



16.3.2022

Kriisiviestintäohje SVK:n piireille, seuroille ja tapahtumajärjestäjille

Kriisiviestinnän tarve voi kohdata ketä tahansa ja milloin tahansa: onnettomuus, toimintaa haittaavat huhut, sopimaton käyttäytyminen tai vaikkapa vakava rikos yhteisössä tai tapahtumassa.

Useimmat kriisit pystytään ennakoimaan, vaikka kaikkeen ei voida varautua. Kriisinhallinta on mahdollista vain, jos on tiedostettu, että myös meille voi sattua ja tapahtua.

Kaikkea voi sattua. Kriisin tuntomerkkejä ovat:

- Siihen sisältyy paisumisen uhka.
- Sen kohde voi joutua joko tiedotusvälineiden, viranomaisten tai muun merkityksellisen tahon erityisen tarkkailun kohteeksi.
- Se häiritsee normaaleja toimintoja.
- Se on uhka maineelle.
- Se uhkaa organisaation menestystä ja onnistumista perustehtävässään.

Kriisiviestintä on nopeaa, vilpittöntä ja myötätuntoista

Kriisissä on kolme toisiinsa liittyvää periaatetta. Ne ovat tiedottamisen nopeus, sen vilpittömyys ja pyrkimys dialogiin kriisin osapuolina olevien intressiryhmien kanssa.

Kriisitilanteessa tietoa tarvitaan tässä ja nyt – heti ja paljon. Organisaation oma-aloitteellisuus on avainasemassa, jotta kysyjät saavat heti oikeaa tietoa. Ensimmäisistä kriisiuutisista usein rakentuu se kuva, joka asiasta muodostuu – “niin on, jos siltä näyttää”. Jos kriisin kohde ei anna tietoa, huhut ja väärät tiedot leviävät. Väärän tiedon korjaaminen voi olla lähes mahdotonta.

Tärkeää muistaa:

- Tiedon on oltava oikeaa ja asiallista – ei spekulatiota, ei vähättelyä – valheet paljastuvat aina. 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).
- Ajattele ensin, puhu sitten. Anna lyhyitä, perusteltuja vastauksia. Älä anna kysyjän pistää sanoja suuhusi. Kriisitilanteessa ei pidä improvisoida tai kehittää uusia ideoita.
- Kun ollaan syyllisiä, ainoa toimiva strategia on syyllisyyden tunnustaminen.
- Onnettomuustilanteissa myötätunnon ja osanoton ilmaiseminen on tärkeää.
- Kriisiviestinnälle pitää olla etukäteen sovittu henkilö, joka vastaa kriisiviestinnästä keskitetysti.

Kriisi myy mediassa

Mediaan tulee suhtautua vakavasti siksi, että kriisit ovat sille tärkeä resurssi kiinnittää yleisön huomio. Kriisi myy paremmin kuin mikään muu uutislaji, ja media ei epäröi hyödyntää sitä.

Kriisi synnyttää helposti lumipallovaikutuksen eli yksi teema nostaa esiin muita kriittisiä asioita, jolloin kriisi voi moninkertaistua siihen verrattuna, mistä alun perin oli kyse.

Nykyaikaisilla viestintävälineillä (mobiililaitteet ja erilaiset somekanavat) tieto ikävistä tapahtumista leviää sekunneissa. Myös väärä tieto ja huhut leviävät nopeasti, joten nopea ja oikeaa tietoa sisältävä kriisiviestintä on ensiarvoisen tärkeätä.

Älä koskaan väheksy median merkitystä ja toimittajien kykyä ottaa asioista selvää. Valheet paljastuvat aina.

Kriisiviestintätilanteissa voit aina pyytää tukea SVK:n viestinnältä.