

Viestintäsuunnitelman laatiminen Elinsiirron saaneiden Euroopan mestaruuskilpailuille

Hannes Penttilä



Tekijä(t) Hannes Penttilä	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Viestintäsuunnitelman laatiminen Elinsiirron saaneiden Euroopan mestaruuskilpailuille	Sivu- ja liitesivumäärä 40 + 3
<p>Suomen Vammaisurheilu ja -liikunta VAU ry:ltä sain toimeksiannon opinnäytetyöhön: järjestö tarvitsi viestintäsuunnitelman kansainvälistä urheilutapahtumaa varten: heinäkuussa 2016 järjestettiin Vantaalla elinsiirron saaneiden Euroopan mestaruuskilpailut.</p> <p>Suomen Vammaisurheilu ja -liikunta VAU ry on urheilu- ja liikuntajärjestö liikunta-, näkö- ja kehitysvammaisille sekä elinsiirron saaneille ja dialyysissa oleville henkilöille. Sen tehtävänä on suunnitella, toteuttaa ja kehittää mainittujen ryhmien liikunnan harrastamisen ja kilpailemisen mahdollisuuksia.</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiannon tavoitteena oli laatia viestintäsuunnitelma elinsiirron saaneiden Euroopan mestaruuskilpailuille. Suunnitelma on taulukkomuotoinen esitys kaikista tapahtuman viestinnässä huomioonotettavista asioista, joista puolestaan johdetaan koko tapahtuman viestintä. Taulukko keskittyy määrittelemään viestinnän ytimen, teemat, kanavat ja kohderyhmät sekä tavoitteet ja taustoittamaan perusteluja. Se sisältää myös viestinnän toimenpideaikataulun.</p> <p>Suunnitelman laadinta alkoi maaliskuussa 2016 ja oli valmis heinäkuussa 2016. Suunnitelma on taulukkomuotoinen Word-dokumentti. Suunnitelman rakennetta ja sisältöä pohdittiin ja työstettiin yhdessä tapahtumaa suunnittelevan työryhmän kanssa.</p> <p>Käytännössä työskentely tapahtui päivittäin yhdessä EM-kilpailujen pääsihteerin, projektipäällikön ja projektikoordinaattorin kanssa. Lisäksi opinnäytetyön tekijä keskusteli päivittäin EM-kilpailujen viestintävastaavan kanssa viestinnän suunnitteluun liittyvistä asioista.</p> <p>Viestinnän suunnittelu vaatii aina resursseja. Jos organisaatiossa on vain yksi viestintäihminen, on työskentelyä mahdollista helpottaa dokumentoimalla suunnitteluprosessia ja käyttämällä valmiita pohjia suunnittelussa. Pelkistetty, visuaalinen ja lyhyt suunnitelma palvelee parhaiten tapahtumaviestintää tehtäessä. Sosiaalisen median suunnittelussa kannattaa nähdä vaivaa ja tehdä kanavakohtaista suunnittelua, jotta sisältö ei jää kaikissa kanavissa samanlaiseksi.</p> <p>Onnistuin opinnäytetyöprosessissa odotusteni mukaan. EM-kilpailujen suunnittelussa mukana oleminen ja tarkka havainnointi sekä omat muistiinpanot autoivat suuresti suunnitteluprosessissa. Viestintä ei koskaan tapahdu tyhjiössä – tässä opinnäytetyössä havainnollistuu viestinnän perusteltu yhteys käytännön toimintaan.</p>	
Asiasanat Viestinnän suunnittelu, tapahtumamarkkinointi, kisaviestintä	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Projektin tausta	2
1.2	Projektin tavoitteet	2
1.3	Toimeksiantajan kuvaus.....	2
2	Tapahtuman viestinnän suunnittelu	4
2.1	Viestinnän suunnittelu	4
2.2	Mittaaminen	6
2.3	Projekti.....	7
2.4	Tapahtumamarkkinointi.....	8
2.5	Kriisiviestintä	8
2.6	Urheiluseuran viestintä.....	10
2.7	Elinsiirtojen taustaa	10
2.8	Liikunta elinsiirron jälkeen	12
2.9	Elinsiirtourheiluun liittyviä käsitteitä ja niiden erityispiirteitä	13
3	Viestintäsuunnitelman toteutus.....	14
3.1	Suunnitteluvaiheen kuvaus	17
3.2	Viestintäsuunnitelman työstäminen	23
4	Viestintäsuunnitelmaprojektin suunnittelun ja toteutuksen arviointi.....	30
4.1	Viestintäsuunnitelman kuvaus	30
4.2	Kehittämisehdotukset.....	31
4.3	Opinnäytetyöprosessin arviointi	35
	Lähteet	41
	Liitteet.....	43
	Liite 1. Viestintäsuunnitelma Elinsiirron saaneiden Euroopanmestaruuskilpailuille	43

1 Johdanto

Keväällä 2016 Suomen Vammaisurheilu ja -liikunta VAU ry tarjosi työharjoittelupaikan, jonka myötä sain myös toimeksiannon opinnäytetyöhön: järjestö tarvitsi viestintäsuunnitelman kansainvälistä urheilutapahtumaa varten. Kesällä 2016 järjestettiin Vantaalla Elinsiirron saaneiden Euroopanmestaruuskilpailut. Tapahtuma oli suurin koskaan Suomessa järjestetty vammaisurheilutapahtuma. Elinsiirteen saanut ihminen hyötyy paljon liikunnan harrastamisesta – kuten kuka tahansa meistä. Hyvä fyysinen kunto kasvattaa toimintakykyä, eikä mitään rajoituksia elinsiirron jälkeiselle liikkumiselle periaatteessa ole. 70-luvun lopussa järjestettiin ensimmäiset kansainväliset elinsiirtourheilijoiden kilpailut. 90-luvulla puolestaan perustettiin ensimmäinen elinsiirtourheilun eurooppalainen kattojärjestö European Heart and Lung Transplant Federation (EHLTF). Hieman myöhemmin perustettiin vielä toinen kattojärjestö European Transplant and Dialysis Sport Federation (ETDSF). Järjestöt ovat kumpikin siitä lähtien myöntäneet järjestäjille omia ja siis täysin erillään järjestettyjä EM-kilpailuitaan. Urheilijat on siis tähänastisissa EM-kilpailuissa jaoteltu saadun elinsiirteen mukaan.

VAU ry haki ja sai järjestettäväkseen vuoden 2016 EM-kilpailut – myöntäjätahoina olivat siis molemmat edellä mainitut eurooppalaiset kattojärjestöt. Molempien järjestöjen urheilijat kilpailivat omissa sarjoissaan, mutta kilpailut tapahtuivat ensi kertaa EM-kilpailujen historiassa rinnakkain ja samaan aikaan sekä samoissa suorituspaikoissa. Lisäksi tapahtumaan liittyi EU:n taloudellisesti tukema kansainvälinen tutkijasymposium ja työpaja sekä lasten ja nuorten kansainvälinen urheiluleiri, joka ajoittui siis samalle viikolle EM-kilpailujen kanssa. Kisojen yhteydessä pääkaupunkiseudulla oli useita Elinsiirtoliikunnan viikko -promootiotapahtumia suurelle yleisölle.

Sydän- ja keuhkosiirrokkaille EM-kilpailut olivat kuudennettoista. Lajeina olivat lentopallo, sulkapallo, tennis, pöytätennis, pyöräily, keilailu, petanque, uinti, golf, maastojuoksu ja yleisurheilu. Urheilijat kilpailivat ikäryhmittäin.

Elinsiirron saaneille ja dialyysissä oleville EM-kilpailut olivat yhdeksännet. Kilpailuun saivat osallistua maksa-, munuais-, sydän-, keuhko-, haima-, suolisto- tai luuydinsiirron saaneet tai dialyysissä olevat henkilöt. Lajeina olivat lentopallo, sulkapallo, tennis, pöytätennis, pyöräily, keilailu, petanque, darts, uinti, golf, katujuoksu ja yleisurheilu. Urheilijat kilpailivat ikäryhmittäin ja vielä niin, että elinsiirron saaneet ja dialyysissä olevat urheilivat omissa sarjoissaan.

Tämän työn otsikossa ja tekstissä esiintyvä käsite ”Elinsiirron saaneiden Euroopan mestaruuskilpailut” viittaa aina molempiin Vantaan EM-kilpailutapahtumiin yhdessä. Jos tarkoituksena on käsitellä vain toista EM-kilpailua, se yksilöidään erikseen.

1.1 Projektin tausta

Opinnäytetyön toimeksianto lähti käytännön tarpeesta: heinäkuussa 2016 järjestettiin siis Vantaalla elinsiirron saaneiden EM-kilpailut 10.-17.7. Tälle tapahtumalle tarvittiin viestintäsuunnitelma. Koska VAU:lla on runsaasti kokemusta urheilutapahtumien järjestämisestä, oli tarjolla aiempien tapahtumien viestintäsuunnitelmia, joiden pohjalta oli hyvä taustoittaa ja lähteä toteuttamaan uutta viestintäsuunnitelman laadintaa. Viestinnän henkilöstöresursina oli VAU:n oma tiedottaja ja opinnäytetyön tekijä, jotka pääasiassa pohtivat viestintäsuunnitelmaan liittyviä ratkaisuja. Lisäksi kilpailujen pääsihteeri oli mukana, kun pidettiin erityisiä kokouksia viestintäsuunnitelman tilanteesta.

EM-kilpailuihin odotettiin noin 800–1000 osallistujaa, joista urheilijoita noin 500–700. Kisa- viikon aikana järjestetään 14 eri lajikokonaisuutta: sulkapallo, tennis, pöytätennis, golf, lentopallo, uinti, yleisurheilu, katu- ja maastajuoksu, pyöräily, petangue, keilailu, darts ja salibandy. Kilpailuja järjestämässä on noin 200 vapaaehtoista, jotka työskentelevät 30 eri tehtävässä. EM-kilpailut olivat suurin elinsiirtourheilijoiden tapahtuma maailmassa vuonna 2016.

1.2 Projektin tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia viestintäsuunnitelma elinsiirron saaneiden Euroopan mestaruuskilpailuille, jotka järjestetään Vantaalla heinäkuussa 2016. Suunnitelma on taulukkomuotoinen esitys kaikista tapahtuman viestinnässä huomioonotettavista asioista, joista puolestaan johdetaan koko tapahtuman viestintä. Taulukko keskittyy määrittelemään viestinnän ytimen, teemat, kanavat ja kohderyhmät sekä tavoitteet ja taustoittamaan perusteluja. Viestinnän toimenpideaikataulu kertoo, mitä on tehtävä ennen, kilpailujen aikana ja niiden jälkeen. Kriisiviestintäsuunnitelman periaatteet ja lähtökohdat sisältyvät myös viestintäsuunnitelmaan: sen sisältö vastaa erityisesti tulevan tapahtuman lääketieteellisiin erityispiirteisiin.

1.3 Toimeksiantajan kuvaus

Suomen Vammaisurheilu ja -liikunta VAU ry on urheilu- ja liikuntajärjestö liikunta-, näkö- ja kehitysvammaisille sekä elinsiirron saaneille ja dialyysissa oleville henkilöille. VAU:n tehtävänä on suunnitella, toteuttaa ja kehittää mainittujen ryhmien liikunnan harrastamisen ja

kilpailemisen mahdollisuuksia. VAU järjestää toimintaa kaiken ikäisille aina perhetapahtumista ja harrasteliikunnasta kilpaurheiluun asti. VAU:n arvoja ovat osallisuus, yhteisöllisyys, esteettömyys ja saavutettavuus ja oikeudenmukaisuus. VAU:n tehtävänä on monipuolisen vammaisurheilun ja -liikunnan toimintaedellytysten vahvistaminen yhdessä ja erikseen. VAU:n viestinnän tärkeimpiä arvoja ovat luotettavuus, monipuolisuus ja saavutettavuus. Viestinnän on myös oltava saavutettavaa näkövammaisille henkilöille ja riittävän selkokielistä henkilöille, joilla on ymmärtämisen tai hahmottamisen rajoitteita.

VAU:n ylintä päätösvaltaa käyttää joka kolmas vuosi kokoontuva, jäsenistön edustajista koostuva liittokokous. Liittokokousten välisenä aikana päätäntävaltaa käyttää vuosittain kokoontuva valtuusto. Toimeenpanevana elimenä toimii hallitus. VAU:n toimisto sijaitsee Pasilassa Valo-talossa.

2 Tapahtuman viestinnän suunnittelu

Viestintäsuunnitelman laatimista koskeva tietoperusta hahmottui suhteellisen helposti, koska syntyvä tuotos oli konkreettinen ja rajattu, yhteen tapahtumaan liittyvä viestintäsuunnitelma. Viestinnän suunnittelun, projektin, tapahtumajärjestämisen ja kriisiviestinnän käsitteet avataan, kuten myös järjestöviestinnän ja urheiluseuratoiminnan erityispiirteet. Elinsiirtotoimintaa Suomessa ja soveltavan liikunnan käsitteitä avataan myös lyhyesti.

2.1 Viestinnän suunnittelu

Viestintäsuunnitelman on tarkoitus ohjata viestinnän toteutusta pitkäjänteisesti strategian linjauksia seuraten. Suunnitelman tulisi olla jokapäiväistä työskentelyä ohjaava työkalu. Suunnitelman tekemisen tulisi myös olla kaikilla työyhteisön jäsenillä tiedossa. Sisältö ja laajuus voi vaihdella suuresti, riippuen organisaatiosta. (Juholin 2009a, 108.)

Strategiset perusviestit pukevat sanoiksi tai tarinaksi kaiken olennaisen: miksi organisaatio on olemassa, mihin se pyrkii ja millaisin keinoin ja millaiset arvot sillä on. Tästä perusviestistä rakentuu sekä lyhyt hissipuhe että vaativa esitys sidosryhmille. Perusviestien rinnalla tarvitaan myös viestinnän sisältöä. Aina ei ole tarve viestiä itse organisaatiosta, vaan sille tärkeistä asioista. Teemat ovat aiheita tai kysymyksiä, jotka ovat poikkeuksellisen mielenkiintoisia tai kriittisiä. Ne voivat olla niin sanottuja missiosisältöjä: ne siis edustavat olemassaolon kannalta tärkeitä asioita. Ne voivat myös liittyä myös organisaatiolle ajankohtaiseen aiheeseen. (Juholin 2009a, 79, 85.)

Usein viestintäsuunnitelma saattaa luottaa perinteiseen tiedonsiirron voimaan: uskotaan, että kun yhteisön tärkeäksi kokemat asiat vain informoidaan, vaikutukset ovat suoraviivaisia ja odotusten mukaisia. Jos tämä ei onnistu, nähdään vikaa olevan vastaanottajissa. Tämä näkemys saattaa johtaa siihen, että viestinnältä odotetaan mahdottomia suorituksia: nopeita muutoksia yhteisön tunnettuudessa, maineessa tai näkyvyydessä. (Juholin 2009a, 77-78.)

Hyvin toteutettu viestintä lisää urheiluseuran jäsenten ja intressiryhmien tyytyväisyyttä. Hyvä kokemus antaa myös vapaaehtoisillekin syyn tulla mukaan uudestaan. Ajattelemattomasti hoidettu tai hoitamatta jätetty viestintä aiheuttaa pahaa mieltä ja vähentää halua osallistua seuran järjestämään toimintaan. Myös seuran ryhmähenki saattaa kärsiä. Heikosti viestivä urheiluseura ei saa aikaan sitä, mikä sille olisi mahdollista. Seuraviestintä on oleellinen osa seuran toimintaa ja sen johtamista. Se on jatkuvaa vuorovaikutusta sekä seuran toimintaan vaikuttavien asioiden seuraamista ja arviointia. Tiedonjakaminen niille,

joille sillä on merkitystä, on kaiken viestinnän lähtökohta. Kuunteleminen on viestinnässä ja johtamisessa tärkeä taito. On hyvä tunnustella uusien ajatusten vastaanottoa ja myös ottaa palaute huomioon. Uudet ajatukset syntyvät erilaisten ihmisten vuorovaikutuksessa. Yksittäisellä henkilöllä ei ole sellaista tietomäärää, kokemusta tai näkemystä, että se pelkästään riittäisi saamaan aikaan hyvää seuraviestintää. (Valo 2014, 5.)

Sosiaalinen media on osa kaikkea järjestön viestintää ja toimintaa. Käytössä olevista viestinnän kanavista nivoutuu kokonaisuus, joka ohjaa järjestöä kohti niitä tavoitteita, joita varten järjestö on olemassa. Kun löydetään järjestölle sopivat sosiaalisen median tavoitteet, joilla saadaan aikaan konkreettista toimintaa, ollaan oikealla tiellä. Tämä toiminta voi olla vaikka vierailu verkkosivuilla, uutiskirjeen tilaaminen tai twiitin tai päivityksen jakaminen eteenpäin. (Seppälä 2014, 12.)

Käytännössä viestintäsuunnitelma on toimenpiteiden ideointia ja aikatauluttamista. Suunnitelmassa yksilöidään kohderyhmät sekä vuorovaikutustarpeet niiden kanssa. Tavallisesti suunnitelmassa kuvataan viestinnän tuotokset tietyllä ajanjaksolla: siis tiedotteiden, artikkelien, tilaisuuksien, kampanjoiden sekä esitteiden julkaisuaikataulut. (Kortesuo, Patjas & Seppänen 2014, 23.)

Viestintäsuunnitelmasta kannattaa tehdä helppo ja yksinkertainen: tällöin sen täydentäminen on mutkatonta. Siitä löytyvät tavoitteet, keinot, aikataulut, ja toteuttajat. Suunnitelma varmistaa, että tarpeelliset toimet tehdään oikeaan aikaan ja tiedottaminen kohdistuu oikein. (Kortesuo, Patjas & Seppänen 2014, 24.)

Viestinnän onnistumisen kannalta olennaista on yksityiskohtainen suunnittelu. Suunnitelmat on hyvä dokumentoida selkeästi ja määrittellä niille dokumenttipohjat. Näin organisaatio oppii lukemaan suunnitelmia ja ottaa ne helpommin omakseen. Niiden on syytä olla selkeitä ja helposti luettavia. Tämän lisäksi in myös mahdollista laatia yksityiskohtaisempi, lähinnä viestintäyksikön käyttöön tarkoitettu suunnitelma. Jotta suunnitelma todella ohjaa toimintaa, on sen oltava jatkuvassa käytössä. Sitä tulee päivittää ja tarkentaa säännöllisesti. Parasta olisi, jos viestinnän suunnitelma ja suunnittelun tavat olisivat osa organisaation perehdytystä. (Korhonen & Rajala 2011, 27-28.)

Joissain organisaatioissa saattaa olla vain yksi viestinnän tekijä. Tilanne, jossa koko viestintätoiminto on yhden ihmisen hiljaisen tiedon varassa, on ongelmallinen. Jos hän päättää lähteä talosta, koko viestinnän tietotaito ja osaaminen menetetään. Tiedon hallinta helpottuu, jos keskeiset viestinnän prosessit ja niiden suoritustavat on kirjattu ylös prosessi kuvauksiin. (Korhonen & Rajala 2011, 151.)

Tieto- ja asiantuntijatyö on uuden luomista, kaikenlaista kehittämistä ja ongelmanratkaisua. Tiedon luomisen jatkumo alkaa tiedon etsimisestä, vastaanottamisesta, tuottamisesta, muokkaamisesta ja välittämisestä. Prosessi etenee jalostamiseen ja päättyy analysointiin ja päätösten tekemiseen. Tuloksena on usein analyysi tai johtopäätös, jonka pohjalta organisaatiossa tehdään valintoja ja päätöksiä. Paljon tapahtuu tiedostamatta, rutiniinomaisesti tai intuitiolla – ilman eri vaiheiden tunnistamista. Olennaista on nykyään, että työtä tehdään yhdessä muiden kanssa, esimerkiksi tiimeissä tai projekteissa. (Juholin 2009b, 34.)

Ilman ihmisten välisiä keskusteluja ja ajatustenvaihtoa ei synny uutta. Sen tukena voidaan käyttää erilaisia keinoja. Vuorovaikutus energisoi, koska tilanteessa asetutaan kuuntelemaan, puhumaan, käytetään luonnollista kieltä, täydentäviä eleitä, tarkennetaan epäselvyyksiä, kysytään ja kyseenalaistetaan. (Juholin 2009b, 61.)

Uuden ajattelu mukaan viestintä tapahtuu siellä, missä ihmiset ovat ja työskentelevät ja missä he itse tuottavat ja vaihtavat tietoa ja kokemuksia. Tietoa ei erikseen luoda hierarkioita seuraten, eikä ihmisten aseman mukaan. Työyhteisön jäsenet ovat tasavertaisia keskenään. (Juholin 2009b, 62.)

Hiljaista tietoa on usein vaikea artikuloida. Hiljainen tieto voi olla uskomuksia, mielikuvia, ajatusrakennelmia ja näkemyksiä, jotka ovat ihmisen toiminnan taustalla. Hiljainen tieto on myös ammattitaitoa sekä osaamista. Työelämässä hiljainen tieto kerääntyy vuosien varrella ja työtä tekemällä. Työntekijät eivät välttämättä itse tunnista taitojaan ja hiljaista tietoaan, koska kokemus ilmenee monipuolisena, kokonaisvaltaisena ja ammatillista osaamista laajempaa tietona. (Pohjalainen 2012, 2.)

Viestintätoiminto saattaa joutua työskentelemään pienillä resursseilla. Työntekijöiden tai ajan puute saattaa aiheuttaa sen, että viestinnän kehittämiseksi tai suunnittelulle ei jää aikaa, jolloin viestintää tehdään lähinnä reaktiivisesti. Aika kuluu päivittäisten aktiviteettien parissa. Tällöin viestintä hoitaa työpäivänsä aikana vain kiireisimmät asiat, koska resurssit eivät riitä viestinnän kehittämiseen. (Korhonen & Rajala 2011, 40.)

2.2 Mittaaminen

Viestinnän mittaamisessa keskitytään pääasiassa yksityiskohtiin, ilman niiden linkittämistä organisaation kokonaistavoitteisiin. Tällaisia yksityiskohtaisia mitattavia asioita ovat esi-

merkiksi irrallinen mediaseuranta ja huomioarvot. Todennäköisesti mittaamisesta ja arvioinnista puhutaan enemmän kun niitä tehdään. Mittaaminen itsessään ei tee autuaaksi, ellei tuloksia analysoida ja hyödynnetä huolellisesti. (Juholin 2010, 28.)

Viestinnän arviointia on pidetty vaikeana, koska tulokset ovat usein välillisiä: vaikutetaan esimerkiksi näkyvyyteen, tunnettuuteen, muistamiseen tai sitoutumiseen. Näiden puolestaan oletetaan vaikuttavan organisaation tuloksiin. Mediajulkisuus on paljon käytetty viestinnän onnistumisen mittari. Saavutettua medianäkyvyyttä esitellään mielellään. Jos myönteistä näkyvyyttä on runsaasti, tuloksia pidetään ”hyvinä”. (Juholin 2010, 29-30.)

Mitä arvoa viestinnällä on? -kysymys on kiperä. Parhaimmillaan viestintä ei ainoastaan tuota jotain hyvää, vaan saattaa ehkäistä tai jopa estää jonkin haitallisen asian tai tapahtuman toteutumisen. Tyydyttävä tulos voi olla myös se, että jokin tilanne pysyy entisellään. (Juholin 2010, 30.)

Viestinnän tulokset ovat välittömiä tai välillisiä, ja ne ovat mitattavissa asiakkaiden ja muiden sidosryhmien tiedoissa, asenteissa ja käyttäytymisessä. Välittömiä ovat viestien huomaaminen ja tunnistaminen, tiedon ja tietämyksen muutokset sekä kiinnostus organisaatiota, sen tuotteita tai asioita kohtaan. Välillisiä tuloksia ovat pysyvyys tai muutokset mieliteissä, asenteissa ja tunnoissa sekä edelleen taipumukset tai halukkuus toimintaan. (Juholin 2010, 36.)

2.3 Projekti

Projekti on selkeästi asetettuihin tavoitteisiin pyrkivä ja ajallisesti rajattu kertaluontoinen tehtäväkokonaisuus. Sen toteuttamisesta vastaa varta vasten perustettu, johtosuhteiltaan selkeä organisaatio. Sillä on käytettävissään selkeästi määritellyt voimavarat ja resurssit. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 24.)

Projektille on aina määritelty tavoite ja se etenee elinkaarena. Se alkaa ja päättyy, sillä on tehtävä, jonka tuloksia arvioidaan lopuksi. Projektin viestinnässä ensimmäinen kysymys usein on: keitä kaikkia asia koskee, kenen tietoon se tulee saattaa? Eri intressiryhmien tarpeet vaihtelevat. Mitä laajempi yleisö on, sitä tarkemmin pitäisi pohtia sisältö ja viestinnän keinot. Ryhmiä voidaan myös priorisoida ja päättää, ketkä tarvitsevat enemmän tietoa, ketkä pärjäävät puolestaan vähemmällä. (Juholin 2009, 122.)

Toinen kysymys on: mikä tai mitä on projektin perusviesti. Tärkeintä on muotoilla helposti muistettava sisältö projektin tarkoituksesta, tavoitteista ja aikatauluista. Kun sisältöä luodaan, on hyvä pohtia sitä sekä sidosryhmien että projektin vaiheiden kannalta: mitkä ovat keskeisiä viestejä eri ryhmille eri vaiheissa. (Juholin 2009, 122-123.)

2.4 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinointi yhdistää markkinoinnin ja tapahtuman. Se on toimintaa, joka tavoitteellisella, vuorovaikutteisella tavalla yhdistää organisaation ja sen kohderyhmät tietyn teeman tai idean ympärille tapahtumaan, joka on toiminnallinen kokonaisuus. (Vallo 2014, 19.)

Kun organisaatio järjestää tapahtuman, sen olisi hyvä miettiä, mitä se haluaa viestiä ja mikä on viestinnän tarve itse tapahtumassa sekä yleisesti tapahtumasta. Se, millaisia tapahtumia organisaatio järjestää, kertoo sen arvoista. Jokaisella tapahtumalla tulisi olla pääviesti ja sitä tukevia sivuviestejä. On todennäköisempää, että osallistuja muistaa yhden selkeän viestin kuin useiden viestien sekamelskan. Järjestäjän on mietittävä nämä viestit itselle selviksi, jotta niiden välttämistä voidaan vahvistaa eri elementeillä itse tapahtumassa. (Vallo 2014, 116.)

Tapahtuman viestiin vaikuttaa moni tekijä: ajankohta, paikka, ohjelma, teema ja perusidea. Näiden elementtien hallinta on keskeinen onnistuneen tapahtuman edellytys. (Vallo 2014, 116-117.)

Tapahtumaa ei huomata, ellei siihen olla valmiita panostamaan tarpeeksi resursseja. Tapahtuman tulisi olla vastalääkettä tavanomaisuudelle. Tulisi selvittää, mitä ihmiset oikeasti ajattelevat ja kuinka he haluavat tuntea. Kun tämä on selvillä, rakennetaan tietojen pohjalta tapahtuma toteutuskelpoiseen ja mieleen jäävään muotoon. Tapahtuman ydin tulisi olla täynnä kiehtovia ominaispiirteitä: kävijän kaikkiin aisteihin tulisi voida vaikuttaa ja tehdä näin vaikutus passiiviseenkin kävijään. Tärkeintä on keksiä uutta, välttää aiemman toistamista ja erottua joukosta. (Preston 2012, 46.)

2.5 Kriisiviestintä

Kriisi on aina äkillinen tilanne. Se voi lamaannuttaa, olla pelottava ja aiheuttaa paniikkia. Usein se ei ole ennakoitavissa. (Karhu & Henriksson 2008, 26.)

Perinteisiä kriisiviestinnän peruseriaatteita ovat nopeus, avoimuus ja rehellisyys. Nykyään näiden jatkoksi täytyy lisätä aloitteellisuus, koska tiedonvälitys on nyt reaaliaikaista.

Lisäksi on huomioitava kaksi periaatetta, jotka usein unohtuvat kriisin aikana, kun pyritään ajattelemaan liikaa rationaalisesti: vastuullisuus ja inhimillisuus. (Karhu & Henriksson 2008, 27.)

Digitaalisen julkisuuden käsite kattaa valtavirtamedian, sosiaalisen median, hakukoneiden ja uusien mediasovellusten muodostaman julkisen tilan. Se on erilaisten verkostojen kohtaamispaikka. Kriisiuutinen leviää hetkessä yli kansallisuus- ja kielirajojen: kriisi on samanaikaisesti sekä paikallinen että globaali. Tämä julkisuus on reaaliaikaista ja toimii 24 tuntia vuorokaudessa. Kriisiviestinnältä vaaditaan toimintavalmiutta ja reagointikykyä kriisin akuuttivaiheessa. (Korpiola 2011, 18.)

Digitaalisessa julkisuudessa sisällöt kiertävät ja niitä kierrätetään. Media lainaa toista mediaa ja rakentaa uutisen päälle oman uutisen. Ilmiö on nimeltään sirkulaatio. Remediaatio on prosessi, jossa joku ottaa mediasisällön ja seuraavalla kierroksella tämä materiaali muokataan oman näkökulman mukaiseksi ja liitetään uuteen asiayhteyteen tai siirretään toiseen mediaan esitettäväksi. Jos kriisiviestin alkuperäinen asiayhteys tai lähde katoaa ja esitetty näkökulma vaihtuu tai muuttuu kierrätyksen myötä merkittävästi, voivat vaikutukset olla huomattavia kriisiviestinnän kannalta. (Korpiola 2011, 18-19.)

Joukkoviestimet välittävät tietoa suurelle yleisölle ja kriisit ovat niille kiinnostavia aiheita, koska ne saavat yleisön huomion. Kriisi myy paremmin kuin mikään muu uutislaji, ja media ei epäröi hyödyntää sitä. Kriisi synnyttää helposti lumipallovaikutuksen: yksi teema nostaa esiin muita kriittisiä asioita, jolloin kriisi voi moninkertaistua. Uutiskriteerit eli ajan-kohtaisuus, syy-seuraussuhteet, konflikti ja draamallisuus toteutuvat erityisesti kriisitilanteissa. Nyky-yhteiskunnassa kriisiviestintä on saatava käyntiin heti. Mitä nopeammin kyselyihin voidaan vastata, sitä paremmin voidaan torjua väärin tietojen leviäminen. (Valo 2014, 40.)

Kriisitiedotuksen on oltava oikeaa ja asiallista: ei spekulatiota, ei vähättelyä, eikä valehtelua. On tärkeää olla rehellinen ja täsmällinen. On kuitenkin muistettava, että on myös asioita, joita ei ole luvallista antaa julkisuuteen: esimerkiksi yksityisyyden suoja ja muut julkistamista rajoittavat lait saattavat vaikuttaa tiedottamiseen. On tärkeää ajatella ensin ja puhua sitten. Vastausten tulisi olla lyhyitä ja perusteltuja. Älä anna kysyjän pistää sanoja suuhusi. Kriisitilanteessa ei saa improvisoida tai kehittää uusia ideoita. (Valo 2014, 39.)

“En kommentoi” ei ole vastaus kriisiviestinnässä. Kun sovitaan kuka tai ketkä antavat lausuntoja ulospäin, on vähintään yhtä tärkeää varmistaa, että jokainen organisaatiossa tie-

tää, mitä kunkin pitää tehdä tai sanoa, jos joku kysyy asiasta. Jos asiaa kielletään kommentoimasta, on hyvä muistaa, että kommentointikielto koskee toimittajien lisäksi myös kaikkia muita ulkopuolisia tahoja, ja on voimassa myös sosiaalisessa mediassa. (Valo 2014, 40.)

2.6 Urheiluseuran viestintä

Seuran on tärkeää löytää oma ja erottuva ydinviesti, joka kertoo niin jäsenille kuin ulkopuolisillekin, millä asialla seura on. Paras ydinviesti on lyhyt ja puhutteleva. Tehokas viestintä toistaa tätä viestiä johdonmukaisesti. Ydinviesti ei ole nokkela iskulause tai mainos vaan kiteytys seuran toiminnan ominaislaadusta. Keskustelu seuran omasta viestistä on keskustelua seuran perustehtävästä ja olemassaolon oikeutuksesta. Kysymys on urheiluseuran valitsemasta suunnasta ja painotuksista, jolla se haluaa varmistaa toimintansa tulevaisuuden. (Valo 2014, 6.)

On hyvä pohtia, mikä yhdistää seuran jäseniä ja sen toiminnasta kiinnostuneita. Kuuluminen urheiluseuraan saattaa olla tärkeä osa ihmisen elämää. Seurassa ollaan tekemisissä lajirakkauden, perinteiden ja yhteisten arvostusten, jopa elämäntavan kanssa: mitä me yksilöinä tai yhdessä seurana haluamme olla, mitä aiomme saada aikaan, miten ja kenen kanssa sen teemme. Seuran sisäinen ja ulkoinen viestintä ovat saman asian kaksi eri ulottuvuutta, joita ei voi erottaa toisistaan. Ulkoinen kuva kaatuu nopeasti, ellei se vastaa todellisia kokemuksia julkisivun takana. (Valo 2014, 6.)

Ihmiset eivät enää ilmaannu vapaaehtoistoimintaan sankoin joukoin. Jos onnistutaan kertomaan, miten hauskaa yhdessä tekeminen voi olla ja miten erilaiset vahvuudet voivat tuottaa tuloksia, osallistuminen alkaa houkutella. Moni kaipaa elämäänsä juuri mielekkyyttä ja mutkatonta yhteenkuuluvuuden tunnetta. Seuratoiminta tarjoaa parhaimmillaan yhteisöllisyyttä. Viisaasti viestivä seura ymmärtää ihmisten erilaisia elämäntilanteita ja myös perheen tai työn vaatimuksia. Vaikka vuorokausi tai viikko on jokaiselle yhtä pitkä, mahdollisuus päättää omasta ajankäytöstä lyhyellä aikavälillä vaihtelee melkoisesti. Jos välillä vetäytyy hoitamaan pientä lasta tai ikääntyviä vanhempia, paluuta seuratoimintaan voi helpottaa viestinnällä eli pitämällä tauolla olevatkin ajan tasalla tapahtumista. (Valo 2014, 7.)

2.7 Elinsiirtojen taustaa

Elinsiirtourheilutapahtuman viestinnästä puhuttaessa on huomioitava se tosiasia, että jokaisella urheilijalla on elinikäinen hylkimisenestolääkitys ja että hän käy säännöllisesti lää-

ketieteellisessä seurannassa koko loppuelämänsä ajan. Taustoittamalla lyhyesti elinsiirtojen ja lääketieteellisen puolen teoriaa on helpompi ymmärtää, millaisen polun elinsiirtourheilija on kulkenut osallistuessaan EM-kilpailuihin. Taustoitusta auttaa myös näkemään, miksi viestinnässä keskitytään tuomaan esiin positiivisia tarinoita, vaikka taustalla onkin aina elinsiirteen saaminen joko elävältä tai kuolleelta luovuttajalta sekä pitkä kuntoutumisprosessi siirtoleikkauksen jälkeen – unohtamatta myöskään dialyysissä olevia urheilijoita. Kyseessä on usein yllättävä ja rankka sairastuminen, joka johtaa elinsiirtojonossa odottamiseen ja epätietoisuuteen ja lopulta siirteen saamiseen. Elinsiirron luomat mahdollisuudet ja urheilijatarinat ovat kiinnostavia näkökulmia suuren yleisön kannalta – keskittyminen tragediaan kuteen sairastumiseen, elinsiirron odottamiseen ja mahdollisiin myöhempisiin komplikaatioihin puolestaan ei tuo mitään uutta tai rakentavaa näkökulmaa urheilutapahtuman viestinnälle.

Elinsiirto on toimenpide, jossa potilaan kehoon siirretään kokonainen tai osittainen elin. Elinsiirto tehdään, kun oma elin lakkaa toimimasta tai kun potilaan henki on uhattuna oman elimen toiminnan heikkenemisen vuoksi. Suomessa elinsiirrot on keskitetty Helsingin yliopistolliseen keskussairaalaan. Aikuispotilaiden elinsiirtoleikkaukset suoritetaan keskitetysti Meilahden tornisairaalassa, lapsipotilaiden siirrot puolestaan tehdään Lastenlinikalla. (HUS 2015.)

Vuositasolla ja elinluovuttajatilanteesta riippuen Suomessa tehdään noin 230 - 290 munuaisen-, maksan-, sydämen-, keuhkon-, haiman-, suolen- tai haiman saarekesolusiirtoa. Eniten tehdään munuaisensiirtoja. (HUS 2015.)

Joidenkin sairauksien ainoa hoitomuoto on elinsiirto – siirrettä voi tarvita periaatteessa kuka tahansa jossain vaiheessa elämänsä. Suomessa elinsiirtojonossa on jatkuvasti noin 400 ihmistä. Vuosittain elinsiirtoa odottavista noin 5 - 10 prosenttia kuolee odottaessaan sopivaa siirrettä. (Kyllä elinluovutukselle.)

Lain mukaisesti aivokuolleen henkilön elimiä voidaan käyttää toisen ihmisen hyväksi, jos hän ei ole tätä eläessään vastustanut. Vainajan mielipide on pyrittävä selvittämään. Jos mahdollisella elinluovuttajalla ei ole elinluovutuskorttia, kysytään tietoja mielipiteestä hänen omaisiltaan. Omainen ei voi kieltää elinten luovutusta omaan tahtoonsa vedoten. (Kyllä elinluovutukselle.)

2.8 Liikunta elinsiirron jälkeen

Ymmärtämällä liikunnan keskeisen merkityksen elinsiirtopotilaan kuntoutumiselle ja hyvinvoinnille on myös helpompaa nähdä, miksi EM-kilpailuissa on niin suuri hajonta ikäryhmissä ja osallistujien urheilutaustoissa. Jo pelkkä säännöllinen arkiliikunta lisää elinsiirron saaneen hyvinvointia ja ennaltaehkäisee useita liitännäissairauksia, joille erityisesti elinsiirron saaneet henkilöt ovat alttiita. Säännöllinen liikunta on olennainen osa elinsiirron saaneen kuntoutusprosessia.

EM-kilpailuiden osallistujamaista hyvin harva järjestää esikarsintoja joukkueelle – urheilijoiden motivaatio, tavoitteet ja suoritustasot saattavat siis erota suurestikin toisistaan samankin ikäluokan sisällä. Ulkoisen viestinnän kannalta puhutaan siis liikunnan luomista mahdollisuuksista ja osallistumisen ilosta sekä tapahtuman sosiaalisesta puolesta. Tulokset ja mitalisijat ovat kiinnostavampia puolestaan sisäisen viestinnän kannalta. Yhteenve-tona on siis tärkeää, että kerrotaan liikunnan kokonaisvaltaisista vaikutuksista hyvinvoinnille.

Elinsiirteeseen saamisen jälkeen elämänlaatu paranee usein radikaalisti verrattuna juuri siirtoa edeltävään aikaan. Liikunnalla voidaan saavuttaa vieläkin parempia tuloksia elämänlaadun suhteen: liikkuminen laskee sydän- ja verisuonitautien sekä diabeteksen riskiä. Nämä sairaudet ovat erityisiä riskejä elinsiirron saaneelle: elinikäinen hylkimisenestotäätäätys saattaa sivuvaikutuksena altistaa juuri tämän tyyppisille ongelmille. (Griffin 1998, 194.)

Elinsiirron jälkeen täytyy huomioida muutama riski, riippuen hieman saadusta elinsiirteestä. Munuaissiirre ja siihen liittyvä lääkitys lisää luunmurtumien sekä sydän- ja verisuonitautien riskiä. Itse siirteeseen vahingoittumisen riski on myös aina huomioitava: usein urheilijoita neuvotaan välttämään kontaktilajeja ja kovia iskuja keskivartaloon. Sydänsiirteeseen saaneilla on riski liian matalaan verenpaineeseen liikunnan aikana: heidän on muistettava siis sekä lämmitellä että jäähdyttellä kunnolla ennen liikuntaa, jotta verenpaine ehtii reagoida rasitukseen. Siirretty maksa taas saattaa aiheuttaa häiriöitä glukoosiainenvaihdunnassa – nämä häiriöt altistavat puolestaan sydän- ja verisuonisairauksille. Lääkityksiin liittyviä sivuvaikutuksia ovat liiallinen ja äkillinen verenpaineen nousu, lihassairaudet sekä yleisimpänä erilaiset murtumat. (Griffin 1998, 194.)

Liikunta auttaa ylläpitämään elinsiirron saaneen terveyttä ja hyvänolon tunnetta: hyödyt ovat tutkitusti siis paljon riskejä suuremmat. Siirteeseen saanut voi palata normaaliin elämään ja muutamista riskeistä huolimatta he voivat urheilla turvallisilla mielin. (Griffin 1998, 194.)

2.9 Elinsiirtourheiluun liittyviä käsitteitä ja niiden erityispiirteitä

Puhuttaessa elinsiirtourheilusta ja -liikunnasta on hyvä ymmärtää muutamia urheiluun liittyviä käsitteitä. Vaikka elinsiirtourheilu tapahtuu Suomessa vammaisurheilujärjestön alaisuudessa, ei elinsiirtourheilusta puhuta kuitenkaan vammaisurheiluna. Vertailu vammattomien urheiluun ei ole useimmiten tarkoituksenmukaista. Käsitteiden avulla on myös helppompaa ymmärtää, miksi esimerkiksi järjestetään kahdet erilliset EM-kilpailut: tämä jako voidaan nähdä kilpailijoiden luokitteluna. Elinsiirtourheilijan osallistumisoikeuden kilpailuihin määrittää aina kuitenkin viime kädessä lääkäri – lääkärintodistuksen perusteella. Osa lajeista voidaan nähdä soveltavan liikuntana. Esimerkiksi juoksumatkoja lyhennetään sopivaksi, jotta kaikkien voidaan odottaa pääsevän maaliin. Niiden urheilullinen vaativuus on siis sovellettu niin, että kaikilla osallistujilla on halutessaan mahdollisuus osallistua halua maansa lajiin.

Liikkumis- ja toimimisesteisen henkilön kyky liikkua, toimia tai kommunikoida on pysyvästi tai tilapäisesti rajoittunut vamman tai sairauden takia. Liikkumis- ja toimimisesteisiä ovat esimerkiksi liikuntavammaiset, näkövammaiset, kuulovammaiset, kehitysvammaiset sekä elinsiirron tai sairauden vuoksi liikkumis- ja toimimisesteiset eri-ikäiset henkilöt. Suomessa on pysyvästi liikkumis- ja toimimisesteisiä henkilöitä noin puoli miljoonaa. Tilapäisesti liikkumis- ja toimimisesteisiä on puolestaan noin viisi prosenttia väestöstä. (VAU.)

Erityisurheilusta tai soveltavasta urheilusta ei kuule puhuttavan kovinkaan usein esimerkiksi mediassa. Syy liittyy urheilun luonteeseen, sillä urheilussa on pitkälti kysymys kilpailusta ja urheilijoiden välisestä mittelöstä. Jotta urheilu olisi mielekästä, täytyy sääntöjen olla selvät. Vammaisurheilussa nousevat tällöin esiin seikat kuten vammaryhmät ja yksilöiden luokittelu, joita ei vammattomien urheilussa tunneta. (VAU.)

3 Viestintäsuunnitelman toteutus

Viestintäsuunnitelman laatiminen alkoi maaliskuun alussa samanaikaisesti harjoitteluni kanssa. Osana harjoitteluani oli siis myös suunnitella ja kirjoittaa opinnäytetyötäni. Työryhmässämme oli neljä jäsentä ja yksi tiedottaja, joiden kanssa työskentelimme viestinnän suunnittelun parissa. Pienen organisaation etu on, että suunnittelu oli varsin joustavaa ja kaikki näkökulmat tulivat huomioiduksi: viestinnän suuntaviivoista on helppo keskustella matalalla kynnyksellä ilman isomman kokouksen järjestämistä.

Taulukko 1. Elinsiirtourheilun viikko -tapahtumakokonaisuuden sisältö

Elinsiirtourheilun viikko 10. – 17.7.2016	
Elinsiirron saaneiden EM-kilpailutapahtumat <ul style="list-style-type: none">• Elinsiirron saaneiden ja dialyysissä olevien EM-kilpailut• Sydän- ja keuhkonsiirron saaneiden EM-kilpailut	EU:n tukemat tapahtumat <ul style="list-style-type: none">• Kansainvälinen lasten ja nuorten leiri• Kansainvälinen elinsiirtosymposium ja tutkijatyöpajat• Sporttitori-tapahtumat

Elinsiirtourheilun viikko oli siis kokoava nimitys kahdeksan päivän tapahtumakokonaisuudelle (Taulukko 1), joka järjestettiin pääasiassa Vantaalla heinäkuussa 2016. EM-kilpailuja oli siis kaksi, mutta ne järjestettiin samoilla suorituspaikoilla rinnakkain sekä osin samanaikaisesti lajeista riippuen. Heinäkuun tapahtuma poikkesi aiemmista kilpailuista siinä, että nyt molempien elinsiirtoryhmien EM-kilpailut järjestettiin ensimmäistä kertaa samassa paikassa samaan aikaan. Syynä erillisiin kilpailuihin ovat olleet järjestöpoliittiset kysymykset sekä jonkinasteiset suorituskykyerot eri elinsiirtoryhmien kesken: esimerkiksi sydänsiirteen saaneiden fyysinen suorituskyky ei ole välttämättä yhtä hyvä kuin munuaissiirteen saaneen. Lisäksi kaksi eri kattojärjestöä on tahtonut järjestää omat EM-kilpailunsa täysin itsenäisesti: näin urheilijat on jaoteltu EM-tasolla siirtoryhmien mukaan – takana on siis osin myös järjestöpolitiikkaa ja arvovaltakysymyksiä.

EM-kilpailuiden lisäksi EU tuki taloudellisesti kilpailutapahtuman rinnalla järjestettäviä kolme erillistä tapahtumaa. Elinsiirtoa odottaville tai siirteen saaneille lapsille ja heidän perheilleen oli järjestetty liikuntaleiri, jossa oli mahdollista kokeilla erilaisia lajeja. Leirille osallistuminen oli ilmaista Eurooppalaisille perheille, matkakuluja lukuun ottamatta. Kansainväliset tutkijoiden työpajat (2 päivää) ja symposium (2 päivää) järjestettiin Vantaalla kong-

ressihotellissa kilpailujen aikana. Sporttitoritapahtumat (6 päivää) olivat kaikille avoimia tapahtumia ympäri pääkaupunkiseutua. Ne tarjosivat erilaisia mahdollisuuksia kokeilla urheilulajeja. Lisäksi sporttitoreilla oli Kyllä elinluovutukselle -infopisteitä sekä esiintymislava ja esiintyjä.

Taulukko 2. Tapahtumakokonaisuuden yhteistyökumppanit

<p>VAU ry:n koordinoimat kokonaisuudet LOC (Local Organising Committee) eli järjestelytoimikunta EU-rahoitteinen Erasmus+ -hanke</p>	<p>EM-kilpailut</p>
<p>EM-kilpailujen myöntäjät EHLTF (European Heart and Lung Transplant Federation) ETDSF (European Transplant and Dialysis Sport Federation)</p>	
<p>EM-kilpailujen taloudellinen tuki ja suorituspaiikat Opetus- ja kulttuuriministeriö (OKM) Vantaan kaupunki</p>	
<p>Yksittäisten urheilulajien toteutus Työväen urheiluliitto (TUL) ja sen jäsen-seurat</p>	
<p>Lääketieteellinen asiantuntemus Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiiri</p>	
<p>Potilasjärjestöyhteistyö Sydän- ja keuhkosiirroksaat ry Munuais- ja maksaliitto ry</p>	

Elinsiirtourheilun viikon yhteistyökumppaneina oli lukuisia tahoja (Taulukko 2). Tapahtuman luonteen johdosta suomalaiset potilasjärjestöt olivat itsestään selviä yhteistyökumppaneita: ne markkinoivat tulevia EM-kilpailuja ja vastasivat elinsiirtotoiminnasta tiedottamisesta ja Kyllä elinluovutukselle -kampanjan promootiosta Vantaan kaupunki avusti kilpailujen suorituspaikkojen hankinnassa ja käytännön järjestelyissä, sekä oli mukana kilpailujen paikkakohtaisen toteutuksen suunnitteluprosessissa. Opetus- ja kulttuuriministeriö tuki tapahtumaviikkoa taloudellisesti järjestötuen kautta. Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiiri vastasi kilpailujen lääketieteellisestä asiantuntijuudesta ja valmiudesta, päivystäen

koko kilpailujen ajan. TUL:n alaiset urheiluseurat antoivat lajiosaamisensa kilpailujen käyttöön: ne vastasivat siis jokaisen lajin toimitsijoista ja tulosten kirjaamisesta, ajanotoista sekä mittaamisesta – eli vastasivat käytännön tasolla jokaisen kilpailulajin toteutumisesta ja läpiviennistä. EHLTF ja ETDSF eli kansainväliset kattojärjestöt myönsivät kumpikin omissa yleiskokouksissaan vuoden 2016 EM-kilpailut Suomeen VAU:n järjestettäväksi tehtyjen hakemuksien pohjalta.

Taulukko 3. EM-kilpailujen ja tapahtumaviikon päiväkohtainen aikataulu

	Ma	Ti	Ke	To	Pe	La
Elinsiirron saaneiden ja dialyysissa olevien EM-kilpailut	Mini-maraton Darts Avajaiset	Lentopallo Pöytätennis Petanque	Sulka-pallo Uinti Sali-bandy	Golf Tennis Pyöräily Keilailu	Yleisurheilu Keilailu	Yleisurheilu
Sydän- ja keuhkosiirrokkaiden EM-kilpailut	Avajaiset	Lentopallo Pöytätennis Maastojuoksu	Uinti Sulka-pallo Petanque Sali-bandy	Golf Tennis Pyöräily Keilailu	Yleisurheilu	
Elinsiirtoliikunnan työpajat ja symposio (EU-hanke)		Työpaja 1 Työpaja 2	Työpaja 3 Työpaja 4	Symposio 1. päivä	Symposio 2. päivä	
Lasten ja nuorten leiri (EU-hanke)				Lajikokeiluja Linnanmäki	Yleisurheilun 3-ottelu	
Sporttitori-yleisötapahtumat (EU-hanke)	Tikkurilantori	Kansalaistori	Käpylän urheilupuisto	Jumbo	Sello	Myyrmanni

Tarkempi aikataulu (Taulukko 3) alkaa maanantaista 11.7. ja päättyy lauantaihin 16.7. Edeltävä sunnuntai 10.7. on varattu pelkästään urheilijoiden saapumiselle ja majoittumiselle. Sunnuntai 17.7. puolestaan on varattu kotiinlähdölle. Viestinnän kannalta torstai ja perjantai ovat ennalta arvioituina kiireellisimmät: on pohdittava kuinka tapahtumapaikoille jalkaudutaan, jotta saadaan mahdollisimman kattavasti kirjoitettua kunkin päivän tapahtumista. Toisaalta on huomioitava että ehditään tarvittaessa reagoida, jos jotain viestinnän kannalta kiinnostavaa tapahtuu. Lisäksi on huomioitava, että EU-hankkeen tapahtumat pyörivät kilpailujen kanssa rinnakkain.

3.1 Suunnitteluvaiheen kuvaus

Kirjoitin ensin opinnäytetyön johdannosta karkean version: perehdyin ensin järjestön taustoihin sekä tulevaan tapahtumaan. Lisäksi olin mukana järjestelytoimikunnan, yhteistyöurheiluseurojen ja mediaseurantasuunnittelun kokouksissa sekä kaikissa viestintään ja kilpailujärjestelyihin liittyvissä kokouksissa. Kokoukset auttoivat hahmottamaan kuinka iso kokonaisuus tuleva kilpailuviikko on viestinnänkin kannalta. Myös urheilu- ja vammaisjärjestön päivittäiseen toimintaan pääsi osallistumaan harjoittelijana kiitettävän paljon. Vaikka aiempaa kokemusta järjestöistä ei ollut, pääsi toimintaan helposti sisään. Suunnitelman ja opinnäytetyön rajaus jätettiin vielä tarkoituksella hieman auki. Samanaikaisesti johdannon työstämisen yhteydessä aloitin teoriaosion kirjoittamisen: pohdin ja avasin keskeisiä käsitteitä monipuolisten lähteiden avulla.

Taulukko 4. EM-kilpailujen järjestelytoimikunta

Puheenjohtaja	Varapuheenjohtaja
Pääsihteeri	Lääketieteellinen asiantuntija
Viestintävastaava	Vapaaehtoiskoordinaattori
Projektikoordinaattori	Lajivastaava
Majoitus- ja kuljetusvastaava	Viestintäassistentti (ONT-tekijä)
EU-hankkeen projektipäällikkö	

Järjestelytoimikunta nimitettiin ennen kisoja (Taulukko 4): se koostui VAU ry:n omista työntekijöistä, potilasjärjestöjen järjestöaktiiveista (puheenjohtajat) ja elinsiirtolääkäreistä. Täysipäiväisesti EM-kilpailujen järjestämisen parissa työskentelivät pääsihteeri ja projekti-koordinaattori. Projektipäällikkö vastasi lisäksi vain EU-hankkeen järjestelyistä. Muut toimikunnan jäsenet työskentelivät järjestelyjen parissa muun työnsä ohella. Opinnäytetyön tekijä työskenteli pääsihteerin alaisuudessa. Käytännössä työskentely tapahtui päivittäin samassa tilassa pääsihteerin, projektipäällikön ja projektikoordinaattorin kanssa. Lisäksi tekijä keskusteli päivittäin viestintävastaavan kanssa viestinnän suunnitteluun liittyviä asioita. Projektitiimissä oli siis neljä jäsentä opinnäytetyön tekijä mukaan luettuna. Käytännössä kaikki järjestön työntekijät olivat kuitenkin prosessissa mukana antaen taustatietoa urheilujärjestötoiminnasta ja yleisellä tasolla.

Maaliskuun puolivälissä pidimme projektitiimin ja viestintävastaavan kesken ensimmäisen palaverin viestintäsuunnitelmasta: näin saimme hahmoteltua suunnitelman rakennetta sekä sisältöä ja projektin viestinnällisiä tarpeita. Lisäksi sain taustatietoa aiemmista elinsiirtourheilun arvokilpailuista. Päädyimme siihen, että kiteytämme vielä ydinviestiä. EM-

kilpailuille oli valmiiksi määritelty neljä tavoitetta, joita voidaan luontevasti käyttää apuna suunniteltaessa ydinviestiä ja viestinnällisiä teemoja kisoille.

Yleisiä tavoitteita EM-kilpailuille (Elinsiirtourheilun viikko):

- lisätä elinsiirto- ja elinluovutustoiminnan tietoisuutta
- edistää elinsiirtourheilua Suomessa ja Euroopassa
- järjestää upea tapahtumakokonaisuus kaikille osallistujille
- tarjota taloudellisesti saavutettava tapahtumakokonaisuus niin suomalaisille kuin eurooppalaisille osallistujille

Viestinnän ydintä ideoitin jo alustavasi: ”Elinsiirto mahdollistaa aktiivisen elämäntavan.” tai ”Liikunta mahdollistaa terveen ja pitkän elämän elinsiirtourheilijalle.” olivat virkeitä, jotka kiteyttäisivät suhteellisen hyvin kilpailujen tavoitteet.

Tärkeimpänä viestittävänä teemana pidettiin tietoisuuden lisäämistä elinsiirtotoiminnasta. Viestinnän resurssit eivät riittäisi kansainväliseen viestintään ja mediayhteistyöhön. Sosiaalisen median avulla saattaisimme kuitenkin tavoittaa kansainvälisiäkin ympyröitä. Toisaalta oli realistista odottaa, että kisoista kiinnostuneet ovat enimmäkseen elinsiirtourheilijoita ja heidän omaisiaan. Tämä tarkoittaisi toisin sanoen sitä, että sisäisen viestinnän merkitys tapahtumaviikolla korostuisi. Tietoisuuden lisääminen suuren yleisön joukossa onkin haaste tulevan tapahtuman viestinnälle.

Todettiin, että vuonna 2015 Argentiinan MM-kilpailuista oli olemassa hyvä kriisiviestintäsuunnitelman pohja. Koska viestintäsuunnitelman laatiminen oli tärkein prioriteetti ja isoin työ, päädyimme siihen, että kirjoitan kriisiviestinnän periaatteista ja lähtökohdista oman kohdan viestintäsuunnitelmaan.

Kriisiviestintäsuunnitelman merkitys kuitenkin korostuu elinsiirtourheilussa: on olemassa näyttöä siitä, että kun useita satoja elinsiirtoihmisiä kokoontuu yhteen, on mahdollista, että joku heistä menehtyy kilpailujen aikana. Riski on todellinen aiempien MM- ja EM-kilpailujen valossa, joten päädyimme huomioimaan huolellisesti myös nämä tulevan tapahtuman todennäköiset erityispiirteet.

Lisäksi tarkennetaan organisaation viestintävastuita ja kommenttilupia kriisin sattuessa. Sosiaalinen media mahdollistaa kriisitapahtumien ja siitä tehtyjen tulkintojen vääristymisen esimerkiksi kännykkäkuvaamisen ja sosiaalisen median kautta. Tämän takia kilpailujen vapaaehtoisia koulutetaan viestinnän erityispiirteistä ja toisaalta sen rajoista. Lisäksi heinäkuu saattaa olla uutisköyhää aikaa, jolloin mikä tahansa kriisiuutinen kiinnostaa myös valtamediaa. On siis syytä varautua kriisin aiheuttamaan otsikkojulkisuuteen.

Viestintäsuunnitelman mittakaavaa ja kohderyhmiä pohdittiin: Suomessa elinsiirteen saa noin 300 potilasta vuodessa ja VAU ry:n aktiivista tiedottamista vastaanottaa noin 150 ihmistä. Toisaalta noin 90 prosenttia suomalaisista sanoo suhtautuvansa positiivisesti elinsiirtoihin, joten suuri yleisö on vastaanottavainen tulevalle tapahtumalle ja sen viestinnälle.

Haastetta aiheuttavat myös kahdet rinnakkaiset EM-kilpailut: kattojärjestöt EHLTF ja ET-DSF ovat tarkkoja tasapuolisesta tiedottamisesta ja viestinnästä, ja reagoivat herkästi, jos kokevat että toisen järjestön kilpailut saavat enemmän huomiota tai näkyvyyttä. Lisäksi eri elinsiirron saaneet urheilijat tulisi myös huomioida tasapuolisesti viestinnässä, kuten myös ikäryhmät ja sukupuolet – myös urheilijoilta tulee herkästi palautetta, jos he kokevat että jokin ryhmä näkyy liikaa tai toisaalta liian vähän viestinnässä. Kisojen erityispiirre on myös se, että voittajilla ja tuloksilla ei ole aiemmissa kisoissa ollut erityisen suurta huomioarvoa, vaan urheilijoiden tarinat ja kilpailujen henki ovat olleet tärkeimmässä roolissa.

Kisojen viestinnässä korostuu valmiin materiaalin tuottaminen: tehdään valmiiksi varastoon esimerkiksi henkilöjuttuja urheilijoista, joita julkaistaan suunnitelmallisesti ennen kisoja ja kisojen aikana. Kun esimerkiksi Suomen joukkue on valittu, voidaan jäsenistä kirjoittaa valmiiksi tarinoita. Lisäksi aiempiin kilpailuihin pohjautuen vapaaehtoisten tunnelmaa luova rooli on todella tärkeä. Haasteena on pohtia, kuinka vapaaehtoisia toimijoita voisi kouluttaa tunnelmanluontiin tai onko se ylipäättään mahdollista. Tarkoituksena on, että osa vapaaehtoisista koulutetaan nimenomaan sosiaalisen median sisällöntuottajiksi, jolloin korostuu julkaisusuunnitelman noudattaminen.

Sosiaalisen median kanavista käytössä olivat Facebook, Instagram ja Twitter. Mielenkiintoista oli, että Facebookissa oli kolme eri sivustoa: yksi oma, varta vasten perustettu sivu tapahtumaviikolle (nimellä European Transplant Sport Week ETSW 2016 Vantaa). Lisäksi molemmilla kilpailuilla oli omat FB-sivunsa (nimillä European Transplant & Dialysis Sports Championships Vantaa 2016 ja European Heart and Lung Transplant Championships Vantaa 2016). Käytännössä julkaistava sisältö oli kaikilla sivuilla samaa, toki kunkin alustan erityispiirteet huomioiden: sydänpuolella julkaistiin sydänsiirrokoiden tarinoita, ja elinsiirtopuolella puolestaan esimerkiksi maksasiirrokoiden. Twitteriä hyödynnettiin uutisten ja juttujen jakamiseen, Instagramin käyttö puolestaan painottui luonnollisesti kuvien jakamiseen.

Toisaalta viestinnän haasteena on myös, kuinka viestiä kisojen tunnelmasta niin, että valitseva tunnelma välittyy myös median käyttäjille. 2008 Rovaniemellä järjestettiin kansainväliset talvikisat, jotka onnistuivat erinomaisesti aikataulullisesti, mutta tunnelma oli vaisu.

Pohdittiin että käytännössä ”myöhästely luo osaltaan tunnelmaa”, koska on esimerkiksi aikaa keskustella muiden urheilijoiden kanssa lajien alkamista odotellessa.

Koska kilpailuihin ilmoittautuminen loppuu huhtikuussa, viestinnän fokus tulee muuttamaan tämä jälkeen. Viestintä suuntautuu enemmän itse urheilijoille, vapaaehtoisille ja järjestäjille sekä kannattajille. Mediyhteistyöstä oli tarkoitus neuvotella, sillä heinäkuussa saattaa uutisrintamalla olla hiljaista: tämä tarjoaisi mahdollisuuden saada media-aikaa valtakunnallisissa medioissa ja näin ollen näkyvyyttä itse kisoille.

EM-kilpailut ovat kaikille kiinnostuneille katsojille maksuttomia ja avoimia. Tämä madaltaa osaltaan kynnystä tulla katsomaan kisatapahtumia paikan päälle. Ohikulkijat ja kesälomalaiset ovat potentiaalista yleisöä: haasteena onkin pohtia, minkälaisella viestinnällä heidät voisi saada tulemaan ja viihtymään paikan päällä, ilman että he sattumalta tulevat paikalle. Toisaalta on muistettava, että kesä on lomailuaikaa: monet muut tapahtumat kilpailevat huomiosta kesällä.

Yhteistyö muiden tahojen kanssa vaikuttaa myös viestinnän suunnitteluun: Vantaan kaupunki ja elinsiirtojärjestöt ovat selkeimpiä sidosryhmiä. On siis tärkeää, että eri toimijoiden viestintä toimii: tapahtumassa mukana olevilla tahoilla on jokaisella oma agenda viestinnän suhteen. vaikka kaikki yhteistyökumppanit ovat tekemisissä saman aihepiirin ympärillä, viestinnän näkökulmat eroavat toisistaan.

Mediaseuranta päätettiin ulkoistaa, jolloin viestintäsuunnitelmaan ei tarvitse sisällyttää kovin laajaa seurantaosiota – tosin seuranta koskee vain sähköisiä medioita, jolloin printti- ja perinteisen median seuranta jää kuitenkin suunnitelman varaan.

Todettiin, että on tärkeää kartoittaa jo nyt keväällä urheilijoita, joista voisi mahdollisesti kirjoittaa juttuja – tosin asia vaatii herkkyyttä. Moni elinsiirron saanut on työelämässä, eikä siirteiden saaminen näy ulospäin. Jotkut työnantajat saattavat kuitenkin kokea elinsiirteiden haitaksi, eivätkä uskalla välttämättä palkata työntekijää tai jatkaa määräaikaista työsopimusta. Tämän takia moni siirteiden saanut ei kerro työnantajalle asiasta – mikä luonnollisesti tarkoittaa sitä, että moni urheilija ei halua itselleen minkäänlaista julkisuutta asian tiimoilta.

Toisaalta muutama suomalainen sekä kansainvälinen elinsiirtourheilija tuo itseään tietoisesti esiin esimerkiksi sosiaalisessa mediassa: he ovat motivoituneita jakamaan omia ko-

kemuksiaan ja auttamaan mahdollisesti näin esimerkiksi vasta elinsiirtoa odottavia henkilöitä. Vertaistuki toteutuu näin myös sosiaalisessa mediassa. Luonnollisesti tällaisia urheilijoita on helppo hyödyntää myös EM-kilpailujen viestinnässä.

Viestinnän suunnittelun kannalta kaikki edellä mainittu tarkoittaa siis epävarmuutta ja sitä, että on käytävä läpi monta urheilijaa, ennen kuin löytyy sopiva haastateltava. Tosin tilanne selkeni, kun ilmoittautuminen kilpailuihin loppui 30.4. – tuolloin voitiin siis käydä urheilijat läpi ja katsoa kuinka monta haastateltavaa saadaan. Lisäksi on huomioitava, että kaikki suomalaiset potentiaaliset elinsiirron saaneet urheilijat eivät kuitenkaan välttämättä tule EM-kilpailuihin, jolloin heistä ei ole myöskään mielekästä tehdä juttua kilpailunäkökulmalla. Aktivointi ja pieni mainostus on siis paikallaan, jotta saadaan mahdollisimman kattava valikoima urheilijoita ilmoittautumaan.

Päätettiin että kisoja ennen ja niiden aikana julkaistaan videoita – jolloin viestinnällisesti on hyvä säästää osa urheilijoista videoita varten ja osa juttuihin. Jos sama kasvo esiintyy esimerkiksi molemmissa, on riski että joku kilpailujen osapuoli tuntee että tietty urheilija tai vammaryhmä saa liikaa huomiota. Tämän takia kirjasimme jo ylös eri siirtoryhmiä ja tulevien juttujen lukumääriä, jotta kaikki ryhmät olisivat mahdollisimman tasaisesti edustettuna. Lisäksi koitimme huomioida eri ikäryhmät ja sukupuolet tasapuolisesti. Toisaalta suurelle yleisölle viestittäessä jokainen elinsiirtourheilija on periaatteessa uusi ja mielenkiintoinen kasvo, vaikka häntä olisikin käytetty aiemmin järjestön sidosryhmien viestinnässä.

Ulkomaisten urheilijoiden haastattelut jäävät itse kisaviikolle. Todennäköisesti haastattelut tehdään englanninkielisten maiden tai pohjoismaiden edustajista, jotta pystytään työskentelemään yhteisellä kielellä. Iso EM-kilpailujen viestinnällinen vaikuttaja on kilpailujen käsiohjelma: todettiin että toteutetaan se vain englanninkielisenä ja A5-kokoisena, jossa on noin 30–40 sivua. Aiemmissa kisoissa haasteena on ollut liiallinen sivumäärä kaksikielisyydestä johtuen – sekä myös mainosten iso osuus.

Viestinnän kannalta lähdetään siitä, että näytetään myös, mitä kaikkea kilpailujen järjestäminen vaatii: tehdään juttuja vapaaehtoisista, urheiluseuroista ja muista tahoista, jotka mahdollistavat tapahtuman onnistumisen. Näin saadaan viestintään vaihtelevuutta, jotta yksi näkökulma tai ryhmä ei korostu liikaa muiden kustannuksella.

Kun Suomen joukkueen koko varmistui huhtikuun loputtua, helpottui haastateltavien urheilijoiden etsiminen. 88 urheilijan joukosta löytyi useitakin halukkaita haastateltavia. Haasteena viestinnän kannalta on, että urheilijoiden keski-ikä on noin 50 vuotta. Riskinä on,

että ulospäin urheilijamassa näyttää liian homogeeniseltä ja tämän myötä viestintäkin saattaa yksipuolistua. Oli myös huomioitava, että monesta kilpailuihin osallistuvasta urheilijasta on tehty jo aiemmin juttuja eri medioihin: saman ihmisen käyttäminen viestinnässä esimerkiksi useita kertoja vuodessa ei välttämättä ole sisäisen viestinnän kannalta paras valinta.

Viestinnän henkilöresursseja tarkennettiin toukokuun aikana. EM-kilpailujen viestinnästä vastasivat pääasiassa kolmen eri järjestön tiedottajat sekä opinnäytetyön tekijä. Munuais- ja maksaliitto sekä Syke ry pystyivät siis molemmat sitoutumaan EM-kilpailujen viestintään VAU:n oman viestinnän lisäksi. Todettiin, että kisaviikolle kannattaa tehdä valmiiksi viestinnän ”lukujärjestys”, jotta saamme suunniteltua etukäteen, kuka tekee juttuja mistäkin paikasta. Lisäksi valokuvia ottavat kaikki – vaikka kisojen aikana myös kaksi ammattikuvaajaa työskentelee kilpailujen ja oheistapahtumien parissa.

Kilpailujen aikana täytyy todennäköisesti tuottaa pääasiassa suomenkielistä sisältöä, koska aika ei tule riittämään jokaisen jutun ja uutisen kääntämiseen toiselle kielelle. Ulkomaalaisista urheilijoista jutut tehdään kuitenkin suomeksi ja englanniksi, mutta niitä onkin tulossa vähemmän. Lisäksi tuloslistojen julkistaminen kilpailuviikolla päivittäin työllistää viestintää varsinkin illalla. Tulosten julkaiseminen vielä samana päivänä on tietoinen tavoite, sillä sitä ei ole aiemmissa EM-kilpailuissa tehty.

Päätettiin myös, että joka ilta julkaistaan yhteenvetojuttu päivän tapahtumista – sekä nettijuttuna että videona. Aiemmissa EM-kilpailuissa yhteenveto on saattanut ilmestyä vasta viikkojen kuluttua.

Mediakontaktien suhteen ei kuitenkaan mietitä tasapuolisuutta eri urheilijoiden ja elinsiirtoryhmien suhteen, vaan tarkoitus on mennä volyymi edellä. Tehdään siis juttuja määrällisesti paljon – ja vielä niin, että volyymi nousee kisoja kohti. Tarkoitus on myös kontaktoida paikallismedioita suomalaisurheilijoiden kotipaikkoja silmälläpitäen: kyseiset mediat saattavat hyvinkin innostua uutisoimaan esimerkiksi oman kunnan urheilijasta, varsinkin jos urheilija voittaa mitaleita. Lisäksi YLE on suhtautunut myönteisellä asenteella marginaalitapahtumiin aiemmin, joten yritetään saada näkyvyyttä esimerkiksi aamutelevisiossa ennen EM-kilpailuita. Isot mediat tosin toivovat usein käytännössä valmiita juttuja, joista voivat lainata ja muokata oman lyhyen uutisen.

Jo suunnittelun alkuvaiheessa saatiin vahvistusta sille, että sosiaalinen media ja erityisesti Facebook ovat erittäin tehokkaita kanavia EM-kilpailujen viestinnässä. Esimerkiksi Vantaa 2016 -verkkosivuille urheilijoista kirjoitetut ennakkotarinat linkattiin säännönmukaisesti

myös kilpailujen FB-sivuille: tavoitettuja henkilöitä saattoi olla 100 – 3000 riippuen julkaisusta. Sivujen tykkääjämäärä oli maaliskuun alussa noin 300, joten tulosta voidaan pitää hyvänä.

Laadukkaampaa viestintää tekemällä on mahdollista todistaa eurooppalaisille kattojärjestöille, että rinnakkaisten EM-kilpailujen malli on toimiva. Tämä vaatii pidempiä päiviä ja ennakkovalmisteluja, mutta toisaalta Suomella on mahdollisuus asettaa mittatikki tulevien kilpailujen järjestelyjä sekä viestinnän laatua silmälläpitäen. Jo ennen kisoja kotimaasta saatiin palautetta, että viestintä on tasokasta aiempiin kisoihin verrattuna.

Kilpailujen ja tapahtumaviikon maskottia Sisu Sorsaa hyödynnetään viestinnässä vahvasti. Maskotin seikkailujen avulla on mahdollista kertoa luontevasti lyhyitä tarinoita kuvilla höystettynä. Esimerkiksi majoitushotellin esittelyä ja Suomen erityispiirteiden esiintuomista voidaan tehdä Sisun avulla luontevasti.

3.2 Viestintäsuunnitelman työstäminen

Maaliskuussa päätettiin, että suunnitelman tulisi olla käytännönläheinen, käytettävissä muidenkin tapahtumien viestinnän pohjana ja vastata Vantaa 2016-tapahtuman erityispiirteiden tarpeisiin. Huhtikuun puolivälissä pidimme palaverin viestintäsuunnitelmasta. Esittelin lyhyesti ensin kirjoittamani taustan. Pääsimme pohtimaan itse viestintäsuunnitelman sisältöä. Todettiin että tärkeintä on ottaa eri kohderyhmien viestinnälliset tarpeet huomioon: urheilijat, omaiset, katsojat sekä vapaaehtoiset tarvitsevat kaikki hieman erilaista viestintää.

Viestinnän lähtökohdaksi todettiin, että viestinnän kannalta ei ole kysymys tavallisesta tai perinteisestä urheilutapahtumasta: urheilijoiden tarinat ovat tärkeitä, eivät niinkään tulokset tai mitalit. Tarinoiden avulla tuodaan esiin siis ennen kaikkea elinsiirron luomia mahdollisuuksia liikuntaan ja urheiluun. Viestintä on periaatteiltaan rehellistä, avointa, nopeaa, tasapuolista, saavutettavaa sekä oikeaa tietoa levittävää. Koska VAU ry on vammaisurheilujärjestö, savutettavuus on tärkeää: viestinnän vastaanottaja voi olla esimerkiksi näkö-, kuulo- tai kehitysvammainen.

Viestinnän tavoitteen taustaksi todettiin, että ulospäin viestin tulee olla yksinkertainen ja helposti omaksuttava. Sisäänpäin viestin tulisi olla enemmän tuloksia ja suorituksia painottava. Ulkoisen viestin ajateltiin suuntautuvan erityisesti suurelle yleisölle ja tiedotusvälineille: tarkoitus on nousta puheenaiheeksi sekä saada positiivista näkyvyyttä kotimaisissa

medioissa. Lisäksi tarkoitus on lisätä tietoisuutta elinsiirtoliikunnasta ja -urheilusta. Sisäisen viestin ajatellaan suuntautuvan erityisesti elinsiirtoväelle eli siirron saaneille, sitä odotaville ja heidän omaisilleen. Tarkoitus on viestiä enemmän urheilusuorituksista ja tuloksista sekä toisaalta todistamaan kansainväliselle järjestömaailmalle, että rinnakkaisten EM-kilpailujen konsepti on toimiva.

Viestinnän ydin kirjoitettiin sitaattimuotoon:

- ”elinsiirron saaneiden EM-kisat osoittavat liikunnan merkityksen hyvinvoinnille”
- ”on tärkeää saada tietoa elinsiirroista: ihminen pohtii asiaa, keskustelee siitä ja tuo ilmi oman kantansa ja tahtonsa elinluovutuksen suhteen”
- ”elinsiirto mahdollistaa aktiivisen elämäntavan”
- ”liikunta mahdollistaa terveen ja pitkän elämän”
- ”tarinoita positiivisella otteella”

Ydinviesteissä päädyttiin näin moneen kohtaan, sillä todettiin että on käytännössä hyvä jaotella ydinviestit ulkoisiin ja sisäisiin. Toisaalta voidaan myös ajatella, että ydinviestejä on tässä jaoteltu kohderyhmäkohtaisesti. Ydinviestit ovat kuitenkin myös nähtävissä saman tematiikan eri puolina ja painoituksina.

Teorian läpikäymisen jälkeen päädyttiin suunnitelmassa käyttämään kohde- ja sidosryhmien käsitteitä. Kohderyhmillä tarkoitetaan tässä suunnitelmassa passiivisia vastaanottajia, jotka saattavat olla kiinnostuneita EM-kilpailuista. Sidoryhmillä puolestaan tarkoitetaan itsenäisiä organisaatioita ja tahoja, jotka tekevät itse myös säännöllisesti viestintää. Kullekin kohderyhmälle määriteltiin omat viestit, mutta sidoryhmien kohdalla todettiin, että ne viestivät varsin itsenäisesti ja omalla näkökulmallaan EM-kilpailuista.

Taulukko 5. Kohderyhmäkohtaiset viestit

- suuri yleisö: lisätään tietoisuutta
- potentiaaliset katsojat: aika, paikka, mitä tapahtuu
- urheilijat ja omaiset: tuloksia, kisatunnelmia
- vapaaehtoiset: olette tärkeitä
- lajiväki: tietoa juuri omasta lajista
- elinsiirron saaneet, mutta ei kilpailevat/elinsiirtoa odottavat: EM-kilpailuilla tuodaan esiin liikunnan positiivisia vaikutuksia

Sidosryhmiksi kirjattiin kotimaiset potilasjärjestöt, kansainväliset elinsiirtojärjestöt, Vantaan kaupunki, urheiluseurat sekä yksittäiset lajiliitot.

Kanavat jaoteltiin peruskanaviin ja muihin kanaviin. Peruskanavat kattavat käytännössä päivittäisessä käytössä olevat kanavat muiden kanavien toimiessa tukena ja tehdessä myös itsenäistä viestintää.

Taulukko 6. Peruskanavat

- Vantaa2016-nettisivut (www.vantaa2016.fi)
- Twitter (@Vantaa2016)
- Instagram (@Vantaa2016)
- Facebook (https://www.facebook.com/etsw16/ https://www.facebook.com/EHLTC/ https://www.facebook.com/Vantaa2016/)
- tiedotteet
- suorat mediakontaktit

Taulukko 7. Muut kanavat

- Munuais- ja maksaliitto
- Sydän- ja keuhkosiirroksia
- HUS (Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiiri)
- yksittäiset lajijärjestelyt hoitavat urheiluseurat
- Vantaan kaupunki
- TUL (Työväen urheiluliitto)
- lajiliitot
- kansainväliset elinsiirtojärjestöt
- muut Euroopan kansalliset elinsiirtojärjestöt
- EM-kilpailujen promootiojulistet
- tiensivustointia kuten siltamainokset
- nettimainonta kuten Facebook
- lehtimainonta
- kisamaskotti eli Sisu Sorsa
- EM-kilpailujen käsiohjelma, painos noin 2000 kappaletta

Viestinnän vastuun todettiin olevan operatiivisella tasolla viestintävastaavalla. Viestintätiimi koostuu viestintävastaavan lisäksi kolmesta avustavasta tiedottajasta kisaviikon aikana (ONT-tekijä laskettu mukaan tähän). Kaksi still-kuvaajaa huolehtii valokuvaamisesta kisaviikolla. Yksi videokuvaustiimi taltioi kisatapahtumia päivittäin. Kriisiviestintätilanteessa kommunikaatio tapahtuu kisaorganisaation pääsihteerin kautta.

Viestinnän mittareina toimivat ostettu mediaseuranta, sosiaalisen median statistiikka sekä yleiset palautteet esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tai kilpailujen aikana.

EM-kilpailuja edeltävää tiedottamista aloitellaan juhannuksen jälkeen kesäkuun lopussa. Tarkoitus on julkaista neljä ennakkotiedotetta. Yleinen kisojen ennakkotiedote kertoo mitä tapahtuu, missä ja milloin. Lisäksi EU-hankkeen tapahtumista tehdään jokaisesta oma tiedote: tutkijatyöpajat & symposio, sporttitoritapahtumat ja lasten leiri tiedotetaan jokainen

erikseen. Lisäksi tarvittaessa nostetaan esiin kiinnostavia urheilijoita ja tehdään heistä tiedotteita ennakkoon.

Kesä- ja heinäkuun aikana julkaistaan kisoista niin sanotut ennakkovideot: viideltä suomalaisurheilijalta on saatu suostumus kuvata heitä harrastamassa ja urheilemassa. Persoonaa ja henkilön tarinaa on tarkoitus myös tuoda esiin. Jokaisesta urheilijasta koostetaan siis yksittäinen pariminuuttinen video, joita julkaistaan ennen kisoja noin kerran viikossa ennen EM-kilpailujen alkamista.

Kilpailuviikon osalta tehtiin tarkempi aikataulu viestinnästä. Ajatuksena on, että jokaisena kilpailupäivänä julkaistaan kaksi tiedotetta: henkilöihin painottuva urheilijaesittely sekä tulostiedote kaikista lajeista päivän päätteeksi. Suomalaisten saavutukset tiedotetaan aina, ja hyödynnetään tiedotteissa myös suoria sitaatteja heiltä. Varaudutaan myös yllätystuloksiin erityisesti suomalaisurheilijoiden osalta ja tiedotetaan tarvittaessa myös niistä aiemmin mainittujen kahden päivittäistiedotteen lisäksi.

Kilpailuviikolla on tarkoitus koostaa myös jokaiselta päivältä lyhyt koostevideo päivän päätteeksi. Valokuvaajien kuvatuotokset tulevat medioiden käyttöön kuvapankin kautta. Viestinnästä vastaa kisaviikolla 4 kirjoittajaa: tavoitteena on kirjoittaa 3-4 nettijuttua jokaisena kilpailupäivänä. Seuraavan kilpailupäivän suomalaissuorituksista on tarkoitus julkaista aina ennakkotiedote edeltävänä päivänä. Ennakkotiedotteita julkaistaan myös EU-hankkeen tapahtumista edellisenä päivänä.

Taulukko 8. Tärkeitä ajankohtia EM-kilpailujen järjestelyprosessissa sekä opinnäytetyön eteneminen

<p>syyskuu 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> - julkaistiin tiedote: ”Elinsiirtourheilun EM-kilpailut saatu Suomeen”
<p>lokakuu 2015</p> <ul style="list-style-type: none"> - EM-kilpailujen nettisivut auki (www.vantaa2016.fi)
<p>maaliskuu 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> - työharjoittelu alkaa 7.3.2016 - VAU ry:n viestintään tutustuminen - aiempien VAU:n järjestämien urheilutapahtumien viestintäsuunnitelmien tarkastelu - opinnäytetyön alustavan johdannon ja teoriaosion aloittaminen - ensimmäinen ohjaustapaaminen ohjaavan opettajan kanssa
<p>huhtikuu 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> - viestintäsuunnitelman muodon ja rakenteen hahmottelu - suunnitelman suunnitteluprosessin kirjoittaminen - ensimmäinen palaveri VAU:ssa viestintäsuunnitelman sisällön määrittelystä - viestintäsuunnitelman sisällön ensimmäinen versio
<p>toukokuu 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> - toinen ohjaustapaaminen ohjaavan opettajan kanssa - palaveri kotimaisten potilasjärjestöjen viestinnän kanssa - palaveri Vantaan kaupungin viestinnän kanssa - suunnitelman sisällön tarkentaminen VAU:n tiedottajan kanssa - viikkokohtainen taulukko EM-kilpailuviikosta - Suomen EM-joukkueen julkistaminen ja tiedotustilaisuus
<p>kesäkuu 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> - suunnitelman sisällön tarkennus ja viimeistely - opinnäytetyön suunnittelu- ja toteutusosoiden kirjoittaminen - suunnitelma valmis
<p>heinäkuu-syyskuu 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> - palaute - opinnäytetyön arvioinnin kirjoittaminen - viimeistely - työharjoittelu päättyy 22.7.2016 - työn palauttaminen arvioitavaksi

Viestintäsuunnitelman suunnitteluprosessi (Taulukko 5) eteni varsin spontaanisti mutta tehokkaasti koko kevään ajan. Koska koko järjestön tiedottaminen ja viestintä oli vain yhden henkilön vastuulla, hänen työajastaan vain osa oli käytettävissä EM-kilpailujen tiedottamiseen ja sen viestinnän suunnitteluun. Kesäkuusta alkaen viestinnässä pystyttiin keskittymään enemmän pelkästään tuleviin EM-kilpailuihin.

Suunnitelman suunnitteluprosessi siis käynnistyi rakenteen hahmottelulla maaliskuun aikana. Olin jo selvillä työni karkeasta rakenteesta, joka suunniteltiin ohjaavan opettajan kanssa heti opinnäytetoimeksiannon varmistuttua. Esittelin mainitun rakenteen myös

VAU:ssa, ja se hyväksyttiin sellaisenaan. Alussa minkäänlaista aikataulua suunnitelman valmistumisesta ei vielä ollut toimeksiantajan puolelta. Alussa todettiin, että voin tehdä viestintäsuunnitelmaa omaan tahtiin. Lähestyin suunnitteluprosessia alussa puhtaasti teoreettisesta näkökulmasta kirjoittamalla, enkä vielä pohtinut itse viestintäsuunnitelman sisältöä tai sen rakennetta. Sain alussa paljon referenssimateriaalia aiempien kilpailutapahtumien viestinnästä: maalipallon vuoden 2014 MM-kilpailuista, Sotsin vuoden 2014 paralympialaisista ja vammaisten yleisurheilun EM-kilpailuista vuodelta 2005 oli olemassa suunnitelmat, joihin tutustuin. Lisäksi perehdyin Suomen paralympiakomitean sosiaalisen median strategiaan.

Teoriaosion kirjoitusprosessin edetessä pohdimme, että olisi hyvä kokousta suunnitelman tiimoilta sopivalla kokoonpanolla, jotta kaikki osapuolet tietävät, miten suunnitelma edistyy ja mitä siltä odotetaan. Kokousta varten tein lyhyen alustuksen, jossa selvensin omia näkemyksiäni viestintäsuunnitelman rakenteesta ja sisällöstä – otsikoin diat koskemaan jokaista viestintäsuunnitelman otsikkoa. Kokouksen edetessä pääsimme spontaanisti kommentoimaan vaihe vaiheelta jokaista väliotsikkoa. Joka vaiheen jälkeen oli helppo kirjata ylös, mitä sisällöistä päätettiin.

Kirjasin käsin ylös kokouksessa päätetyt asiat, ja kirjasin tämän jälkeen ne hahmottelemaani viestintäsuunnitelmapohjaan. Kun suunnitelmassa alkoi olla sisältöä, oli helpompi tämän pohjalta tarkentaa teoriaa ja kirjoittaa auki suunnitteluprosessia. Seuraava kokous viestintäsuunnitelman tiimoilta jäi vielä auki. Suunnittelu eteni käytännössä niin, että sain ajoittain matalan kynnyksen ”tietoiskuja” esimerkiksi sosiaalisen median kanavista ja merkityksestä, kriisiviestinnän erityistarpeista ja kisautisoinnin aihepiireistä. Esitin myös itse tarkentavia kysymyksiä. Suunnittelu oli varsin spontaania ja sain tietoa satunnaisesti mutta säännöllisesti. Tämä työskentelytapa oli toimiva, mutta vaati itseltä aktiivista muis-tiinkirjoittamista ja tarvittaessa tarkentavia jatkokysymyksiä.

Toisen kerran kokoustimme vain tiedottajan kanssa toukokuun puolivälissä: kävimme yhdessä läpi viestintäsuunnitelman senhetkisen sisällön kohta kohdalta. Tein tarvittavat korjaukset suunnitelmaan. Tässä vaiheessa suunnitelma alkoi näyttämään jo suhteellisen valmiilta kokonaisuudelta. Kriisiviestintäosio jäi vielä auki – ajatus oli alun perin tehdä päivityksiä vanhaan kriisiviestintäsuunnitelmaan, mutta opinnäytetyön kannalta se jäisi irtoneaiseksi. Sen sijaan päädyttiin siihen, että viestintäsuunnitelmaan lisätään ”kriisiviestinnän lähtökohdat ja periaatteet” -osio. Näin kriisiviestintä on looginen osa suunnitelmaa, ilman irtoneaisia lisäliitteitä. Kun kriisiviestinnän periaatteet on kuvattu suunnitelmassa, on niistä helppo johtaa myös kriisiviestinnän sisällöt ja toimenpiteet.

Kesäkuun lopussa tarkennettiin vielä viimeisen kerran suunnitelman sisältöä. Tämä tarkoitti käytännössä, että tiettyjä sanamuotoja viilattiin, esimerkiksi termi ”elinsiirtoväki” korvattiin ”elinsiirtoyhteisöllä”, koska huomattiin, että suunnitelmassa oli termejä, joita käytettiin lähinnä vain järjestön sisällä.

4 Viestintäsuunnitelmaprojektin suunnittelun ja toteutuksen arviointi

4.1 Viestintäsuunnitelman kuvaus

Suunnitelmasta tuli kolmisivuinen Word-dokumentti (Liite 1), jonka eri osiot on rajattu laatikoihin. Silmäiltävyyttä lisättiin käyttämällä luetteloita, lihavoitteja ja alleviivauksia. Suunnitelmassa korostuu tiiviys, koska sen on tarkoitus olla selkeä itsenäinen kokonaisuus, jonka taustat ja perustelut selviävät opinnäytetyöstä. Suunnitelma rakentuu laatikoista, joista kukin edustaa yhtä viestintäsuunnitelman osa-aluetta.

Taulukko 10. Viestintäsuunnitelman osa-alueet järjestyksessä

Viestinnän lähtökohdat ja periaatteet ulkoisen viestinnän kannalta
Viestinnän tavoitteet
Viestinnän ydin
Kohde- (ketkä kiinnostuneet, viestinnän vastaanottajat) ja sidosryhmät (ketkä huomioitava, tekevät itse viestintää)
Kanavat
Viestinnän vastuut
Viestinnän mittarit
Kriisiviestinnän periaatteita
Viestinnän toimenpideaikataulu

Suunnitelmaa ja itse suunnitteluprosessia hyödynnettiin järjestelytoimikunnan keskuudessa ennen kaikkea viestintään liittyvien ajatusten ja päätösten dokumentointiin. Suunnitteluprosessi itsessään auttoi suunnitteluun osallistuvia pääsemään yhteisymmärrykseen viestinnän suuntaviivoista. Suunnitteluprosessin edetessä voitiin aina palata katsomaan suunnitelman edellistä versiota ja pohtia, missä nyt mennään ja mitä kohtia täytyy vielä pohtia. EM-kilpailujen viestinnän suuret suuntaviivat olivat jo vahvasti olemassa harjoitteluni alkaessa. Tehtäväkseni jäi siis jäsenellä suunnitelman rakenne ja kirjata ylös suuret suuntaviivat. Viestinnän toimenpideaikataulu kuitenkin muotoutui vasta loppukevään aikana. EM-kilpailuiden viestintä toimi mielestäni suunnitelman suuntaviivojen mukaan. Joiltain osin suunnitelmaa olisi voinut tarkentaa. Toisaalta suunnitelman pääkohdat olivat mielestäni erittäin selkeitä ja tiiviitä.

4.2 Kehittämisehdotukset

Näkisin, että mikä tahansa organisaatio hyötyy proaktiivisesti tehdystä tapahtumaviestinnästä, joka on suunniteltua – tämä onnistuu esimerkiksi viestintäsuunnitelman avulla. Voidaan esimerkiksi ajatella, että jokainen suomalainen urheilujärjestö toimii suhteellisen rajatulla kentällä: tällöin sen järjestämällä tapahtumilla on aina luultavasti joitain yhdistäviä viestinnällisiä piirteitä. Jos on olemassa viestintäsuunnitelman pohja ja rakenne, voidaan sen sisältöä muokata aina sopivaksi, tapahtumasta riippuen. Jos suunnitelman rakenne kuitenkin toistuu samanlaisena, helpottuu viestintäsuunnitelman laatimisprosessi, koska rakenne tulee vähitellen tutuksi, ja se toistuu jokaisen tapahtuman suunnittelussa pääpiirteittäin samanlaisena.

Suunnittelu vaatii kuitenkin aina resursseja. On toisaalta pohdittava, että jos viestintää tehdään vain pienillä resursseilla, tuoko tapahtumakohtainen viestintäsuunnitelma mitään lisäarvoa organisaatiotasolla, jos kukaan muu organisaatiossa ei ole kiinnostunut siitä, tai ehdi tutustua suunnitelmaan? Jos viestintäosasto kirjoittaa viestintäsuunnitelman tietylle tapahtumalle ja tallentaa sen vain itselle, tulee siitä tavallaan päiväkirja, jopa dokumentaatio omasta ajattelusta ja työskentelyprosessista. Onko viestintäsuunnitelmalla itseisarvo sellaisenaan? Suunnitelma helpottaa aina organisaation muiden ihmisten toimintaa – mielestäni yksi iso ja merkityksellinen osa viestintää on asioiden tekeminen näkyväksi koko organisaatiolle. Suunnitelman kirjoittaminen on myös viestintäihmisen keino jäsentää omia ajatuksiaan, ja ehkä tätä kautta saada uusia näkökulmia. Vaikka kukaan muu organisaatiossa ei näkisi tätä suunnitelmaa, on se silti arvokas dokumentaatio ajatuksista ainakin viestintäihmiselle. Dokumentaatio tarkoittaa, että viestintätoimintoa on prosessoitu ja pohdittu sekä kirjoitettu auki. Tämä helpottaa esimerkiksi uuden työntekijän perehdyttämistä ja auttaa varautumaan odottamattomiin muutoksiin organisaatiossa.

Ketään ei voi pakottaa tutustumaan viestintäsuunnitelmaan, mutta on tärkeää että se on olemassa esimerkiksi intranetissä helposti avattavassa sähköisessä muodossa. Kun suunnitelma on nähtävissä ja luettavissa, jolloin jokaisen on mahdollista kommentoida sen sisältöä niin halutessaan.

Jos organisaation yksi ydintoiminto on tapahtumien parissa työskentely ja niiden järjestäminen, jokaisen järjestetty tapahtuma jo itsessään välittää jotakin viestiä. Organisaatiokulttuuriin tulisi kuulua luontevana viestinnän suunnittelusta keskustelu – siis niin, että jokainen näkee viestintäsuunnitelman ydinkohtien yhteyden jokapäiväiseen työhönsä tapahtuman parissa, tai ainakin mahdollisiin projekteihin, joissa henkilö juuri nyt työskentelee. Toisaalta asiaa voidaan myös lähestyä päinvastaisesta suunnasta: miten käytännön työssä

olevat viestivät tapahtumassa, tai millaista viestinnän tarvetta he näkevät tapahtuman etulinjassa. Tämä tarkoittaa lähinnä ideoiden ja ajatusten keräämistä, ja sitä että työntekijät osaavat näkyä, kuulua ja kommunikoida yhtenäisellä tavalla. Viestintä-sana saattaa kuulostaa pelottavalta, mutta se konkretisoituu loppujen lopuksi hyvin yksinkertaisiin, arjessa tehtäviin asioihin.

Jos viestintäsuunnitelmat tehdään aina ikään kuin tyhjästä tiedostosta alkaen ja unohtaen, mitä aiemmin on tehty, ei pääse syntymään tietoisia ja dokumentoituja suunnittelun rutiineja tai tapoja – eikä kulttuuria. On helppo tehdä asioita reaktiivisesti, sitä mukaa kun ne muistuvat mieleen – tämä tapa on toki joustava ja toimii pienissä organisaatioissa, joissa viestintätoiminto voi olla yhden ihmisen vastuulla. Toisaalta mikään suunnitelma ei synny ikinä täysin tyhjästä, vaan sen laatijalla on aina jonkinlaista aiempaa kokemusta sekä tietoa käytössään, siis ammattitaitoa. Haaste on ehkäpä siinä, että laatijan tulisi pystyä tarkastelemaan näkemyksiään ja toimintatapojaan kriittisesti, ainakin joskus. Suunnitelmallisuus ja päätösten teko ihmisten kesken vaatii aina joko kokousta, tai vähintäänkin sähköpostikeskustelua sekä vuorovaikutusta – sekä aikaresurssia. Arkipäivän realismi sanelee usein reunaehdot viestintäsuunnitelman laatimiselle. Myös selkeät aikarajat suunnittelussa ovat tärkeässä roolissa – ilman niitä keskustelut viestinnän valinnoista saattavat venyä liikaakin. Osaamista, työkokemusta ja näkemystä on paljon hiljaisena tietona: jos suunnittelulle on loputtomasti aikaa, voi lopullisen version valmistuminen kestää.

Suunnitelma kannatta pitää mahdollisimman pelkistetyssä, ja lyhyessä muodossa. Teoreettiset viestinnän perustelut tuovat harvoin lisäarvoa työntekijöille. Monen asian voi tiivistää hyvin selkeään muotoon ja avata esimerkiksi lyhyesti, mitä viestinnän eri käsitteillä tarkoitetaan. Suunnitelman rakenne kannattaa pitää mahdollisimman ilmavana ja silmäiltävänä: kannattaa hyödyntää lihavoituja otsikoita, tekstilaatikoita ja luetelmia, jotka ohjaavat katsetta. Jo pelkkä suunnitelman liian raskas tai monisivuinen ulkoasu saattaa karkottaa potentiaalisen lukijan, ja toisaalta hyvin toteutettu suunnitelma puolestaan houkuttelee ainakin vilkaisemaan suunnitelmaa.

Sosiaalisen median kanavia ja niiden käyttöä kannattaa suunnitella ja taustoittaa – kirkastaa niiden funktiota tapahtumakohtaisesti. Varsinkin Instagram ja Twitter saattavat helpoana ratkaisuna usein olla enemmän reaktiivisen viestinnän kanavia: ne otetaan käyttöön, koska kaikki muutkin organisaatiot tekevät niin. Vaatii resursseja suunnitella erikseen sosiaalisen median läsnäoloa. Jokaiselle sosiaalisen median kanavalle voisi esimerkiksi ranskalaisilla viivoilla tehdä lyhyen suunnitelman aiheista ja näkökulmista, jopa valmiista sisällöistä. Lisäksi mielestäni kannattaa ehdottomasti hyödyntää ajastettuja päivityksiä niin paljon kuin mahdollista. Näiden kanavien sisällöntuotolle täytyy kuitenkin varata aikaa.

Helpoin ja nopein väylä sosiaalisen median kanavien sisällöntuotossa on usein linkkien jakaminen – itsenäisen ja räätälöidyn kanavakohtaisen sosiaalisen median sisällön tuotanto voidaan nähdä erillisenä toimintana kaiken muun viestinnän lisäksi. Sosiaalisessa mediassa voi aina aktivoida ihmisiä kysymyksillä ja mielipiteiden pyytämällä – ehkä jopa pienillä palkintoarvonnoilla ja kilpailuilla, jos resurssit sen mahdollistavat. Toisaalta linkkaus esimerkiksi tapahtuman nettisivuilla julkaistuihin uutisiin ovat osa sosiaalisen median hyviä käytäntöjä: ristiin linkittäminen aktivoi ihmisiä. Lisäksi sosiaalisen median ylläpidon voi niputtaa yhden sovellukseen alle: esimerkiksi Hootsuite, Buffer ja Tweetdeck helpottavat ylläpitoa yhdistämällä kaikki yleisimmät somekanavat yhden ohjelman alle.

Viestinnän mittausta varten olisi voitu kehittää jonkinlainen palautekysely, mutta toisaalta moni tavoite oli välillinen: lisätään tietoisuutta tai näytetään että rinnakkaisten EM-kilpailujen konsepti on toimiva. Näiden tavoitteiden saavuttamista voi olla vaikea mitata pelkän kyselyn avulla: välillisten tavoitteiden tapauksessa laadulliset palautteet ovat tärkeämmässä roolissa.

Kaikkea EM-kilpailuihin liittyvää ja sitä varten tuotettua viestintämateriaalia kannattaa hyödyntää jatkossakin soveltuvien osien: olisi esimerkiksi mahdollista koota pdf-julkaisu kilpailuviikon tunnelmista, joka sisältää uutisjuttuja, kuvia ja linkkejä videoihin. Tehtyä työtä kannattaa esitellä ja hyödyntää vuosikertomuksessa ja järjestön saavutuksia esiteltäessä jatkossakin. Tämänkaltaisen pilottihankkeen promotioarvo kannattaa hyödyntää järjestön toimintaa esiteltäessä.

Saatujen palautteiden perusteella viestinnässä onnistuttiin odotusten mukaisesti. Kilpailuviikon aikana sekä saksalaisurheilija että kansainvälisen järjestön varapuheenjohtaja tulivat erityisesti kiittämään hotellin mediahuoneeseen viestinnästä, kuvista ja tulospalvelun onnistumisesta. Lisäksi palautetta tuli sähköpostilla: sekä suomalaisen urheilijan läheinen että suomalaiset potilasjärjestöt kiittelivät molemmat viestinnän onnistumisesta.

Mediaseuranta alkoi huhtikuussa ja jatkui edelleen vielä EM-kilpailujen jälkeen. Seuranta kattoi pelkästään verkkojulkaisut: se ei siis sisällä pelkästään perinteisessä printtimediassa olleita juttuja tai esimerkiksi TV-uutisointia. Oheisessa taulukossa on esitetty tärkeimmät ”avainlauseet”, joiden esiintymistä sähköisessä mediassa siis erityisesti haluttiin seurata. Taulukko jakautuu ”ennen”, ”aikana”, ja ”jälkeen” -sarakkeisiin. Sama jako on käytössä myös itse viestintäsuunnitelman aikataulutuksessa. Taulukon seurannan päättämispäivä 9.8. valikoitui puhtaasti opinnäytetyön valmistumisen takia.

Taulukko 9. Mediaseurannan taulukko

SEURATTAVA AVAINLAUSE	OSUMAT ENNEN (1.3.-9.7.)	OSUMAT AIKANA (10.7.-17.7.)	OSUMAT JÄL- KEEN (18.7.-9.8.)
"European Transplant Sport Week ETSW 2016 Vantaa"	-	2	-
"Sydän- ja keuhkosiirroksia - SYKE ry"	14	14	4
"Munuais- ja maksaliitto"	55	7	45
"Elinsiirto - yleinen"	161	55	58
"Vammaisurheilu ja -liikunta VAU ry"	27	2	2

Osumista (Taulukko 9) voidaan nähdä, että ennakkoon tehty viestintä on kantanut hedelmää ainakin osumilla mitattuna. Myös tiiviissä yhteistyössä olevat potilasjärjestöt ovat olleet kiitettävästi esillä. Elinsiirto-termin esiintymisfrekvenssi on ollut kautta linjan hyvää ja kertoo hyvin tehdyistä ja suunnitelmallisesta työstä EM-kilpailujen näkyvyyden eteen.

"Elinsiirto"-lauseen sisältäviä juttuja ja uutisia esiintyi tarkastelujaksolla eniten Helsingin Sanomissa (15 kpl). Osumia oli paljon myös Mtv3.fi:ssä (13), Lappeenrannan Uutisissa (12), Ilta-Sanomissa (11) ja Imatralaisessa (11). Uutisointi käsitteli pitkälti urheilijoiden tarinoita – varsinkin paikallismediat uutisoivat mielellään oman kaupungin urheilijoista.

Sosiaalisen median kattavuus vaihteli suuresti. Tähän vaikutti se, että tietyt julkaisut saivat Facebookissa maksettua näkyvyyttä, sillä osa budjetista käytettiin Facebook-markkinointiin. Organinen kattavuus vaihteli julkaisusta riippuen alle sadan ja 3400 näkymiskerran välillä. Maksetut julkaisut puolestaan vaihtelivat 4600 ja 45000 näkymiskerran välillä. Tuloksia voidaan pitää hyvinä, kun ajatellaan että tämänkaltaisen tapahtuma järjestettiin ensi kertaa Suomessa.

Palautteita viestinnästä tuli sekä suullisesti että sähköpostilla kilpailuviikon aikana. Suullisesti positiivista palautetta tuli kilpailuviikolla sekä urheilijoilta että järjestöaktiiveilta. Lisäksi sähköpostilla tuli erityinen kiitos heti kilpailuviikon alussa.

Hei Hannes !

Hienon jutun olit tehnyt elinsiirron saaneiden EM-kilpailusta. Ja kiva kun olit viitannut jutussasi kummityttöni Ninaan joka voitti hopeaa dartsista.

Aivan mahtava juttu kun näistä kovia kokeneista sankareistakin joku tekee jutun mediaan. He kaikki ovat olleet elämän ja kuoleman kalkkiviivoilla. On ollut raskasta odottaa uutta maksaa, munuaista, keuhkoja tai sydäntä ja taistella heikentyvää vointia vastaan. Lopulta elinsiiron saatuaan he kaikki ovat voittajia. Olen erikois-sairaanhoidtaja joten jo ammattinikin puolesta noiden osallistujien taustat koskettavat vaikka tunnen heistä Ninan lisäksi vain pari muuta.

Kuten Juholin (2009a) toteaa, enää ei voi luottaa perinteisen tiedonsiirron voimaan – informaation jakaminen sinänsä ei ole tae tuloksista. Tässä mielessä viestinnälle asetetut tavoitteet onnistuivat mielestäni hyvin: ei keskitytty liikaa valistamiseen tai opettamiseen, vaan kerrottiin positiivisia tarinoita.

Juholin (2009b) toteaa myös, että paljon suunnittelua tapahtuu tiedostamatta, rutiininomaisesti ja intuitiolla: nämä piirteet nousivat esiin mielestäni koko suunnitteluprosessin ajan. Varsinkin ulkopuolisena ja ensikertalaisena viestinnän suunnittelijana korostui vaikutelma, että iso osa viestintään liittyvästä ammattitaidosta tulee esiin ikään kuin ”valmiina” ja vakuuttavana pakettina, jonka vain kirjoitan ylös. Näkemykset ovat hyvin pitkälle jalostuneita jo silloin, kuin niistä vasta yhdessä keskustellaan.

4.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi

Prosessi alkoi helmi-maaliskuun aikana 2016. Tuolloin sain varmistuksen harjoittelupaikasta sekä mahdollisuuden tehdä opinnäytetyö EM-kilpailuihin liittyen. Maaliskuun alussa käynnistyi kirjoitus- ja tiedonhankintaprosessi, joka jatkui elokuulle asti. Prosessi lähti keväällä käyntiin varsin joustavasti, sillä harjoittelun alussa sovittiin, että voin työstää opinnäytetyötä osana harjoitteluani. Tämä järjestely mahdollisti intensiivisen ja häiriöttömän työskentelyn toimisto-olosuhteissa, jonka ansiosta ajatustyö ja kirjoittaminen etenivät erittäin hyvin.

Viestintäsuunnitelmaan liittyvien asioiden ja ”hiljaisen tiedon” tarkistaminen ja niistä keskustelu onnistuivat kasvotusten työpäivän aikana. Lisäksi työskentely oli osin tämän takia varsin intuitiivista: en tehnyt minkäänlaista kirjoitussuunnitelmaa etukäteen, koska tiesin, että kirjoittaminen on kuitenkin mahdollista jokaisena arkipäivänä. En siis etukäteen tiennyt, minä päivinä kirjoitan opinnäytetyötä, mutta joinakin aamuina mielessä oli heti selkeä ajatus, mikä kohta vaatii työstämistä. Toki työharjoitteluun liittyvät muut viestinnän työt oh-

jasivat myös ajankäyttöä – joskus opinnäytteen kirjoittamisessa saattoi olla viikon mittainen tauko. VAU ry:n toimitilat sekä Haaga-Helia sijaitsivat Pasilassa: tämä teki kirjastoaineistojen hakemisesta helppoa ja joustavaa.

Opinnäytetyötä on kirjoitettu hyvin pitkälti arkipäivisin. Tällainen kirjoitusrytmi oli henkisesti palkitsevaa: kun jaksoi viikolla työskennellä työn parissa, tiesi, että useimmat illat ja viikonloput voi pitää vapaana hyvällä omallatunnolla. Uskon, että työskentelytapa antoi myös alitajunnalle ja luovuudelle tilaa. Selvät rajat kirjoittamisen ja vapaa-ajan välillä auttoivat pääsemään kiinni kirjoittamiseen – sekä toisaalta aina myös hyvällä omallatunnolla irti työskentelystä. Aloittaminen oli myös helppoa: kun joka arkiamu istui oman työpisteen ääreen ja avasi jonkin tekstitiedoston, on vaikeaa olla aloittamatta viestinnän parissa työskentelyä. Kun työskentelyn vain sai aloitettua, syntyi assosiaatioita ja ajatuksia. Mieli virittyi työskentelemään tematiikan parissa.

Vaikka välillä teinkin puhtaasti harjoitteluun liittyvää viestintää, uskon että nämä muut tehtävät autoivat myös kehittämään ajatuksia opinnäytetyöhön liittyen: syntyi näkökulmia ja ymmärrystä elinsiirtourheilusta. Uskon että esimerkiksi urheilijoiden haastattelu ja henkilökuvioiden kirjoittaminen autoivat nimenomaan elämäntarinoiden kautta ymmärtämään ja jäsentämään paremmin myös viestintäsuunnitelmaan liittyviä näkökulmia ja olemassa olevaa hiljaista tietoa.

Ohjaavan opettajan ohjaus tuki erittäin hyvin prosessia. Ensitapaamisella työn karkea rakenne ja lukujen otsikot sekä useat alalukujen teemat olivat jo selvillä, ja elivät vain hienan työskentelyprosessin aikana. Mahdollisista soveltuvista lähteistä sain hyviä vinkkejä. Isoin ja konkreettisin hyöty oli väliotsikoiden jäsenitys heti alussa: koin, että tämän jälkeen minun tarvitsi vain täyttää aukot sopivalla tekstillä. Lisäksi sain viestintäsuunnitelman rajaukseen liittyen hyviä ehdotuksia: kokonaisuuden hahmottaminen oli minulle hankalaa alussa, vaikka rakenne olikin selvä. Aluksi ajattelin, että arvioisin viestinnän onnistumista pitkästi ja laajasti vielä työn lopussa. Päädyimme ohjaajan kanssa kuitenkin siihen, että työ on selkeästi rajattu viestintäsuunnitelman laatimiseen ja sen suunnitteluprosessin arviointiin. Tämän rajauksen myötä työtä oli henkisesti helpompaa työstää eteenpäin, koska tiesin, että saisin kirjoitettua työn valmiiksi arviointineen heti kun EM-kilpailut olivat ohitse.

Suunnitelmaa laadittaessa huomasin, kuinka haastava tapahtumakokonaisuus EM-kilpailut olivat viestinnän kannalta. Oli oltava tarkka esimerkiksi sanavalinnoista: ei esimerkiksi puhuta potilaista, vaan urheilijoista. Ei myöskään puhuta vammaisurheilusta, vaikka EM-kilpailuiden järjestelyistä vastaa vammaisurheilujärjestö. Aluksi viestintäsuunnitelmassa

käytettiin ilmaisua ”elinsiirtoväki”, mutta sanaa läpikäydessämme päädyimme muotoon ”elinsiirtoyhteisö”.

Hahmotin viestintää uudella tavalla suunnitteluprosessin edetessä. Viestintä ei tapahdu tyhjiössä -lause jäi mieleen pyörimään. Kaikki viestintään liittyvät valinnat pitää voida perustella ja linkittää tulossa olevaan tapahtumaan ja ihmisiin sekä intressiryhmiin. Ei voida kopioida suoraan muiden tekemiä, sinänsä hyviä viestintäsuunnitelmia. Iso merkitys oli myös sillä, että vältin tietoisesti valmiin suunnitelmapohjan ja rakenteen käyttämistä, kun pohdin suunnitelmaliitteen rakennetta. Tutustuin luonnollisesti lukuisiin eri tapoihin toteuttaa viestintäratkaisuja, mutta rakensin lopullisen suunnitelmaversio käytettävyyksensä ja silmäiltävyyksensä edellä. Word-pohjainen kaksisivuinen dokumentti antaa järjestölle mahdollisuuden hyödyntää valmista pohjaa jatkossakin tapahtumaviestinnän pohjana.

Henkilökuvien kautta tehty tapahtumaviestintä oli uudenlainen näkökulma minulle. En ollut tullut ajatelleeksi, että monikin viesti on välitettävissä tarinoiden avulla. Huomasin, että kun ydinviestejä oli luonnosteltu, oli helpompi tehdä henkilökuvia urheilijoista, sillä ydinviesteistä sai johdettua suoraan haastattelukysymysten teemat, joiden pohjalta kirjoitin kysymykset ja tein haastattelut. Huomasin siis itse käyttäväni suunnitelmani osia harjoittelutyöni apuna. Asian voi nähdä myös niin, että kirjoittaessani henkilökuvia tuotin samalla itselleni malliesimerkin oikeanlaisesta viestinnästä – joka auttoi taas pohtimaan viestinnän suunnittelua yleisemmällä tasolla.

Muutaman asian voisi tehdä eri tavalla, jos työskentelyprosessi alkaisi nyt uudestaan. Koska järjestöasiantuntijuuteen tuntuu liittyvän paljon hiljaista tietoa, voisi olla hyödyllistä haastatella ennalta vaikka projektitiimin jäseniä. Toisaalta hiljaisen tiedon kohdalla nousee kysymys, kuinka sen saa näkyväksi – spesifejä kysymyksiä voi olla vaikea muotoilla. Toinen mahdollisuus järjestötoimintaan tutustumiseen olisi jonkinlainen toimintakertomus, jossa kuvaillaan vaikkapa edellisen vuoden toimintaa. Kun opinnäytetyöprosessi oli loppupuolella, tiivistin järjestötoiminnan viestinnän mielessäni muotoon: ”ajetaan järjestön asiaa ihmisten ja tarinoiden avulla.”

Olen tyytyväinen siihen, että tein muistiinpanoja jokaisesta kokouksesta, joihin osallistuin. Opinnäytetyöprosessin edetessä opin myös intuitiivisesti huomaamaan, milloin esimerkiksi epämuodollisen keskustelun aikana kannattaa tehdä muistiinpanoja. Moni työn viestintäsuunnitelmaan liittyvä ajatus alkoi lauseella ”Yksi asia muuten” tai ”Keskustellaanko tää nyt läpi” tai ”Täytyy ottaa tääkin huomioon”. Iso osa opinnäytetyön kolmannen luvun suunnitteluprosessin kuvailusta perustui käsin tehtyihin muistiinpanoihin, jotka kirjoitin puhtaaksi ja järjestin teemoittain loogiseen järjestykseen.

Työn rajaus vaati tietoista työstämistä suunnitteluprojektin alussa: kriisiviestintäsuunnitelman sisällyttäminen viestintäsuunnitelmaan oli ajatuksena prosessin alkaessa. Aloitin viestintäsuunnitelman laatimisella, mutta pian huomasin, että jo suunnitelma yksinään on varsin suuri kokonaisuus sekä teorian että itse suunnitelman sisällön kannalta ja työn yleisen laajuuden kannalta. Tässä vaiheessa tutkin, millaisia viestinnän suunnitteluun liittyviä opinnäytetöitä oli aiemmin tehty: huomasin, että moni työ on rajattu koskemaan joko pelkkää viestintäsuunnitelmaa tai kriisiviestintäsuunnitelmaa. Molempien suunnitelmien sisällyttäminen samaan työhön vaikutti siis liian suurelta kokonaisuudelta opinnäytetyön laajuutta ajatellen. Päädyin jonkinlaiseen kompromissiin, koska olin käsitellyt jo teoriaosiossa kriisiviestintä. Toisaalta myös yksi EM-kilpailuiden taustalla vaikuttavista tekijöistä oli nimenomaan urheilijoiden terveydellinen status. Niinpä suunnitelmaan osana on ”Kriisiviestinnän periaatteet ja lähtökohdat”.

Monen asian yhteyden viestintään suunnitteluun huomasin vasta hieman myöhemmin muistiinpanoja selaillessa. Jälkikäteen on vaikea sanoa, miksi aloitin muistiinpanojen tekemisen spontaanisti heti alusta alkaen – olin ajatellut että viestinnän suunnittelu tapahtuu vain tarkasti rajatuissa ja sovitussa tilanteissa, eikä missään muualla. Hyvin pian huomasin, että viestintään liittyviä asioita läpikäytiin kokousten lisäksi hyvin monenlaisissa tilanteissa. Ehkä kyseessä oli kokonaisvaltainen kiinnostus, jonka takia ajattelin kaikesta keskustelusta olevan mahdollisesti hyötyä opinnäytetyön etenemisen kannalta. Vaikka dokumentoin asioita itselleni koko ajan, välillä huomasin että olin ymmärtänyt jonkin asian väärin tai että muotoilussa oli parantamisen varaa. Tämä seikka kertoo siitä, että viestinnän suunnittelu vaatii intensiivistä keskittymistä sekä keskustelua ja ajatusten läpikäyntiä ääneen kunnes kaikki suunnitteluun osallistuvat saavat samasta ajatuksesta ja näkökulmasta kiinni. Toisaalta asia voidaan nähdä niin, että jokainen lopulta tulkitsee viestin omalla tavallaan, vaikka se lukisikin valmiissa suunnitelmassa.

Oma rooli myös vaihteli hieman: voi sanoa että olin päivästä riippuen harjoittelija, freelancer ja opinnäytetyön tekijä. Harjoittelijana saatoin tehdä tulostamista, mapittamista tai Excel-taulukointeja. Muutaman kirjoittamani lehtijutun myötä sain myös palkkion, jolloin toimin freelancerina. Tein intuitiivisesti valintoja roolien suhteen, koska huomasin, että kolme eri roolia oli vaikeaa tehdä rinnakkain – nimenomaan henkisesti tasolla. Osa tehtävistä oli selkeää suorittamista, osa vaati enemmän ajattelua ja taustatyötä. Eri roolit toivat tervetullutta vaihtelua työpäiviin.

On myös hyvä pohtia, mikä olisi ollut EM-kilpailujen viestintäsuunnitelman toteutustapa ilman ulkopuolista tekijää. Koska sain suhteellisen vapaat kädet toteuttaa suunnittelua, on

mahdollista että toin hieman ulkopuolista näkökulmaa laatimisprosessiin – ja ehkä uutta tapaa hahmottaa, luoda ja jäsentää tapahtumaviestintää, lähinnä suunnitelman rakenteen tasolla. Ilman ulkopuolista tekijää viestinnän suunnittelu olisi onnistunut hiljaiseen tietoon ja työkokemukseen sekä ammattitaitoon perustuen, eikä suunnitelmaa ehkä olisi kirjoitettu auki näin tarkasti. Näen nyt laaditun suunnitelman vahvuutena nimenomaan asioiden kirjoittamisen auki, sekä koko suunnitteluprosessin näkyväksi tekemisen yhden ihmisen näkökulmasta.

Laaditun viestintäsuunnitelman merkityksen voi nähdä monesta näkökulmasta. Sen voi nähdä suunnitelmana, joka saattaa auttaa yhtenäistämään organisaation viestintää tulevaisuudessa: työ dokumentoi jo olemassa olevia viestinnän suunnittelukäytäntöjä ja näkökulmia – ja toimii näin eräänlaisena muistiona olemassa olevista lähtökohdista suurelle urheilutapahtumalle. Vaikka suunnitelmaa ei käytettäisi sellaisenaan suunnittelun pohjana jatkossa, voi siitä silti nousta joitakin hyväksi havaittuja tapoja tai ratkaisuja, jotka jäävät käyttöön. Työn voi nähdä jopa niin sanotusti kokeiluhankkeena, jossa suunnitelman laatiminen on osin ulkoistettu opinnäytetyötoimeksiannoksi: lopputulosta ja saatuja hyötyjä arvioidaan lopuksi. Jos tämä toteutustapa todetaan hyödylliseksi, voidaan samanlaisia opinnäytetyöhankkeita käynnistää jatkossakin.

Resursseihin nähden viestintäsuunnitelman laatiminen onnistui mielestäni odotusten mukaisesti ja työn taso vastasi asettamiani henkilökohtaisia tavoitteita. Puitteet ja työskentelyolosuhteet olivat varsin hyvät. Yksi tavoitteeni oli tehdä suunnitelmasta erittäin selkeä ja ymmärrettävä: kaikki viestintäsuunnitelmaliitteen sisältö tulisi ymmärtää ilman selittämistä tai taustoittamista. Mielestäni suunnitelma onnistuu tässä: jos lukee esimerkiksi opinnäytetyön johdannon taustaksi sekä itse suunnitelman, hahmottuu viestintäsuunnitelmasta selkeä kokonaisuus. Aikarajojen asettaminen suunnittelulle oli tarpeellista, sillä koin että suunnitelmaa olisi voinut hioa loputtomiin. Yksinkertaistaminen vaati kautta prosessin tietoista rajaamista ja keskustelua suunnitelman laajuudesta sekä liitteiden määrästä.

Koska tämän kokoluokan tapahtumaa ei ollut aiemmin tehty Suomessa, ei viestinnästä ollut aiempaa vertailukohtaa. Koko projektin voi siis nähdä viestinnän kannalta pilottihankkeena – tämän voi nähdä yhdestä näkökulmasta vapautena kokeilla erilaisia ratkaisuja. Toisaalta uudenlainen hanke vaikeuttaa tavoitteiden mittaamista, sillä vertailukohtia aiempaan ei ole olemassa. Tämän takia avoimet palautteet ovat arvokkaita – viestinnän voi myös ajatella onnistuneen, jos kukaan ei erityisesti valita siitä. Voisi todeta urheilutermein että viestintä teki parhaansa.

Lähteet

Griffin, P. 1998. Exercise and sport after organ transplantation. *British Journal of Sports Medicine*, 32, 3, s. 194. Luettavissa: <http://bjsm.bmj.com/content/32/3/194.full.pdf>.
Luettu: 4.5.2016.

HUS 2015. Elinsiirrot. Luettavissa: <http://www.hus.fi/sairaanhoito/sairaanhoitopalvelut/elin-siirrot/Sivut/default.aspx>. Luettu: 19.4.2016.

Häyrynen, E., Vallo, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. uudistettu painos. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Juholin, E. 2010. Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Infor Oy.

Juholin, E. 2009a. *Communicare*. 5. uudistettu painos. Infor Oy. Porvoo.

Juholin, E. 2009b. Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. 2. painos. WS Bookwell Oy. Juva.

Karhu, M., Henriksson, A. 2008. Skandaalit & katastrofit – käytännön kriisiviestintäopas. Infor Oy.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. WSOY. Helsinki.

Korhonen, N., Rajala R. 2011. Viestinnän prosessointi – Koreografia kaaokselle. Talentum Media Oy.

Korpiola, L. 2011. Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa. Infor Oy.

Kortesuo, K., Patjas L.-M. & Seppänen, L. 2014. Pillillä vai pasuunalla? Viestinnän käsikirja yrittäjille. Suomen Yrittäjien Sypoint Oy.

Pohjolainen, M. 2012. Hiljaisen tiedon käsite ja hiljaisen tiedon tutkimus: Katsaus viimeaikaiseen kehitykseen. *Informaatiotutkimus*, 31, 3, s. 2.

Preston, C. 2012. *Event marketing. How to successfully promote events, festivals, conventions and expositions*. John Wiley & Sons Inc. New Jersey.

Sano kyllä elinluovutukselle. Luettavissa: <http://www.kyllaelinluovutukselle.fi/elinluovutus>.
Luettu: 19.4.2016.

Seppälä, P. 2014. Kuuntele & keskustele – näin järjestösi toimii tavoitteellisesti sosiaalisessa mediassa. 1. painos. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi ry. Helsinki.

Suomen Vammaisurheilu ja -liikunta VAU ry. Mikä on VAU? Terminologiaa. Luettavissa: <http://www.vammaisurheilu.fi/mika-on-vau/medialle/terminologiaa>. Luettu 25.5.2016.

Valo 2014. Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry. Urheiluseuran viestintäopas. Helsinki. Luettavissa: http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjI-wMTQvMTEvMjcvMDdfNDhfMTIfMTkxX1ZpZXN0aW50YW9wYXNfbG93LnBkZiJ-dXQ/Viestintaopas_low.pdf.

Luettu: 15.3.2016.

Liitteet

Liite 1. Viestintäsuunnitelma Elinsiirron saaneiden Euroopanmestaruuskilpailuille

Viestinnän lähtökohdat ja periaatteet ulkoisen viestinnän kannalta
<ul style="list-style-type: none">- viestinnässä ei ole kysymys tavallisesta/perinteisestä urheilutapahtumasta: urheilijoiden tarinat ovat tärkeitä, eivät niinkään tulokset- tarinoiden avulla tuodaan esiin elinsiirron luomia mahdollisuuksia- viestintä perustuu VAU:n toimintasuunnitelmaan: se avointa, nopeaa, tasapuolista, saavutettavaa ja oikeaa tietoa levittävää- otetaan huomioon eri kohderyhmien erilaiset tiedontarpeet

Viestinnän tavoitteet
<ul style="list-style-type: none">- ulkoinen viesti on yksinkertaisempi kuin elinsiirtoväelle suunnattu sisäinen viesti, jossa itse kilpailusuorituksiin liittyvät näkökulmat ja tulokset ovat tärkeämmässä roolissa <p>Ulkoinen viesti (suuri yleisö ja tiedotusvälineet)</p> <ul style="list-style-type: none">- nousee puheenaiheeksi, saadaan positiivista näkyvyyttä kotimaisissa medioissa- lisätään tietoisuutta elinsiirtourheilusta ja -liikunnasta <p>Sisäinen viesti (elinsiirtoyhteisö)</p> <ul style="list-style-type: none">- kerrotaan tuloksista ja urheilusuorituksista sekä tunnelmista- pyritään näyttämään, että rinnakkaisten EM-kisojen konsepti on toimiva

Viestinnän ydin
<p>”Elinsiirron saaneiden EM-kisat osoittavat liikunnan merkityksen hyvinvoinnille”</p> <p>”On tärkeää saada tietoa elinsiirroista: ihminen pohtii asiaa, keskustelelee siitä ja tuo ilmi oman kantansa ja tahtonsa elinluovutuksen suhteen”</p> <p>”Elinsiirto mahdollistaa aktiivisen elämäntavan”</p> <p>”Liikunta mahdollistaa terveen ja pitkän elämän”</p> <p>”Tarinoita positiivisella otteella”</p>

Kohde- (ketkä kiinnostuneet, viestinnän vastaanottajat) ja sidosryhmät (ketkä huomioitava, tekevät itse viestintää)
<p><u>Kohderyhmät</u></p> <p>Ryhmä a. suuri yleisö: Ryhmä b. potentiaaliset katsojat: Ryhmä c. urheilijat ja omaiset: Ryhmä d. elinsiirron saaneet, mutta ei kilpailevat/elinsiirtoa odottavat</p> <p><u>Kohderyhmäkohtaiset tavoitteet</u></p> <p>a: lisätään tietoisuutta b: jaetaan tietoa tapahtumista: aika, paikka, mitä tapahtuu c: kerrotaan tuloksia sekä kisatunnelmia d: tuodaan EM-kilpailujen viestinnällä esiin liikunnan positiivisia vaikutuksia</p>

Sidosryhmät

- kotimaiset potilasjärjestöt
- kansainväliset elinsiirtojärjestöt
- Vantaan kaupunki
- urheiluseurat
- lajiliitot
- vapaaehtoiset: olette tärkeitä ja mahdollistatte tapahtuman
- toteuttava lajiväki: tietoa juuri omasta lajista
-

Kanavat

Peruskanavat (näiden kanavien välityksellä tapahtuu suurin osa viestinnästä)

- Vantaa2016-nettisivut (www.vantaa2016.fi),
- Twitter (@vantaa2016),
- Instagram(@vantaa2016),
- Facebook,
- tiedotteet,
- suorat mediakontaktit
- VAU:n oma lehti

Muut kanavat

- Musili (Munuais- ja maksaliitto),
- Syke (Sydän- ja keuhkosiirroksia),
- HUS,
- järjestävät urheiluseurat,
- Vantaan kaupunki,
- TUL (suur-Helsingin piiri)
- lajiliitot,
- kansainväliset elinsiirtojärjestöt,
- muut Euroopan kansalliset elinsiirtojärjestöt,
- kilpailujuliste,
- tienvarsimainonta,
- nettimainonta,
- lehtimainonta,
- kisamaskotti,
- käsiohjelma

Viestinnän vastuut

- operatiivisen toiminnan päävastuu on viestintävastaavalla
- viestintätiimi koostuu viestintävastaavan lisäksi kolmesta avustavasta tiedottajasta kisaviikon aikana (ONT-tekijä laskettu mukaan)
- kaksi still-kuvaajaa huolehtii valokuvaamisesta kisaviikolla
- yksi videokuvaustiimi taltioi kisatapahtumia päivittäin
- kriisiviestintätilanteessa kommunikaatio tapahtuu kisaorganisaation pääsihteerin kautta
- tulospalvelussa apuna 3 vapaaehtoista, joiden tehtävänä on muokata seuralta saadut lajikohtaiset lopputulokset julkaistavaan muotoon
- viestinnän apuna 4 vapaaehtoista, jotka sekä kuvaavat että kirjoittavat

Viestinnän mittarit

- ostettu mediaseuranta,
- sosiaalisen median statistiikka,
- yleiset palautteet

Kriisiviestinnän periaatteita

- tiedotus ensisijaisesti pääsihteerin kautta
- pyritään estämään kuvien leviäminen, vapaaehtoisten tulee ymmärtää milloin ei viestitä
- estetään epätäydellisen tiedon leviäminen
- osallistujaryhmän lääketieteellisten erityispiirteiden vuoksi kriisiviestintään kiinnitetään erityisesti huomiota
- viestitään vain oikeaa, ja todellista tietoa ulospäin
- valmistautuminen eri kriiseihin jo ennalta (kriisiviestintäsuunnitelma olemassa)
- sisäinen viestintä eri maiden joukkueenjohtajille on avointa ja riittävää

Viestinnän toimenpideaikataulu

Ennen EM-kilpailuja

- henkilöjuttuja suomalaisurheilijoista EM-kilpailujen nettisivuille suomeksi ja englanniksi
- promotiota sosiaalisen median kanavissa (maskottiesittely, salibandyn lajiesittely, kuvapäivityksiä, linkityksiä urheilijatarinoihin jne.)
- Suomen EM-joukkueen julkistaminen ja tiedotustilaisuus
- neljä ennakkotiedotetta kesäkuun lopussa: yleinen kisatiedote, EU-hankkeen kolmesta tapahtumakokonaisuudesta kustakin oma tiedote
- mahdolliset muut tiedotteet, esim. kiinnostavat urheilijat
- yhteensä 5 ennakkovideota suomalaisista urheilijoista, julkaistaan viikoittain ennen kilpailujen alkua

EM-kilpailuiden aikana

- 2 tiedotetta jokaiselta kilpailupäivältä: urheilijatiedote sekä lajitulostiedote illalla lajien päätyttyä
- mahdolliset suomalaisten yllätystulokset tiedotetaan myös
- ennakkotiedotteet edeltävänä päivänä seuraavan päivän suomalaislajeista
- 3-4 nettijuttua jokaiselta kilpailupäivältä: urheilijahaastatteluja lajinäkökuulmalla sekä suomeksi että englanniksi
- päivän valokuvia jakoon sosiaaliseen mediaan
- sosiaalisen median sisältöjä: suorituspaikoilta kuvia, lyhyitä videoita, sekä lyhyitä tekstejä
- mitalitaulukon ylläpito

Jälkeen EM-kilpailuiden

- yhteenvetovideo EM-kilpailuviikon tapahtumista