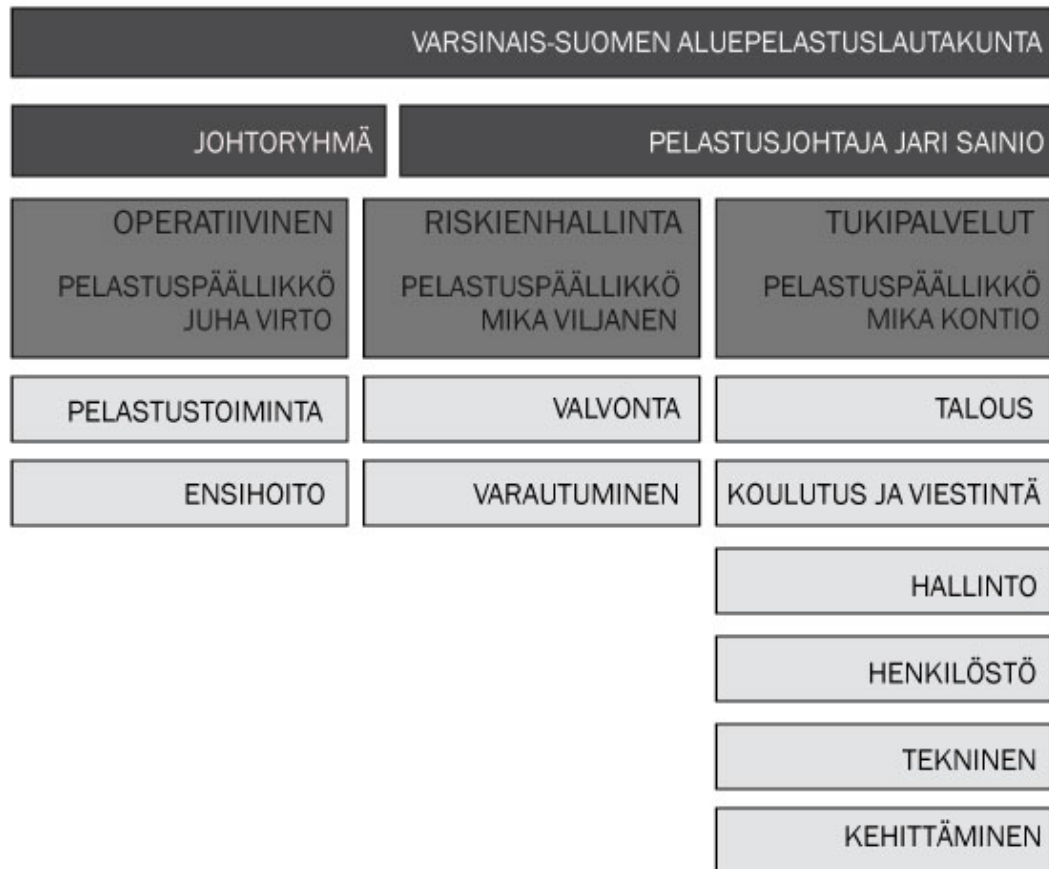
Tässäkään tutkimuksessa ei ole tarkoitus etsiä yleistettävissä olevia vastauksia tai tuloksia, vaan löytää optimaaliset ratkaisut juuri Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkoviestinnän tarpeisiin.



## 4 PELASTUSLAITOKSEN VERKKOVIESTINNÄN NYKYTILA JA TULEVAISUUDEN TAVOITTEET

Varsinais-Suomen pelastuslaitos on yksi Suomen 22 alueellisesta pelastuslaitoksesta ja se vastaa pelastustoiminnasta yhteensä 28 kunnan alueella. Ympäri vuorokautisessa valmiudessa on kymmenen paloasemaa ja kahdeksan tunnin valmiudessa kolme asemaa. Alueella toimii myös 67 sopimuspalokuntaa. Toiminta-alue ulottuu Udestakaupungista Saloon ja Loimaalta Turun saaristoon. Pinta-alaa on reilut 20 000 neliökilometriä, jossa oman haasteensa luo alueen 22 000 saarta. Pääasiallisen tehtävänsä, pelastustoiminnan, lisäksi pelastuslaitos tarjoaa muita palveluita, kuten ensihoitoa ja sairaankuljetusta, tarkastus- ja varautumispalveluja, turvallisuuskoulutusta sekä turvallisuusviestintää. Vuonna 2012 Varsinais-Suomen pelastuslaitos suoritti noin 8 200 pelastustoiminnan tehtävää sekä lähes 40 000 ensihoidon tehtävää. Varsinais-Suomen pelastuslaitos on määritellyt tuottavansa pelastustoiminta-, turvallisuus- ja ensihoitopalvelut Varsinais-Suomessa ammattitaitoisesti, tasapuolisesti ja nopeasti kaikkina vuorokauden aikoina. (Varsinais-Suomen pelastuslaitos 2014.) Toiminta-alue on kaksikielinen, joka tuo lisämausteensa toimintaan kaikilla laitoksen osaluilla, myös viestinnässä.

Organisatorisesti Varsinais-Suomen pelastuslaitos jakaantuu kolmeen palvelualueeseen: operatiiviseen, riskienhallintaan ja tukipalveluihin. Pelastuspäälliköiden johtamat palvelualueet jakaantuvat edelleen palveluyksiköihin; operatiivinen palvelualue koostuu pelastustoiminnan ja ensihoidon palveluyksiköstä, riskienhallinnan palvelualue valvonnan ja varautumisen palveluyksiköstä ja tukipalvelut jakaantuu hallinnon ja henkilöstön, teknisen, kehittämisen, talouden sekä koulutuksen ja viestinnän palveluyksikköön (ks. kuva 1). Pelastustoimen ylin päätösvalta Varsinais-Suomessa on viisitoistajäsenisellä aluepelastuslautakunnalla, joka kuuluu hallinnollisesti Turun kaupungin alaisuuteen tehden Turusta Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen isäntäkunnan. (Varsinais-Suomen pelastuslaitos 2014.)



Kuva 1. Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen organisaatiokaavio.

Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen jokapäiväinen viestintä on jakautunut organisaatioviestintään, turvallisuusviestintään ja onnettomuustilanteen aikaiseen tiedottamiseen. Tässä opinnäytetyössä käsitellään ainoastaan kahta ensimmäistä: turvallisuusviestintää ja organisaatioviestintää, sillä ne kuuluvat pelastuslaitoksen koulutus- ja viestintäpalveluiden vastualueeseen. Onnettomuustilanteen aikainen tiedottaminen on eriytetty selkeästi näistä kahdesta viestinnän alueesta ja siitä vastaa pääsääntöisesti operatiivinen palvelualue.

Turvallisuusviestintä ja organisaatioviestintä on jaettu pelastuslaitoksen viestintästrategiassa edelleen ulkoiseen ja sidosryhmäviestintään, minkä lisäksi organisaatioviestintään kuuluu luonnollisesti tärkeänä osana työyhteisöviestintä. Pe-

lastuslaitoksen kuten muidenkin organisaation viestintästrategia perustuu pelastuslaitoksen toimintastrategiaan ja sen määrittelemiin arvoihin, eli ammattitaitoon, tasapuolisuuteen ja nopeuteen. Viestintästrategiassa määrittyvät viestinnän päämäärät ja tavoitteet sekä mitä toimenpiteitä ja miksi ne vaativat. Strategiaan on määritelty myös, kuka on vastuussa toimenpiteistä. (Simola 2012.) Viestinnän suunnitelmallinen toteuttaminen pelastuslaitoksella on vielä nuorta, sillä ensimmäinen viestintästrategia hyväksyttiin johtoryhmässä 15.8.2012. Viestintästrategiaa jalkauttavaa viestintäsuunnitelmaa pelastuslaitokselle ei ole ennen tätä opinnäytetyöprojektia laadittu. Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen ensimmäinen viestintäsuunnitelma on muodostunut vuoden 2013 aikana tämän opinnäytetyön sivutuotteena ja se hyväksyttiin johtoryhmän kokouksessa 19.12.2013.

#### **4.1 Verkkoviestintä osaksi pelastuslaitoksen viestintäsuunnitelmaa**

Toukokuussa 2012 Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella toteutettiin sisäisen viestinnän kysely. Kyselyyn osallistui yhteensä 125 työntekijää riskienhallinnan, tukipalveluiden ja operatiiviselta palvelualueilta. Tuloksista kehityskohteiksi sähköisen viestinnän osalta nousivat mm. intranet, verkkosivut sekä sosiaalinen media. Viestintään kaivattiin lisää avoimuutta ja tiedon saannin toivottiin olevan helpompaa sekä intranetissä että verkkosivuilla (Leino 2012, 2). Nyt nuo kolme kyselyssä esille tullutta viestintäkanavaa on nostettu kehityskohteiksi. Verkkoviestinnän ja sosiaalisen median kehittäminen valittiin työyhteisöviestinnän kehittämisen ohella tämän opinnäytetyön pohjalta tehdyssä viestintäsuunnitelmassa vuoden 2014 viestinnän painopisteiksi.

Viestintäsuunnitelman on tarkoitus ohjata viestinnän toteutusta pitkäjänteisesti strategisia linjauksia seuraten. Tämä on erityisen tärkeää silloin, kun vastuu viestinnästä on yhden tai harvojen avainhenkilöiden harteilla. Tästä syystä ongelmia voi syntyä silloin, kun kohdataan ennakoimattomia tilanteita tai kun avainhenkilöt ovat tilapäisesti poissa tai lähtevät kokonaan pois (Juholin 2013, 141). Myös Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella on otettu tämä huomioon

mahdollisuuksien mukaan ja viestinnän tehtäviä on hajautettu myös viestinnän päävastuuta kantavan tiedottajan ulkopuolelle. Kyky toteuttaa viestinnän toimenpiteitä tulee olla mahdollisimman monella henkilöllä ja vastuuhenkilölle määriteltynä myös varahenkilö.

Elisa Juholin (2013, 143) purkaa viestinnän suunnittelua seuraaviin osaluueisiin:

- Päivittäisviestinnän linjaukset
- Toistuvat, velvoittavat tai tiedossa olevat tehtävät
- Yksittäiset toimenpiteet, projektit, kampanjat, muut operaatiot, jotka toteuttavat strategiaa
- Ohjeet, politiikat, prosessikuvaukset

Nämä edellä mainitut osat on sisällytetty myös Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen viestintäsuunnitelmaan, pois lukien ohjeet, politiikat ja prosessikuvaukset. Ohjeita kerätään parasta aikaa yhteen ja ne tullaan liittämään seuraavien vuosien viestintäsuunnitelmiin. Viestintäsuunnitelma on toteutettu taulukkomallilla, johon on määritelty kaikki ennalta tiedossa olevat tai toistuvat viestinnän tehtävät. Toteutus on analysoitu jakamalla kaavio viestinnän asioihin, kohde-ryhmään, säännöllisyyteen, keinoihin ja foorumeihin sekä vastuuseen (Juholin 2013, 145). Lisäksi suunnitelman toteutumista seurataan värikoodein vihreä – toteutunut, keltainen – kesken, punainen – aloittamatta. Tärkeä osa viestintäsuunnitelmaa on myös viestinnän kehittäminen ja viestinnän onnistumisen seuraaminen, joita toteutetaan vuosittain.

#### **4.2 Verkkosivut – käyntikorttina suurelle yleisölle**

Pelastuslaitoksen verkkosivuja [www.vspelastus.fi](http://www.vspelastus.fi) sekä ”oikeus ja turvallisuus”-osiota Turun kaupungin verkkosivuilla [www.turku.fi](http://www.turku.fi) (ks. kuva 2) hallinnoidaan Net Community -sisällöntuotantojärjestelmän avulla, jota käyttävät lähes kaikki Turun kaupungin toimialat. Varsinais-Suomen pelastuslaitos on laskettu vuoden 2013 alusta Turun kaupungin organisaatorakenteessa konsernin yhtiöihin ja

yhteisöihin, kun se vielä aikaisemmin oli oma toimialansa. Tämä on aiheuttanut muutamia muutoksia etenkin pelastuslaitoksen intranet-sivujen puolella.

**TURKU**

Tarkennettu haku   [Yhteystietohaku](#)

på svenska | in English Tilaa turku.fi Tekstin koko:

- Asuminen ja rakentaminen
- Kartat, kadut ja liikenne
- Kasvatus ja opetus
- Kaupunkisuunnittelu ja ympäristö
- Kirjastot ja arkistot
- Kulttuuri
- Liikunta ja ulkoilu
- Matkailu
- Nuorten palvelut
- Oikeus ja turvallisuus
- Perhe- ja sosiaalipalvelut
- Päätöksenteko ja talous
- Tapahtumat ja vapaa-aika
- Terveys
- Turku info
- Työ ja elinkeinot
- Yhteystiedot ja toimialat

• Osallistu ja vaikuta

- Palveluhakemisto
- Palaute ja asiointi
- Avoimet työpaikat
- Maahanmuuttajat

© Turun kaupunki  
PL 355, 20101 TURKU  
vaihe (02) 330 000  
turun\_kaupunki@turku.fi  
etunimi.sukunimi@turku.fi  
**Neuvontapalvelujen yhteystietoja**

**TURKU • ÅBO**  
Eurooppalainen kulttuurikaupunki

Verkkopalvelun opaste | Sivukartta | Palaute ja asiointi | Tulosta sivu | Media | Tekstiversio

Kirjastoon pääsee jatkossa joka arkipäivä!  
**Vasaramäen omatoiminen kirjastopalvelu otetaan käyttöön**  
Alkuvuodesta uudistuneena avautunut Vasaramäen kirjasto otti 5.3. käyttöön omatoimiset kirjastopalvelut. Kirjastoa pääsee käyttämään nykyisten kahden päivän sijasta viitenä päivänä viikossa, maanantaista perjantaihin klo 9–19.

Ilmoittautuminen kilpailuun 31.3. mennessä  
**Turun Fliikkaa ja Poikkaa etsitään jälleen**  
Ilmoita itsesi, kaverisi tai vaikka harrasteohjaaja mukaan kisaan maaliskuun loppuun mennessä. Kisa on tarkoitettu 16–24-vuotiaille turkulaisille reippaille ja avoimille nuorille.

Lähetys suorana verkossa  
**Turun kaupunginvaltuuston käsittelyyn tulevia asioita**  
**10.3.2014**  
Turun kaupunginvaltuusto kokoontuu seuraavan kerran maanantaina 10.3.2014 klo 18.00.

"Otan sinusta inspiraatiota omaan elämäni"  
**Pekka Hyysalo vastaanotti liikuntarannekkeen hymy huulilla**  
Vuoden turkulaiseksi valitulle Pekka Hyysalolle luovutettiin keskiviikkona 5.3. liikuntaranneke, jolla hän voi käyttää Turun kaupungin ylläpitämiä kuntosaleja ja uimalaitoksia maksutta vuoden ajan.

**Ajankohtaista, lue lisää...**

- » Abit jatkavat kirjoitusrakkaansa (10.3.2014)
- » Hae syksyllä alkavaan koululaisten itäpäivätoimintaan maaliskuussa (9.3.2014)
- » Sweetie Pie on AmisTALENTTI 2014 (7.3.2014)
- » Tanskan suurlähettiläs vierailulla Turussa (5.3.2014)

**Busit ja aikataulut**

**ASKI**  
Vaski-verkkokirjasto

**Turun Seudun Karttapalvelu**

**TURKU.FI/PAIKALLA**  
Palautepalvelu

**www.turkukalenteri.fi**  
Turun tapahtumakalenteri

**Kuntajakoselvitys 2014**  
Kuntajakoselvitys

Kuva 2. Turun kaupungin verkkosivujen etusivu osoitteessa www.turku.fi (Turku 2014).

Pelastuslaitoksen verkkosivut eroavat ulkonäöllisesti huomattavasti kaupungin yleisestä verkkoilmeestä ollen niin sanottu brändisivusto (ks. kuva 3). Verkkosivuilla julkaistaan tietoa Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen toiminnasta, turvallisuusohjeita, palvelukuvauksia, oppaita, lomakkeita sekä yhteystietoja. Lisäksi sivustoille päivitetään uutiskeskkiötä, jossa julkaistaan puffeja tai toimitettuja artikkeleita erilaisista tapahtumista, uutisista ja turvallisuusviesteistä.

The screenshot shows the website of Varsinais-Suomen Pelastuslaitos. At the top, there is a search bar with the text "Tarkennettu haku. Yhteystietohaku" and a "Hae" button. Below the search bar, there are navigation links for "in English" and "på svenska", and a language selection tool. The main content area features several news articles with images and headlines. The first article is titled "112-päivän vilkas päätapahtuma vietettiin Turussa" and discusses a safety event. The second article is "Jääkiekon Viranomaisturnauksen voitto meni Keski-Suomeen" and reports on a curling tournament. The third article is "Vapaaehtoispalokuntien pelastustoiminnan kehittämistyöryhmän tilannekatsaus" and provides an update on a volunteer fire department working group. The fourth article is "Pelastuslaitoksen tehtävämäärissä hienoista kasvua vuonna 2013" and reports on an increase in rescue tasks. On the right side, there is a prominent red box with the text "Valtakunnallinen hätänumero 112" and a "Kuuma kamaa" blog section. At the bottom, there is a "Turvaopas" section with a "Click to read" button. The footer contains links for "Verkkopalvelun opaste", "Sivukartta", "Palaute ja asiointi", "Tulosta sivu", "Media", and "Tekstiversio".

Kuva 3. Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkosivut eroavat ulkoasultaan Turun kaupungin vastaavasta (Varsinais-Suomen pelastuslaitos 2014).

Ennen vuotta 2013 verkkosivuilla on julkaistu pääasiassa tekstiä sekä satunnaisesti kuvia. Kuvien käyttö verkkosivuilla on ollut vähäistä ja niiden laatu tai asettelu sivulla ei ole ollut aina kaupungin ohjeiden mukaista. Nykyisen sisällöntuotantoyhteisön, verkkotiimin, kanssa on kuitenkin sovittu, että ohjeita sekä sisällöntuotannon yhdenmukaistamista noudatetaan ja verkkosivujen visuaalista ilmettä piristetään käyttämällä runsaasti oikeankokoisia kuvia. Lisäksi verkkosivujen uutiskeskistöön on pyrkimys julkaista uusi juttu viikoittain. Juttu voi olla toimitettu juttu, puffi tulevasta tapahtumasta tai kampanjasta, turvallisuusviesti tai esimerkiksi SPEK:iltä eli Suomen Pelastusalan Keskusjärjestöltä lainattu juttu.

### 4.3 Kohti modernimpaa yhteisöviestintää

Verkkosivujen lisäksi Turun kaupungin intranet-sivuja, Netkua, hallinnoidaan NC-järjestelmän kautta. Kun Varsinais-Suomen pelastuslaitos luettiin vielä omaksi toimialakseen, Turun kaupunki tarjosi pelastuslaitokselle oman intranet-osionsa. Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen intranet yhdistettiin kuitenkin toukokuussa 2013 Turun kaupungin konsernin muiden yritysten ja yhteisöjen sisällön kanssa, mikä toi muutoksia intranetin käyttöön. Kaupunkikonsernin yhtiöihin ja yhteisöihin kuuluu pelastuslaitoksen ohella esimerkiksi Turku Energia, Turun Satama Oy sekä Vesiliikelaitos. Intranetin etusivu on nyt kaikille kaupunkikonsernin yrityksille ja yhteisöille yhteinen, mutta halukkaat osapuolet jatkoivat oman yhteisönsä sisäisen intranet-sivun hallinnointia. Pelastuslaitoksen intranet-sivusto on nimeltään Hiekkalaatikko ja se on salattu muilta kaupungin työntekijöiltä. Valokuvia pelastuslaitoksen intranetissä ei ole aikaisemmin käytetty juuri lainkaan, edes uutiskeskion nostoissa, mikä on Turun kaupungin verkkoviestinnän ohjeiden suositusten vastaista.

Sisäisen viestinnän foorumeina toimivat intranetin lisäksi edelleen esimerkiksi sähköposti ja laitoksen viralliset ilmoitustaulut, joita on sijoitettu jokaiselle paloasemalle. Sisäisiä tiedotteita lähtee pelastuslaitoksella joka päivä lukemattomia. Suuri osa tiedotteista on kuitenkin sellaisia, jotka koskevat vain pientä osaa henkilöstöstä. Tätä varten Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen Microsoft Outlook -sähköpostiohjelmassa on olemassa vastaanottajaryhmät, joilla tiedotteita voidaan kohdentaa. Sähköpostin lähettelyä pyritään silti edelleen vähentämään ja koko henkilökuntaa koskevaa informaatiota kohdentaa pelastuslaitoksen intranet-sivuille.

Ekstranet-sivustoa Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella ei ole tällä hetkellä. Sidos- ja kohderyhmiä, joiden kanssa viestiessä ekstranettiä voisi hyödyntää, on kuitenkin useita. Varsinais-Suomen 67 sopimuspalokuntaa sekä riskienhallinnan kohderyhmät – kunnat, yritykset, laitokset, taloyhtiöt ja yhdistykset – luovat laajan kohderyhmän, jolle ei ole omaa räätälöityä viestintäkanavaa. Ekst-

ranetin käytössä on huomioitava samat seikat kuin työyhteisöviestinnässä: ekstranetin käyttäjiä ei tule hukuttaa epärelevanttiin informaatiotulvaan.

Ekstranet ei saa olla laajennettu julkisen sivuston dokumenttivarasto, vaan sen tulee tarjota käyttäjälle lisäarvoa...Parhaimmillaan ekstranet tuntuu omalta, käyttäjän tarpeisiin räätälöidyltä ja hyvinkin henkilökohtaiselta informaatioympäristöltä. (Juholin 2013, 326.)

#### **4.4 Vuorovaikutteisuutta viestintään sosiaalisessa mediassa**

Varsinais-Suomen pelastuslaitos on ollut mukana valtakunnallisessa pelastuslaitosten Some-hankkeessa vuodesta 2012 lähtien. Osallistuminen edistää pelastustoimen arvojen ja toiminnan tavoitteiden, erityisesti avoimuuden ja osallistumisen, toteutumista. Lisäksi sillä tuetaan pelastuslaitosten onnettomuuksien ehkäisytehtävää: ohjausta, valistusta ja neuvontaa, mikä on määritelty myös Pelastuslain pykälän 27 kohdissa 1-3 (Pelastuslaki 2011). Käytännössä tämä tarkoittaa turvallisuusviestinnän ensisijaisuutta sosiaalisen median julkaisuissa. Valtakunnalliseen pelastuslaitosten Some-hankkeeseen on määritelty osallistumisen ehdot, joita myös Varsinais-Suomen pelastuslaitos on sitoutunut noudattamaan.

- Pelastustoimen sosiaalisen median palvelut täyttävät pelastuslain, pelastustoimen strategian, sisäasiainministeriön sosiaalisen median ohjeistuksen (Sisäasiainministeriön viestintäkäytännöt ja -linjaukset) sekä pelastustoimen tietoturvapoliitikkalle asettamat vaatimukset.
- Pelastustoimen sosiaalisen median palvelujen tuottamista ohjaavat pelastustoimen arvot ja eettiset periaatteet.
- Pelastustoimen edustajat sosiaalisessa mediassa toimivat tehtävässään virkavastuulla.
- Pelastustoimen toiminnassa sovelletaan valtiovarainministeriön Sosiaalisen median tietoturvaohjetta (VAHTI 4/2010).
- Palveluja tarjotaan suomeksi sekä tarvittaessa ruotsiksi.
- Sosiaalisen median palvelut eivät koskaan ole virallisia asiointikanavia.



- Toiminta on kaikilla tasoilla avointa ja rehellistä.

(Leinonen 2011)

Vuoden 2012 lopussa, 19. tammikuuta, Varsinais-Suomen pelastuslaitos otti käyttöönsä Facebook-sivuston turvallisuusviestinnässään. Seuraavan vuoden maaliskuun 28. päivä julkaistiin puolestaan ensimmäinen pelastuslaitoksen video omalla Youtube-tilillä. Sosiaalisen median käytössä on aktivoitunut tämän opinnäytetyön tekoprosessin aikana ja seurannan mukaan esimerkiksi Facebookissa tykkääjät ovat lisääntyneet viisinkertaiseksi. Havainnointini mukaan seuratuimpia julkaisuja ovat olleet kuvalliset eläin- ja lapsiaiheiset julkaisut. Kuvallisia julkaisuja suositaan jatkossakin Facebookin valikoidessa ja suosiossa uutisvirtaan yhä enemmän visuaalista materiaalia (Valtari 2014). Pelastuslaitoksen harkitsee myös maksetun näkyvyyden ostamista Facebookissa, sillä tutkimukset osoittavat Facebook-sivujen luonnollisen eli ilmaisen kattavuuden pienentyneen jopa 40 prosenttia (Lafferty 2013). Tätä kehitystä silmälläpitäen Varsinais-Suomen pelastuslaitos on aktivoitunut myös muualla sosiaalisessa mediassa. Vuoden 2014 viestintäsuunnitelman mukaisesti pelastuslaitos avasi turvallisuusviestinnän tehostamiseksi Twitter-tilin vuoden 2014 alussa ja saman vuoden alussa aloitettiin myös WordPress-alustainen blogi, jota kirjoittavat pelastuslaitoksen työntekijät oto-viestintänä. Pelastuslaitoksen someryhmän kokouksissa on tultu siihen tulokseen, että tulevaisuudessa sosiaalisessa mediassa halutaan panostaa entistä enemmän nopeuteen sekä kansalaisten kannustamiseen keskustelemaan, vuorovaikutteiseen viestintään. Tämä mahdollistuu kouluttamalla yhä useampia henkilöitä aktiivisiksi ja osaaviksi sosiaalisen median toimijoiksi.

#### **4.5 Lain määräämää viranomaisen viestinnästä**

Viranomaisten viestintä noudattaa perustuslain pykälässä 12 kirjattua julkisuusperiaatetta, mikä tarkoittaa viranomaisten asiakirjojen olevan julkisia, ellei laissa erikseen säädetä toisin (Suomen perustuslaki 1999). Julkisuusperiaatetta määrittellään tarkemmin laissa viranomaisten toiminnan julkisuudesta eli julkisuus-

laissa. Laki sisältää säännökset viranomaisen asiakirjan julkisuuden määräytymisestä, asiakirjan antamisessa noudatettavasta menettelystä, vaitiolovelvollisuudesta sekä viranomaisen velvollisuudesta edistää tiedonsaantia ja hyvää tiedonhallintatapaa (Parviainen 2011, 178).

Tässä laissa säädettyjen tiedonsaantioikeuksien ja viranomaisten velvollisuuksien tarkoituksena on toteuttaa avoimuutta ja hyvää tiedonhallintatapaa viranomaisten toiminnassa sekä antaa yksilöille ja yhteisöille mahdollisuus valvoa julkisen vallan ja julkisten varojen käyttöä, muodostaa vapaasti mielipiteensä sekä vaikuttaa julkisen vallan käyttöön ja valvoa oikeuksiaan ja etujaan (Laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta 1999).

Myös useissa erityislaeissa on säädetty viranomaisasiakirjojen julkisuudesta ja salassapitovelvollisuudesta. ”Pelastustoimea koskevia säännöksiä on julkisuuslain lisäksi ainakin pelastuslaissa 379/2011, hätäkeskuslaissa 692/2010, potilaslaissa, terveydenhuoltolaissa 1326/2010 ja henkilötietolaissa” (Parviainen 2011, 178). Varsinais-Suomen pelastuslaitos noudattaa myös hallintolakia 434/2003, lakia sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa 13/2003, kielilakia 423/2003 ja valmiuslakia 1552/2011 (Simola 2012, 6). Ei kuitenkaan riitä, että pelastusviranomainen toteuttaa velvollisuuttaan luovuttaa julkisia asiakirjoja pyydettyä. Pelastusviranomaisen tulee myös tiedottaa aktiivisesti pelastustoimen kuntalaisia koskevista asioista, kuten vireillä olevista hankkeista ja päätöksistä. Lisäksi onnettomuustiedottaminen ja poikkeusolosuhdeviestintä ovat pelastusviranomaisen vastuulla.

Julkisuus/salassapito on kokonaisuudessaan vaativa ja vastuullinen tehtäväalue. Mikäli julkisista asioista ei anna tietoja, on se rangaistava teko, ja mikäli salassa pidettäväksi määrätyistä asioista antaa tietoja, on se rangaistava teko. (Parviainen 2011, 180.)

Viranomaisen salassapitovelvoite on määritelty muun muassa julkisuuslakiin ja se sisältää kolme erilaista velvollisuutta: asiakirjasalaisuuden säilyttämisvelvollisuuden, vaitiolovelvollisuuden ja velvollisuuden olla käyttämättä hyväksi salassa pidettävää tietoa (Parviainen 2011, 181). Myös työsopimuslaki sisältää säännöksiä salassapitovelvoitteesta työntekijälle. Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkoviestinnässä huomioidaan tämä lisäämättä edellä mainitun salassapitovelvoitteen piiriin kuuluvaa informaatiota edes pelastuslaitoksen intranettiin, vaikka sivusto onkin salattu Turun kaupungin muilta työntekijöiltä sekä suurelta

yleisöltä. ”Sivullisia ovat etenkin yksityiset, mutta myös toiset viranomaiset” (Mäenpää 2011, 320).

## 5 OTO-VIESTINTÄ PELASTUSLAITOKSEN VERKKOVIESTINTÄTIIMEISSÄ

Pelastuslaitoksen viestintästrategian mukaan vastuu pelastuslaitoksen verkkosivujen [www.vspelastus.fi](http://www.vspelastus.fi) ja Netku-intranetin sisällöntuotannosta ja päivittämisestä on pelastuslaitoksen verkkotiimillä (Simola 2012, 11). Uusi verkkotiimi perustettiin maaliskuussa 2013 ja siihen kuuluu viisitoista jäsentä varajäsenet mukaan lukien. Pelastuslaitoksen tiedottajana olen toiminut verkkotiimin vetäjänä ja sivustojen päätoimittajana tätä opinnäytetyötä tehdessäni. Vuoden 2012 lopussa pelastuslaitokselle perustettiin some-ryhmä, jokaideoi, ylläpitää sekä tuottaa sisältöä Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen sosiaalisen median kanaviin.

### 5.1 Verkkotiimin seurantakysely ja havaitut haasteet

Keväällä 2013 verkkotiimi sopi kokoontuvansa kevään aikana kerran kuukaudessa, jotta toiminta saataisiin käynnistettyä dynaamisesti. Tavoite toteutui ja tämän lisäksi verkkotiimi kokoontui kerran myös syyskaudella 2013. Jatkossa verkkotiimi kokoontuu neljännesvuosittain, minkä lisäksi järjestetään tapaamisia pienemmällä osanottajamäärällä tarpeen vaatiessa.

Verkkotiimissä on yksi tai useampi edustaja pelastuslaitoksen jokaiselta palvelualueelta (ks. kuva 1). Verkkotiimin kuvaukseen määriteltiin, että jokainen verkkotiimin jäsen vastaa oman palveluyksikkönsä tai vastualueensa osioiden sisällöntuotannosta ja päivittämisestä. Tätä kuvausta päivitettiin hieman keväällä 2014 keskittäen NC-sisällöntuotantojärjestelmän käyttöä suppeammalle henkilömäärälle. Kaikkien verkkotiimin jäsenten tehtäviin kuuluu kuitenkin seurata pelastuslaitoksen verkkosivuilla ja intranetissä olevien tietojen ajantasaisuutta ja riittävyttä. Jäsenet tuottavat tarvittaessa lisää materiaalia omalta ammattialueeltaan ja delegoivat tehtäviä myös omille alaisilleen ja kollegoilleen. Verkkotiimin jäsenillä on kuitenkin velvollisuus tarkistaa julkaistavat dokumentit ja niiden oikeellisuus. Tiedottaja tarkistaa tarvittaessa kieliasua ja kuvien sekä muun ma-

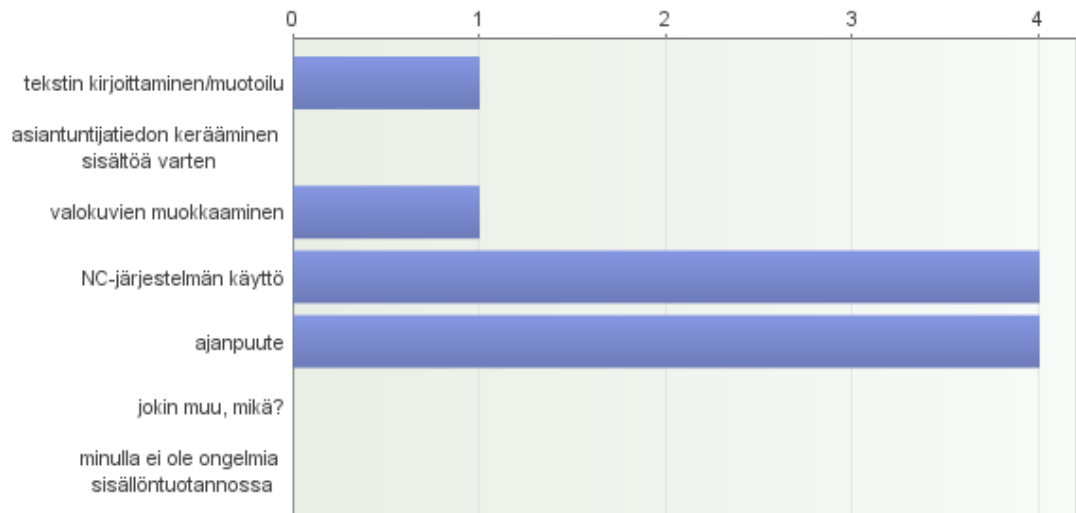
teriaalin julkaisukelpoisuutta. Tiedottaja on verkkotiimin päätoimittaja, joka vastaa verkkosivujen ja intranetin rakenteellisista muutoksista käytännössä.

Osana tätä opinnäytetyötä tehtiin seurantakysely verkkoviestinnän hajauttamisen onnistumisesta vuoden 2013 aikana. Kysely toteutettiin anonyymina webropol-kyselynä eli lomakehaastatteluna, joka lähetettiin kaikille verkkotiimin jäsenille itseni pois lukien. Kysely toteutettiin 18.12.2013-15.1.2014. Kysely koostui monivalintakysymyksistä sekä avoimista vastauskentistä. Kyselyyn vastasi seitsemän eli puolet verkkotiimin neljästätoista jäsenestä. (ks. Liite 1)

Havaintojen mukaan verkkotiimin jäsenten haasteena on, etteivät he ole viestintäalan ammattilaisia. Suuri vahvuus puolestaan on, että he ovat oman alansa tai erikoisosaamisensa ammattilaisia. Näistä ominaisuuksista johtuen haasteena on ja tulee olemaan, miten asiantunteva sisältö saadaan muotoiltua viestinnällisesti mielekkääseen muotoon. Pelastuslaitoksella on totuttu kirjoittamaan raportteja ja viranomaiskieltä. Verkkokirjoittaminen ja -viestintä ovat vieraita ja verkkoilmaisun monia mahdollisuuksia ei ole otettu käyttöön verkkosivuilla tai intranetissä. Elisa Juholin painottaa koulutuksen merkitystä ja näkee siinä suurta potentiaalia: ”Monesta oto-tiedottajasta on kasvanut täysverinen ammattilainen työssä oppimisen ja työn ohessa kouluttautumisen myötä” (Juholin 2013, 168). Osana pelastuslaitoksen verkkoviestinnän kehittämishanketta verkkotiimin jäsenillä pidettiin opetustilaisuus verkkokirjoittamisesta sekä verkkosivujen ja internetin yhteisistä pelisäännöistä 11.4.2013. Opetustilaisuudessa selvitettiin, millaisia millaista on hyvä verkkoviestintä ja mitä tapoja puolestaan kannattaa välttää.

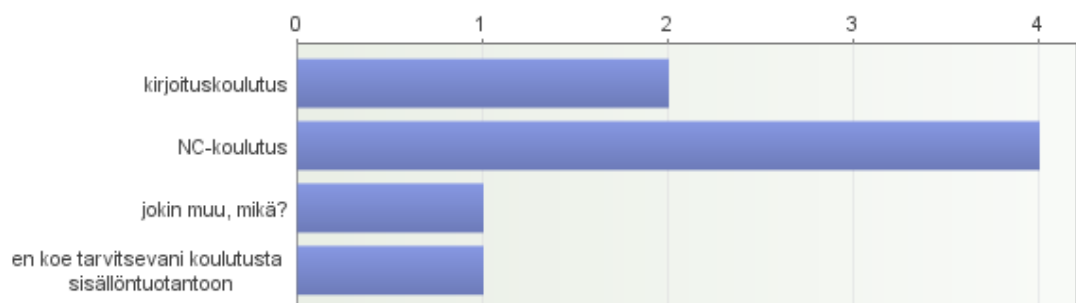
Toisen haasteen verkkotiimille luo verkkosivuilla ja intranetissä käytettävä julkaisujärjestelmä. Verkkotiimiläisille tilattiin Net Community-järjestelmän koulustilaisuus Turun kaupungilta 25.3.2013, jossa opeteltiin sisällöntuotantojärjestelmän peruseräatteen. Opetus käsitteli muun muassa tekstin ja kuvan julkaisemista verkkosivuilla ja intranetissä, linkkien lisäämistä ja kielikäännojen tekemistä Net Community -järjestelmän delegointiominaisuutta käyttäen. Verkkotiimin seurantakyselyssä selvitettiin, millaisiksi verkkotiimin jäsenet kokivat edellytyksensä sujuvaan sisällöntuotantoon verkkosivuille ja intranetiin kahdeksan

kuukauden päästä sisällöntuotanto- ja julkaisutekniikkakoulutuksen jälkeen. Seurantakyselyn vastausten mukaan neljä seitsemästä vastanneista kokee yhä julkaisujärjestelmän käytön ongelmaksi, mutta vain yksi seitsemästä koki ongelmaksi tekstin kirjoittamisen tai muotoilun (ks. kuvio 1).



Kuvio 1. Verkkotiimin jäsenten käsitys siitä, mikä muodostuu ongelmaksi sisällöntuotannossa omalla kohdalla. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. (N=7)

Kirjoituskoulutusta kuitenkin kaipasi kaksi kyselyyn vastanneista. Suurin toive koulutukselle oli, kuten oletettu, NC-koulutus (ks. kuvio 2). Muuta koulutusta kaipasi yksi henkilö, joka myös täsmensi koulutustarpeensa PhotoShopin käyttökoulutukseksi.



Kuvio 2. Verkkotiimin jäsenten arvio, millaista sisällöntuotantokoulutusta he henkilökohtaisesti kokevat tarvitsevänsä. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. (N=7)

Myös havaintojeni mukaan suurimmaksi ongelmaksi muodostuu kerran opittujen taitojen unohtaminen, koska julkaisukertojen välissä voi mennä pitkiäkin aikoja ainakin osalla verkkotiimin jäsenistä. Verkkotiimin seurantakyselyssä mitattiin, kuinka usein verkkotiimin jäsenet tuottavat uutta sisältöä tai päivittävät jo olemassa olevaa sisältöä verkkosivuille tai Netkuun. Huolestuttavasti viisi seitsemästä vastanneesta kertoi tuottavansa uutta sisältöä sivuille harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Parhaimmillaankin vastanneiden kesken uutta sisältöä tuotettiin kerran kahdessa viikossa.

Vastaukset sivuilla jo olevan materiaalin päivittämiseen olivat vain hieman paremmat. Tässäkin tapauksessa viisi seitsemästä vastanneesta kertoi päivittävänsä sivuja harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Yksi vastanneista kertoi tekevänsä päivityksiä kerran viikossa. Kyselyn vastausten sekä omien havaintojeni perusteella on perusteltua sanoa, että verkkotiimin jäsenille on järjestettävä vähintään NC-koulutusta säännöllisin väliajoin.

Pitkien sisällöntuotanto- ja päivitystaukojen seurauksena ilmaisulla verkkosivuilta ja intranetissä on vaara taantua epäjärjestelmälliseksi ja muodoltaan eroavaksi. Tämä on inhimillinen seuraus taitojen unohtuessa ja motivaation myös samalla laskiessa. Tästä syystä verkkotiimiä ei ole suunniteltu projektiluonteiseksi ryhmäksi, vaan pysyväksi elementiksi Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen viestintää.

(Oto-tiedottajien) verkostoitumisella saavutetaan monenlaisia etuja: suunnittelun koordinointi ja rikastaminen, oman tiedottaja-identiteetin vahvistaminen, tiedon ja kokemusten vaihdanta, yhteinen oppiminen, strategisen otteen vahvistaminen ja koko viestintäfunktion roolin vahvistaminen (Juholin 2013, 169).

Tällä hetkellä verkkotiimi kokoontuu vuosikvartaaleittain, mitä verkkotiimin seurantakyselyyn vastannaista 100 prosenttia piti riittävänä määränä. Verkkotiimin seurantakyselyssä haluttiin selvittää myös verkkotiimin jäsenten mielipidettä

verkkotiimin kokousten tärkeydestä. Ainoastaan yksi vastanneista ei pitänyt kokouksia hyödyllisinä. Kielteisesti vastannut jäsen perusteli kokousten hyödyttömyyden sillä, ettei hän tuota verkkosivuille ja / tai Netkuun sisältöä, vaan ainoastaan päivittää sivuja silloin tällöin.

”Kyllä”-vastanneet totesivat puolestaan verkkotiimin kokousten olevan hyödyllisiä, koska kokouksissa käydään läpi ajankohtaisia asioita, ideoidaan sekä saadaan vertaistukea, motivaatiota ja järjestelmällisyyttä toimintaan. Verkostoituminenkaan ei siis ainoastaan riitä, jos toiminta on koordinoimatonta. Elisa Juholin toteaa, että viestintäverkosto tarvitsee jonkinlaisen toimintasuunnitelman ja vetäjän pysyäkseen vireänä (Juholin 2013, 169). Tästä syystä Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen viestinnän ammattilaisuutta edustava tiedottaja on valjastettu tiimin johtoon koordinoimaan toimintaa. Koordinoinnilla ja vastuualueiden määrittelyllä pyritään myös etsimään vastaus verkkotiimin ilmaisemaan ongelmaan ajanpuutteesta (ks. kuvio 1). Koska viestintää tehdään otona, koetaan tehtävät usein ylimääräisenä ”omien hommien” lisänä. Verkkotiimin seurantakyselyn vapaan vastauskentän vastauksesta tulee esille, että tiedottajan tai viestinnänammattilaisen odotetaan tällä hetkellä vievän kaikki materiaali verkkosivuille ja intraan.

Mielestäni tiedottaja on se, joka vie sisällön Netkuun/nettiin. Liian moni on ns. sisällönkäyttäjää. Parempi menetelmä mielestäni olisi se, että mina tuotan sisällön A4:lle ja koulutettu tiedottaja vie sen Netkuun/nettiin. Muilla ei ole verkkokirjoituksen täydellistä taitoa. Omat työtehtävät ovat kuitenkin etusijalla ja aikaa ei ole. (Verkkotiimin seurantakysely, kysymys 7.)

Tämä olisi mahdollista keskitetyssä viestinnässä, mutta Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella resursseja ei tähän tällä hetkellä ole ja viestinnän tehtäviä on ollut pakko hajauttaa eri yksiköiden harteille. Kaiken kaikkiaan verkkotiimin seurantakyselyyn vastanneista viisi seitsemästä oli tyytyväinen rooliinsa verkkotiimin jäsenenä.

Kaiken kaikkiaan verkkotiimin seurantakyselystä voidaan tehdä useita johtopäätöksiä. Oto-viestintä tuo haasteita ajanpuutteen ja ammattitaidon rajallisuuden muodoissa, joista jälkimmäistä voidaan lähteä parantamaan säännöllisellä koulutuksella sekä selkeämmällä ohjeistuksella. Lisäksi esimiesten on annettava



viestinnän tehtäviin rittävästi aikaa. On tärkeää, että viestintä sisäistetään työhön loogisesti kuuluvaksi ja se koetaan myös miellyttäväksi. Vaikka suurin osa kyselyyn vastanneista ilmaisee olevansa tyytyväinen tehtäväänsä verkkotiimisissä, osoittaa kysely myös sen, ettei NC-järjestelmän käyttöön ole kuitenkaan usein aikaa tai tarvetta. Aktiivisuudesta kertoo mahdollisesti myös kyselyn vastausprosentti. Näistä syystä sisällöntuotantojärjestelmän käyttö on syytä supistaa pienempään määrään ihmisiä, joille kaikki verkkotiimin jäsenet tuottavat julkaistavaa sisältöä. Verkkotiimin kokoukset ovat osoittautuneet pidetyiksi tilaisuuksiksi, joissa on tarjolla motivointia, ohjeita ja vertaistukea, joten niiden järjestämistä on syytä jatkaa edelleen vuosikvartaaleittain.

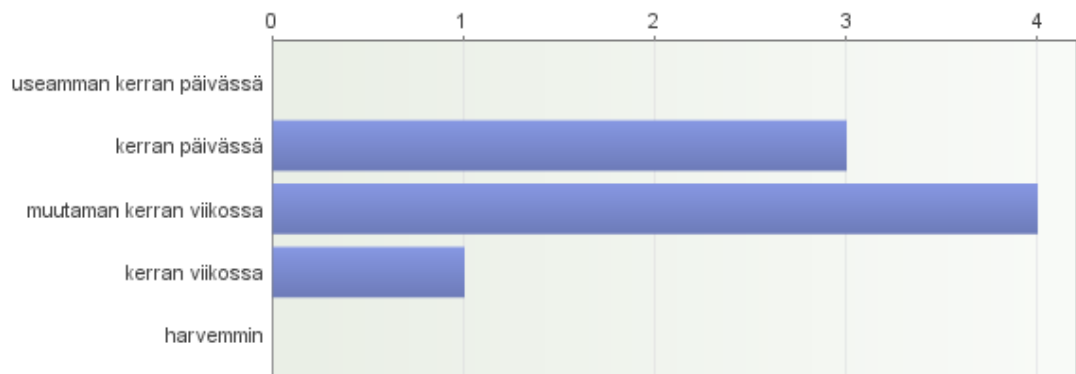
## **5.2 Someryhmän seurantakysely ja havaitut haasteet**

Kuten verkkotiimiinkin, Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen someryhmään kuuluu työntekijöitä pelastuslaitoksen eri palvelualueilta ja -yksiköistä (ks. kuva 1). Someryhmän tavoitteena on ideoida ja myös toteuttaa julkaisuja sosiaalisen median kanaviin. Tällä hetkellä tiimin työskentely on keskittynyt Facebookiin ja vuonna 2014 tiimin on määrä kokoontua kvartaaleittain. Someryhmän odotetaan nopeuttavan pelastuslaitoksen reagoitua sosiaalisessa mediassa ja asiantuntijoiden antavan täsmävastauksia esitettyihin kysymyksiin. Tällä hetkellä vuorovaikutteisuus pelastuslaitoksen sosiaalisen median kanavissa on vielä vähäistä, mutta keskustelevuuteen panostetaan koko ajan enemmän.

Osana tätä opinnäytetyötä tehtiin seurantakysely someryhmän toiminnan onnistumisesta vuoden 2013 aikana. Kysely toteutettiin anonyyminä Webropol-kyselynä eli lomakehaastatteluna, joka lähetettiin kaikille someryhmän jäsenille itseni pois lukien. Kysely toteutettiin 18.12.2013-15.1.2014. Kysely koostui monivalintakysymyksistä, sekä avoimista vastauskentistä. Kyselyyn vastasi kahdeksan yhdeksästä sometiimin jäsenestä, joille kysely lähetettiin.

Someryhmää perustettaessa jokaisesta palveluyksiköstä tai -alueelta etsittiin henkilöitä, joilla olisi valmiit edellytykset työnsä tai taitojensa takia toimimaan sosiaalisessa mediassa. Someryhmään kuuluu tiedottajan lisäksi yhdeksän

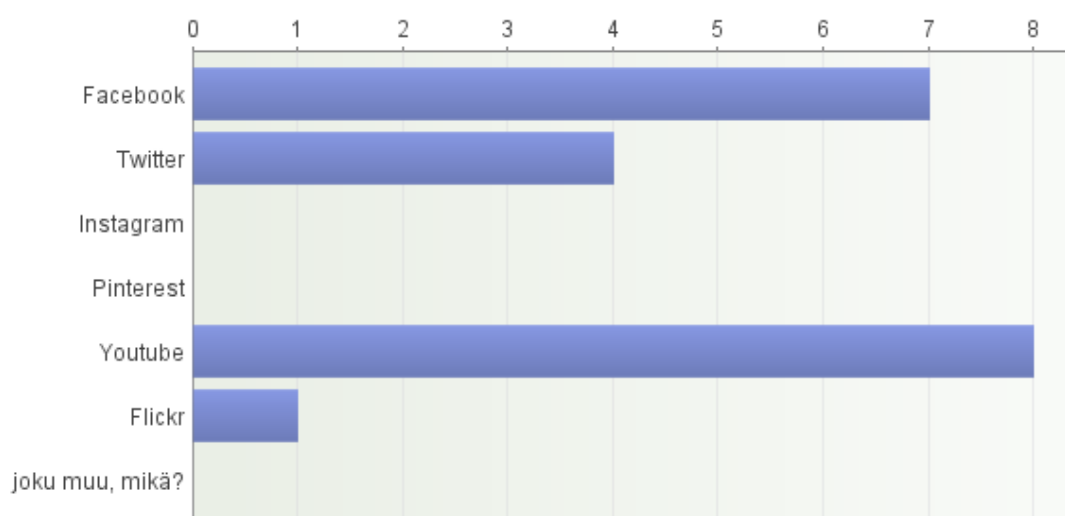
henkilöä, jotka osallistuvat kaikki someryhmän kokouksiin ja ideoivat sosiaalisen median käyttöä pelastuslaitoksella. Ryhmäläisten odotetaan myös seuraavan pelastuslaitoksen Facebook-sivua ja sinne tulevia kommentteja käyttäjiltä. Keskinäistä kommunikointia varten someryhmälle on perustettu suljettu keskusteluryhmä Facebookiin. Aktiivisuus molempien sivujen seurantaan vaihtelee. Someryhmän seurantakyselyn mukaan vain kolme kahdeksasta ryhmäläisestä kävi sivuilla päivittäin (ks. kuvio 3). Tämä on kohta, jota tulee pyrkiä parantamaan, sillä kuten aikaisemmissa luvuissa on todettu, sosiaalisessa mediassa on kyettävä reagoimaan mahdollisimman nopeasti.



Kuvio 3. Someryhmäläisten käyntitiheys pelastuslaitoksen Facebook-sivuilla tai yksityisessä Facebook-ryhmässä. (N=8)

Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella sosiaalisen median kanavien hyödyntäminen on laajentunut sitten ryhmän perustamisen. Tammikuussa 2014 pelastuslaitoksella oli käytössään Facebookin lisäksi myös Twitter- ja Youtube-tilit sekä WordPress-pohjainen blogi. Seurantakyselyssä selvitettiin myös someryhmäläisten eri kanavien tuntemusta ja käyttöä.

Kaikki kyselyyn vastanneista kertoivat käyttävänsä Youtubea vapaa-ajallaan, mutta vain puolet käytti Twitteriä (ks. kuvio 4).

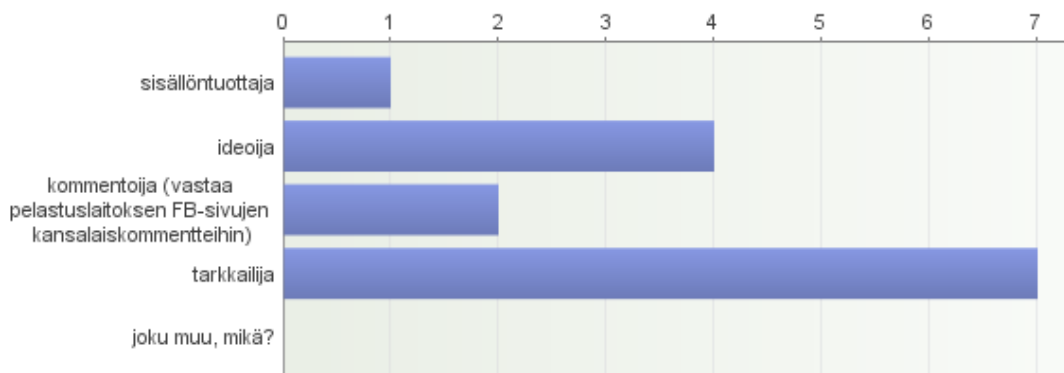


Kuvio 4. Sosiaalisen median kanavien käyttö pelastuslaitoksen someryhmässä. (N=8)

Kyselyssä selvitettiin myös someryhmäläisten käsitystä koulutustarpeestaan sosiaalisen median kanaviin ja vastausten perusteella lähes kaksi kolmasosaa vastanneista koki tarvitsevansa tukea tai lisäkoulutusta. Tuki- tai lisäkoulutustarpeensa ilmaisseita pyydettiin kyselyssä tarkentamaan, mitä tukea he kokivat tarvitsevansa sosiaalisen median käytössä. Neljä viidestä avoimeen kysymykseen vastanneesta yksilöi vastaukseksi Twitterin. Vastauksista voidaan päätellä, että Twitter-koulutusta on järjestettävä someryhmän jäsenille. Koska someryhmään valikoitiin perustamisvaiheessa sosiaaliseen mediaan jo valmiiksi suuntautuneet henkilöt, voidaan olettaa, että koulutusta on järjestettävä myös ryhmän ulkopuolisille henkilöille, mikäli heitä valjastetaan twiittaajiksi. Twitter-tilin ylläpidon hajauttaminen on välttämätöntä, sillä sosiaalisen median kanavana Twitter on luonteeltaan vieläkin reaaliaikaisempi kuin Facebook, joten ainoastaan virka-aikoina työskentelevä tiedottaja ei kykene vastaamaan kanavan tuomiin haasteisiin.

Vastaukset kysymykseen someryhmäläisten kokemuksesta omasta roolistaan ryhmässä oli hieman huolestuttava. Ainoastaan yksi vastanneista kertoi roolinsa olevan sisällöntuotannossa (kuvio 5). Tämä on huolestuttavaa siksi, että some-

ryhmän yksi tärkeimmistä tehtävistä on myös mielekkään ja koukuttavan sisällön tuottamisen hajauttaminen.



Kuvio 5. Someryhmäläisten roolit ryhmässä itse arvioituna. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. (N=8)

Kyselyn tulosten mukaan edellytykset ja kiinnostus sisällöntuotantoon olisi kuitenkin kaksinkertainen tämänhetkiseen tilanteeseen verrattuna. Myös muihin tehtäviin ryhmässä olisi tämänhetkistä tilannetta suurempi kiinnostus. Ideoinnista on kiinnostunut kolme neljäsosaa vastaajista, kun sitä tällä hetkellä tekee oman arvionsa mukaan vain puolet. Kyselyyn vastanneista pelastuslaitoksen Facebook-kommenteihin vastaa tällä hetkellä vain yksi neljästä, mutta vastausten mukaan edellytyksiä ja kiinnostusta tehtävään on lähes kahdella kolmanneksella vastanneista.

Ryhmällä ei siis puutu intoa sisällöntuotantoon, vaan someryhmän kyselyn tuloksia ja omia havaintojani silmällä pitäen ryhmäläiset tarvitsevat ainoastaan koulutusta ja lisää vertaistukea sisällöntuotannon toteutukseen. Kokoontumista kvartaalivuosittain ei pidetty ainakaan liian tiheänä aikatauluna vaan kyselyyn vastanneista neljännes piti määrää jopa liian vähäisenä. Liian vähäisenä kokousten määrää pitäneet vastasivat, että sopiva kokoontumistiheys olisi kerran kuukaudessa tai kaksitoista kertaa vuodessa. Kokousten voidaan siis katsoa olevan tärkeä osa someryhmän toimintaa. Puolet kyselyyn vastanneista pitikin someryhmän kokoontumisia hyvin tärkeinä ja puolet lähes yhtä tärkeinä.

Yhteenvedona someryhmän seurantakyselystä voidaan todeta, että näissäkin tuloksissa pätee Juholinin (2013, 169) huomio siitä, kuinka oto-tiedottajien verkostoitumisesta on etua suunnittelussa, tiedottaja-identiteetin vahvistamisessa ja yhteisessä oppimisessa ja kokemusten vaihdossa. Myös omien havaintojeni mukaan someryhmäläiset ovat mielellään ja omasta kiinnostuksestaan ryhmän toiminnassa mukana ja ovat selvästi kasvattaneet myös ammattiympäyden saavutetuista tuloksista. Havaintoja vahvistaa someryhmän seurantakyselyn avoimeen vastauskenttään kirjoitettu seuraava vastaus:

Sosiaalisessa mediassa mukana oleminen on nyky pelastuslaitoksellekin elintärkeä asia. Olen ylpeä meidän pelastuslaitoksen some-tilanteesta tällä hetkellä, mutta uusia sosiaalisen median kanavia voisi ottaa myös käyttöön. Lisäksi toiminta somessa voisi olla vieläkin aktiivisempaa. Sosiaalisen median hyötyä ns. hätä- ja onnettomuustiedottamisessa tuli lisätä. Someryhmän kokoontumisia voisi myös lisätä ja mahdollisesti vastuualueita jakaa erilaisen osaamisen ja kiinnostuksen mukaan uudelleen. (Someryhmän seurantakysely, kysymys 9.)

Jotta ryhmän jäsenet pääsevät toteuttamaan potentiaaliaan Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen sosiaalisen median sisällöntuottajina ja entistä aktiivisempina muina toimijoina, on ryhmäläisille järjestettävä kokoontumisia ja koulutuksia säännöllisin väliajoin. Lisäksi ryhmäläisille voidaan jakaa selkeämpiä vastuualueita, jotta työnjako selkenee. Mikäli tulevaisuudessa sosiaaliseen mediaan panostetaan yhä enenevässä määrin, täytyy sisällöntuotantoon valjastaa myös someryhmän ja koulutustoimiston ulkopuolisia henkilöitä. Tämä suuntaus onkin jo aloitettu, ja tammikuussa 2014 aloitettua Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen blogia kirjoittaa jo useampi pelastuslaitoksen työntekijä.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Pelastusviranomaisen toiminnan edellytyksenä on avoin ja aktiivinen viestintä kuntalaisia koskevista pelastustoimen asioista ja toisaalta ennaltaehkäisevä toiminta muun muassa turvallisuusviestinnän muodossa. Varsinais-Suomen pelastuslaitos on määritellyt olevansa valtakunnallinen suunnannäyttävä pelastusalalla ja se haluaa panostaa pelastus- ja ensihoitotoiminnan ohella myös edellä mainittuihin viestinnällisiin toimenpiteisiin. Verkkoviestinnän keinot ovat tärkeässä roolissa näitä viestinnän tehtäviä toteutettaessa ja Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella on otettu ne vuoden 2013 aikana tehokkaasti käyttöön. Tämän opinnäytetyön oheistuotteena syntyneeseen pelastuslaitoksen ensimmäiseen viestintäsuunnitelmaan verkkoviestintä ja viestintä sosiaalisessa mediassa on määritelty kahdeksi pääasialliseksi viestinnän painopisteeksi vuodelle 2014. Viestintäsuunnitelmaan on eritelty viestinnän toimenpiteitä ja viestintävastuita viestinnän selkeyttämiseksi ja toiminnan toteutumisen seuraamiseksi. Viestintäsuunnitelma auttaa rutinoimaan päivittäisiä viestinnän tehtäviä sekä myös varautumaan yllättäviin tilanteisiin, joissa vaaditaan viestinnän toimenpiteitä. Viestintäsuunnitelman avulla voidaan myös seurata helpommin viestinnän toteutumista ja kehittää viestintää edelleen.

Pelastuslaitoksen verkkoviestintä ja viestintä sosiaalisessa mediassa toteutetaan sekä päätoimisen tiedottajan että eri palveluyksiköistä koostuvien otoviestijöiden toimesta. Oto-viestijöistä muodostetut viestintätiimin verkkoviestintätiimi ja sometiimi ovat osoittautuneet hyödyllisiksi vertaistukiryhmiksi, joissa ideoidaan ja kehitetään verkkoviestintää edelleen sekä opiskellaan myös uusia viestintätaitoja ja harjoitellaan jo aikaisemmin opittuja. Havaintojen mukaan etenkin sosiaalisen median viestintätiimi on innostunut toiminnasta ja erilaisten koulutus- ja suunnittelutilaisuuksien ansiosta myös kehittynyt viestijöinä sosiaalisessa mediassa. Oto-viestijöiden suurimpina haasteina on silti edelleen ajan puute viestinnän tehtäville muiden työtehtävien ohessa sekä etenkin julkaisuteknisten taitojen unohtuminen epäsäännöllisen julkaisutahdin takia. Näistä syistä tässä työssä on tultu siihen johtopäätökseen, että viestintätiimien toimin-

nasta on syytä tehdä pysyvä käytäntö pelastuslaitoksella, jotta viestintätaitoja pystytään pitämään yllä säännöllisesti sekä myös ideoimaan yhdessä uutta. Tätä ainakaan kaikilla oto-viestijöillä ei tule tehtyä kokousten välissä. Tiimien jäsenten vastualueet on myös määritelty nyt tarkemmin ja toimintaa keskitetty tiimien sisällä siten, ettei teknistä osaamista tarvitse olla jokaisella – riittää, että jokaisella on sisällöntuotanto- ja ideointitaito hyvällä pohjalla.

Säännöllisten tiimikokousten lisäksi oto-viestijöille on syytä järjestää ylläpitäviä koulutustilaisuuksia säännöllisin väliajoin, esimerkiksi kerran kevät- ja syyskaudella, jotta jo opitut taidot eivät unohtuisi. Tällä on suora yhteys viestintämotivaatioon. Lisäksi etenkin sosiaalinen media ja mobiiliverkkoviestintä ovat yhä nopeammin kehittyviä viestinnän aloja, joiden kehitystä on pelastuslaitoksen viestijöiden syytä seurata tiiviisti pysyäkseen kehityksessä mukana. Tästä syystä myös täydentävät koulutukset ovat paikallaan aina tarpeen vaatiessa, jotta uusia tekniikoita ja toiminnallisuuksia osataan toteuttaa viestinnässä. Oto-viestijät eivät ole lähtökohtaisesti viestinnän ammattilaisia ja ainakin osalle heistä tuottaa hankaluuksia myös sisällöntuotanto eri viestintävälineisiin, esimerkiksi erityylisten tekstien kirjoittaminen tai valokuvaaminen. Siksi myös sisällöntuotantokoulutukseen on panostettava ja sisällöntuotannon pelisäännöt kirjoitettava auki tarvittaviin ohjeistuksiin. Pyörää ei onneksi tarvitse keksiä kokonaan uudestaan, sillä Turun kaupunki tarjoaa myös toimialoilleen kattavat ohjeistukset sisällöntuotantoon verkkoviestinnässä sekä sosiaalisessa mediassa.

Lopuksi, jotta oto-viestijät tuntevat työnsä mielekkääksi ja hyödylliseksi, on viestinnän ja viestintätiimien merkitys huomioitava myös esimiesten toimesta. Kun viestintätehtäville määritellään aikaa toimenkuvaan, muotoutuu viestinnässä käytännössä, mutta myös henkisesti tärkeä osa omaa työtä. Silloin viestintätehtävien ja etenkin viestintävastuiden hajauttaminen on aidosti mahdollista ja sillä on myös mahdollisuus onnistua erinomaisesti. Näin pelastuslaitoksen verkkoviestinnästä ja sosiaalisen median käytöstä saadaan mahdollisimman tehokasta, vaivatonta ja toimivaa, jotta se palvelisi käyttäjänsä mahdollisimman hyvin.

## LÄHTEET

### Kirjallisuuslähteet:

Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Aula, P.; Matikainen, J.; Villi, M. (toim.) 2008. Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Kopijyvä.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Juva: WSOY

Kananen, J. 2009. Toimintatutkimus yritysten kehittämisessä. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print

Laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta 21.5.1999/621

Leino, S. 2012. Varsinais-Suomen pelastuslaitos strategia toimeksi – kehittämishanke. Sisäisen viestinnän kysely – johtopäätökset.

Mäenpää, O. 2011. Hallintolaki ja hyvän hallinnon takeet. 4. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Parviainen, M. 2011. Pelastustoimen hallinto ja talous. 2. uudistettu painos. Pelastusopisto.

Pelastuslaki 29.3.2011/379

Salmenkivi, S. 2012. Digitaalitodellisuus – Seuraava murros on täällä. Liettua: BALTO print

Simola, E. 2012. Varsinais-Suomen Pelastuslaitoksen viestintästrategia.

Siukosaari, A. 2002. Yhteistöviesinnän opas. 2. Tarkistettu painos. Helsinki: Hakapaino.

Suomen perustuslaki 11.6.1999/731

### Verkkolähteet:

Brännare, S.; Hirvonen, A. 2013. Yle Uutiset: Suomalaiset ovat rynnineet Twitteriin – 500 000 meni jo rikki. Viitattu 2.3.2014

[http://yle.fi/uutiset/suomalaiset\\_ovat\\_rynnineet\\_twitteriin\\_-\\_500\\_000\\_meni\\_jo\\_rikki/6828038](http://yle.fi/uutiset/suomalaiset_ovat_rynnineet_twitteriin_-_500_000_meni_jo_rikki/6828038)

Lafferty, J. 2013. Inside Facebook: Studies show more than 40 percent de-



creased organic reach on Facebook. Viitattu 15.2.2014

<http://www.insidefacebook.com/2013/12/23/studies-show-more-than-40-percent-decreased-organic-reach-on-facebook/>

Leinonen, J. 2011. Pelastustoimi. Pelastustoimi matkalla sosiaaliseen mediaan - ohjeita ja suosituksia toimijoille. Viitattu 27.11.2013

<http://www.sosiaaliseenmediaan.fi/docs/Sosiaalisen%20median%20ohjeita%20ja%20suosituksia%20pelastustoimen%20henkilostolle.pdf>

Nummela, T. 2014. SuomiTwitter. Viitattu 2.3.2014.

<http://www.toninummela.com/suomi-twitter/>

Turun kaupunki 2014. Viitattu 10.3.2014 [www.turku.fi](http://www.turku.fi)

Valtari, M. 2014. Someco; Facebook: Vain tekstiä sisältävät julkaisut eivät jatkossa näy. Viitattu 15.2.2014 <http://someco.fi/blogi/facebook-vain-tekstia-sisaltavat-julkaisut-eivat-jatkossa-nay/>

Varsinais-Suomen pelastuslaitos 2014. Viitattu 10.3.2014 [www.vspelastus.fi](http://www.vspelastus.fi)

Varsinais-Suomen pelastuslaitos 2014. Pelastuslaitos toimii maalla, vedessä ja ilmassa. Viitattu 3.4.2014

<http://www.vspelastus.fi/public/default.aspx?nodeid=16840&culture=fi-FI&contentlan=1>

Varsinais-Suomen pelastuslaitos 2014. Pelastustoimi Varsinais-Suomessa. Viitattu 3.4.2014

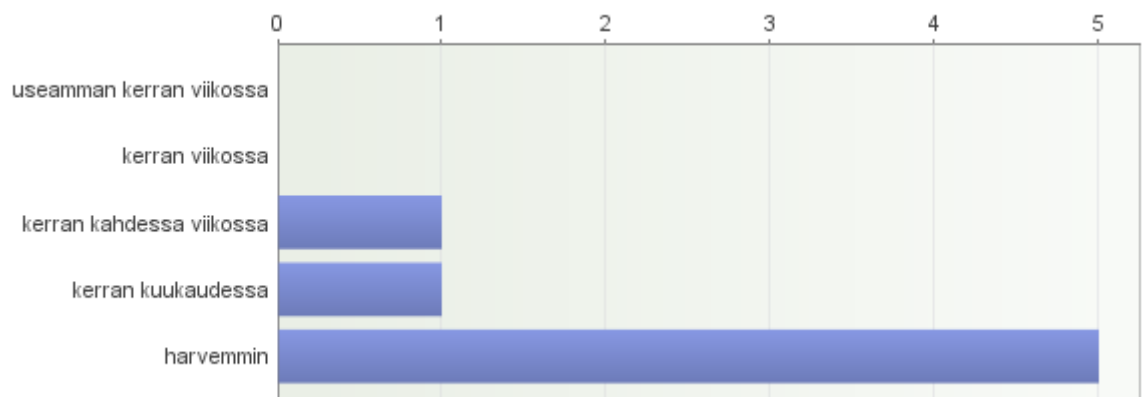
<http://www.vspelastus.fi/public/default.aspx?nodeid=17185&culture=fi-FI&contentlan=1>

# Verkkotiimin seurantakysely

Liite 1

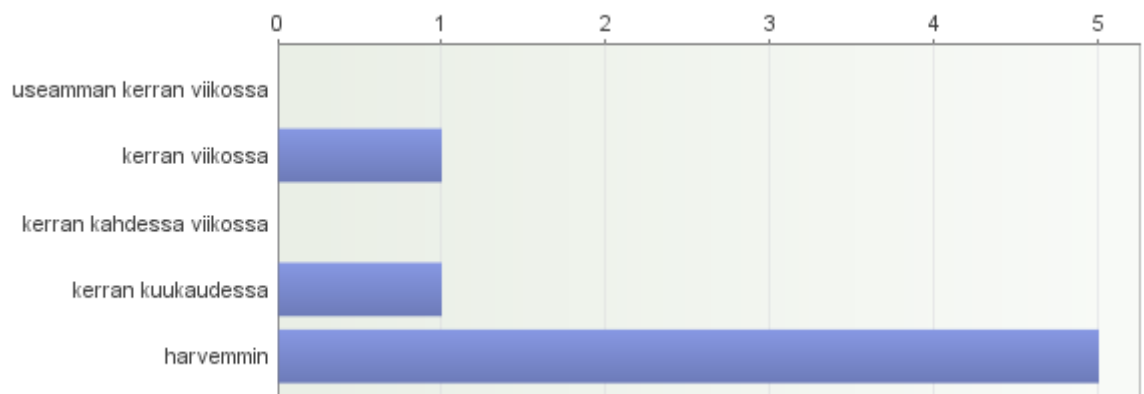
## 1. Kuinka usein tuotat uuden sisältödokumentin verkkosivuille tai Netkuun?

Vastaajien määrä: 7



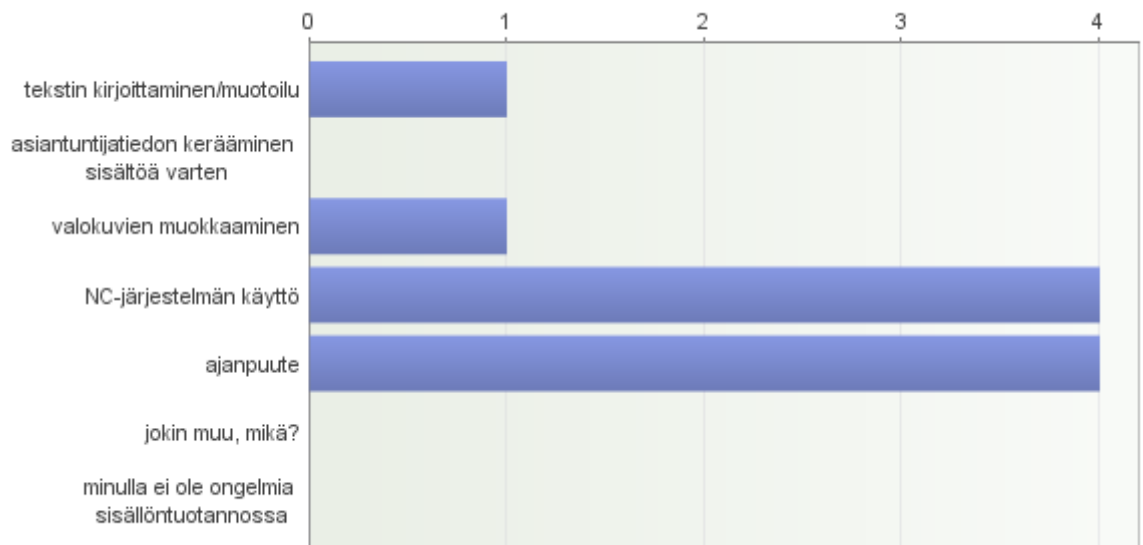
## 2. Kuinka usein päivität olemassa olevaa sisältödokumenttia verkkosivuilla tai Netkussa?

Vastaajien määrä: 7



## 3. Mitkä asiat koet ongelmiksi sisällöntuotannossa omalla kohdallasi?

Vastaajien määrä: 7



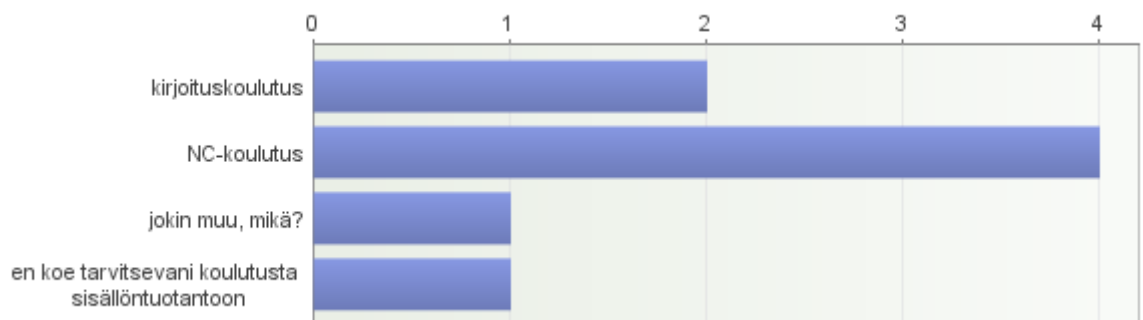
#### 4. Kuinka hyvin hallitset mielestäsi NC-sisällöntuotanto-ohjelman tekniikan?

Vastaajien määrä: 7



#### 5. Millaista koulutusta koet tarvitsevasi sisällöntuotantoon?

Vastaajien määrä: 7



6. Oletko tyytyväinen tehtävääsi verkkotiimissä?

Vastaajien määrä: 7



8. Ovatko verkkotiimin kokoukset mielestäsi hyödyllisiä?

Vastaajien määrä: 7



12. Järjestetäänkö verkkotiimin kokouksia mielestäsi riittävän usein (4krt/vuosi)?

Vastaajien määrä: 7

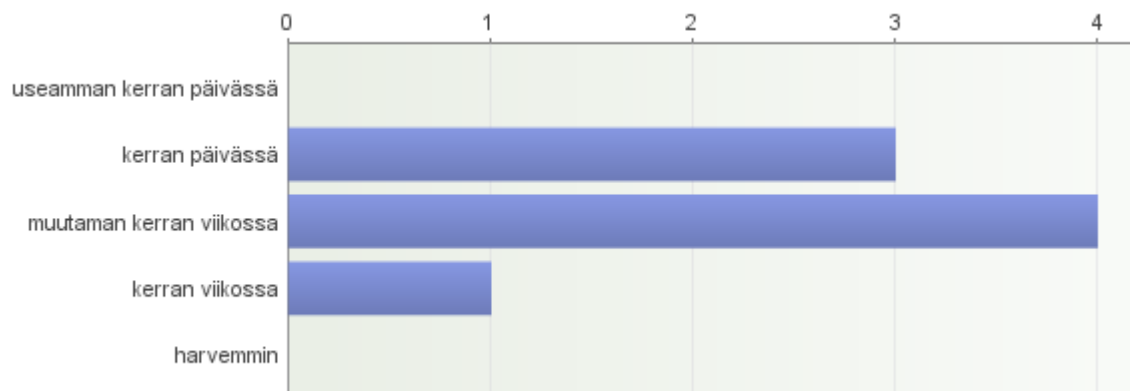


## Someryhmän seurantakysely

Liite 2

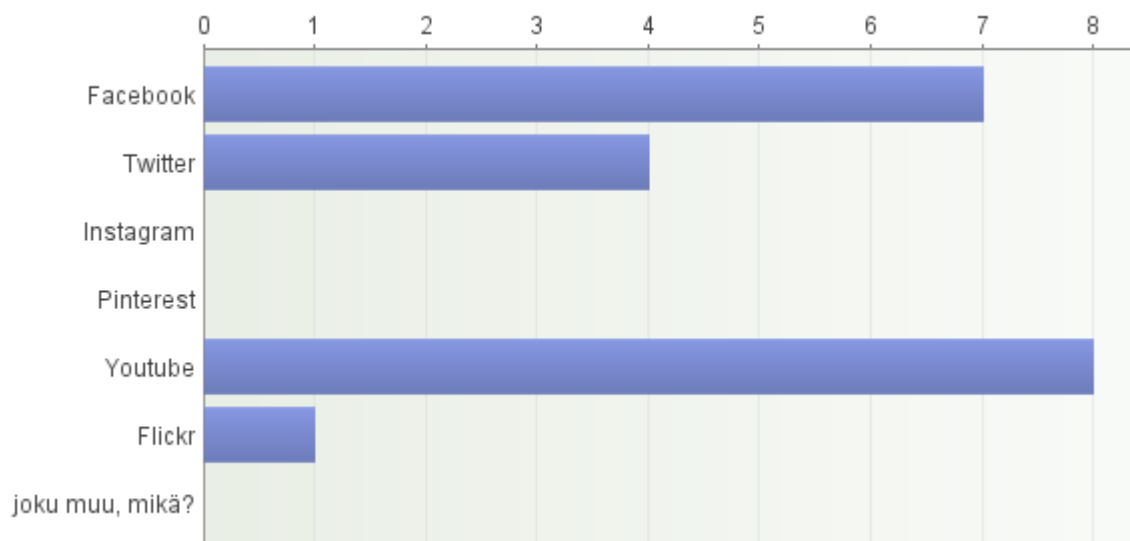
### 1. Kuinka aktiivisesti käyt pelastuslaitoksen FB-sivuilla ja/tai FB-ryhmässä?

Vastaajien määrä: 8



### 2. Mitkä sosiaalisen median kanavat ovat sinulle tuttuja (ts. käytät vapaa-ajalla)?

Vastaajien määrä: 8



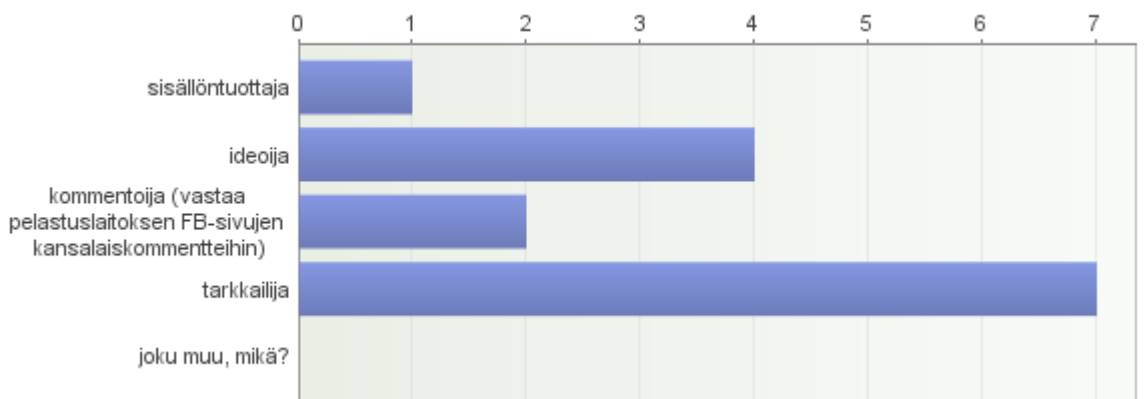
### 3. Koetko tarvitsevasi tukea tai lisäkoulutusta sosiaalisen median käytössä (someryhmää ajatellen)?

Vastaajien määrä: 8



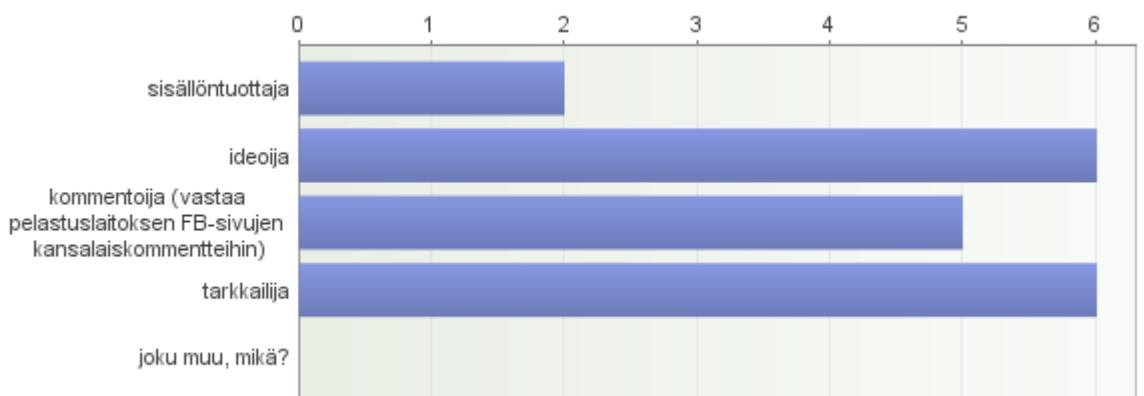
### 5. Millainen rooli sinulla on someryhmässä?

Vastaajien määrä: 8



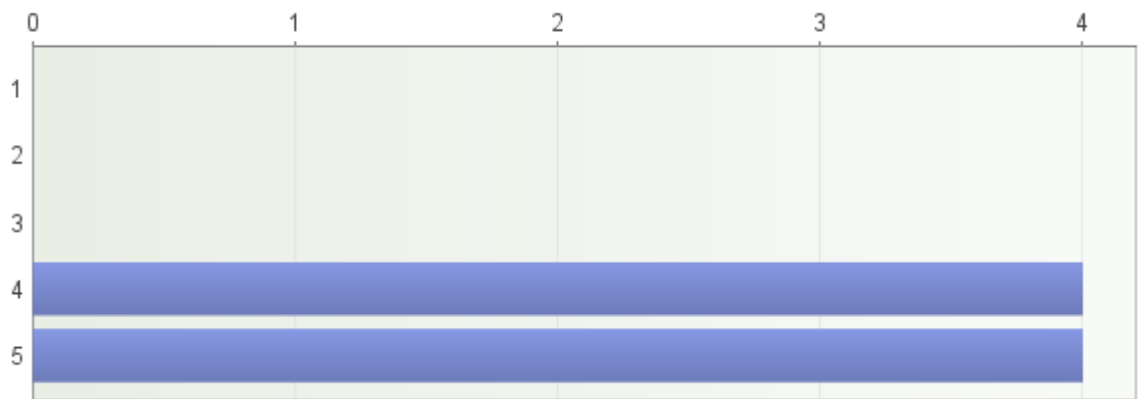
### 6. Mihin rooliin sinulla olisi edellytykset ja kiinnostusta someryhmässä?

Vastaajien määrä: 8



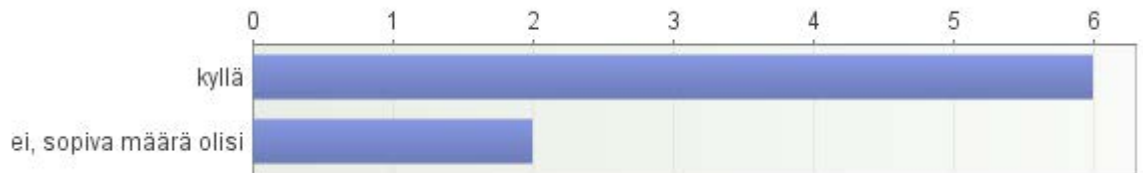
### 7. Kuinka tärkeiksi koet someryhmän kokoontumiset?

Vastaajien määrä: 8



8. Kokoontuuko someryhmä mielestäsi riittävän usein (4krt/vuosi)?

Vastaajien määrä: 8



22.4.2013

päivitetty 9.10.2013

## **Kirjallisuuskatsaus**

### **Hyvin suunnitellun verkkoviestinnän tärkeys yhteisölle**

Kirjallisuuskatsauksessa tarkastellaan, miksi verkkoviestintä on tärkeää yritykselle tai yhteisölle. Kysymystä keskitytään käsittelemään erityisesti viranomaisyhteisön viestinnän kannalta, sillä opinnäytetyö käsittelee Varsinais-Suomen pelastuslaitoksen verkkoviestintää. Lisäksi pyritään vastaamaan kysymykseen, millaista on hyvä verkkoviestintä ja millaisia kanavia ja elementtejä on hyödyllistä käyttää. Teoksina käytetään neljää relevanttia verkko- ja yhteisöviestintään keskittyntä julkaisua. Verkkoviestintä Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella käsittää verkkosivut [www.vspelastus.fi](http://www.vspelastus.fi)-verkkosivuston, Netku-intranetin, sähköpostin, talon sisäisen verkkolevyn sekä Facebook-sivuston.

### **Miksi verkkoviestintä on tärkeä yritykselle/ viranomaiselle?**

Verkkoviestintä on tärkeää niin yritykselle kuin viranomaiselle ennen kaikkea siksi, että viestintä verkossa on optimaalisesti ajantasaista ja tehokasta. Verkkoviestinnällä on mahdollista tavoittaa suuri joukko ihmisiä nopeasti ja helposti, kun se on kohdistettu oikein. Juha Nurmela esittää (Aula ym. 2008, 54), että 73 prosenttia, eli noin kolme neljästä 15–74-vuotiaista suomalaisista käytti internetiä keväällä 2005. Tämä merkitsi yli 2,8 miljoonaa henkilöä. Luku oli jo tuolloin huomattavan korkea ja se on vajaassa kymmenessä vuodessa kasvanut entisestään. Tilastokeskuksen mukaan keväällä 2011 peräti 89 prosenttia 16–74-vuotiaista suomalaisista oli käyttänyt internetiä viimeisten kolmen kuukauden aikana (Tilastokeskus 2012).

Lisäksi Nurmela (Aula ym. 2008, 62) eritteli internetin käyttötarkoituksia. Tulosten mukaan 62 prosenttia internetin käyttäjistä selaili ja käytti tiedonetsintään kunnan tai valtion viranomaisten verkkosivuja. Keväällä 2011 prosenttiosuus oli noussut 86 prosenttiin (Tilastokeskus 2012).

### **Kuluttajaa silmälläpitäen**

Edellä esitellyt tutkimukset osoittavat, että suomalaiset käyttävät internetiä runsaasti tiedonetsintään. Internetissä on saatavilla rajattomasti informaatiota ja kulutustahti on nopeaa. Siksi luotettavan viestijän statuksen saavuttaakseen, on tarjottavan tiedon oltava totuudenmukaista, helposti ymmärrettävää, mielenkiintoista ja tarpeeksi nopeasti päivittyvää. Siksi on tärkeää miettiä viestinnän kohderyhmät ja edelleen, millainen sisältö on kohdeyleisölle relevanttia. Viranomai-



sen verkkoviestintä on tyypillisesti suunnattu joko henkilökunnalle, sidosryhmille, kuten muille viranomaisille, tai tavalliselle kansalaiselle.

Kuten Siukosaari (2002, 208) toteaa, internet on luonteeltaan nopea väline. Verkkoviestinnässä viive voi olla minutteja, kun se esimerkiksi henkilöstölehdissä, ilmoitustauluilla ja muissa hitaamman tahdin julkaisussa voi olla viikkoja, päiviä tai ainakin tunteja. Verkkoviestintään yhä useammin liitetävän sosiaalisen median nopeus ja tavoitavuus on omaa luokkaansa. Sitten vuoden 2002 sosiaalinen media onkin noussut tärkeään rooliin verkkoviestinnässä. Useat sosiaalisen median ilmiöt ovat osoittaneet reaaliaikaisen yhteisöviestinnän voiman. Sosiaalinen media mahdollistaa kaksisuuntaisen viestinnän, eli vastaanottajilla on mahdollista reagoida levitettyyn informaatioon. Siukosaari (2002, 208) huomauttaakin, että asiakkaan antamaan palautteeseen on reagoitava nopeasti. Vaikka Siukosaari viittaa tässä keskustelupalstoihin, voi huomiota soveltaa myös muuhun sosiaaliseen mediaan.

Vaarana on keskustelun ryöpsähtäminen kaoottiseksi, mutta yhteisö voi myös saada uutta tietoa asiakkaistaan, heidän tarpeistaan ja käyttäytymisestään. Keskusteluun osallistuminen osoittaa kiinnostusta ja lisää sitoutumista yhteisöön. (Siukosaari 2002, 208.)

Verkkoviestintä, erityisesti yrityksen tai viranomaisen verkkosivut, ovat usealle kuluttajalle ensimmäinen käyntikortti yrityksen tai viranomaisen toiminnasta.

Yrityksen www-sivut ovat näyteikkuna... Siitä saadut kokemukset ehkä ratkaisevat, haluaako asiakas jatkossa olla tekemisissä kyseisen yrityksen kanssa (Siukosaari 2002, 208).

Esimerkiksi sekavat tai harvoin päivitetyt verkko- tai sosiaalisen median sivustot antavat kuvan epäpätevästä ja epäluotettavasta viestijästä. Perustamalla internetiin sivustoja, joiden ylläpitoon ei olla valmiita panostamaan, tehdään mahdollisesti enemmän haittaa kuin hyötyä yritykselle tai yhteisölle. Verkossa on kestänyt, että julkaistava materiaali kierrätetään aina monimutkaisten byrokraattisten polkujen kautta. Viranomaistoiminnan vaatiman tasapuolisuuden ja lainsäädännön vaatimusten rajoissa verkossa on myös viranomaisen kyettävä reagoimaan nopeasti.

Valitettavan monessa yrityksessä tai yhteisössä verkkoviestinnän ja sosiaalisen median arvoa ei tunnusteta. Silti jo vuonna 2005 yrityksistä 95 prosenttia käytti internetiä (Aula ym. 2008, 197).

Sähköpostin sanotaan tehostavan viestintää, intranetin parantavan sisäisen tiedon välittymistä ja www:n tuovan lisää asiakkaita (Aula ym. 2008, 197).

Kaikissa yrityksissä ei edelleenkään ole työntekijää, joka vastaa verkkoviestinnästä. Verkossa tapahtuvaa viestintää tehdään usein oman päätoimisten tehtävien ohessa silloin kun ehditään. Tämä on usein riittämätöntä, sillä ylläpito- ja kehitystyön tulisi olla pitkäjänteistä ja nopeaa. Verkkoviestintä kehittyy koko ajan ja kuluttaja löytää kyllä tuoreimmalta vaikuttavan tiedon luo. Viranomaisten harjoittamassa viestinnässä ajantasaisuus on erityisen tärkeä kriteeri, sillä informaatio käsittelee usein asioita, jotka muuttuvat usein ja ovat kansalaisen hyvinvoinnin kannalta tärkeitä (esim. kriisiviestintä).

### **Verkkoviestintä sisäisen viestinnän keinona**

Varsinais-Suomen pelastuslaitoksella, kuten oletettavasti muillakin viranomaisilla ja yrityksillä, sähköposti on edelleen verkkoviestinnän eniten käytetty muoto. Sen käytöstä on sovittu pelisäännöt aina jakelulistoja ja laitoksen yhtenäistä sähköistä allekirjoitusta myöten. Lähetetyn ja vastaanotetun sähköpostin määrä jo yrityksen tai viranomaistahon yhteisön sisällä on valtava. Jo sisäisten tiedotteiden lähettäminen rasittaa sähköpostilaatikkoa ja hukuttaa myös vastaanottajan tietotulvaan. Siksi jakelulistat ovat välttämättömiä tiedon karsimiseen. Kuten Elisa Juholin (1999, 155) huomauttaa, myös jakelulistoja käytetään usein väärin varmuuden vuoksi -mentaliteetin muodossa, mikä on ongelmallista erityisesti isoissa organisaatioissa.

Sisäisen tiedottamisen kanavana on järkevää harkita myös intra- tai extranetiä. Vanhanaikainen tapa pitää yllä talon yhteistä, fyysistä ilmoitustaulua sitoo henkilökunnan paikkaan. Internet, tai tässä tapauksessa intra- tai extranet, vapauttaa siitä. Intranet onkin erinomainen alusta laitoksen sisäisen informaation välitykselle ja hyvin organisoidusta intranetistä on helppo etsiä relevanttia tietoa myös pitkän ajanjakson jälkeen.

### **Eroon paperin makuisesta tiedottamisesta**

Kun paperinen sisäinen tiedonvälitys edellytti mapittamista ja kansioiden selausta, mahdollistaa sähköinen tiedonvälitys helpomman tavan saada käsiinsä informaatiota. Hakusanat ja hakukoneet helpottavat tietotulvassa surffailua, kunhan tieto on tallennettu loogisia asiasanoja apuna käyttäen. Järkevästi suunniteltu rakennepuu, looginen linkitys ja käyttäjälähtöisyys ovat avainasemassa onnistuneen intranetin rakentamisessa. Tämä nopeuttaa tiedon hankintaa suurestakin dokumenttimäärästä. Elisa Juholin kiteyttää hyvin, miten intranetiä ei tulisi käyttää väärin, jottei sen funktio vesittyisi. ”Intranetistä ei saisi tulla tiedon kaatopaikka, josta oleellisen tiedon löytäminen on kuin neulan etsimistä heinäsuovasta (Juholin 1999, 154).” Usein etenkin kankeissa viranomaisyhteisöissä sorrutaan organisaatiolähtöisyyteen, mikä ei läheskään aina palvele käyttäjää. Toisaalta, jos kaikki käyttäjät puhuvat samaa kieltä, ei organisaatiolähtöisyys intranetissä ole välttämättä ollenkaan huono asia.

Verkkoviestinnän hyödyntäminen yhteisön sisäisessä viestinnässä vähentää myös käsiteltävän paperin määrää. Kuten Siukosaari huomauttaa (2002, 209), tietotekniikka ei tuonut mukanaan paperitonta konttoria, mutta yhä useammat toimet on mahdollista hoitaa sähköisesti. Tästä hyvänä esimerkkinä on Turun kaupungin vuonna 2013 käyttöönottama uudistus kaupungin valtuustossa. Vuonna 2013 aloittanut valtuusto luopui tulostettavan paperin käytöstä ja siirtyi täysin sähköiseen työskentelytapaan.

Muutos maksoi kaupungille 116 700 euroa, mutta sen on arvioitu maksavansa itsensä takaisin jo kahdessa vuodessa. Sähköistäminen säästää siis selvää rahaa, mutta myös nopeuttaa ja helpottaa valtuutettujen viestintää niin keskenään kuin kansalaisten kanssa (Kauppila 2013).

### **Strategialla ryhtiä verkkoviestintään**

Vaikka verkkoviestinnässä täytyy pysyä kehityksessä mukana, ei verkossakaan kannata säntäillä päämäärättömästi. Verkkoviestintä edellyttää strategian siinä, missä muukin viestintä ja sen tulee tukea yhteisön muuta viestintää ja tavoitteita. Jussi Luukkonen painottaa kirjassa *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön* (Juholin 2008, 254), että verkkoviestinnän tulee olla suunnitelmallista ja pitkäjänteistä. Samalla Luukkonen kuvailee sitä, ettei kerralla haukata liian suurta palaa. Pala palalta, toiston kautta etenevä suunnitelma takaa paremmin sen, että uusi käytäntö myös jää elämään.

On pidettävä mielessä, että yrityksellä tai viranomaisella ei aina ole verkkoviestintään erikoistunutta työntekijää tai hänellä ei ole ainakaan tarpeeksi työtunteja. ”Verkkoviestintä on aina ryhmätyötä”, toteaa Luukkonen (Juholin 2008, 260). Silloin verkkoviestinnän toteutus hajaantuu myös yhteisön muille toimijoille, joiden ammattiosaamista verkkoviestintä ei ole. Silloin on tärkeää, että verkkoviestinnän keinoja toistetaan riittävästi mekaanisesti, jotta asia sisäistetään.

Digitaalinen viestintä vaatii ominaislaatussa mukaisen kerronnan ja ilmaisun ymmärrystä. Sitä ymmärrystä sanotaan medialukutaidoksi ja sen ymmärryksen käyttämistä viestinnällisesti kutsutaan mediatajuksi. (Juholin 2008, 256.)

### **Verkkokirjoittamisesta monimedialliseen esitykseen**

Verkkoviestintä ei siis ole kapulakielisten raporttien ja ilmoitusten kiinnittämistä tyhjälle alustalle, vaan sisältö on jalostettava sellaiseen muotoon, että verkkokäyttäjä kiinnittää siihen positiivisessa mielessä huomionsa kaiken tietotulvan keskellä. Kirjoitettu sana on vain jäävuoren huippu digitaalisessa jakelukanavassa (Juholin 2008, 257). Verkkoviestinnän jakaminen asiantuntijoiden ja vies-

tinnän ammattilaisten välillä takaa sen, että yhteisön verkkoviestintä tarjoaa kulluttajalleen asiantuntevaa, mielenkiintoisesti esitettyä sisältöä.

Jussi Luukkonen jaottelee (Juholin 2008, 257, 258) mediaelementit kahdeksaan eri kategoriaan: teksti, ääni, valokuva, grafiikka, animaatio, video, tietokantahaiku ja reaaliaikainen verkon yli tapahtuva yhteys ihmisten kesken. Yhteisön verkkoviestintää toteuttava henkilö ei välttämättä hallitse kaikkien näiden elementtien toteuttamista, mutta se ei ole välttämätöntä. Tuottamisen voi esimerkiksi hajauttaa tai ulkoistaa. On kuitenkin ratkaisevan tärkeää, että verkkoviestinnästä vastaavat ihmiset ymmärtävät eri elementtien ominaisuudet ja käyttötarkoituksen. Esimerkiksi videota ei ole tarpeen käyttää vain videon itsensä takia – videon tulisi sen sijaan tuoda elementtinä jotain lisää viestinnän sisältöön. Esimerkiksi visuaalisesti ja kerronnallisesti värikkäät kohteet on järkevää esittää videona, kun taas pitkäveteyksen kokouksen videoiminen ja esittäminen vaikkapa verkkosivuilla sellaisenaan ei välttämättä aja asiaansa.

Parhaan viestinnällisen lopputuloksen takaa sellainen verkkototeutus, jossa on hyvin mietitty rakenne, monipuoliset mahdollisuudet edetä tietosisällössä, rikas multimediaisuus ja sisältöihin rakennettu intuitiivisesti oivallettava vuorovaikutus (Juholin 2008, 260).

Tässä onkin haastetta kerrakseen, eikä yhtä oikeaa ratkaisua varmastikaan ole. Tutustumalla eri yhteisöjen, yritysten, viranomaisten kerrontatapoihin verkossa ja kokeilemalla sekä soveltamalla hyvältä vaikuttavia malleja omaan käyttöön, muovautuu oman yhteisön näköinen ilmaisu.

Vasta, kun organisaation kaikilla tasoilla käytetään tietokonetta muuhunkin kuin tekstidokumenttien ja power pointtien syyttämiseen maailmalle, alkaa todellinen digitaalisen viestinnän kulta-aika (Juholin 2008, 261).

Kun verkkoviestintä on kehitetty toivotulle tasolle, ei työ suinkaan lopu siihen. Onnistunut verkkoviestintä vaatii jatkuvaa kehitystä ja ylläpitoa. Viestinnästä on myös hyvä tehdä seurantaa, kuinka tavoitteet ovat osuneet maaliinsa.

## LÄHTEET

Aula, P.; Matikainen, J.; Villi, M. (toim.) 2008. Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. uudistettu painos. Porvoo: Infor.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Juva: WSOY

Kauppila, R. 2013. Turun kaupunki. Työtavan muutos tuo säästöä yli 100 000 paperiarkkia vuodessa -Luottamushenkilöt työskentelevät jatkossa sähköisesti. Viitattu 23.4.2013

<http://www.turku.fi/Public/default.aspx?contentid=417828&nodeid=23>

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Hakapaino.

Tilastokeskus. 2012. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2011 – 1. Internetyhteydet ja internetin käyttö. Viitattu 24.4.2013

[http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi\\_2011\\_2011-11-02\\_kat\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_001_fi.html)