



Sisäministeriö
Inrikesministeriet

Sisäinen turvallisuus | Sisäministeriön julkaisuja 2020:19

Media pelastustoimen toimintaympäristön osana

Sisäministeriön julkaisuja 2020:19

Media pelastustoimen toimintaympäristön osana

Janne Seppänen

Sisäministeriö

ISBN PDF: 978-952-324-638-6

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2020

Kuvailulehti

Julkaisija	Sisäministeriö	15.12.2020
Tekijät	Janne Seppänen	
Julkaisun nimi	Media pelastustoimen toimintaympäristön osana	
Julkaisusarjan nimi ja numero	Sisäministeriön julkaisu 2020:19	
Diaari/hankenumero	-	Teema Sisäinen turvallisuus
ISBN PDF	978-952-324-638-6	ISSN PDF 2490-077X
URN-osoite	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-324-638-6	
Sivumäärä	26	Kieli suomi
Asiasanat	pelastustoimi, pelastustoiminta, toimintaympäristö, media, medioituminen	
Tiivistelmä	<p>Media pelastustoimen toimintaympäristön osana -selvitys on toteutettu osana Pelastustoimen ja siviilivalmiuden suorituskyky ja suunnitteluperusteet -hanketta. Selvitys vastaa kysymykseen, miksi media on strategisesti tärkeä osa pelastustoimen toimintaympäristöä.</p> <p>Pelastustoimi kokonaisuudessaan on hyvin medioitunut eli media on monin tavoin läsnä sen toiminnassa. Median vaikutus ulottuu koko toimialalle sen johdosta aina kenttäoperaatioihin ja jopa yksittäisen pelastajan työhön saakka. Medialla voi olla merkittävä rooli esimerkiksi pelastajan työturvallisuuden kannalta.</p> <p>Selvityksessä ehdotetaan, että media tulisi ottaa aiempaa selkeämmäksi osaksi pelastustoimen riskien kartoitusta ja strategian laadintaa. Media on pelastustoimen strateginen kumppani, mutta voi myös tuottaa sen toiminnalle ongelmia.</p> <p>Selvityksessä ehdotetaan myös, että media saatettaisiin osaksi pelastustoimen ydinprosesseja. Vaikka median ja viestinnän merkitys tunnustetaan laajalti niin pelastuslaitoksilla kuin pelastustoimessa kokonaisuudessaan, se nähdään usein osaksi toiminnan tukiprosesseja.</p> <p>Lisäksi medialukutaidon osuutta pelastajien koulutuksessa olisi syytä vahvistaa. Sekä viestintätaitojen kehittäminen että median toimintalogiikoiden opiskelun lisääminen vahvistaa pelastajien ymmärrystä omasta työstään mediayhteiskunnassa. Se voi myös vähentää pelastustyön psyykkistä kuormittavuutta.</p>	
Kustantaja	Sisäministeriö	
Julkaisun jakaja/myynti	Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi Julkaisumyynti: vnjulkaisumyynti.fi	

Presentationsblad

Utgivare	Inrikesministeriet	15.12.2020	
Författare	Janne Seppänen		
Publikationens titel	Medierna som en del av räddningsväsendets omvärld		
Publikationsseriens namn och nummer	Inrikesministeriets publikationer 2020:19		
Diarie-/ projektnummer	-	Tema	Inre säkerhet
ISBN PDF	978-952-324-638-6	ISSN PDF	2490-077X
URN-adress	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-324-638-6		
Sidantal	26	Språk	finska
Nyckelord	räddningsväsendet, räddningsverksamhet, medier, medialisering, omvärlden		
Referat	<p>Utredningen Medierna som en del av räddningsväsendets omvärld har genomförts som en del av ett projekt som gäller räddningsväsendets och den civila beredskapens prestationsförmåga och grunder för planeringen av dessa. Utredningen svarar på frågan varför medierna är en strategiskt viktig del av räddningsväsendets omvärld.</p> <p>Räddningsväsendet är i sin helhet mycket medialiserat, vilket betyder att medierna på många sätt är närvarande i räddningsväsendets verksamhet. Mediernas påverkan sträcker sig över hela ansvarsområdet från ledningen ända till fältoperationer och till och med till en enskild räddares arbete. Medierna kan ha en viktig roll till exempel med tanke på räddarnas arbetarskydd.</p> <p>I utredningen föreslås att medierna tydligare än tidigare bör inkluderas i kartläggningen av riskerna inom räddningsväsendet och i utarbetandet av strategin. Medierna är en strategisk partner till räddningsväsendet men de kan också medföra problem i verksamheten.</p> <p>I utredningen föreslås också att medierna ska integreras i räddningsväsendets kärnprocesser. Även om betydelsen av medier och kommunikation erkänns i stor utsträckning både vid räddningsverken och inom räddningsväsendet som helhet, betraktas de ofta som en del av verksamhetens stödprocesser.</p> <p>Dessutom finns det skäl att stärka mediekompetsens andel i räddarutbildningen. Genom att utveckla kommunikationsfärdigheterna och öka andelen studier i mediernas verksamhetslogik stärker man räddarnas förståelse för deras eget arbete i mediasamhället. På det sättet kan också den psykiska belastningen i räddningsarbetet minska.</p>		
Förläggare	Inrikesministeriet		
Distribution/ beställningar	Elektronisk version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Beställningar: vnjulkaisumyynti.fi		

Description sheet

Published by	Ministry of the Interior	15 December 2020	
Authors	Janne Seppänen		
Title of publication	Media as Part of the Rescue Services Operating Environment		
Series and publication number	Publications of the Ministry of the Interior 2020:19		
Register number	-	Subject	Internal security
ISBN PDF	978-952-324-638-6	ISSN (PDF)	2490-077X
Website address (URN)	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-324-638-6		
Pages	26	Language	Finnish
Keywords	rescue services, rescue operations, media, mediatisation, operating environment		
<p>Abstract</p> <p>This report has been carried out as part of the project called <i>Capacity of and planning criteria for rescue services and civil emergency preparedness</i>. The report answers the question of why the media are a strategically important part of the operating environment of rescue services.</p> <p>Media exposure of rescue services as a whole is common, which means that the media are present in many ways in their operations. The impact of the media extends to the entire sector, and as a result, all the way to field operations and even to the work of individual rescue workers. The media can play an important role in the occupational safety of these rescue workers, for example.</p> <p>The report proposes that the media should be included more clearly in the risk assessment of rescue services and the preparation of strategies. The media are a strategic partner of the rescue services, but can also cause problems for their operations.</p> <p>The report also proposes that the media be integrated into the core processes of rescue services. Although the importance of the media and communications is widely recognised both in rescue departments and in the rescue services as a whole, they are often seen as part of the support processes for the activities.</p> <p>In addition, the role of media literacy in the training of firefighters and other rescue workers should be strengthened. By both developing communication skills and increasing the training in how the media operate, firefighters and other rescue workers will strengthen their understanding of their own work in terms of the media society. It may also reduce the psychological strain of rescue operations.</p>			
Publisher	Ministry of the Interior		
Distributed by/ publication sales	Online version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Publication sales: vnjulkaisumyynti.fi		

Sisältö

1	Johdanto	9
2	Pelastustoimen medioituminen	12
2.1	Kenttäoperaatiot	14
2.2	Pelastajan työ.....	14
2.3	Päätöksenteko.....	15
2.4	Luottamus	16
2.5	Turvallisuusviestintä	17
3	Median toimintalogiikat	19
3.1	Mediatapahtuma.....	19
3.2	Hybridisaatio.....	20
3.3	Toimijat.....	21
3.4	Affordanssit.....	21
3.5	Huomiotalous.....	22
3.6	Aika	22
3.7	Tunteiden kierrätys.....	23
4	Ehdotukset	24
	Lähteet	26

1 Johdanto

Tämän selvityksen tarkoitus on luoda ajantasainen kuva mediasta pelastustoimen toimintaympäristön osana. Se vastaa kysymykseen, **miksi media on strategisesti tärkeä osa pelastustoimen toimintaympäristöä**. Se tarjoaa myös käsitteistön, jonka avulla voidaan kuvailla sellaisia nykyisen median toimintalogiikoita, jotka ovat olennaisia myös pelastustoimen kannalta. Näin selvitys myös tukee pelastustoimen kansallisen viestintästrategian laatimista, vaikkei annakaan yksityiskohtaisia ohjeita erilaisiin viestintätilanteisiin reagoimiseksi.¹

Pelastustoimen toimintaympäristön kuvauksessa on aikaisemmin otettu huomioon poliittiset, taloudelliset, sosiaaliset, teknologiset, lainsäädännölliset sekä ekologiset näkökulmat. Tuorein kartoitus (2017) nojautuu seitsemääntoista asiantuntijahaastatteluun ja sisäministeriön toimittamaan materiaaliin.² Sen tarkoituksena on edistää pelastustoiminnan strategian (2016) arvioimista ja tarjota tietoa toimintaympäristön muutoksesta muun muassa koulutuksen kehittämiseksi.³

Laajimmillaan pelastustoimen toimintaympäristöä määrittelevät koko yhteiskunnan tilanne ja tulevaisuuden näköalat. Sitran *Megatrendit 2020* -selvityksessä hahmotetaan viisi keskeistä kehityssuuntaa.⁴ Niistä ensimmäinen, *Ekologinen jälleenrakennus*, viittaa ennen kaikkea siihen, miten vastaamme ilmastonmuutoksen asettamiin vaatimuksiin. *Verkostomaisen vallan voimistuminen* viittaa yhteiskunnallisen vallan rakentumiseen entistä monimutkaisemmaksi ja verkostomaisemmaksi. Esimerkiksi jokaisella kansalaisella on ainakin periaatteessa valtaa nostaa ilmiöitä ja asioita sosiaaliseen mediaan julkisen keskustelun puitavaksi. *Väestön ikääntyminen ja monimuotoistuminen* tuovat omat haasteensa, mikä näkyy muun muassa keskustelussa kestävyysvajeesta ja maahanmuutosta. Tähän liittyy läheisesti neljäs megatrendi eli *talousjärjestelmän suunnan etsiminen*. Viidenneksi

1 Jätän tämän selvityksen ulkopuolelle myös pelastusalan toimijoiden itse mahdollisesti aiheuttamien mainekriisien tarkastelun ja niiden ratkaisemiseen liittyvät kriisiviestinnän strategiat. Organisaatioviestinnän tutkimuksessa ja vaikkapa viestintäyritysten sivuilta löytyy paljon kriisiviestintään liittyvää keskustelua. Ks. esim. Coombs 2019.

2 *Pelastustoimen toimintaympäristön kuvaus 2017*.

3 *Turvallinen ja kriisinkestävä Suomi 2016*.

4 Dufva 2020.

megatrendiksi Sitra nimeää *teknologian sulautumisen* yhä kiinteämmäksi osaksi arkista elämää, mikä viittaa esimerkiksi viestintäteknologioiden yleistyvään käyttöön.

Vaikka media mainitaan ohimennen sekä pelastustoimen että Sitran selvityksissä, sitä ei käsitellä omana alueenaan. Voidaan kuitenkin perustellusti sanoa, että esimerkiksi ilmastomuutoksen hillitsemisen ja yhteiskunnallisen luottamuksen rakentamisen kannalta media näyttää keskeistä roolia. Ihmiset muodostavat käsityksensä ilmastomuutoksesta, onnettomuuksista tai viranomaisten luotettavuudesta etupäässä sen informaation varassa, mitä mediat heille tarjoavat. Media vaikuttaa myös heidän turvallisuuden, pelon ja uhan tunteisiin.

Tätä kirjoitettaessa Suomi elää koronaviruksen aiheuttamaa poikkeustilaa ja mediat täyttävät sitä käsittelevistä jutuista. Tilanne on asettanut niin julkiset organisaatiot kuin yksityiset yritykset kohtaamaan poikkeuksellisen vaativia viestinnän haasteita. On täysin mahdollista, että koronaviruksen johdosta organisaatiot muokkaavat viestintästrategioitaan vastaamaan paremmin poikkeustilan vaatimuksia. Tässä selvityksessä ei kuitenkaan mahdollista paneutua koronan haasteisiin jo yksin sen vuoksi, että kriisin yhteiskunnallisista vaikutuksista ei vielä voi sanoa mitään varmaa.

Kun miettii pelastuslaitosten tai koko pelastustoimen suhdetta mediaan, ensimmäiseksi tulee mieleen hallinnonalan oma viestintä. Aino Harinen on (2018) tutkimuksessaan piirtänyt yksityiskohtaisen kuvan pelastuslaitosten viestinnän nykytilasta. Hän jakaa pelastustoimen viestinnän turvallisuusviestintään, onnettomuusviestintään ja muuhun yhteisöviestintään. Pelastustoimen ja laitosten dokumentteihin ja haastatteluaineistoon nojautuen Harinen tarkastelee viestinnän resursointia, organisatorista asemaa, käytettävissä olevia kanavia sekä arvioinnin ja kehittämisen välineitä. Sen lisäksi hän kartoittaa uhkia ja tulevaisuudenkuvia. Raportin tiivistelmässä hän kiteyttää viestinnän merkityksen seuraavasti: "Turvallisuuden ylläpitäminen ja onnettomuuksien ennalta ehkäisy nähdään pelastuslaitoksilla viestinnän tärkeimmiksi tehtäviksi, mutta samalla koetaan, että viestinnällä ylläpidetään ja rakennetaan myös pelastuslaitosten ja pelastustoimen mainetta, yleistä turvallisuudentunnetta sekä kansalaisten luottamusta niin pelastusviranomaisiin kuin yhteiskuntaan."⁵

Harisen tutkimus osoittaa, että pelastuslaitokset ovat kiinnostuneita kehittämään viestintäänsä ja ottavat sen vakavasti. Tällä hetkellä ne ovat kuitenkin järjestäneet viestintänsä hyvin eri tavoin. Viestinnän päätoimiset ammattilaiset ovat harvassa. Joillain laitoksilla viestintä näkyy strategisissa asiakirjoissa tai organisaatorakenteessa, toisilla taas ei. Viestintävastuiden kirjaaminen tehtäväkuviin vaihtelee, kuten myös koulutusten järjestäminen. Tutkimuksessa haastatellut pelastusjohtajat ja viestintävastaavat näkivät yhdeksi

5 Harinen 2018, ei sivunumeroa. Ks. myös Harinen 2019.

keskeiseksi haasteeksi sen, että ymmärrys viestinnän merkityksestä on kaikinensa liian vähäinen pelastuslaitoksilla. He myös toivoivat koko pelastusalan johdon sitoutuvan viestintään vahvemmin.

Harisen tutkimus tuo esiin sen, kuinka tärkeää pelastustoiminnan viestinnän kehittäminen ja resursointi on niin valtakunnallisesti kuin paikallisestikin, yksittäisten pelastuslaitosten arjessa. Samalla pelastuslaitosten viestinnän kirjavuus alleviivaa maanlaajuisen pelastustoiminnan viestintästrategian kehittämisen tarpeellisuutta.

Tämän selvityksen lähtökohta on se, että **media muodostaa pelastustoimelle viestinnän kehittämistä laajemman strategisen haasteen**. Kysymys ei ole pelkästään siitä, että ajantasaisen viestinnän avulla toimitaan taitavasti nykyisen yhteiskunnan vaativassa mediaympäristössä. Sen lisäksi koko pelastustoiminnan strategian laatimisen kannalta on tarpeellista hahmottaa se, **miten media on asettunut osaksi pelastustoiminnan organisaatioiden toimintaa yksittäisten pelastustehtävien hoitamisesta koko pelastustoiminnan strategiseen päätöksentekoon ja johtamiseen saakka**. Käsillä oleva selvitys analysoi sitä, miten media läpäisee pelastustointia. Mediatutkimuksen käsittein ilmaistuna kysymys on pelastustoiminnan *medioitumisesta*.

2 Pelastustoimen medioituminen

Nykyään medialla tarkoitetaan sekä ns. perinteistä mediaa (televisio, radio ja printtilehdistö) että verkottunutta sosiaalista mediaa, joka tarjoaa uusia kanavia myös perinteisille medioille. Sanaa *media* käytetään nykyään sekä yksikössä että monikossa. Se viittaa niin yksittäiseen mediaan, vaikkapa televisioon, kuin kaikkien medioiden muodostamaan kokonaisuuteen. Tätä kokonaisuutta voi myös luonnehtia *mediamaiseman* käsitteellä. Mediamaisema koostuu niistä medioista, joiden kanssa ihminen tai organisaatio on tekemisissä joko viestien vastaanottajana, tuottajana tai kumpanakin.

Mediamaisema muuttuu koko ajan. Vielä parikymmentä vuotta sitten olisi ollut vaikea kuvitella sitä, mitä kaikkea esimerkiksi nykyisillä mobiililaitteilla voi tehdä. Mediamaisema on myös monipuolisempi kuin koskaan ennen. Yhteydenpidon ja viestien levittämisen välineitä, kanavia ja sovelluksia löytyy rajattomasti. Sosiaalisen media on 2000-luvun aikana radikaalisti muokannut mediamaisemaa ja kansalaisten sekä organisaatioiden suhdetta viestintään. Sosiaalinen media mahdollistaa vuorovaikutteisuuden ja sisältöjen jakamisen tavalla, joka oli mahdotonta perinteisen joukkoviestinnän aikakaudella. Se on valtavasti rikastuttanut ihmisten elämää mutta tarjonnut myös mahdollisuuden niin nettikiusaamisella kuin väärän tiedon levittämiselle.

Kaikki eivät kuitenkaan käytä medioita samalla tavalla. Käyttö liittyy muun muassa ikään ja koulutustaustaan. Vanhemmat ikäpolvet katsovat televisiota ja tilaavat edelleen sanomalehtiä, kun taas nuoret, koulutetut ja kielitaitoiset suomalaiset ovat yhä enemmän kytkettyinä sosiaaliseen mediaan. Olennaista on myös se, etteivät kansalaiset pelkästään kuluta mediasisältöjä vaan tuottavat niitä aktiivisesti. Niin pelastustoimen kuin kaikkien organisaatioiden viestinnän kannalta kansalaisten sosiaaliseen mediaan sijoittuva ”henkilökohmainen joukkoviestintä” muodostaa tekijän joka on otettava huomioon viestintästrategioita suunniteltaessa.

Henkilökohtaisen joukkoviestinnän yleistyminen on avannut organisaatioiden viestinnälle myös uusia mahdollisuuksia. Niin kriisi kuin turvallisuusviestinnässäkin pelastustoimen ammattilaisen omilla kasvoilla tapahtuva sosiaalisen median viestintä voi olla yllättävän tehokas keino saada viesti perille ja myös vaikuttaa organisaation julkiseen kuvaan.

Esimerkiksi verohallinto on onnistunut humorististen somekampanjoiden avulla muuntaamaan tunnemielikuvaa jäykästä ja ”virallisesta” organisaatiosta kohti rennompaa, kevyempää ja ihmisten kanssa yhdessä työskentelevää toimijaa.⁶ Kasvojen merkitys on aina ollut vuorovaikutuksessa suuri. Sosiaalisen median kanavat ovat vain alleviivanneet sitä, kuinka tärkeää on ”antaa kasvot” viestinnälle – sekä konkreettisesti että vertauskuvaannollisesti.

Koska media muodostaa keskeisen osan niin jokaisen ihmisen arkea kuin koko yhteiskunnan toimintaa, nykyistä yhteiskuntaa kutsutaan *mediayhteiskunnaksi*.⁷ Media on myös itsenäistynyt suhteellisen omalakisesti yhteiskunnalliseksi toimijaksi. Jos karkeasti ajatellaan, että yhteiskunnan muita tärkeitä toimintaloikoja ovat politiikka, talous ja kansalaisyhteiskunta, mitään niistä ei voi ymmärtää tuomatta mukana mediaa. Esimerkiksi politiikkaa tai taloutta on vaikea mieltää vailla median tuottamia uutisia ja kannanottoja, jotka voivat heilutella niin pörssikursseja kuin poliittisia asetelmia.

Media nähdään usein myös merkittävänä vallankäyttäjänä. Se voi nostaa joitain ilmiöitä esiin ja laskea toisia. Se voi skandaaleja paljastamalla saattaa päättäjiä hankalaan tilanteeseen. Se voi vaikuttaa vaalien lopputulokseen. Median valta on kuitenkin usein hyvin hienojakoinen ja verkostoitunut ilmiö, ja sitä voi olla vaikea tunnistaa. Median valta tulee esiin esimerkiksi silloin, kun pelko poliittisen päätöksen valumisesta julkisuuteen estää tai vaikeuttaa päätöksen tekemästä. Tällaisessa tilanteessa median ja vallan välinen suhde näkyy erityisen selvästi ja osoittaa sen, kuinka media on ”tunkeutunut” jopa yhteiskunnallisen päätöksenteon ytimiin.

Kaikki edellä kuvatut esimerkiksi ovat osoituksia yhteiskunnan *medioitumiseksi* kutsutusta ilmiöstä, jossa ”media yhtäältä itsenäistyy muista instituutioista ja alkaa noudattaa omaa toimintalogiikkaansa. Samalla muut instituutiot joutuvat entistä enemmän ottamaan median toiminnassaan huomioon.”⁸

Media ei siis pelkästään heijasta mitä yhteiskunnassa tapahtuu. Se on oikeastaan osa raportoimiaan tapahtumia. Pelastustoimenkin kannalta asia on oikeastaan niin itsestään selvä, että sitä voi olla vaikea huomata. Mikä tahansa merkittävämpi ihmishenkeen kohdistuva uhka nousee nopeasti julkisuuteen niin isojen medioiden uutiskärjissä kuin sosiaalisen median spekuloinneissa. Myös silloin, kun mikään varsinainen uhkatilanne ei ole päällä, pelastustoimi itsessään herättää helposti median kiinnostuksen. Sen toimintaan liittyy draamaa, yllättäviä tapahtumia ja median hanakasti levittämiä ikäviä uutisia. Pelastajan työ sinällään nostattaa myös myönteisiä, esimerkiksi rohkeuteen ja luottamukseen liittyviä, tunnemielikuvia.

6 Verohallinto on käyttänyt muun muassa ns. ASMR-videoita informaationsa välittämiseen. Ks. esim. <https://www.youtube.com/watch?v=XKvbrv6GzKE> (katsottu 13.05.2020).

7 Seppänen & Väliaverron 2017.

8 Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 12.

Media on kuitenkin pelastustoimen toimintaympäristön kannalta merkittävä tekijä muusakin mielessä kuin erilaisten onnettomuuksien ja riisitilanteiden raportoijana. Median vaikutus ulottuu – usein huomaamattomasti – pelastustoimen ydintoimintoihin saakka. Seuraavassa avaan tätä medioitumista muutaman näkökulman kautta. Hahmotan sitä, miten medioituminen näkyy *kenttäoperaatioissa, pelastajan työssä, johdon päätöksenteossa, luottamuksessa pelastustointa kohtaan ja turvallisuusviestinnässä.*

2.1 Kenttäoperaatiot

Media vaikuttaa pelastustehtäviin jo kentällä, varsinkin silloin, kun ihmishenkiä on menetetty tai niiden menettämisen uhka on ilmeinen. Tapahtumapaikalla olevat toimittajat ja kuvaajat ovat pelastustehtävän suorittamisen kannalta sivullisia toimijoita, jotka pitää ottaa huomioon varsinkin suurissa onnettomuustilanteissa. Heidän toiminnalleen on osoitettava aika ja paikka, mikä on ensisijaisesti poliisitoimen vastuulla mutta voi koskettaa pelastustointakin. Samalla medialle on kyettävä tarjoamaan nopeasti mahdollisimman paikkansa pitävää tietoa. Tämä joudutaan tekemään usein paineisessa tilanteessa, jossa pitää ottaa huomioon monia lainsäädännön kohtia, ohjeistuksia ja myös viestintään liittyviä eettisiä periaatteita.

Sosiaalisen median aikakaudella viestit onnettomuuksista myös leviävät nopeasti ja saattavat tuoda tapahtumapaikalle muitakin sivullisia. Vastuullisesti reagoivat sosiaalisen median toimijat saattavat myös tuottaa julkisuuteen tarpeellista informaatiota, jota ammattimedia tai pelastustoimen oma viestintä ei ole vielä julkaissut. Näin kävi esimerkiksi Thaimaan tsunamionnettomuuden (2004) yhteydessä. Myös uhrin viestiä sosiaaliseen mediaan pelastusoperaation ollessa vielä käynnissä.

Esimerkiksi Charlie Hebdo -terrori-iskun (2015) aikana panttivangit lähettivät omia viestejään. Näin julkisuuteen voi lähteä jopa tapahtuman sisältä reaaliaikaista viestintää, joka ei ole viranomaisten hallinnassa, mutta joka saattaa vaikuttaa pelastustehtävän suorittamiseen.

2.2 Pelastajan työ

Se, mitä pelastaja lukee tai katselee mediasta ennen tai jälkeen pelastustehtävän, muodostaa osan hänen kokemustaan. Tällöin kytkentä median ja pelastustoimen välille ei muodostu vain pelastustoiminnan ulkoisen viestinnän kautta. Media läpäisee jokaisen pelastustehtäviin osallistujan *psykkisen todellisuuden*. Varsinkin traumatisoivissa ja paljon

julkisuutta saavissa pelastustehtävissä mediasisällöt voivat vaikuttaa toipumiseen. Näin media muodostuu osaksi pelastajan työnkuvaa ja työn kuormittavuutta. Ymmärrys median toiminnasta eli medialukutaito voi antaa pelastajalle uusia välineitä ottaa etäisyyttä mediaan ja vähentää siitä aiheutuvia paineita.

Pelastajan ammattitutkintoon kuuluu turvallisuusviestintää,⁹ mutta koulutuksessa ei tietävästi ole tällä hetkellä erillistä opintokokonaisuutta, jossa harjoiteltaisiin medialukutaitoa tai selvitettäisiin median toiminnan psyykkisiä haasteita.

2.3 Päätöksenteko

Paitsi välittömään pelastustyöhön ja pelastajien psyykkiseen kuormaan, media liittyy pelastustoimien johdon päätöksentekoon, etenkin kriisitilanteissa. Jatkuvassa online-tilassa toimivan median julkaisemat tiedot ja niihin liittyvät tunnemielikuvat kehystävät niin kenttä- kuin ylempään johdon tilannearvioita.

Vaikka pelastustoiminen johto ei nojautuisikaan median välittämiin tietoihin, median luoma kuva voi vaikuttaa epäsuorasti johdon tekemiin ratkaisuihin. Media kiinnittää erityistä huomiota pelastustoimien sujuvuuteen, inhimilliseen kärsimykseen ja ennen kaikkea virheisiin ja puutteellisuuksiin. Koska johto joutuu usein kantamaan julkisen vastuun pelastustoimien sujuvuudesta, median tuottama paine voi olla melkoinen. Tällöin muiden viestintätaitojen ohella tärkeään rooliin nousee taito tulkita ja ennakoida median päätöksenteolle asettamia paineita. Sekin on osa medialukutaitoa.

Median osuutta suomalaisten päättäjien tekemiin ratkaisuihin on selvitetty kymmenisen vuotta sitten tehdyssä tutkimuksessa. Tutkijat kiinnittävät huomiota siihen, että päättäjät pohtivat ratkaisujaan kahdessa, toisiinsa kytkeytyvässä ulottuvuudessa.¹⁰

Verkostorationaalisuudessa päättäjät pyrkivät suojelemaan ratkaisujaan median paineelta ja tekemään päätöksensä nojautumalla kollegoihin ja normaaleihin asiantuntijaverkostoihinsa. Päättäjien näkökulmasta katsottuna verkostorationaalisuus tarkoittaa asioiden hoitamista rauhallisesti, asialähtökohdist ja yhteistä etua vaalien. Verkostorationaalisuuden rinnalle rakentuu mediarationaalisuuden alue, joka on lyhytjännitteisempi, henkilöihin käyvä ja poukkoileva. Huomiotalous, tunteet ja moraalinen närkästyminen ovat siinä vahvoilla.

⁹ Harinen 2018, 24.

¹⁰ Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 448–449.

Pelastustoimen kannalta olennaisissa onnettomuus- ja kriisitilanteissa verkostorationaalisuus ja mediarationaalisuus lomittuvat toisiinsa monin tavoin. Tämä näkyy esimerkiksi keskusteluissa, joissa pohditaan sitä, millainen ”työrauha” viranomaisille pitäisi antaa kriisitilanteen tehtävien suorittamisessa. Juuri mediarationaalisuus koetaan tällöin työrauhaa uhkaavaksi tekijäksi. Pelastustoiminen kannalta strategisesti tärkeää olisi pyrkiä luomaan verkostorationaalisuudelle mahdollisimman paljon tilaa myös kriisitilanteissa ja samalla pyrkiä ymmärtämään ja käsittelemään mediarationaalisuuden päätöksenteolle luomia paineita.

Edellä mainitun tutkimuksen tekijät korostavat sitä, että tärkeät päätökset tehdään suhteellisen riippumattomasti median paineesta välittämättä.¹¹ On kuitenkin mahdollista, että tutkijat eivät näe tarpeeksi syvälle vaikutusmekanismeihin, koska eivät ota huomioon median epäsuoraa ja osin tiedostamatonta vaikutusta päätöksentekoon. He myös tarkastelevat päätöksentekoa tilanteessa, jossa ei ole onnettomuuden kaltaista poikkeustilaa. Emotionaalisesti virittyneessä kriisitilanteessa median asettamat paineet päätöksenteolle voivat olla huomattavasti voimakkaampia kuin normaalin arjen olosuhteissa.

2.4 Luottamus

Tällä hetkellä niin kansalaiset kuin sidosryhmätkin luottavat pelastustoimeen eikä pelastustoimen maineeseen ole kokenut suuri takaiskuja.¹² Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tilanne olisi jatkossa samanlainen. Informaatiovaikuttamisen yksi keino on pyrkiä horjuttamaan tavallisesti luotettavina pidettyjen medioiden ja organisaatioiden uskottavuutta ja tuottaa tilalle tahallisen virheellistä ja sekavaa informaatiota. Epätietoisuus ja huhut puolestaan heikentävät ihmisten henkistä kestävyyttä onnettomuus- ja kriisitilanteissa.

Suomalaiset luottavat kohtuullisen hyvin vakiintuneisiin uutismedioihin, kuten esimerkiksi Yleisradion uutislähetysiin ja sanomalehtiin, ja uskovat median valvovan kriittisesti vallan toimintaa. Vuodesta 2015 kansalaisten luottamus mediaan on kuitenkin laskenut yhdeksän prosenttia. Tämä on tapahtunut samaan aikaan, kun väärän tiedon systemaattinen levittäminen on lisääntynyt osana informaatiovaikuttamista. Samalla virheellisen tiedon tahallisesta levittämisestä on tullut entistä selvemmin poliittisen kamppailun väline myös parlamentaarisessa politiikassa. Luottamuksen heikkeneminen perinteiseen mediaan ja informaatiovaikuttaminen ovat seikkoja, joilla on merkitystä sekä käytännön pelastustoiminnan että pelastustoimen uskottavuuden ja maineen muotoutumisen kannalta.

¹¹ Mt., 459–460.

¹² Harinen 2018, 19.

2.5 Turvallisuusviestintä

Pelastustoimi on tietenkin paljon enemmän kuin pelastamista, vaikka onnettomuudet ja vaaratilanteet ovatkin mediassa kaikkein näkyvin osa sen toimintaa. Pelastustoimi on myös onnettomuuksien ehkäisemistä, pelastusalan järjestöjä, varautumista, kansainvälistä yhteistyötä ja viime kädessä myös taloutta. Näistä monista alueista, joiden medioitumisesta ei ole selkeää kuvaa saatavilla, käsittelen pelastustoimen lakisäätteistä velvollisuutta antaa turvallisuusviestintää.

Pelastustoimen strategiassa turvallisuusviestinnän tehtäviä määritellään seuraavasti: ”Pelastustoimi osallistuu turvallisuudesta käytävään kansalaiskeskusteluun ja viestii aktiivisesti paloturvallisuudesta. Viestinnällä voidaan herätellä ihmisten aktiivisuutta vaikuttaa omaan ja läheistensä elinympäristöön. Paloturvallisuustyössä tarvitaan suoraa väestöön vaikuttamista sekä rakennusten turvallisuudesta vastaavien ihmisten tietoihin, taitoihin ja asenteisiin vaikuttamista. Käytännössä turvallisuusviestinnässä korostetaan jatkossa aiempaa enemmän jokaisen omaa vastuuta turvallisuudestaan ja kohdennetaan turvallisuusviestintää aiempaa tarkemmin.”¹³ Käytännössä turvallisuusviestintä tarkoittaa neuvontaa, valistusta ja koulutusta.

Turvallisuusviestinnän laajempi kehys rakentuu suomalaisten yleisesti kokemasta turvallisuuden tunteesta. Suomalaiset ovat huolissaan ilmastonmuutoksen tuomista sään ääriilmiöistä, maahanmuutosta, taloudellisista taantumista, yhteiskunnan eriarvoistumisesta ja terrorismista. Tätä kirjoitettaessa suomalaista yhteiskuntaa – muiden maiden tavoin – koettelee koronaviruksen aiheuttama pandemia, joka tulevaisuuden uhkakartoituksissa nousee merkittävien uhkien joukkoon. Poikkeustilaa elävässä Suomessa medialla on erittäin keskeinen rooli siinä, miten ihmiset reagoivat ja toimivat heidän turvallisuuttaan murentavan sairauden tullessa lähelle jokaisen arkea.

Pelastustoimen ydintehtävä on huolehtia siitä, että suomalaisten arki on turvattu ja onnettomuuksien sattuessa tai muissa poikkeustilanteissa inhimillinen kärsimys ja materiaaliset vahingot minimoidaan. Vaikka suomalaiset kokevat edellä mainitut ja osittain globaalit uhat tärkeiksi, henkilökohtaisten riskinsä he näkevät asettuvan hyvin lähelle arkeaan. Kaikkein todennäköisimpänä riskinä suomalaiset pitävät kotitapaturmia ja liikenneonnettomuuksia, mikä vastaa hyvin sitä, mitä ihmisille faktisesti tapahtuukin.¹⁴

Olennaista pelastustoimen ja median suhteen kannalta on se, ettei turvallisuuden tunne ole *suoraan kytketty* onnettomuuksien tai kriisien todennäköisyyteen. Esimerkiksi kansainvälisissä selvityksissä rikosuutisoinnin on havaittu lisäävän ihmisten huolestuneisuutta

¹³ *Turvallinen ja kriisinkestävä Suomi*, 16.

¹⁴ Laurikainen & Nikkanen 2019, 21.

rikollisuutta kohtaan enemmän kuin rikollisuuden määrä yhteiskunnassa.¹⁵ Rikollisuudesta uutisoimisen on suomalaisissakin tutkimuksissa havaittu lisäävän ihmisten pelkoja ja ahdistusta.¹⁶ On vaikea nähdä, miksei sama logiikka toimisi myös muiden uhkakuvien kohdalla. On myös loogista olettaa, että uhkakuvien ohella media voi myös ylläpitää vääränlaista turvallisuuden tunnetta.

Joka tapauksessa turvallisuuden tunne on osa sosiaalista todellisuutta ja muotoutuu niin ihmisten keskinäisen vuorovaikutuksen kuin median tarjoaminen merkitysten varassa. Koronaviruksen aiheuttama epidemia on tästäkin hyvä esimerkki. Jos media tarjoilee – kuten on tarjoillut – murheellisia kuvia sairaalajärjestelmän romahtamisesta paineen alla, kuvat todennäköisesti lisäävät myös suomalaisten pelkoja ja ahdistuneisuutta. Pelkojen ja epävarmuuden lisääntyminen puolestaan kasvattavat painetta niin viranomaisia, sairaanhoitoa kuin pelastustointakin kohtaan. Oman lisänsä tilanteeseen tuovat sosiaalisessa mediassa vellovat spekulatiot ja informaatiovaikuttaminen. Turvallisuusviestinnän medioituminen on siis paradoksaalista:

Turvallisuusviestintä tarvitsee mediaa oman informaatiossa levittämiseen. Samalla media kuitenkin voi tuottaa sisältöjä, jotka saattavat perusteettomasti heikentää kansalaisten turvallisuuden tunteita ja muodostaa näin turvallisuusviestinnälle uusia haasteita.

Edellä on esitetty näkökulmia siihen, miten media asettuu osaksi kenttäoperaatioita, pelastajan työtä, johdon päätöksentekoa, luottamusta pelastustointa kohtaan ja turvallisuusviestintää. Koska varsinaista empiiristä tutkimusta pelastustoimen medioitumisesta ei ole saatavilla, tulkinnat vaatisivat vielä tuekseen tarkkaa tutkimusnäyttöä esimerkiksi median vaikutuksesta psyykkiseen työkuormaan tai päätöksentekoon. Ilmeistä kuitenkin on, että varsinkin merkittävässä kriiseissä ja onnettomuuksissa media asettaa paineita esimerkiksi juuri pelastajien psyykelle ja johdon päätöksenteolle.

15 Ks. Haara et al. 2017, 83.

16 Haara et al. 2017.

3 Median toimintalogiikat

Medioituminen on yhteiskunnallinen kehityskulku, joka on ihmisten aikaansaama. Se ei kuitenkaan ole kenenkään yksittäisen ihmisen hallittavissa vaan on itsenäistynyt yhteiskunnallinen prosessi samalla tavoin kuin vaikkapa talous. Medioitumisessa ja median toiminnassa ylipäätään voi kuitenkin havaita säännönmukaisuuksia, joita tässä kutsutaan median toimintalogiikoiksi.

Johanna Sumialan (et al.) *Hybrid Media Events* -kirjassa (2018) esitettyä jäsenystä hieman muokaten päädytään seitsemään toiminlogiikkaan: **hybridisaatio, mediatapahtuma, toimijat, affordanssit, huomiotalous, aika** ja **tunteiden kierrätys**.¹⁷ Nämä kaikki voidaan kytkeä pelastustoimen kannalta olennaisiin mediasisältöihin. Sellaisia ovat esimerkiksi uutiset, jotka käsittelevät onnettomuuksia, maahanmuuttoa, ilmastonmuutosta ja vaikkapa koronaviruksen mukanaan tuomaa poikkeustilannetta.

Median toimintalogiikoiden avaaminen myös täydentää valtioneuvoston periaatepäätöstä yhteiskunnan turvallisuusstrategiasta (2017), jossa painotetaan ”viestinnällisen varautumisen” tärkeyttä.¹⁸ Tähän varautumiseen kuuluu muun muassa kansalaisten, median ja erilaisten sidosryhmien viestintätapojen tunteminen.

3.1 Mediatapahtuma

Mediatapahtuma on pelastustoimen ytimessä, koska se liittyy niin voimakkaasti onnettomuuksiin tai vaikkapa ihmishenkiä vaativiin väkivaltaisiin tapahtumiin. Mediatapahtuma kykenee rikkomaan normaalin uutisvirran ja nousemaan ylivoimaisesti tärkeimmäksi uutisoitavaksi tapahtumaksi. Neljä henkeä vaatinut Raaseporin tasoristeysturma (2017) on tyypillinen esimerkki mediatapahtumasta, joka sai uutisoinnissa välittömästi ykkösprioriteetin. Tällaisen mediatapahtuman toiminnan logiikka eroaa ratkaisevasti esimerkiksi

¹⁷ Ks. Sumiala et al. 2018.

¹⁸ *Yhteiskunnan turvallisuusstrategia*, 89.

hälytystehtävästä, jossa ambulanssi kutsutaan paikalle hoitamaan kadulla liukastunutta ihmistä. Mediatapahtumat ovat yleisemminkin organisaatioiden viestinnän kannalta tärkeitä, koska juuri niissä kohdin monet organisaatiot asettuvat – tai ainakin niiden pitäisi asettua – kriisiviestinnän moodiin. Raaseporin onnettomuus oli puolustusvoimille ja myös pelastuslaitoksille viestinnällisesti vaativa tilanne.

Koko maata järkyttäneet Jokelan (2007) ja Kauhajoen (2008) koulusurmat ovat myös tyyppisiä esimerkkejä mediatapahtumista, joissa myös pelastuslaitokset joutuivat kovan julkisuuden paineen alaisiksi.

3.2 Hybridisaatio

Vaikka median toiminta vaikuttaa joskus hyvin ennakoimattomalta, siitä voi kuitenkin löytää selkeitä toimintamalleja. Esimerkiksi journalistinen media tunnistaa hyvin nopeasti uutisarvoiset asiat, erityisesti kriisit ja onnettomuudet, ja noudattaa niiden esittämisessä jokseenkin vakiintuneita menettelytapoja. Journalistien toimintaan vaikuttavat ammatilliset rutiinit, mediatalokohtaiset säännöt ja yleisemmät journalistin ohjeet.

Sosiaalinen media on kuitenkin muuttanut uutistoiminnan luonnetta. Esimerkiksi yksi ja sama journalisti voi levittää huhuja sosiaalisessa mediassa mutta noudattaa faktapohjaisen journalismin pelisääntöjä varsinaisessa uutistyössään. Tällainen toiminta on yksi esimerkki hybridisaatiosta, jossa journalismin sisällöt sekoittuvat sosiaalisen median huhuihin ja tunnepitoisiin kannanottoihin.¹⁹ Hybridisaatiossa eri medioiden ja niihin liittyvien toimintojen rajalinjat myös hämärtyvät. Niinpä uutinen influenssaviruksen leviämisestä voi saada rinnalleen versioita, jotka muokkaantuvat sosiaalisen median eri sovelluksissa milloin meemeiksi milloin kannanotoiksi. Varsinainen kuva tapahtuneesta muodostuu ihmisille eri kanavien ja medioiden muodostamassa tilassa, jossa voi olla joskus hyvin vaikeat tavoittaa oikeaa käsitystä tapahtuneesta.

Hybridissä mediasysteemissä mediasisällöt ovat siis lomittuneet toisiinsa tavalla, joka asettaa haasteita pelastustoimen viestinnälle sen kaikilla tasoilla yksittäisestä pelastuslaitoksesta ylimpiin päättäjiin saakka. Hybridin mediasysteemin toiminnan ennakointi ja siihen reagoiminen on yksi kriisiviestinnän ydinkysymyksiä.

¹⁹ Median hybridisaatio on kuitenkin eri asia kuin hybridiuhat, vaikka ne kytkeytyvätkin toisiinsa. Viimeksi mainitut voivat osin toteutua median kautta, mutta median hybridisaatio on laajempi ja nimenomaan median murrokseen liittyvä ilmiö.

3.3 Toimijat

Mediatapahtumat eivät synny tyhjästä vaan ihmisten toiminnan tuloksena. Jos ajatellaan ihmishenkiä vaatineen onnettomuuden medioitumista, pelastustoimi on vain yksi toimijamonien muiden joukossa. Journalistit levittävät tapahtuman uutismedioiden sivuille. Samalla onnettomuudessa tavalla tai toisella mukana olevat organisaatiot lähtevät mukaan omalla informaatiollaan. Jos onnettomuus tai kriisi on tarpeeksi suuri, myös poliittiset instituutiot aktivoituvat hyvin nopeasti. Samalla erilaiset eturyhmittymät ja aktivistiryhmät voivat käyttää onnettomuutta oma agendansa ajamiseen. Tietenkin myös yksityiset kansalaiset osallistuvat keskusteluun sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalinen media on monipuolistanut huomattavasti mediatapahtumiin liittyvien inhimillisten toimijoiden määrää ja samalla tuonut mukaan myös *ei-inhimilliset toimijat*. Niistä tärkeimmät ovat mediatapahtuman rakentamiseen osallistuvat algoritmit. Mitä enemmän ihmiset klikkaavat onnettomuuteen liittyvää mediasisältöä, sen enemmän heille myös tarjoillaan vastaavantyyppistä materiaalia. Tämä tarkoittaa sitä, että mediatapahtumien ymmärtämiseksi näkökulmaa on laajennettava ihmisten toiminnasta kommunikaatioverkostojen, tietotekniikan ja informaatiovirtoja muokkaavien sovellusten suuntaan.

3.4 Affordanssit

Affordanssit eli tarjoumat liittyvät kiinteästi juuri median teknologiseen kehittymiseen. Uudet viestintäteknologiat ja henkilökohtaiset käyttöliittymät mahdollistavat käyttäjälleen monenlaisia asioita eli muodostavat affordansseja. Suoran kuvan lähettämisen onnettomuuspaikalta internetiin on mahdollista jokaiselle, mikä tunnetusti saattaa olla houkuttelevampi vaihtoehto kuin hädässä olevien ihmisten auttaminen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että pelastustoimi ja konkreettiset pelastustehtävät ovat visualisoituneet julkisuuteen. Niiden näkyvyys on laajentunut radikaalisti verrattuna aikaan ennen kamera-puhelimia ja verkottunutta sosiaalista mediaa. Mahdollisuus jatkuvaan ja tallentuvaan näkyvyyteen voi kuormittaa pelastajia vaikka he eivät sitä aktiivisesti tehtävän aikana ajattelisikaan. Onnettomuuspaikan näkyvyyden hallinnalle asettuu mediayhteiskunnassa uusia vaatimuksia.

3.5 Huomiotalous

Perinteisen käsityksen mukaan mediaa ja erityisesti journalismia voidaan tarkastella kolmen näkökulman kautta. Se voi olla faktapohjaisen informaation tuottamista. Tällöin ajatuksena on se, että ihmiset saavat mediasta oikeaan informaatiota, jonka avulla he voivat suuntautua ajattelussaan ja toiminnassaan. Tämä lisäksi media voidaan nähdä eräänlaisena sosiaalisena liimana: ihmiset kerääntyvät sankoin joukoin yhdessä katsomaan vaikkapa televisiouutisia. Näiden rinnalle on kuitenkin yhä enemmän noussut huomion ja huomiotalouden merkitys. Nykyään huomio määrittelee kaikkein eniten ihmisten mediasuhdetta ja muodostaa yhden taloudellisen mittarin mediayrityksille. Mediasisältöjen klikkausten määrä joudutaan entistä tarkemmin ottamaan huomioon myös faktoihin nojautuvassa uutistoiminnassa. Huomiotalous myös osaltaan romuttaa journalististen ja muiden mediasisältöjen välistä rajalinjaa ja vahvistaa median hybridisaatiota. Uutiseksi voidaan nykyään kutsua melkein mitä tahansa ajankohtaista mediasisältöä, joka herättää yleistä huomiota.

3.6 Aika

Mediatapahtumat ovat nopeita. Tekstit, kuvat, uutiset liikkuvat reaaliaikaisesti käyttäjien ja erilaisten media-alustojen välillä. Jatkuvassa uutisvirrassa ei ole katkoksia. Se syntyy hetki hetkeltä uudelleen, kohdentuu aina silloin tällöin mediatapahtumiin ja purkautuu sen jälkeen taas uudestaan. Pelastustoimen näkökulmasta tämä tarkoittaa sitä, että hyvinkin paikalliset onnettomuudet voivat hetkessä eskaloitua mediassa. Jos ajatellaan, että media muodostaa olennaisen osan mediatapahtumaksi rakentuvaa tapahtumaa, jossa pelastustoimi on mukana, se voi laajentaa pelastustoimen näkyvyyden hetkessä jopa maailmanlaajuiseksi.

Tapahtuman nopea ajallinen ja tilallinen laajeneminen edellyttää pelastustoimelta ja myös sen kriisiviestinnältä suurta hälytysvalmiutta. Mitä nopeammin onnettomuudesta voidaan viestiä asianmukaista tietoa julkisuuteen, sen tehokkaammin voidaan kuivattaa sosiaalisessa mediassa liikkuvat huhut. Samalla yksisuuntainen tiedottaminen on muuttunut yhä enemmän *vuorovaikutteiseen* dialogisempaan suuntaan, jossa viranomaiset voivat välittömästi reagoida esimerkiksi heille sosiaalisessa mediassa esitettyihin kysymyksiin.

3.7 Tunteiden kierrätys

Mediatapahtumia koskevan viestinnän kanalta tärkeää on siis nopeus ja oikean informaation välittäminen. Pelastustoimi on kuitenkin suurten tunnemielikuvien aluetta, koska sen ytimessä ovat ihmisten kohtalot, joihin monien on helppo samastua. Tästä johtuu myös se, että media on hyvin virittynyt juuri niiden tapahtumien varalta, jotka ovat pelastustoimen ytimessä. Jo verbi ”pelastaa” kantaa mukanaan vahvoja tunnemielikuvia selviytymisestä sankaruuteen ja uhrauksiin saakka.

Mediatutkijat ovat yhä enemmän alkaneet korostaa sitä, että tunteet ovat muutakin kuin yksilön psykologiaan tai mielen toimintaan liittyvä asioita. Tunteilla on paitsi subjektiivinen, myös yhteisöllinen ulottuvuus. Ne ovat olennainen osa edellä mainittua huomiotalouden toimintaa ja ihmisten turvallisuuden kokemusta. Juuri tunteiden kautta ihmiset kiinnittyvät erilaisiin mediaesityksiin, kriiseihin ja onnettomuuksiin. Tästä syystä tunteiden huomioon ottaminen on tärkeää myös turvallisuusviestinnän näkökulmasta.

Median sisällöt voivat myös johtaa kollektiivisten tunnemielikuvien voimistumiseen ennakoinnattomalla tavalla ja jopa mobilisoida ihmisiä harkitsemattomaan toimintaan. Koronakriisin tuoreet mediaesitykset tarjoavat tästäkin esimerkin: kuvat tyhjistä kaupan hyllyistä saivat hyllyt tyhjenemään entistä nopeammin ja asiakkaat jopa nahistelemaan keskenään.

4 Ehdotukset

Tämän selvityksen tarkoitus on ollut osoittaa, **miksi media on strategisesti tärkeä osa pelastustoimen toimintaympäristöä**. Tässä ei siis ole varsinaisesti analysoitu pelastustoimen viestintää ja sen haasteita. Sen sijaan olen tuonut esiin seikkoja, miksi media kannattaa ottaa vakavasti huomioon toimintaympäristön kartoituksessa ja asettaa se esimerkiksi taloudellisten, sosiaalisten ja teknologisten näkökulmien rinnalle.

Liikkeelle voidaan lähteä esimerkiksi seuraavista ehdotuksista:

Media osaksi riskien kartoitusta. Pelastustoimen tuoreimman strategian mukaan pelastustoimella on ”jatkuvaan analyysiin perustuva kokonaiskuva yhteiskunnan riskeistä”.²⁰ Julkisuus ja media on pelastustoimen strateginen kumppani mutta voi myös tuottaa sen toiminnalle ongelmia, kuten edellä on tuotu esille. Kansalaiset myös saavat tietonsa kriiseistä ja onnettomuuksista etupäässä median välityksellä, ja media voi vaikuttaa heidän toimintaansa näissä tilanteissa. Näistä syistä median toiminnan ennakoiminen ja analysoiminen kannattaisi tulevaisuudessa nähdä osana pelastustoimen yhteiskunnallisten riskien kokonaiskuvan kartoittamista.

Media osaksi strategiaa. Median näkeminen osana pelastustoimen strategiaa vaatii ajattelutavan muutosta, jota voi kuvata siirtymäksi ns. alaloogisesta aspektiilooogiseen media-näkemykseen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että mediaa ei nähdä asiana, jota vain tietyn alan eli viestinnän ammattilaiset hoitavat. Aspektiilooogisen näkemyksen mukaan media on läsnä niin kentällä toimivan pelastajan työssä kuin vaikkapa pelastustoimen ylimmässä johdossa. Vaikka medioitumisesta ei ole vielä olemassa juuri pelastustointia koskevaa empiiristä tutkimusta, yhteiskunnan medioituminen on ilmeinen tosiasia. On perusteltua olettaa, että tämä yhteiskunnallinen kehityskulku koskettaa myös pelastustointia.

Media osaksi ydinprosesseja. Vaikka median ja viestinnän merkitys tunnustetaan laajalti niin pelastuslaitoksilla kuin pelastustoimessa kokonaisuudessaan, se nähdään usein osaksi toiminnan tukiprosesseja. Koska pelastustoimi on medioitunut ja media voi vaikuttaa

²⁰ Turvallinen ja kriisinkestävä Suomi, 13.

esimerkiksi pelastustoiminnan johtamiseen, kannattaisi harkita median nostamista osaksi toiminnan ydinprosesseja. Näkemystä puolustaa sekin, että media on pelastustoimen tärkeä strateginen kumppani paitsi turvallisuusviestinnässä myös yhdellä sen ydinprosessin alueella: onnettomuuksien ehkäisyssä ja kriiseihin varautumisessa.

Medialukutaito osaksi koulutusta. Sekä viestintätaitojen kehittäminen että median toimintalogiikoiden opiskelun lisääminen koulutuksessa vahvistaa pelastajien ymmärrystä omasta työstään mediayhteiskunnassa. Medialukutaito auttaa ottamaan etäisyyttä median toimintatapoihin. Näin se voi myös vähentää pelastustyön kuormittavuutta varsinkin silloin, kun media raportoi isolla volyymillä paljon inhimillistä kärsimystä ja kuolemaa tuoneesta onnettomuudesta.

Lähteet

Coombs, W. Timothy (2019) *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. Fifth edition.* Thousand Oaks: SAGE Publications.

Dufva, Mikko (2020) *Megatrendit 2020.* Sitra studies 162. Helsinki: Sitra.

Harinen, Aino (2018) *Kyllä me täällä sitä tiedottajaa kaivattaisiin. Pelastuslaitosten ulkoisen viestinnän tila ja näkemyksiä sen roolista tulevaisuuden pelastustoimessa.* Helsinki: Pelastuslaitosten viestintäkäytännöt -hanke, tutkimusraportti.

Haara, Paula & Reunanen, Esa & Näsi, Matti & Kivivuori, Janne (2017) *Väkivalta pirstaloituvassa mediamaisemassa. Fokusryhmätutkimus uhkan kokemuksesta ja rikostiedon lähteistä.* Tutkimuskeskus COMET Viestintätieteiden tiedekunta COMS. Tampereen yliopisto.

Harinen, Aino (2019) *Pelastustoimen arvot näkyvät myös palomiehen viestinnässä.* <https://viestijat.fi/pelastusalan-arvot-nakyvat-myospalomiehen-viestinnassa/#2f395624>. Katsottu 3.5.2020.

Kunelius, Risto & Noppari, Elina & Reunanen, Esa (2009) *Media vallan verkoissa.* Journalismin tutkimusyksikkö, Julkaisuja: Sarja A 112. Tampere: Tampereen yliopisto.

Laurikainen, Heikki & Maija Nikkanen (2019) *Turvassa 2019: Kansalaisturvallisuus Suomessa.* SPEK tutkii 20. Helsinki: Suomen Pelastusalan Keskusjärjestö SPEK.

Pelastustoimen toimintaympäristön kuvaus (2017). Helsinki: Deloitte.

Seppänen, Janne & Väliverronen, Esa (2017) *Mediayhteiskunta.* Tampere: Vastapaino.

Sumiala, Johanna & Valaskivi, Katja & Tikka, Minttu & Huhtamäki, Jukka (2018) *Hybrid Media Events. The Charlie Hebdo Attacks and the Global Circulation of Terrorist Violence.* London: Emerald.

Turvallinen ja kriisinkestävä Suomi – pelastustoimen strategia vuoteen 2025. (2016) Sisäministeriön julkaisu 18/2016, sisäinen turvallisuus. Helsinki: Sisäministeriö.

Yhteiskunnan turvallisuusstrategia (2017). Valtioneuvoston periaatepäätös 2.11.2017. Helsinki: Turvallisuuskomitea.



Sisäministeriö
Inrikesministeriet

Sisäministeriö PL 26, 00023 Valtioneuvosto
Inrikesministeriet PB 26, 00023 Statsrådet

www.intermin.fi