



Laura Kotila

OSASTO TOIMII

Kriisiviestintä kuntoon

KRIISIVIESTINTÄ KUNTOON

Mitä on kriisiviestintä?

Vapaaehtoistoiminta on ja sen pitääkin olla hauskaa. Joskus voi kuitenkin sattua jotain ikävää ja ennakoimatonta: paikallislehdessä julkaistaan meitä kritisoiva mielipidekirjoitus, osaston ensiapuvälineet katoavat varkaiden käsiin tai vapaaehtoinen jättää sovitut tehtävät hoitamatta. Olemme hankalassa tilanteessa, kriisissä.

Kriisi on äkillinen, yllättävä tapahtuma, joka haittaa osaston normaalia toimintaa. Se voi johtua esimerkiksi osaston oman toimintaryhmän riidoista, talousongelmista, perusteettomista huhuista tai tekemästämme virheestä. Myös hitaat muutokset muualla heijastuvat osaston toimintaan: taloustilanteen kiristyessä kritiikki keräyksiä kohtaan kasvaa, väestön ikääntyessä pienellä paikkakunnalla on yhä vähemmän vapaaehtoistehtävistä kiinnostuneita nuoria. Monet kriisit uhkaavat vahingoittaa järjestön toimintaa ja mainetta. Osastolta kriisi vaatii ennakointikykyä ja taitavaa viestintää.

Kriisiviestinnän tavoitteena on ratkaista käsillä oleva ongelma, taata toiminnan jatkumisen ja aktiivisesti ylläpitää järjestöemme mainetta. Mainemme on perinteisesti ollut vahva, mutta se tarkoittaa, että meiltä myös odotetaan paljon. Onnistunut kriisiviestintä vahvistaa asemaamme tehokkaana ja osaavana viestijänä ja toimijana. Tärkeintä on tiedottaa avoimesti, nopeasti ja luotettavasti oikeille ihmisille oikeiden kanavien kautta.

Tässä aineistossa tarjotaan ohjeita osastojen viestintään kriisitilanteissa. Toimivan kriisiviestinnän pohjana on sujuva normaaliajan viestintä; sen tehostamiseen saa vinkkejä piirin osastokummilta ja RedNetin viestintäryhmästä.

Media uutisoi kriiseistä innokkaasti

Tiedotusvälineet tarttuvat kriiseihin hanakasti, koska ne kiinnostavat ihmisiä ja myyvät hyvin. Uutiskynnyksen ylittävät erityisesti kriisit, jotka vaikuttavat voimakkaasti moniin ihmisiin tai joihin liittyy koskettavia ihmiskohtaloita. Kriisiuutisointi on toimittajien perustyötä: heidän tehtävänä on tarjota yleisölle tietoa sitä koskettavista asioista.

Viime vuosina tiedotusvälineiden kilpailu ihmisten huomiosta on kiristynyt. Media käsittelee lähes aihetta kuin aihetta kriisinä. Pienetkin tapahtumat saattavat antaa aihetta suuriin otsikoihin, sillä harvalla toimittajalla on varaa jättää uutisoimatta muiden medioiden esiin nostamia aiheita.

Kriisistä otetaan kaikki irti varsinkin silloin, kun muuta uutisoitavaa ei ole. Niinpä esimerkiksi kesän hiljaisina lomaviikkoina nuorten leirillä tehty päihdetakavarikko voi paisua suureksikin uutiseksi, vaikka talvikauden informaatiotulvassa asia voitaisiin ohittaa lyhyellä maininnalla.

Jos tietty aihepiiri, vaikkapa ilmastonmuutos tai rasismi, on ollut julkisuudessa laajasti esillä, siihen liittyviin epäkohtiin tartutaan herkästi. Yhä useammin kritiikkiä kohdistetaan paitsi itse tekoihin, myös tiedottamisen puutteisiin. Vuoden 2004 tsunamionnettomuuden jälkeen julkiselta viestinnältä on alettu vaatia entistä enemmän nopeutta, luotettavuutta ja järjestelmällisyyttä.

Punaisen Ristin kohdalla kriisin voi käynnistää esimerkiksi osaston toimitilan tulipalo tai se, että ensiapupäivystäjä aiheuttaa autokolarin ollessaan matkalla päivystykseen. Hyvämaineiseen järjestöön liittyvä rikos on aina uutinen, mutta kriisi voi käynnistyä myös vahingosta, onnettomasta sattumasta tai 'läheltä piti' –tilanteesta. Kohun voi nostattaa vaikkapa se, että kaupan hyllylle on livahtanut puutteellisia ensiapupakkauksia. Oleellisia ovat ennako-odotukset: miten järjestömme oletetaan toimivan?

Mielikuvat ratkaisevat

Uusi viestintäteknologia on nopeuttanut uutisointia ja antanut lähes jokaiselle mahdollisuuden julkaista netissä kuvia, tekstiä ja videoita. Melkein mistä tahansa aiheesta voi tulla uutinen muutamassa minuutissa. Nopeuden tavoittelu ja tiedotusvälineiden keskinäinen kilpailu ovat myös muuttaneet uutisointia pinnallisemmaksi: uutiset julkaistaan ennen kuin asiatiedot ovat varmistuneet. Uutiset ja puheenaiheet ovat pinnalla yhä lyhyemmän ajan ennen kuin ne korvataan uusilla.

Runsaan mediatarjonnan keskellä ihmisillä on yhä vähemmän aikaa tai halua perehtyä uutisten ja huhujen taustoihin. Siksi mielikuvat ovat entistä tärkeämpiä. Osaston kriisiviestinnän kannalta ei ole keskeistä, onko syntyneeseen kohuun todellista aihetta vai ei. Kielteiseen julkisuuteen on aina reagoitava, sillä järjestöstämme syntyvät mielikuvat vaikuttavat suoraan käytännön toimintaan: jäsenten ja lahjoitusten määrään, vapaaehtoisten rekrytointiin ja yhteistyökumppaneiden asenteisiin.

Osaston kriisitiedottamisen vaiheet

Vaikka julkisuuskriisit aiheutuvat eri syistä, ne yleensä etenevät saman kaavan mukaan kriisin syntymisestä mediahuomion hiipumiseen. Osasto voi itse vaikuttaa jokaiseen vaiheeseen viestimällä aktiivisesti.

1. **Ennen varsinaisen kriisin puhkeamista** on usein havaittavissa siitä varoittavia merkkejä, signaaleja. Varoittava merkki voi olla vaikkapa Punaista Ristiä kritisoiava kirjoitus nettifoorumilla tai kuulopuhe siitä, että kaupungin päättäjät harkitsevat järjestötukien supistamista. Myös pinnalla olevat puheenaiheet, vaikkapa kohu jonkin toisen järjestön epäilyttävästä varainkäytöstä, voivat lisätä kiinnostusta Punaisen Ristin osastojäseniä kohtaan.

Kriisiviestintä kannattaa käynnistää oma-aloitteisesti heti, kun kriisin ensimmäiset merkit näkyvät. Samalla on arvioitava, viestitäänkö kriisistä vain osaston sisällä vai myös siitä ulospäin (katso ohje alempana). Ensivaikutelmat ovat tärkeitä ja ne jäävät elämään, vaikka osoittautuisivatkin myöhemmin virheellisiksi. Jo tieto siitä, että asian selvittämiseen on ryhdytty, kertoo, että toimimme avoimesti ja nopeasti. Kriisistä on myöhäistä tiedottaa ulospäin vasta sitten, kun ongelmat on jo ratkaistu.

Jos kriisi on nousemassa puheenaiheeksi tiedotusvälineissä tai siihen liittyy rikos, kannattaa medioille lähettää tiedote ja soittaa sen perään toimittajalle henkilökohtaisesti. Kriittisiin puheenvuoroihin on hyvä vastata samalla foorumilla, jolla ne on esitetty: esimerkiksi netin keskusteluforumilla tai paikallislehden mielipidepalstalla. Perustiedot asiasta kannattaa päivittää myös osaston omille nettisivuille.

Ennen kaikkea on hyvä muistaa, että on kohteliasta kertoa omalle väelle ja osaston sidosryhmille heitä itseään koskevasta asiasta ennen kuin siitä kerrotaan julkisuuteen.

2. **Kriisin alkuvaiheessa** kielteinen julkisuus kasvaa ja toimittajat kiinnostuvat asiasta. **Silloin on tärkeää seurata tarkasti, mitä osaston toiminnasta puhutaan ja kirjoitetaan.**

Kielteiseen julkisuuteen on reagoitava nopeasti ja avoimesti ja väärinkäsitykset kannattaa korjata saman tien, kun ne havaitaan. Nettiutisista on hyvä soittaa heti suoraan toimitukseen, koska verkossa julkaistut jutut painetaan usein seuraavan päivän lehteen. On tehokkaampaa kertoa oma kanta ja korjata väärinkäsitykset jo alkuperäisen uutisen yhteydessä, oikaisut ja vastineet kun jäävät monelta lukematta.

Joskus toimittaja saattaa soittaa yllättäen. Ennen kommentin antamista kannattaa varmistaa faktat ja se, mistä toimittajan tiedot ovat peräisin. Koskaan ei kuitenkaan pidä sanoa tyylysti, ettei kommentoi. Tiedotusvälineitä ei ole syytä torjua, koska omasta kriisistä kannattaa aina antaa kommentit itse. Jos kysyttyä asiaa ei tiedä, se on parasta myöntää suoraan ja ohjata kysyjä oikean vastaajan luo.

3. **Kriisin pitkittyessä** tiedotusvälineet tuovat esiin erilaisia paljastuksia, yksityiskohtia ja tulkintoja tapahtuneesta sekä etsivät syitä ja syyllisiä. Paras vaihtoehto mediarumban hillitsemiseksi on **kertoa avoimesti kerralla kaikki asiaan liittyvä oleellinen tieto.** Yksityiskohtia ei kannata valuttaa julkisuuteen 'tiputellen', koska silloin tiedottajaa voidaan syyttää tietojen pimittamisestä ja asia säilyy keskustelun aiheena tarpeettoman pitkään. On myös hyödytöntä juuttua vaikkapa paikallislehden yleisönosastossa 'juupas-eipäs' -väittelyyn.

4. Jokainen **kriisi päättyy**, kun kiinnostus sitä kohtaan hiipuu ja uudet uutiset täyttävät lehden sivut ja eetterin. Aktiivisesti tiedottamalla tyydytämme toimittajien ja suuren yleisön tiedon tarpeen. Tarkoitus ei kuitenkaan ole loputtomiin tiedottamalla paisutella pienistä asioista suuria kriisejä, tarttua yksityiskohtiin tai jatkaa asian pyörittelyä julkisuudessa pidempään kuin on tarpeellista.

Kielteisellä julkisuudella on tapana kertautua. Kriisin toistuessa vanhat tapahtumat ja kokemukset nostetaan uudelleen esille vertailun ja pohdinnan kohteiksi.

Omille viestitään ensin

Kriisi voi vaatia sisäisiä ja ulkoisia viestintätoimenpiteitä. Kaikista tapahtumista ei tarvitse viestiä ulospäin, mutta kaikista on viestittävä järjestön sisällä.

Peruseriaatteena onkin, että omille viestitään ensin. Kiireessä kannattaa ensimmäiseksi soittaa Punaisen Ristin väelle ja sitten viestiä sopivalla tavalla muille, joita asia koskee. Omat aktiivit ja piiri on syytä pitää ajan tasalla varsinkin silloin, kun asia kiinnostaa tiedotusvälineitä. Toimittajat voivat soittaa milloin tahansa ja ryhtyä kyselemään. Silloin on tärkeää, että kaikilla asianosaisilla on sama tieto käytettävissään. Osaston väen on syytä sopia keskenään niistä perusasioista, joita viestitään eteenpäin.

Myös ulospäin – yhteistyötahoille, viranomaisille tai tiedotusvälineille – on viestittävä silloin, kun asialla on yleisempää merkitystä tai kun se ylittää uutiskynnyksen. Näin on varsinkin silloin, jos kriisiin liittyy rikos tai rikosepäily, esimerkiksi osaston varojen väärinkäyttö. Rikosuutiset välittyvät poliisilta hyvin nopeasti tiedotusvälineille.

Oikeat kanavat käyttöön

Kriisin yllättäessä kirjeet ja paperiset tiedotteet ovat hitaita viestinnän välineitä. Koska tilanteet muuttuvat vauhdilla, kannattaa ottaa käyttöön nopeat viestintäkanavat: puhelin, sähköposti, tekstiviestit, osaston nettisivut ja netin keskustelufoorumit. Väärinkäsitysten välttämiseksi voi usein olla parasta keskustella asioista kasvokkain tai puhelimitse.

Vinkki

Jos asialla ei ole tulenpalava kiire, kannattaa harkita sähköpostilistaa osaston aktiivien sisäisenä viestintäkanavana. Listan avulla viesti välittyy samaan aikaan kaikille vastaanottajille, eikä osaston sisäisiä 'klikkejä' pääse muodostumaan.

Näitä asioita viestimme kriisissä

Kriisin sattuessa toimittajat – ja monet muutkin – haluavat tietää uutisen perusainekset: **mitä on tapahtunut ja kuka on tehnyt mitä, missä, milloin, miksi ja millaisin seurauksin**. Tiedottajan kannattaa pitää nämä asiat selvinä sekä itselleen että muulle aktiiviväelle.

Kriisiviestintä on aktiivista vuoropuhelua. Reagoimme meitä koskeviin uutisiin, kannanottoihin ja mielipiteisiin ja tuomme oma-aloitteisesti esille omia näkökantojamme. Julkinen keskustelu ei lakkaa, vaikka me vaikenisimme. Ainoastaan osallistumalla aktiivisesti kannaltamme kieltäytyäksemme keskusteluun voimme korjata väärinkäsityksiä ja ohjata keskustelua toivomaamme suuntaan. Ajan mittaan keskustelu hiljenee, mielikuvat jähmettyvät ja väärinkäsitysten korjaaminen vaikeutuu.

Osaston kriisiviestinnän ydin: toivo ja tosiasiat

Kuten muutakin toimintaamme, myös Punaisen Ristin kriisiviestintää ohjaavat järjestömme perusperiaatteet. Viestintämme erityisiä tunnusmerkkejä ovat lisäksi **avoimuus, nopeus ja luotettavuus**. Jos olemme itse tehneet virheen, on viisainta myöntää se heti oma-aloitteisesti ja avoimesti. Olipa kriisin syy missä vain, kannattaa kertoa, mitä teemme asian korjaamiseksi ja vastaavan tapahtuman tai kehityksen estämiseksi jatkossa. Lisäksi kriisiviestinnältä odotetaan kykyä asettua vahinkoa kärsineiden asemaan: onnistunut kriisiviestintä on hienotunteista ja empaattista.

Avoin ja aktiivinen viestintä ei luonnollisestikaan tarkoita sitä, että kaikki menneisyyden ongelmat levitetään julkisesti riepoteltaviksi. Jos ensiapupäivystäjä aiheuttaa kiireessä autokolarin matkallaan päivystyspisteeseen, ei ole tarpeen tehdä selkoa päivystäjän aiemmasta taipumuksesta myöhästellä päivystysvuoroista tai ajaa ylinopeutta. Tärkeää on kertoa avoimesti ja rehellisesti käsillä olevaan tapahtumaan tai kriisiin liittyvät asiat.

On hyvä myös muistaa, että Punainen Risti viestii aina vain omasta toiminnastaan. Esimerkiksi talouskriisin yllättäessä osasto kertoo kriisin vaikutuksesta omaan toimintaansa, mutta ei lähde erittelemään taantuman syytä tai talouspolitiikan viimeisiä käännteitä. Jos kyseessä on rikosasia, viranomaiset huolehtivat omasta tiedottamisestaan.

Myöskään viestinnän nopeuden vaatimus ei sulje pois sitä, että sanavalintojaan kannattaa harkita. Kriisin koskettaessa meitä, olemme viestijöinä itsekkin kriisin osapuolena ja tunteet nousevat herkästi pintaan. Tärkeää on kuitenkin säilyttää maltti.

Ajattelematon lausunto tai tahaton huumori voi antaa väärän mielikuvan piittaamattomuudesta tai asiantuntemattomuudesta. Uskottava kriisitiedottaminen on sävyllään asiallista, se perustuu tosiasioihin ja välttää provosoitumista. Ennustaminen ja jossittelu on tarpeetonta. Onnistuneessa kriisiviestinnässä välitetään toivoa, mutta ei anneta turhia lupauksia tilanteen nopeasta tai helposta ratkaisusta.

Kuten normaaliaikoinakin, myös kriisin keskellä välitämme perusviestiämme: **olemme rohkeita, luotettavia ja kaikille läheisiä ihmisten auttajia.**

Kriisiin voi valmistautua

Toisinaan varoittavia merkkejä on ilmassa jo pitkään ennen varsinaisen kriisin puhkeamista. Esimerkiksi toimintaryhmän sisäiset erimielisyydet kehittyvät usein vähitellen. Toisaalta kriisi voi syntyä muutamassa minuutissa vaikkapa silloin, kun osaston toimitilaan murtaudutaan keskellä yötä. Molemmista tapauksista kriisiviestintään voi valmistautua etukäteen suunnitelmalla.

Kriisiviestintäsuunnitelma on hyvä tehdä osaksi osaston normaalia viestintäsuunnitelmaa. Toimiva suunnitelma on tiivis ja käytännönläheinen. Se sallii joustoa tilanteen mukaan, sillä juuri yllätyksistä kriiseissä on kyse.

Osaston kriisiviestintäsuunnitelmassa kartoitetaan ja sovitaan

- mahdolliset kriisitilanteet,
- kriisiviestinnän työnjako,
- käytettävät tiedotuskanavat ja
- tiedottamisen kohteet niin osaston sisällä kuin sen ulkopuolellakin.

Suunnitelmaan kuuluu myös vähintään kahdesti vuodessa päivitettävä lista osaston sidosryhmien yhteystiedoista. Sidosryhmiin voivat kuulua esimerkiksi viranomaiset, yhteistyökumppanit, tiedotusvälineet sekä muut Punaisen Ristin osastot, piiri ja keskustoimisto. On hyvä muistaa, että sidosryhmät vaihtelevat kriisistä kriisiin.

Mahdollisia kriisin aiheita pohdittaessa saa olla pessimistinen. Mitkä äkilliset tapahtumat voisivat synnyttää kriisiviestinnän tarpeen osastossanne? Tähän kannattaa kirjata asioita keräyslippaiden katoamisesta sähköpostin hakkerointiin. Entä mitkä hitaasti etenevät kehityskulut osaston ulkopuolella saattavat vähitellen synnyttää kriisin? Myös osaston omassa toiminnassa pitkään jatkuneet epäkohdat voivat äkkiä joutua huomion kohteeksi. Hitaita muutoksia ovat esimerkiksi taloudellisen tuen väheneminen lama-aikana tai auttajien väsyminen vapaaehtoisuustoiminnan käydessä liian raskaaksi.

Valmista suunnitelmaa ei kannata jättää hyllylle pölyttymään, vaan se on hyvä käydä yhdessä läpi ja harjoitella kriisiviestintää etukäteen. Suunnitelma kannattaa säilyttää monena kappaleena niin sähköisessä kuin paperimuodossakin. Muistakaa päivittää suunnitelma riittävän usein!

Osaston kriisiviestinnän suunnitelma

Kriisiviestinnän työnjako osastossa

Niin kriiseissä kuin normaaliaikoinakin osastot vastaavat Punaisen Ristin paikallises-ta viestinnästä. Alueellisissa kriiseissä tiedottamisesta huolehtii piiri, valtakunnallisissa keskustoimisto.

Tiedottaja laatii normaalin viestintäsuunnitelman osaksi kriisiviestintäsuunnitelman ja huolehtii siitä, että se tulee tutuksi kaikille osaston aktiiveille ja että suunnitelma päivitetään vähintään kahdesti vuodessa. Tiedottaja myös seuraa Punaisesta Rististä käytävää keskustelua paikkakunnan tiedotusvälineissä ja netin keskustelufoorumeilla.

Kriisin sattuessa tiedottaja käynnistää kriisiviestinnän ja tarvittaessa kutsuu puheenjohtajan kanssa koolle kriisiryhmän. Tiedottaja huolehtii nettisivujen päivittämisestä, tiedotteiden laatimisesta ja haastattelujen valmentamisesta jo etukäteen. Hän toimittaa päivitetyn tiedon kriisin etenemisestä sekä ulkoisille sidosryhmille että osaston omalle välle ja muulle Punaiselle Ristille.

Ennen kaikkea tiedottaja huolehtii siitä, että osaston viestintä toimii normaaliaikoina saumattomasti niin osaston sisällä kuin siitä ulospäin.

Puheenjohtaja vastaa osaston käytännön kriisiviestinnästä (voi delegoida tiedottajalle) ja seuraa viestinnän tuloksia ja Punaisen Ristin mainetta paikkakunnalla.

Tarvittaessa hän kutsuu tiedottajan kanssa koolle kriisiryhmän. Esimerkiksi yleisönosastokirjoitukset on myös luontevaa kirjoittaa puheenjohtajan nimiin.

Sihteeri auttaa tiedottajaa mediaseurannassa arkistoimalla osastosta kirjoitetut lehtijutut. Lisäksi hän voi huolehtia tietoliikenteestä esimerkiksi toimittamalla perille tiedottajan laatimat tiedotteet.

Toimintaryhmien vetäjät osallistuvat kriisiviestintään silloin, kun asia koskee heitä tai heidän vetämäänsä toimintaryhmää. Vetäjät välittävät kriisiin liittyvää tietoa ryhmäläisille ja nostavat esille viestinnän tarpeita tiedottajalle. Toimintaryhmien vetäjät osallistuvat myös kriisiviestintäsuunnitelman laatimiseen ennakoimalla omaan toimintaansa liittyviä mahdollisia kriisitilanteita.

Kriisiryhmä muodostetaan silloin, kun kriisin selvittämiseen tarvitaan laajempaa yhteistyötä. Kriisiryhmä kokoontuu tarpeen mukaan päivittämään ryhmän jäsenten tilannetietoja ja sopimaan kriisin hoidosta. Kriisiryhmään kuuluvat aina tiedottaja, puheenjohtaja ja sihteeri sekä tarpeen mukaan ne toimintaryhmien vetäjät ja aktiivit, joita asia koskee. Lisäksi ryhmään voi kuulua esimerkiksi piirin tiedotusvastaava tai toimintakohtaisia vastaavia. Tehokkuuden vuoksi ryhmän koko on kuitenkin syytä pitää melko pienenä.

Apua kriisiviestintään saa osaston omalta kummilta piiristä. Keskustoimiston puoleen kannattaa kääntyä, jos kriisillä voi olla valtakunnallista merkitystä.

Toimiva perusviestintä auttaa selviämään kriisistä

Mitä paremmin arjen viestintä osastossa sujuu, sitä helpompaa kanssakäyminen on myös kriisin keskellä. Useinhan itse kriisikin johtuu siitä, että osaston sisäinen viestintä ei toimi: joku jää viestiketjun ulkopuolelle ja huhupuheet ja väärinkäsitykset leviävät.

Viestintäkanavat kannattaa siis pitää auki niin osastosta sisään- kuin ulospäin. On hyvä esimerkiksi tarkistaa, onko osastolla toimivia sisäisiä sähköpostilistoja ja ovatko omat, tiedotusvälineiden ja yhteistyökumppanien yhteystiedot ajan tasalla ja nopeasti saatavilla. Myös hyvät suhteet oman alueen toimittajiin helpottavat yhteistyötä kriisin sattuessa. Kun Punainen Risti näkyy paikkakunnalla yleisesti positiivisessa valossa, kriiseistäkin selvitään helpommalla.

Tiedottajan kannattaa huolehtia myös taidoistaan: onnistuvatko netin päivittäminen, tiedotteiden laatiminen ja haastattelujen antaminen? Ovatko RedNetin viestintäryhmän materiaalit tuttuja?

Osasto edustaa paikkakunnallaan koko Punaista Ristiä ja toimii myös sen maineen vartijana. Onkin tärkeää tietää, mitä Punaisesta Rististä paikkakunnalla puhutaan. Kriisin keskellä kannattaa seurata erityisesti sähköistä mediaa, jossa tieto kulkee nopeasti: nettiä, sähköpostia, televisiota ja radiota. Varsinkin netin keskustelufoorumeilla ja Facebookin kaltaisissa virtuaaliyhteisöissä tiedot ja huhut leviävät vauhdilla.

Kriisin jälkeen

Kriisiviestintä jatkuu vielä pitkään itse kriisin päätyttyä. On tärkeää kertoa julkisesti, että vaikeuksista on selvitty ja että toiminta jatkuu. Jos osaston toimitila joutuu ilkeän kohteeksi ja sen korjaamiseksi on saatu lahjoituksia, kannattaa kertoa remontin valmistumisesta ja toiminnan jatkumisesta osaston sidosryhmille, lahjoittajille ja paikalliselle medialle. Mikään ei estä järjestämästä vaikkapa tupaantuliaisia uusittuun toimitilaan.

Kriisiviestinnän päätyttyä on hyvä arvioida, miten viestintä sujui. Saavutettiin tavoitteet: selvitettiinkö kriisistä, jatkuuko toiminta, mitä tapahtui järjestömmme maineelle? Miten suhteet yhteistyötahoihin ja tiedotusvälineisiin toimivat? Onnistuiko viestinnän työnjako?

Koska useimmat kriisit johtuvat ihmisten toiminnasta, ne voidaan yleensä estää etukäteen. Mitä voitaisiin ensi kerralla tehdä toisin, jotta koko kriisiltä vältyttäisiin?

Lisätietoa:

Viestinnän työkalu: www.punainenristi.fi

RedNet → Tieto ja taito → Viestintä → Viestinnän työkalu

Osaston kriisiviestinnän suunnittelua

Pohtikaa osastonne aktiivien kesken seuraavia asioita ja kirjatkaa ne muistiin kriisiviestintäsuunnitelmaksi.

1. Mitä mahdollisia kriisitilanteita osastonne kohdalle voi sattua? Mitkä niistä ovat todennäköisiä, mitkä epätodennäköisiä?
2. Mitkä näistä kriiseistä voi havaita ennen niiden puhkeamista? Miten lähestyvän kriisin voi tunnistaa?
3. Mitä kielteisiä seurauksia listaamistanne kriiseistä voi olla Punaisen Ristin toiminnalle ja maineelle paikkakunnallanne ja yleisesti? Mitä kielteisiä seurauksia voi tulla ulkopuolisille?
4. Kenelle tai mille sidosryhmille listaamissanne kriiseissä on viestittävä?
 - Keitä kriisi koskee?
 - Kenen on saatava tietoa kriisistä?
 - Ketkä voivat auttaa kriisissä tai vaikuttaa siihen?

Listatkaa sidosryhmien ja paikallisten tiedotusvälineiden yhteystiedot. Lisätkää listaan nimien lisäksi niin sähköpostiosoitteet, postiosoitteet kuin puhelinnumerotkin.

5. Millä keinoin (sähköposti, tiedote, puhelin...) viestitte sisäisesti/ulkoisesti estääksenne kriisin kielteiset seuraukset?
6. Mitkä ovat osastossanne viestinnän tehtävät/työnjako kriisitilanteessa?
7. Miten ja milloin kriisiviestintää eri tilanteissa harjoitellaan etukäteen?