

# **POLIISIN VIESTINTÄ**

Nykytila, strategia ja kehittämisaalueet 2015–2018

2/2015



# SISÄLLYS

<b>1. TYÖRYHMÄN ASETTAMINEN, TEHTÄVÄT JA TOIMINTA .....</b>	<b>9</b>
<b>2. POLIISIN VIESTINNÄN NYKYTILA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kehittämialueiden 2010–2013 toteutuminen .....	10
2.2 Viestinnän muutos hallintorakennemuutoksessa .....	15
2.2.1 Poliisihallitus ja keskitetyt tehtävät .....	15
2.2.2 Poliisiyksiköt .....	16
2.2.3 Prosessien toimivuus .....	16
2.2.4 Jatkoselvitys tehtävien keskittämisestä .....	18
2.3 Itsearviointi .....	20
2.4 Ulkoinen arviointi .....	23
2.4.1 Poliisin henkilöstö .....	23
2.4.2 Kansalaiset .....	24
2.4.3 Media .....	26
2.4.4 Sidosryhmät .....	29
2.5 Johtopäätökset .....	30
<b>3. POLIISIN VIESTINTÄSTRATEGIA .....</b>	<b>33</b>
3.1 Johdanto .....	33
3.2 Viestintä on osa johtamista .....	33
3.3 Vastuut, organisointi ja prosessit .....	34
3.4 Viestinnän strategiset tavoitteet .....	35
3.5 Arvot: Mihin me uskomme .....	35
3.6 Visio 2020: Mitä me haluamme olla .....	36
3.7 Sidosryhmät: Miten me haluamme viestiä .....	37
3.8 Perusviestit: Mitä me haluamme viestiä .....	37
3.9 Poliisin viestinnälle asetettavat vaatimukset .....	37
3.10 Tehostettu viestintä .....	38
3.11 Viestintää ohjaava lainsäädäntö ja ohjeistus .....	39
<b>4. KEHITTÄMISALUEET 2015–2018 .....</b>	<b>41</b>
4.1 Kehittämialueet ja toimenpiteet .....	41
4.2 Mittaristo .....	44
4.3 Toimeenpano .....	45



<p><b>Tekijät (toimielimestä nimi, puheenjohtaja ja sihteeri)</b>  Poliisin viestintäpäällikköverkosto,  puheenjohtaja viestintäpäällikkö Marko Luotonen,  sihteeri ylitarkastaja Aija Tiainen-Broms.</p>	<p><b>Julkaisun laji</b>  Raportti</p> <p><b>Toimeksiantaja</b>  Poliisihallitus</p> <p><b>Toimielimen asettamispäivä</b>  22.9.2014</p>
<p><b>Julkaisun nimi</b>  Poliisin viestintä – Nykytila, strategia ja kehittämisalueet 2015–2018</p>	
<p><b>Tiivistelmä</b>  Sisäministeriön hallinnonalan toiminta- ja taloussuunnitelmassa 2016–2019 sekä tulossuunnitelmassa 2015 poliisille on asetettu yhteiskunnallisia vaikuttavuustavoitteita.</p> <p>Poliisin on panostettava näkyvyyteen, tavoitettavuuteen ja palveluiden saatavuuteen. Poliisi uudistaa ja kehittää palveluitaan korostaen joustavia ja moderneja palvelumuotoja. Tässä työssä huomio kiinnitetään erityisesti asiakaslähtöisesti käyttäjien näkemyksiin ja toiveisiin. Tavoitteena on muun muassa helppokäyttöisyys.</p> <p>Keskeisinä toimintalinjoina on parantaa viestinnän vaikuttavuutta sekä ylläpitää ja lisätä poliisin näkyvyyttä muun muassa viestinnän keinoin, tarjota mahdollisuus vuorovaikutukseen ja pyrkiä siten ehkäisemään rikoksia, häiriöitä ja onnettomuuksia.</p> <p>Viestintään liittyviä tavoitteita käsitellään myös valmisteilla olevassa sisäisen turvallisuuden strategiassa ja poliisin toimintastrategiassa sekä aiemmin valmistuneessa poliisin ennalta ehkäisevän toiminnan strategiassa.</p> <p>Nykytilan kartoituksessa on kuvattu poliisin viestinnän organisatorisia ja toiminnallisia muutoksia, vuosille 2010–2013 määritettyjen kehittämisalueiden toteutumista sekä niiden vaikutuksia oman henkilöstön, kansalaisten, median ja sidosryhmien kokemaan asiakastytyväisyyteen.</p> <p>Yhteenvedona voi todeta, että viestinnän sisäiset toimintaedellytykset hallintorakenneuudistuksen yhteydessä ovat parantuneet. Sen asema osana johtamista on vahvistunut ja jokaiseen poliisiyksikköön on saatu päätoimiset viestintäpäälliköt ja muita päätoimisia viestinnän tekijöitä. Viestinnän resurssit, tehtävät ja tehtävänkuvat on yhdenmukaistettu. Samalla on luotu uusia suorituskykyjä.</p> <p>Organisaatiouudistuksen ohella on uudistettu toimintatapoja, perustettu uusia verkostoja ja luotu viestinnän vuosikalenteri oman ennakoivan toiminnan tueksi.</p> <p>Poliisin viestinnässä on määritetty vuosille 2015–2018 viisi kehittämisaluetta ja 12 niitä tukevaa toimenpidettä. Tavoitteiden seurantaan on määritetty ensimmäistä kertaa koko hallinnonalan yhteiset mittarit, joilla toimintaa voidaan johtaa ja ohjata osana toiminnan ja talouden suunnittelua sekä tuloksellisuuden ja vaikuttavuuden arviointia.</p>	

Asiasanat		
Viestintä, strategia, seuranta ja arviointi, tuloksellisuus, vaikuttavuus		
Sarjan nimi ja numero		
Poliisihallituksen julkaisusarja 2/2015		
ISSN-L: 1798-7121	ISSN (painettu): 1798-7121	ISSN (verkkojulkaisu): 2242-5640
ISBN (painettu): 978-952-491-935-7		ISBN (verkkojulkaisu): 978-952-491-936-4
Kokonaissivumäärä	Kieli	Luottamuksellisuus
46	Suomi	Julkinen
Julkaisija		
Poliisihallitus		

<p><b>Författare (organ, ordförande och sekreterare)</b>  Nätverket för informationschefer inom polisen, ordförande Marko Luotonen, informationschef, sekreterare Aija Tiainen-Broms, överinspektör.</p>	<p><b>Typ av publikation</b>  Rapport</p> <p><b>Uppdragsgivare</b>  Polisstyrelsen</p> <p><b>Datum då organet har tillsatts</b>  22.9.2014</p>
<p><b>Publikation</b>  Information och kommunikation inom polisen – nuläge, strategi och utvecklingsområden för 2015–2018</p>	
<p><b>Referat</b>  I inrikesministeriets verksamhets- och ekonomiplan 2016–2019 och i samma ministeriums resultatplan för 2015 uppsätts en serie mål för påverkan och inflytande i samhället som gäller polisen.</p> <p>Polisen ska satsa på synlighet, tillgänglighet och service. Polisen ska förnya och utveckla sin service med tonvikt på flexibilitet och moderna lösningar. Det är särskilt viktigt att arbetet är kundorienterat, dvs. att man utgår från användarnas åsikter och önskemål. Ett av målen är att servicen ska vara användarvänlig.</p> <p>Centrala insatsområden är att göra informationen och kommunikationen effektivare, att med hjälp av bl.a. information och kommunikation hålla polisen synlig och förbättra denna synlighet, och att skapa möjligheter för dialog och kommunikation med målet att förebygga brott, störningar och olyckor.</p> <p>Frågor som gäller information och kommunikation inom polisen behandlas också i strategin för den inre säkerheten och i polisens verksamhetsstrategi, båda i beredningsstadiet, och i strategin för polisens förebyggande verksamhet.</p> <p>I nulägesanalysen beskrivs de organisatoriska och operativa förändringarna i polisens informations- och kommunikationsverksamhet, hur utvecklingsmålen för 2010–2013 har förverkligats och hur nöjd man är med utvecklingen hos polisen, bland medborgarna, i medierna och i andra berörda grupper.</p> <p>Sammanfattat kan man säga att de interna förutsättningarna för information och kommunikation har blivit bättre sedan förvaltningen omstrukturerades. Informationen och kommunikationen har fått en starkare roll i ledningen och alla polisenheter har fått heltidsanställda informationschefer och annan informationspersonal på heltid. Resurserna, uppgifterna och arbetsbeskrivningarna inom uppgiftsområdet har blivit enhetligare, och ny prestanda har skapats.</p> <p>Förutom omorganiseringen har polisen även förnyat arbetssätten, skapat nya nätverk och tagit fram en årskalender som stöd till planeringen av informations- och kommunikationsverksamheten.</p> <p>För perioden 2015–2018 har fem utvecklingsområden definierats för polisens informations- och kommunikationsverksamhet. Utvecklingsmålen ska uppnås med stöd av 12 åtgärder. För uppföljningen av målen definieras för första gången en serie indikatorer som är gemensamma för hela förvaltningsområdet. Indikatorerna ska hjälpa leda och styra arbetet inom ramen för planeringen av verksamheten och ekonomin och utvärderingen av dess resultat och effekt.</p>	

Nyckelord		
Information och kommunikation, strategi, uppföljning och utvärdering, resultat, effekt		
Seriens namn och nummer		
Polisstyrelsens publikationsserie 2/2015		
ISSN-L: 1798-7121	ISSN (tryckt): 1798-7121	ISSN (elektronisk): 2242-5640
ISBN (tryckt): 978-952-491-935-7		ISBN (elektronisk): 978-952-491-936-4
Sidantal	Språk	Sekretessgrad
46	Finska	Offentlig
Utgivare		
Polisstyrelsen		

# 1. TYÖRYHMÄN ASETTAMINEN, TEHTÄVÄT JA TOIMINTA

Poliisiylijohtaja antoi 22.9.2014 tehtäväksi laatia poliisille viestinnän periaatteet ja tavoitteet vuosille 2015–2018.<sup>1</sup> Tehtävä jakautui neljään kokonaisuuteen.

1. Kuvataan lyhyesti poliisin viestinnän nykytila. Tausta-aineistona käytetään olemassa olevia tutkimuksia sekä itsearviointia.
2. Päivitetään poliisin viestintästrategia ja liitetään viestintä viimeisimpiin poliisin toimintaa ohjaaviin ylempiin asiakirjoihin, kuten tämän vuoden aikana valmistuvaan asiakirjaan Poliisin toimintalinjat. Sisäministeriön ja poliisin tehtäväjaon mukaisesti samassa yhteydessä luovutaan käsitteestä poliisin viestintästrategia.
3. Määritetään poliisin viestinnän kehittämisalueet vuosille 2015–2018. Perustana on arvio vuosien 2010–2013 kehittämisalueiden toteutumisesta.
4. Määritetään poliisin viestinnälle yhteiset mittarit, jotta resurssit voidaan kohdentaa vaikuttavimpiin viestinnän keinoihin.

Puheenjohtajana toimi viestintäpäällikkö Marko Luotonen ja sihteerinä ylitarkastaja Aija Tiainen-Broms Poliisihallituksesta. Valmistelu tapahtuu poliisin viestintäpäällikköverkostossa (POL-2014-1951). Mukana oli lisäksi ylitarkastaja Liisa Haapanen Poliisihallituksesta.

Viestinnän periaatteita ja kehittämisalueita valmisteltiin kahdessa työpajassa ja viestinnän neuvottelupäivillä syksyllä 2014. Mittariston laatimisessa avustivat Tatu Kauppinen, Katja Espo ja Jouni Kivikoski Prior Oy:stä.

Työryhmän raportti on käsitelty poliisin viestintäpäällikköverkostossa. Tämän jälkeen se esitellään poliisin johtoryhmässä ja Poliisihallituksen johtoryhmässä.

Saatuaan työnsä valmiiksi työryhmä jättää loppuraporttinsa poliisiylijohtajalle.

Marko Luotonen, Aija Tiainen-Broms, Liisa Haapanen, Maija Ilvonen, Heli Jämsen-Turkki, Klaus Kaartinen, Sari Karhu, Elina Katajamäki, Johanna Korin, Petri Launiainen, Jukka Matilainen, Markku Paksuniemi, Katja Patronen, Jyri Rantala, Tuire Salmi-Hiltunen, Päivi Tirkkonen, Nina Vesikko-Juurakko, Teemu Äikäs

---

1 Poliisin viestinnän periaatteet ja kehittämisalueet 2015–2018 POL-2014-12023

## 2. POLIISIN VIESTINNÄN NYKYTILA

Poliisiyksikön viestinnän tehtävät ja prosessit on kuvattu poliisin viestintämääräyksessä (2020/2010/4434), poliisin viestintästrategiassa (POHADno/2010/1044) sekä poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirjassa (2020/2010/4434).


Viestintä poliisissa on strategisen johtamisen väline ja luonnollinen osa johtamista. Sillä pyritään vaikuttamaan vastaanottajan tietoihin, mielipiteisiin ja asenteisiin sekä käyttäytymiseen. Viestintä perustuu vastaanottajan tarpeisiin ja poliisin strategiaan tavoitteisiin.

Painopisteenä on ylläpitää ja lisätä poliisin näkyvyyttä, tarjota mahdollisuus vuorovaikutukseen ja siten estää rikoksia ja onnettomuuksia ennalta.


### 2.1 KEHITTÄMISALUEIDEN 2010–2013 TOTEUTUMINEN

Poliisin viestintästrategiassa 2010 määriteltiin viestinnän kehittämisalueet ja yhteensä 18 tavoitetta toimenpidettä vuosille 2010–2013.



Suurin osa toimenpiteistä toteutettiin, osa siirtyi seuraavalle strategiakaudelle ja osasta luovuttiin tietoisesti. Oheiseen taulukkoon on koottu arviot tavoitteiden toteutumisesta.

Tavoite	Toimenpide	Arvio toteutumisesta
<b>Päätoimisten viestintäkoordinaattorien rekrytoiminen poliisilaitoksille</b> 	Kaikkiin poliisin yksiköihin rekrytoidaan päätoimiset viestinnästä vastaavat viestintäkoordinaattorit. Kirjataan tavoitteeksi tulossopimukseen. Viestintätehtävissä toimivien tehtävänimikkeet yhtenäistään hallinnossa.	Toteutettu osana Pora III -uudistusta. Yksiköissä viestintäpäälliköt. Tehtävänkuvat ja henkilöstövoimavarat poliisilaitoksissa on yhdenmukaistettu.
<b>Viestinnän sisäisen ja ulkoisen tilannekuvan kehittäminen koko poliisin hallinnossa</b> 	Hankitaan poliisin yhteinen julkisuuden seuranta- ja arviointijärjestelmä (mediajulkisuus, verkkojulkisuus). Luodaan yhteinen toimintatapamalli päivittäisiin, vuosittaisiin ja teemakohtaisiin analyysihin kaikkien tulosyksiköiden ja koko oman henkilöstön käyttöön.	Pilotoitu (2013) ja hankittu (2014) koko hallinnon yhteinen julkisuuden seurantajärjestelmä (media ja some), joka mahdollistaa analyysien tekemisen. Yksittäisiä analyyseja. <b>Ei ole tuotettu yhteistä analyysimateriaalia.</b>
<b>Viestinnän määräysten ja ohjeiden päivittäminen</b> 	Päivitetään poliisin viestintämääräys ja siihen liittyvät ohjeet (sisäinen viestintä, ulkoinen viestintä, tehostettua viestintää vaativa tilanne sekä poliisitoiminnan seuraaminen, dokumentointi ja esittäminen). Seurataan viestintästrategian vaikuttavuutta.	Viestintämääräys (2011), Sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirja (2011), Poliisitoiminnan seuraaminen (2010), Viestinnän valmius (2014). Vaikuttavuutta on arvioitu yleisellä tasolla vuosittain poliisin toimintakertomuksissa.

Tavoite	Toimenpide	Arvio toteutumisesta
<b>Visuaalisen ilmeen uudistaminen</b> 	Uudistetaan poliisin visuaalinen ilme ja päivitetään siihen liittyvä graafinen ohjeisto. Luodaan perusteet yhtenäisen ilmeen soveltamiseksi viestinnässä (esim. tapahtumat ja ilmoitukset) ja poliisin hallinnossa (esim. poliisiautot ja poliisin palvelupisteet). Tuotetaan nykyistä yksityiskohtaisemmat mallit eri tuotteista.	Uudistettu poliisin visuaalinen ilme (2012–14). Mukaan on otettu aiempaa enemmän sovelluksia.
<b>Sosiaaliseen mediaan osallistuminen</b> 	Hankitaan sosiaalisen median työkalut intranettiin. Luodaan henkilöstölle ohje sosiaalisessa mediassa toimimiseksi. Ylläpidetään ja kehitetään nykyisiä ulkoisia kanavia (Facebook, IRC, Youtube). Selvitetään uusien kanavien hyödyntämistä (mm. Twitter, Second Life, podcasting).	<b>Ei ole toteutunut intranetissä. (Toteutuu vuonna 2015).</b> Sosiaalisen median määräys (2011–2013) ja käsikirja (2014). Vaikuttavuutta arvioitu ja toimintamalleja kehitetty analyyseillä (2014). Näkyvyys ja vuorovaikutus on lisääntynyt. Useimmilla yksiköillä omat Facebook-profiilit, joissa lähes 400.000 seuraajaa. Profiileja lisäksi mm. twitterissä ja instagramissa.
<b>Viestintäkoulutuksen kokonaisuudistus</b> 	Luodaan viestinnän koulutuskokonaisuudet seuraaville sidosryhmille: poliisin koko henkilöstö, poliisin viestinnän asiantuntijat, media. Sisällytetään viestinnän kokonaisuus henkilöstöalan johdolla toteuttavaan perehdyttämisprosessiin.	Viestintäkoulutus poliisin peruskoulutuksessa on uudistettu. <b>Ei toteutunut tavoitellulla tavalla.</b> Viestintä on liitetty mukaan Polamkin täydennyskoulutuksen koulutuskalenteriin. Viestintähenkilöstölle kohdennettuja koulutuksia on lisätty. <b>Mediakoulutusta ja perehdyttämisprosessia ei ole uudistettu.</b>
<b>Viestintäverkoston tiivistäminen</b> 	Perustetaan viestinnän valtakunnallinen asiantuntijaryhmä. Järjestetään vuosittain vähintään kahdet viestinnän neuvottelupäivät.	Perustettu viestintäpäällikkö- ja viestinnän viikkokokousverkostot (2014). Ennakoiva suunnittelu perustuu viestinnän vuosikalenteriin. Järjestetty pääsääntöisesti kahdet neuvottelupäivät vuosittain.

Tavoite	Toimenpide	Arvio toteutumisesta
<b>Verkkopalveluiden kehittäminen</b> 	<p>Osallistutaan sisäasiainhallinnon julkaisuportaalin (JUPO) kehittämishankkeeseen. Uudistetaan poliisi.fi ja Seitti -verkkopalveluiden ilme osana uutta graafista ohjeistoa. Kehitetään Seittiä poliisin keskitettynä sisäisen viestinnän kanavana. Lisätään vuorovaikutteisuutta.</p> <p>Luodaan toimittajille ja toimituksille suunnattu suljettu verkkopalvelu (ekstranet).</p> <p>Toimittajat voivat mm. liittyä palvelun kautta haluamiensa tulosyksiköiden tiedotteiden jakelulistalle. Sen avulla voidaan jakaa myöhemmin julkaisuvapaita aineistoja sekä tukea operatiivista viestintää.</p>	<p>Uudistettu intranet (2013–2014). Tehostettu videoneuvottelu-järjestelmän käyttöä sisäisessä viestinnässä, mm. Pora-Cafe ja Poliisi-cafe.</p> <p>Sisäisen ”facebookin” mahdollistava järjestelmä käyttöön (2015).</p> <p>Uudistetaan poliisi.fi ja tiedotteiden jakelujärjestelmä (2015). Valmistelu 2012–2015 Lisätty vuorovaikutteisuutta ulkoisessa viestinnässä,</p> <p><b>Ekstranet-palvelua medialle ei ole toteutettu.</b></p>
<b>Virtuaalisen poliisiaseman perustaminen</b> 	<p>Osallistutaan sisäasiainhallinnon hankkeeseen, jossa kehitetään virtuaalisia palveluita ja järjestelmiä. Perustetaan virtuaalinen poliisiasema (poliisiasema.fi)</p>	<p><b>Osallistuttu, mutta ei toteutettu sisäasiainhallinnossa. Poliisissa tilalle Sähkö-hanke, jossa kehitetty sähköistä asiointia.</b></p>
<b>Tehostetun viestinnän kehittäminen</b> 	<p>Luodaan uusi tehostetun viestinnän toimintatapamalli (viestintää virke kerrallaan) ja kehitetään siihen liittyviä järjestelmiä. Perustetaan viestinnän varalla oleva valmiusryhmä vaativien tilanteiden viestinnän tukemiseksi. Sen tehtävänä on tukea yleisjohdon ja tukikunnan johdon viestintää niin kotimaisen kuin kansainvälisen median osalta. Valmiusryhmällä on kyky julkisuutta koskevan tilannekuvan muodostamiseen, viestinnän suunnitteluun ja toteuttamiseen kaikissa poliisin kanavissa. Ryhmän käyttöön varataan riittävät tietotekniset valmiudet, ml. etäyhteydet, sekä käännösresurssit.</p>	<p>Ohjeistettu toiminta tehostetua viestintää vaativassa tilanteessa (2011).</p> <p>Perustettu, varustettu (ml. varajärjestelmät) ja koulutettu poliisin viestinnän valtakunnallinen valmiusryhmä (2012–2014).</p> <p>Tehtävänä tukea operatiivista viestintää häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa. Suorituskykyvaatimuksena 2 viikkoa 24/7. Vahvuus 38 henkilöä.</p> <p>Perustettu poliisiyksiköiden omia valmiusryhmiä.</p> <p>Annettu määräys viestinnän valmiudesta (2014).</p>

Tavoite	Toimenpide	Arvio toteutumisesta
<b>Suhdetoiminta- materiaalin yhdenmukaistaminen</b> 	<p>Luodaan poliisille yhtenäiset periaatteet ja tuotteet suhdetoimintamateriaalin käyttöön sekä keskitetään tuotteisiin liittyvät hankinnat, varastointi ja logistiikka. Tavoitteena on, että tulosyksiköt voivat tilata tuotteet verkkokaupasta.</p>	<p><b>Ei ole toteutunut. Oli Pohan tulostavoitteissa 2014, mutta poistettiin yhden viran poistumisen myötä.</b></p>
<b>Kampanja- ja messutoiminnan yhdenmukaistaminen</b> 	<p>Luodaan poliisille yhtenäiset periaatteet ja tuotteet poliisin tilaisuuksien ja tapahtumien käyttöön sekä keskitetään tuotteisiin liittyvät hankinnat. Kehitetään Poliisin päivää valtakunnallisena poliisin yhteisenä kansalaistapahtumana.</p>	<p>Uudistettu messuilme. Keskitetty hankinnat omissa valtakunnallisissa ja viranomaisten yhteisissä kampanjoissa. <b>Ei ole luotu muita yhteisiä periaatteita messutoiminnalle.</b></p> <p>Järjestetty poliisin päivä -tapahtuma kuutena vuotena yli 200 paikkakunnalla. 30–40.000 osallistujaa vuosittain.</p>
<b>Viestintään liittyvän audiovisuaalisen ja graafisen tuotannon kehittäminen</b> 	<p>Luodaan poliisille kyky suunnitella ja tuottaa audiovisuaalista materiaalia viestinnän tueksi. Perustetaan poliisin video- ja kuvapankki.</p>	<p>Perustettu viestinnän konsernipalvelut osana Pora III -uudistusta. Tuotettu videoita poliisiradioon. Kuvapankki perustetaan 2015.</p>
<b>Viestinnän valmius- ja vati-suunnitelmien päivittäminen</b> 	<p>Päivitetään viestinnän osuudet osana poliisin ohjeiden päivittämistä.</p>	<p>Päivitetty viestinnän osuudet operatiivisen kenttätoiminnan ohjeessa (2011 ja 2014). Osallistuttu valtioneuvoston ohjeiden päivittämiseen (2014).</p>
<b>Poliisi-lehden uudistaminen</b> 	<p>Uudistetaan Poliisi-lehden ilme ja rakenne. Luodaan Poliisi-lehden tyylikirja. Perustetaan lehden verkkoversio. Kehitetään lehteä koko poliisin yhteisenä sidosryhmäjulkaisuna. Hajautetaan sisällöntuotanto poliisin kaikille yksiköille.</p>	<p>Lakkautettiin Poliisi-lehti (2012) ja kohdennettiin resursseja sosiaaliseen mediaan. Perustetaan tilalle kokonaan uusi, intarassa julkaistava poliisin henkilöstölehti 2015.</p>
<b>Poliisin verkkoradion perustaminen</b> 	<p>Perustetaan poliisin oma radio-kanava (poliisiradio.fi).</p>	<p>Perustettiin poliisiradio.fi (2011). Tuotettiin yli sata lähetystä yhteistyössä Jyväskylän yliopiston kanssa. Toiminta lopetettiin kesällä 2013, Aloitettu Poliisin uuden videokanavan suunnittelu. Julkaistaan 2015.</p>

Tavoite	Toimenpide	Arvio toteutumisesta
<b>Televisiosarjojen tuotannon tukeminen</b> 	Jatketaan dokumentaaristen televisiosarjojen tuotannon tukemista (mm. Poliisi-TV/Yle TV2, Poliisit/JIM, Lainvalvojat/SubTV, poliisiopiskelijoista kertova oma sarja).	Osallistuttu viiden eri sarjan tuotantoon (2009–2014). Vaikuttavuus tutkitusti erinomaista. Pelkästään Poliisit-sarjassa 1.700 esityskertaa televisiossa, 15.000.000 latausta verkossa, 89% suomalaisista katsonut, 44% mielestä parantanut mielikuvaa poliisista.
<b>Viestintästrategian toimeenpano ja seuranta</b> 	Perustetaan viestintästrategian seurantaryhmä. Arvioidaan viestintästrategian toimeenpanoa poliisin hallinnossa.	Perustettu – ja lakkautettu – seurantaryhmä. Tilalle viestintäpäällikköverkosto, joka kokoontuu kuukausittain. Arviointi osana seuraavan strategian laadintaa.

## 2.2 VIESTINNÄN MUUTOS HALLINTORAKENNEUUDISTUKSESSA

Viestinnän organisaatiot, tehtävänimikkeet ja prosessit uudistettiin poliisin hallintorakennemuutoksen kolmannessa vaiheessa (Porall) vuoden 2014 alussa. Viestinnän vastuut ja resurssit yhdenmukaistettiin ja poliisiyksiköihin nimitettiin viestintäpäälliköt.

Valmistelun yhteydessä kartoitettiin kolme vaihtoehtoista mallia organisoida tehtävät: täydellinen hajauttaminen tai joidenkin tehtävien keskittäminen kahdella eri tavalla.

Osa tehtävistä päätettiin keskittää ja ne sijoitettiin Poliisihallituksen konsernipalveluihin. Ratkaisulla pyrittiin varmistamaan selkeä johtamismalli, erityisosaaminen, päällekkäisen työn väheneminen sekä tarvittava tuki poliisiyksiköille.

### 2.2.1 Poliisihallitus ja keskitetyt tehtävät

Poliisin ylijohdon tehtäviä ovat viestinnän strateginen johtaminen, suunnittelu, ohjaus, kehittäminen ja yhteensovittaminen sekä poliisiylijohtajan viestinnän tukeminen, maineenhallinta, valtakunnalliset viestintäsuunnitelmat ml. teema-, valvonta- ja liikennetiedottaminen, viestinnän toimintaympäristön analyysi ja viestinnän tilannekuva (mediailmoitukset, mediaseuranta ja -analyysi), kansallinen ja kansainvälinen sidosryhmäyhteistyö, viestintäverkoston ylläpitäminen sekä Poliisihallituksen sisäinen ja ulkoinen viestintä.

Ylijohdossa työskentelee viestintäpäällikkö, neljä ylitarkastajaa sekä sihteeri, jonka tehtävistä 1/3 liittyy viestintään. Työaikakirjanpidon mukaan viestintään käytettiin vuonna 2014 neljä henkilötyövuotta.

Poliisihallituksen konsernipalveluihin keskitettiin viestinnän valtakunnallisten kanavien ylläpito, viestintämateriaalien tuotanto (julkaisut, poliisi.fi valtakunnalliset sisällöt ml. su-ru-eng-muut kielet, valtakunnalliset some-kanavat), vuosisuunnitelmiin ja analyysitietoihin perustuva sisällöntuotanto, Poliisiradio, valokuvat tuotanto, videotuotanto sekä graafinen suunnittelu.

Viestinnän tuotannon osittaisella keskittämisellä on pyritty vähentämään päällekkäistä työtä, edistämään paremmin poliisin strategisia tavoitteita sekä vastaamaan asiakkaiden kasvaneisiin vaatimuksiin ja yhä vaativampaa osaamista edellyttäviin viestinnän välineisiin.

Konsernipalveluissa työskentelee kaksi viestintäasiantuntijaa.

Oman henkilöstön lisäksi käytössä on koko poliisille kilpailutettu viestintätoimisto ja ostopalveluiden määrää on lisätty. Ulkoistettuja toimintoja ovat mm. teknisten järjestelmien ylläpito (poliisi.fi, Sinetti, some-palvelut, mediaseuranta) ja niihin liittyvät helpdesk-palvelut, käännös- ja tulkkaukspalvelut, tekstien kielellinen muokkaus, esitteiden ja mainosten graafinen taitto, messu- ja suhdetoimintatuotteet sekä viestinnän erityisosaamista vaativat tehtävät, kuten audiovisuaalisen ilmeen suunnittelu ja ylläpito, multimediat, laajat viestintäkampanjat sekä osa viestinnän sisällöntuotannosta ja muusta materiaalituotannosta.

Viestinnän palveluhankintoihin on varattu keskitetyssä rahoituksessa noin 300.000 euroa vuodessa. Tämän lisäksi viestinnän järjestelmiin on varattu tietohallinnon budjetissa noin 200.000 euroa.

Merkittävimmät viestintäkampanjat, kuten harmaa talous ja sähköiset asiointipalvelut rahoitetaan erillisbudjeteista.

## 2.2.2 Poliisiyksiköt

Poliisin hallintorakennemuutostukseen liittyen viestinnän vastuut ja resurssit yhdenmukaistettiin. Poliisiyksiköihin nimitettiin viestintäpäälliköt (pl. Oulu).

Lähtökohtana oli, että viestinnän henkilöstövuosien määrä poliisilaitoksissa säilyy ennallaan, mutta että ne jakaantuvat tasapuolisesti. Resurssien jakoperusteena käytettiin poliisilaitosalueen väestömäärää (painoarvo 25%, ulkoinen viestintä), poliisilaitoksen henkilöstömäärää (painoarvo 50%, sisäinen viestintä) ja rikoslakirikoksia (painoarvo 25%, ulkoinen viestintä), kuitenkin niin että jokaisessa poliisilaitoksessa on vähintään yksi päätoiminen. Uusissa poliisilaitoksissa on niiden koosta riippuen 1–3 päätoimista henkilöä viestintätehtävissä.

Vuoden 2014 aikana laskentamallista on työajan seurannan mukaan poikettu. Poliisilaitosten hallinto- ja esikuntatehtävissä viestintään on käytetty työajan seurannan perusteella 10 henkilötyövuotta, kun laskentamallissa resurssiksi määritettiin 18. Esimerkiksi poistuman yhteydessä tehtävä on saatettu jättää täyttämättä tai kohdennettu jonkin muuhun toimintoon. Syynä voivat osin olla myös puutteelliset kirjaukset.

Keskusrikospoliisissa viestintään käytettiin nolla ja Poliisiammattikorkeakoulussa kaksi henkilötyövuotta. Työajankäytön raportti ei anna täysin oikeaa kuvaa tilanteesta, sillä esimerkiksi KRP:n oman raportin mukaan viestintään käytettiin kuusi henkilötyövuotta, josta yksi hallinnoissa ja esikunnassa.

Poliisiyksiköiden on suoriuduttava keskeisissä ohjaavissa asiakirjoissa määritellyissä sisäisen ja ulkoisen viestinnän tehtävissä, joita ovat erityisesti sisäinen ja ulkoinen tiedottaminen, johdon viestinnän tukeminen, viestinnän ja poliisioperaatioiden yhteensovittaminen, poliisin maineeseen merkittävästi vaikuttavien viestintätoimenpiteiden koordinointi, joukkoviestimien toiminnan tukeminen ja yhteydenpito viestintäalan toimijoihin, viestinnän ohjaus ja osaamisen varmistaminen poliisiyksikössä, viestinnän seuranta sekä viestintäalan valmiussuunnittelu.

Valtakunnallisilla yksiköillä on lisäksi omat erityistehtävänsä, kuten Poliisiammattikorkeakoulussa rekrytointiin liittyvä markkinointiviestintä ja tutkimustoimintaan liittyvä viestintä.

Valtakunnallisen viestinnän valmiusryhmän johtaminen on keskitetty yhteen poliisiyksikköön. Poliisihallitus vastaa kustannuksista (0,5 htv).

## 2.2.3 Prosessien toimivuus

Poliisissa asetettiin vuoden 2014 alussa kaksi viestintäverkostoa: viestintäpäällikkökokous ja viestinnän viikkokokous. Tämän lisäksi vuodelle 2015 tuotettiin koko poliisin yhteinen viestintäkalenteri, joka ohjaa toimintaa viikkotasolla.

Viestintäpäällikkökokouksen (VIP) tavoitteena on tehostaa viestinnän strategista vaikuttavuutta, suunnitelmallista ja ennakoivaa viestintää sekä reagoitakykyä ajankohtaisiin tapahtumiin ja toimintaympäristön muutoksiin.

Puheenjohtajana toimii Poliisihallituksen viestintäpäällikkö ja varapuheenjohtajana hänen sijaisensa. Jäseniä ovat poliisiyksiköiden viestintäpäälliköt (vast.). Sihteerinä toimii Poliisihallituksen ylitarkastaja. Kokous kuulee tarpeelliseksi katsottuja asiantuntijoita.

Viestintäpäällikkökokous kokoontuu kerran kuukaudessa. Siinä käsitellään poliisin johtoryhmän tekemien viestintää koskevien linjausten toimeenpano viestinnän asioiden valmistelu poliisin johtoryhmälle poliisin viestintästrategian valmistelu toimeenpano ja seuranta viestinnän vuosisuunnitelman valmistelu, toimeenpano ja seuranta merkittävät toimintaympäristön muutosta tai sen ennakkointia koskevat asiat sekä merkittävät viestinnän kehittämistä koskevat asiat

Viestinnän viikkokokouksen (Viviko) tavoitteena on ylläpitää tilannekuvaa tulevan viikon viestinnällisistä toimenpiteistä poliisissa ja siten tukea poliisin viestinnän vuosisuunnitelman toimeenpanoa ja reagoitukykyä ajankohtaisiin tapahtumiin.

Kokouksen jälkeen kaikilla osallistujilla on kokonaiskuva poliisin seuraavan viikon viestinnällisistä toimenpiteistä. Yhteisen tapaamisen ansiosta jatkossa toimenpiteet voidaan yhteensovittaa aiempaa paremmin ja välttää osaltaan päällekkäistä työtä.

Puheenjohtajana toimii Poliisihallituksen ylitarkastaja. Kokouksesta ei pidetä pöytäkirjaa. Tiedot keskeisistä toimenpiteistä tallennetaan viestinnän neukkarin kalenteriin.

Viikkokokoukseen voivat osallistua kaikki viestinnän tehtävissä toimivat. Kokoukseen osallistutaan lähtökohtaisesti videolla. Kokoukset järjestetään perjantaisin.

Ensimmäisen kymmenen minuutin aikana käydään läpi ajankohtaisimmat esimerkiksi julkisuudessa esillä olleet asiat, jotka vaativat reagoitua vielä seuraavallakin viikolla. Kokouksen seuraavat noin 15 minuuttia käytetään viestintäkalenterin seuraavan viikon tapahtumien ja toimenpiteiden läpikäymiseen. Kalenterin selailun yhteydessä on myös mahdollisuus yhteen sovittaa tehtäviä. Kokouksen loppuun jää viisi minuuttia aikaa keskusteluun vapaista aiheista esim. some-nostoista.

Yleinen järjestys ja turvallisuus		Lupapalvelut	Ennalta estävä toiminta	Sisäinen tiedotus	Tilastotiedote	Liikenne	Rikostorjunta	Henkilöstölehti	Ei tiedotata etukäteen
Aika 2015	Teema	Perusviestit			Kanavat/vastuutaho/muuta				
Viikko 1 Tammikuu	Ilotulitukset	Milloin saa räiskä			Nettisivut, some				
	Vuodenvaihteen laki- ym. muutokset	Nettisivut, some							
Viikko 2 Loppiainen 6.1.	Kassajärjestelmän katko 2.1.15	Katko passien myöntämisessä, maksu käteisellä 2.1.			POHA/lupa				
	Hinta ja sähköinen asiointi passiasioissa	Sähköisesti vireille pantu passi on halvempi kuin normaali, toimitustavan muutos.			POHA				
	Passin kevennetty hakumenettely -kampanja	Kampanjan käynnistys, ilmeaineisto käyttöön kaikilla kanavilla			Passi: infotilaisuus POHassa , video Ylessä				
Viikko 3	Poliisit-sarjan uudet jaksot								
	Uudet ase- ja yksityisen turvallisuuden kortit				POHA/lupa				
	Poliisin sisäinen tieto-turva-kampanja osa 1	Tieto turvaan.			Toimitilat, Sinetti POHA/Moilanen, Sundström				
Viikko 4	Passikampanja laajenee	Passin voi hakea verkossa käymättä poliisiasemalla			POHA/ lupa/ilmoitukset kärkeä medioihin, julisteet pysäkeille, Hkiin rautatieaseman metro, lentoasemalle, satamiin, video Finnkinon auloihin				
	Tilastotiedote poliisin koko viime vuoden tilastoista	20.1.2015 klo 12			POHA/poliisilaitokset paikallisesti				
	Tarkkaamattomuus liikenteessä, mm. kännykän käyttö ja tekstareiden näppäily	19.1.Keskittymistä vaikeuttavat häiriötekijät			POHA/liikenne (yhdessä Liikenneturvan kanssa)				
	Passien ja henkilökorttien tarjouspyyntö				POHA/lupa				
	Passikampanja laajenee				POHA/lupa/ julisteet linja-autoihin, raitsikoihin				
Viikko 5	112-sarjan uudet jaksot								
	Passin hankinta ennen hiihtolomaruuhkia / teema vauvan passi	Kannattaa hankkia ajoissa, katso voimassaolopäivää			POHA/lupa				

Kuva: Poliisin viestintäkalenteri kuukausitasolla

9 maanantai	10 tiistai	11 keskiviikko	12 torstai	13 perjantai
Venemessut Helsingissä				
POHAn muutto Pasilaan				
Raskaan liikenteen valvontajakso				
Oulu: 112-päivän tapahtumat, ennakko		112-päivä	POHA: talvilomaliikennetiedote	Poliisin sisäinen tietoturvakampanja, osa II
POHA Uusi bloggaaja Timo Kilpeläinen aloittaa	LoSu: Satakunnan nettipoliisit esittäytyvät	POHA tiedot	Polamk: tiedote uudesta hankkeesta	
POHA: ennakkotiec Raskaan liikenteen valvonta	SiSu Viikki		I-U some & tiedote: Sarjal	
		Oulu: Kuvia 112 päivältä	IUPOL Suojaa asuntosi lomasi ajaksi	Oulu: Rukkaset ja hyvää y
	POHa asiantuntijat ja joht			SiSu VIVIKO
		112 -päivän tapahtuma Kuopio, Pohjois-Savon pelastuslaitos		I-U kolumni verkkosivu
SiSu Pöllittyjen lista				
	iSAR+ -harjoitus Kuopio Pelastusopisto /		SiSu: viestinnän osuus	

Kuva: Poliisin viestintäkalendareri viikkotasolla

## 2.2.4 Jatkoselvitys tehtävien keskittämisestä

Poliisihallitus asetti vuoden 2014 lopussa sisäministeriön toimeksiannosta työryhmän selvittämään hallinto- ja tukitoimintojen edelleen keskittämistä poliisissa. Loppuraportti valmistuu 31.5.2015 mennessä.

Viestinnän tehtävien uudelleenorganisointi käsiteltiin edellisen kerran vuonna 2014 poliisin Hale-työryhmässä. Työn yhteydessä selvitettiin kaikki muut vaihtoehdot paitsi toimialan keskittäminen yhden viraston malli mukaisesti.

Pora III:ssa osa tehtävistä keskitettiin Poliisihallituksen konsernipalveluihin. Tämän lisäksi ostopalveluita on lisätty.

Hale-raportissa esitettiin myös muita tehtäviä keskitettäväksi. Osa päivittäisviestinnästä sekä mediapalvelut, erityisesti virka-ajan ulkopuolella, esitettiin keskitettäväksi johto- ja tilannekeskuksiin. Toinen vaihtoehto oli sisällyttää varallaolovalmius valtakunnallisen viestinnän valmiusryhmän tehtäviin.

Tilannekeskukset ovat pystyneet jossain määrin palvelemaan mediaa virka-ajan ulkopuolella. Mediabarometrin mukaan palvelussa on edelleen parantamisen vara.

Viestinnän koulutus ja tutkimus esitettiin keskitettäväksi Poliisiammattikorkeakouluun ja yhteiset hankinnat yhteiseen hankintatoimeen. Viestinnän toimialakohtaisesta täydennyskoulutuksesta ja yhteisistä hankinnoista on vastannut käytännössä kuitenkin poliisin ylijohdo.

Viron poliisi ja rajavartiolaitos siirtyi yhden viraston malliin vuoden 2012 alussa ja Ruotsin poliisi vuoden 2015 alussa. Viestintä on muiden toimialojen tapaan keskitetty ylijohdon viestintäjohtajan alaisuuteen. Suurin osa henkilöstöstä on kuitenkin sijoitettu alueellisiin organisaatioihin.

Ruotsissa yhteen virastoon keskitettiin aiemmin toimineet 23 itsenäistä virastoa. Johtamistasoja muodostettiin kuusi, kun niitä oli sitä ennen 7–16. Uudistuksen ensisijaisena tavoitteena on ollut päästä lähemmäksi kansalaisia ja luoda paremmat edellytykset yhtenäiselle toiminnalle.

Poliisin viestintä Ruotsissa on jaettu kolmeen keskitettyyn toimintoon ja seitsemään alueeseen. Uudistuksen kartoitettiin ensimmäisen kerran koko viestinnän henkilöstön vahvuus. Se on noin 200 henkilöä, kun Suomessa vastaava luku on alle 30 (työajan kirjanpidon mukainen htv-määrä 18). Ruotsalaisten laskentaperusteensa ovat tosin hieman epäselvät. Mukana ovat ilmeisesti myös muut kuin hallinto- ja esikuntatehtävissä viestintää tekevät henkilöt.

Ruotsalaisten uudistuksen vaikutuksista ei ole saatavissa luotettavaa arviota vielä vähään aikaan. On kuitenkin pääteltävissä, että uudistuksella luodaan osaltaan edellytykset henkilöstömäärän vähentämiseen.

Suomessa ei ole vastaavaa tilannetta. Jokaisessa poliisiyksikössä on oltava joka tapauksessa vähintään yksi päätoiminen viestinnän ammattilainen. Toimialalta ei ole järkevästi löydettävissä säästöpotentiaalia, mutta sitäkin enemmän vaikuttavuuspotentiaalia.

Resurssit ovat hajallaan, mutta tehokkaan verkostoitumisen myötä tuloksia on mahdollisuus tehostaa ja välttää päällekkäistä työtä. Viestinnässä korostuu yhä enemmän strateginen näkökulma: yksi yhtenäinen poliisi jolla yhtenäinen viesti. Samalla on pyrittävä reagoinnista ennakointiin ja ennaltaehkäisevään vaikuttamiseen

Toimintaympäristö ja välineet muuttuvat erittäin nopeasti, osaaminen hitaammin. Mahdollisuuksina joidenkin tehtävien keskittäminen tai ulkoistaminen. Julkishallinnossa yleinen suuntaus on ollut keskittäminen (vrt. valtioneuvoston Kehu-hanke).

Viron poliisissa ja rajavartiolaitoksessa yhden viraston mallista on saatu jo kokemuksia. Tiedonkulku toimialan sisällä parani uudistuksen jälkeen merkittävästi. Tehtäviä on voitu jakaa tarkoituksenmukaisemmin erityisesti tilanteissa, joissa resursseja on voitava kohdentaa. Keskittämisestä huolimatta yhteys alueellisiin toimijoihin pystyttiin säilyttämään tiiviinä.

Viron poliisista ja rajavartiolaitoksesta Suomen poliisiin siirtyneen viestintäasiantuntijan mukaan keskittäminen Suomessa saattaisi kuitenkin olla haasteellisempaa jo yksin laajan maantieteellisen alueen takia. Edelleen hänen arvionsa mukaan Suomessa tiedonkulku yksiköiden välillä on viestintäverkostojen ansiosta jo nyt melko tehokasta. Viestinnän pitäisi sen sijaan integroitua nykyistä vahvemmin poliisiyksikön omaan operatiiviseen toimintaan.

Suomen poliisissa on Pora III:n yhteydessä luotu uusia toimintatapamalleja. Viestintäpäällikkökokouksissa on pystytty osallistamaan kaikki yksiköt yhteisten kehittämisalueiden määrittämiseen. Viikkokokouksilla on parannettu tiedonkulkua ja tilannekuvaa sekä yhteensovitettu yhteisten teemojen toteutus valtakunnallisesti ja alueellisesti.

Yhteistä tai keskitettyä tekemistä on lisätty ja päällekkäisen työn määrää vähennetty (esim. Sinetti, poliisin yhteinen henkilöstölehti Tutka, poliisi.fi, poliisiradio, videokanava ja sosiaalinen media).

Tehtävien asiallista keskittämistä voidaan edelleen jatkaa. Esimerkiksi osa päivittäistiedotteiden (vuosittain noin 13000 kappaletta) sisällöistä voidaan koota tietokannoista keskitetyksi vakioiduilla raporttipohjilla. Alueellisesti merkittävien tapahtumien tiedottaminen edellyttää kuitenkin jatkossakin alueellista panosta.

Pora III:n kokemuksia ja viestinnän toimialalla sinänsä tehtyjä merkittäviä organisatorisia, toiminnallisia ja tehtävänkuviin liittyviä muutoksia ja niiden vaikutuksia ei ole voitu vielä arvioida luotettavasti. Viestinnän henkilötyövuosien määrän vähentämistä ei voi jäljempänä esitettyjen tulosten valossa myöskään pitää perusteltuna.



Viestinnän kytkeminen vuosisuunnitteluun arvioitiin valtakunnallisissa yksiköissä pääosin hyvin hoidetuksi, kun puolestaan henkilöstömäärältään pienten poliisiyksiköiden vastaukset painottuivat aloitettu tai aloittamatta -arvioihin.

Näkemyks viestinnän resursseista ja varautumisesta kriiseihin hajosi eniten yksikön koosta riippumatta. Myös arviot viestinnän vastuusuhteiden selkeydestä kriisiviestintää vaativissa tilanteissa hajautuivat.

Käsitys viestinnän toteutuksesta ja laadun seurannasta oli hyvin yhtenäinen. Asia joko oli tiedostettu ja aloitettu tai hoidossa.

Julkisen keskustelun seurannan arvioitiin lähes yksimielisesti toimivan, mutta vuosittaisissa tulosneuvotteluissa tai toiminta- ja taloussuunnitelmissa sitä ei ole pienemmissä yksiköissä otettu huomioon.

Kansalaisjulkisuus osalta poliisissa ei aseteta konkreettisia tulostavoitteita vuorovaikutuksen edistämiseksi.

Asiantuntijajulkisuudessa ja kansalaisyhteisössä ei hyödynnetä riittävästi yhteistyökumppaneiden kokemuksia.

Verkojulkisuuden osalta arviot hajosivat yksikön koosta riippumatta. Eniten hajontaa tuli kehittämistarpeiden huomioinnissa tulosneuvottelujen tai toiminta- ja taloussuunnitelmien yhteydessä.

Viestinnän osaamisen kehittäminen koetaan hyvinkin yhtenäisesti. Viestinnän koulutustarpeita kartoitetaan ja osaamista palvelevia kehittämissuunnitelmia tehdään vaihtelevasti.

Viestinnän seurannassa ja arvioinnissa tuli vastauksia laidasta laitaan, riippumatta yksikön koosta.

Yhteenvetona voi todeta, että tulokset ovat jossain määrin parempia kuin edellisellä kerralla. Viestintä ei ole kuitenkaan edelleenkään riittävästi osana poliisin toiminta- ja taloussuunnitelmia eikä viestinnälle aseteta konkreettisia tavoitteita. Viestinnän koulutustarvetta ja osaamisen kehittämistä ei suunnitella riittävästi.

Swot-analyysin perusteella viestinnän asema on vahvistunut ja yhdessä tekeminen lisääntynyt. Mahdollisuutena nähdään johdon ja kansalaisten vahva tuki. Heikkoutena on sisäinen viestintä sekä henkilöstön, erityisesti esimiesten, osaaminen ja asenne. Merkittävin uhka on poliisia kohtaan koetun luottamuksen väheneminen.

Havaintoja voidaan käyttää ideoinnissa ja jatkokehittelyssä. Niiden osalta on arvioitava, miten vahvuuksia voidaan kehittää edelleen, miten heikkouksia voidaan poistaa, miten mahdollisuuksia voidaan hyödyntää ja miten uhkia voidaan torjua.

<p><u>Vahvuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Luottamus poliisiin vahva</li> <li>• Yhtenäinen viestintäorganisaatio, päätoimiset viestinnän ammattilaiset lähes jokaisessa poliisiyksikössä</li> <li>• Perusrakenne kunnossa, selkeä johtamismalli</li> <li>• Viestintä mukana keskeisissä päätöksentekokeleimissä</li> <li>• Uusien viestintävälineiden haltuunotto</li> <li>• Viestintä mukana hanke- ja palvelu-uudistuksia käsittelevissä ryhmissä jo hankkeen alkuvaiheessa</li> <li>• Vahva verkostoituminen (viestintäpäällikkökokoukset ja viestinnän viikkokokoukset)</li> <li>• Pyrkimys ennakoivaan suunnitteluun (vuosi-, ja viikkokalenteri)</li> <li>• Keskittämällä varmistetaan erityisosaaminen ja vähennetään päällekkäistä työtä</li> <li>• Viestinnässä yhä enemmän yksi yhtenäinen poliisi</li> </ul>	<p><u>Heikkoudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Henkilöstö kokee sisäisen viestinnän heikentyneen</li> <li>• Osaamisen kehittäminen muuttuvassa toimintaympäristössä</li> <li>• Poliisin henkilöstön osaaminen ja asenne viestintää kohtaan</li> <li>• Tietovuodot, väärinkäytökset ja useat muut merkittävät maineeseen vaikuttavat negatiiviset ilmiöt</li> <li>• Epäyhtenäiset viestit hallinnon sisältä (vrt. johto / kenttä)</li> <li>• Poliisiyksiköiden vaatimusten ja haasteiden ymmärtäminen ja niissä tukeminen</li> <li>• Viestinnän koulutuksen puuttuminen alemmassa ja ylemmässä amk-tutkinnossa</li> </ul>
<p><u>Mahdollisuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poliisin toiminta kiinnostaa</li> <li>• Yksi yhtenäinen poliisi</li> <li>• Johdon vahva tuki viestinnälle</li> <li>• Parantuneet taloudelliset resurssit</li> <li>• Suunnitelmallinen ja vaikuttava viestintä ja sen arviointi</li> <li>• Poliisilla on kansalaisten ja poliittisten päättäjien vahva tuki</li> <li>• Omassa organisaatiossa tarvittava erityisosaaminen</li> <li>• Kehittämistä johdetaan keskitetysti, koko hallinnonala osallistuu</li> <li>• Organisaatorajat ylittävä verkostoituminen ja yhteistyö</li> <li>• Keskitetyt ostopalvelut mahdollistavat laadukkaat tuotteet kaikkiin viestintäkanaviin</li> </ul>	<p><u>Uhat</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Luottamus poliisiin vaarantunut merkittävästi</li> <li>• Jatkuva organisatoriset muutokset vaikuttaneet työhyvinvointiin ja sisäiseen tiedonkulkuun</li> <li>• Toimintaedellytysten turvaaminen jatkuvassa muutostilanteessa.</li> <li>• Johto ja asiantuntijat kokevat viestinnän ylimääräisen tehtävänä, eivätkä näe sen mahdollisuuksia vaikuttavuuden tai työn tehostamisen näkökulmasta</li> <li>• Viestintää poliisin eri yksiköissä ei resurssoida, johdeta tai toteuteta yhteisesti sovitulla periaatteilla</li> <li>• Viestintä ei saa tietoa ja joutuu nk. ulkokehälle</li> <li>• Kyky mukautua toimintaympäristön muutoksiin nopeasti</li> <li>• Priorisoinnin myötä sisäisen ja ulkoisen viestinnän palvelut heikkenevät</li> </ul>

Taulukko: Viestinnän Swot-analyysi.

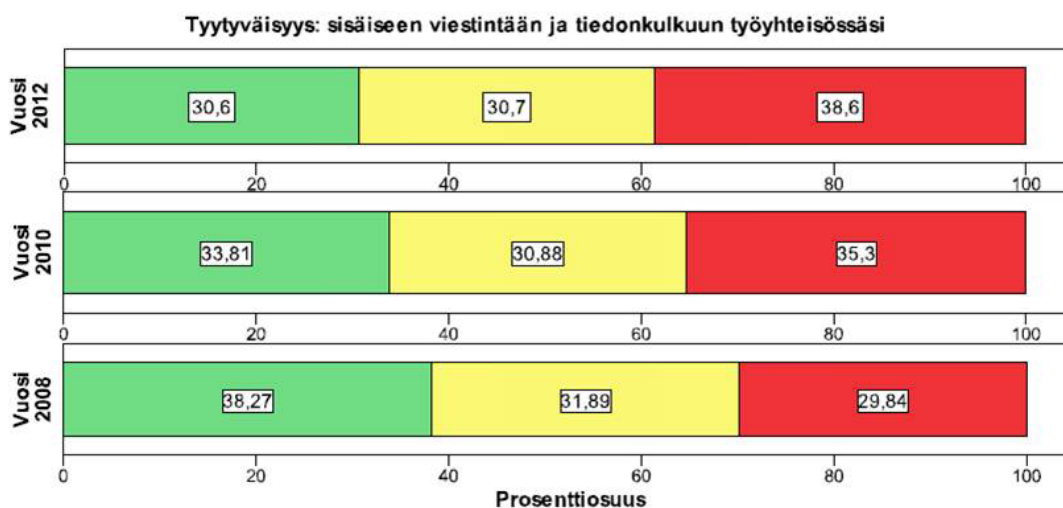
## 2.4 ULKOINEN ARVIOINTI

Viestinnän vaikuttavuuden arviointiin ei ole olemassa yksiselitteisiä teorioita ja menetelmiä. Viestinnässä on usein kyse ymmärrettävyydestä, tulkinnoista ja asenteista. Luotettavan kuvan saamisen viestinnän vaikuttavuudesta on pohjaututtava laajoihin yhteiskunta- ja käyttäytymistieteellisiin tutkimuksiin, joiden toteuttamiseen soveltuvat parhaiten ulkopuoliset tutkimuslaitokset ja yritykset.

Tässä selvityksessä arviointi on tehty kohderyhmien näkökulmasta, kun aiemmin on keskitytty viestinnän kanaviin. Keskeisimmät kohderyhmät ovat oma henkilöstö, kansalaiset, media ja sidosryhmät.

### 2.4.1 Poliisin henkilöstö

Poliisin henkilöstöbarometrien perusteella tyytyväisyys sisäiseen viestintään ja tiedonkulkuun on heikentynyt merkittävästi.<sup>3</sup>



Taulukko. Tyytyväisyys sisäiseen viestintään ja tiedonkulkuun poliisin henkilöstöbarometrissa 2008, 2010, 2012.

Tiedon liiallinen määrä on ongelma ja sisäisessä viestinnässä koetaan tarvetta viestinnän tiivistämiseen. Viestinnän johtamisen, valtakunnallisen ohjauksen ja suunnitelmallisuuden tehostaminen sekä johdon ja esimiesten sitoutuminen avoimen tiedonkulun edistämiseen parantaisivat viestintäilmaston kehittymistä poliisissa.<sup>4</sup>

Poliisin sidosryhmätutkimuksen 2012 mukaan oma henkilöstö on kohtalaisen tyytyväinen palvelun laatuun: heikoin arvio annetaan osallistumisen mahdollisuuksille.<sup>5</sup>

Poliisi koetaan luotettavaksi ja asiantuntevaksi organisaatioksi. Sen sijaan sitä ei pidetä innovatiivisena, joustavana tai toimintatavoiltaan yhdenmukaisena.

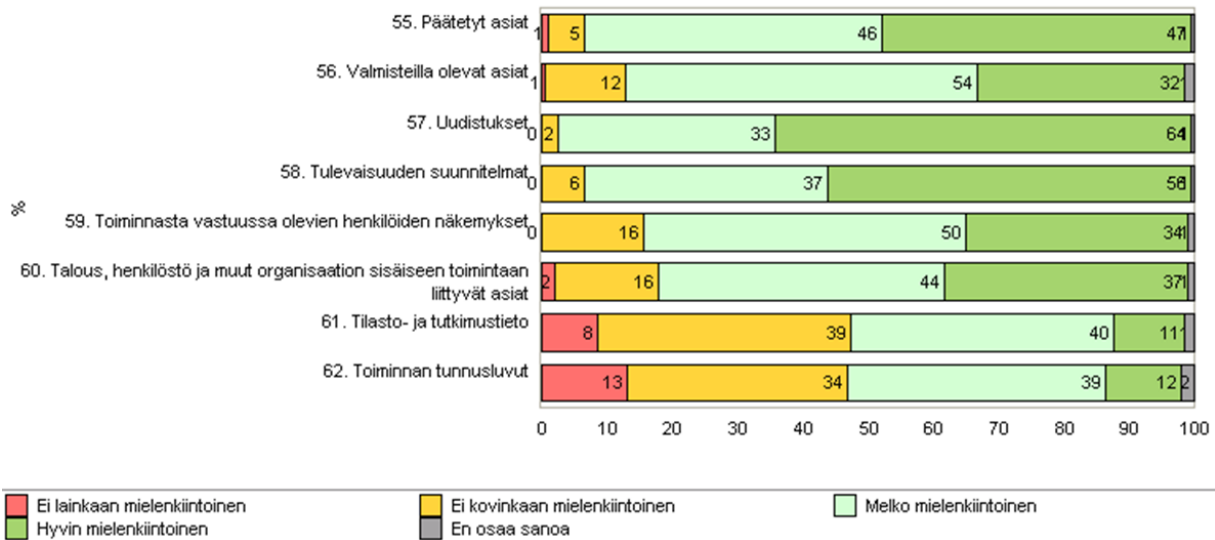
<sup>3</sup> Poliisin henkilöstöbarometri 2008, 2010 ja 2012

<sup>4</sup> Poliisin tulevaisuus - tulevaisuuden poliisi. Raportti poliisitoiminnan kehittämishankkeesta - POKEHasta. Poliisihallituksen julkaisusarja 3/2013.

<sup>5</sup> Tutkimus poliisin viestinnästä - Valtioneuvoston kanslian hanke viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmän kehittämiseksi, 2012.

Välitettävää tietoa pidetään hyvin luotettavana. Sen sijaan vastaajien kannalta oleellinen tieto ei ole helposti löydettävissä. Viestintään ja vuorivaikutukseen ollaan kohtuullisen tyytyväisiä.

Mielenkiintoisimmat asiat ovat uudistukset, tulevaisuuden suunnitelmat ja päätetyt asiat. Tietoa saadaan parhaiten sähköpostitse ja joukkoviestimistä. Tiedonkulussa ongelmallisinta on tiedon löydettävyys, selkeys ja oikea-aikaisuus.



Taulukko: Viestinnän sisältöjen kiinnostavuus henkilöstön näkökulmasta (n=202)

## 2.4.2 Kansalaiset

Kansalaisille kohdennetun poliisibarometrin 2014 mukaan luottamus poliisiin on säilynyt vahvana.<sup>6</sup> 92 prosenttia pitää poliisia erittäin tai melko luotettavana.

Valtaosa suomalaisista luottaa poliisiin kykyyn kantaa vastuu yleisen järjestyksen ja turvallisuuden takaamiseksi Suomessa.

Kansalaiset ovat tyytyväisiä poliisin toimintaan viimeisen asiointikerran perusteella. Parhaat arviot poliisi saa ymmärtäväisestä ja asiallisesta asennoitumisesta ja ammattitaidosta. Kokonaisuutena poliisi on onnistunut tehtävissään melko hyvin. Onnistumisen kokonaiskeskiarvo on kuitenkin huonompi kuin vuosina 2003–2012.

Poliisihallitus teetti syys-lokakuussa 2014 kyselyn poliisin viestinnästä.<sup>7</sup>

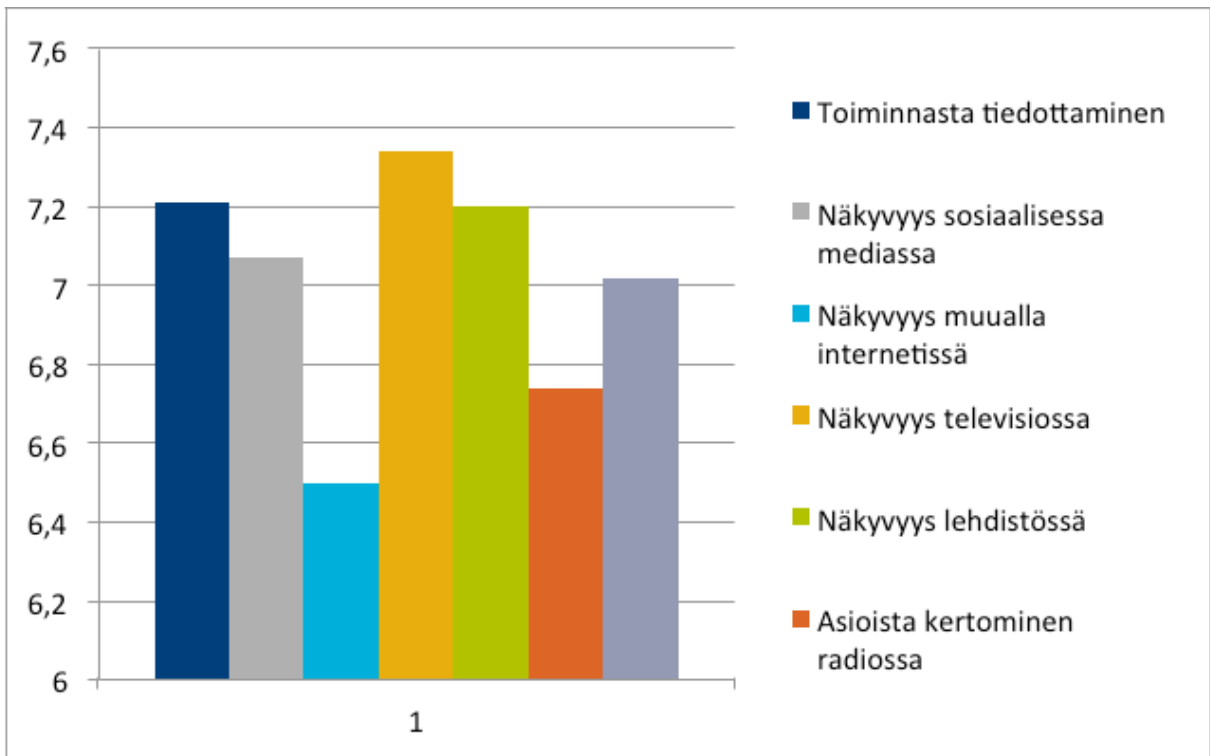
Poliisi saa tiedottamisestaan arvosanan 7+ kun vuoden 2009 turvallisuustutkimuksessa se oli alle 7.<sup>8</sup>

Kansalaiset antavat poliisille parhaat arvionsa näkyvyydestä televisiossa ja lehdistössä sekä toiminnasta tiedottamisesta. Poliisin toiminta sosiaalisessa mediassa on huomattu ja mahdollisuus keskustella poliisien kanssa ja saada heiltä vastauksia arvioidaan tyydyttäväksi.

<sup>6</sup> Poliisibarometri 2014, sisäministeriö

<sup>7</sup> Poliisin viestintä. Taloustutkimuksen viikoittainen Telebus-puhelinhaastattelu 30.9. - 7.10.2014.

<sup>8</sup> Suomi - Euroopan turvallisin maa? Tutkimus suomalaisten turvallisuuskäsityksistä, Petteri Suominen, Poliisin ylijohdon julkaisusarja 7/2009



Taulukko: Kansalaisten antama kouluarvosana poliisin tiedottamisesta (n=1000).

Tutkimuksesta ei kuitenkaan selviä esimerkiksi se, että mitä tuotteita tai tapahtumia vastaaja kokee osaksi poliisin viestintää. Koetaanko sellaisiksi esimerkiksi poliisista kertovat televisiosarjat? Poliisi on ollut virallisesti mukana useissa televisiotuotannoissa, kuten Poliisi-TV, Poliisit, Poliisit Kotihälytys, Lainvalvojat, Poliisikokelaat ja 112.

Esimerkiksi Poliisit-sarjan on nähnyt 89 prosenttia suomalaisista. Yli puolet katsoo ohjelmaa vähintään silloin tällöin. Televisiossa ohjelmaa on esitetty uusinnat mukaan lukien lähes 2000 kertaa. Verkossa sitä on katsottu 15 miljoonaa kertaa.

44 prosenttia kertoo sarjan muuttaneen mielikuvaa poliisista joko hieman myönteisemmäksi tai selvästi myönteisemmäksi.<sup>9</sup> Yli kolmasosa (37 %) katsojista oli sitä mieltä, että televisiosarja oli lisännyt arvostusta poliisin työtä kohtaan.

Poliisin tavoitettavuutta ei-kiireellisissä tilanteissa selvitettiin vuonna 2013.<sup>10</sup> Kaksi kolmesta ilmoittaa ottaneensa yhteyttä poliisiin viimeisen kahden vuoden aikana ei-kiireellisen asian vuoksi. Ylivoimaisesti useimmin yhteydenotto liittyy johonkin lupa-asiaan.

Jakauma yhteydenoton syistä prosentuaalisesti: lupa-asiat (46%), rikosilmoitus (13%), löytötavarat (13%), muut ei-kiireelliset YJT-asiat (mm. toistuva häriköinti) (7%), rikosasioita koskeva neuvonta (6%), vihjeet (6%), tiedustelu oman asian käsittelyn etenemisestä (6%), liikenneasioita koskeva neuvonta (3%), siviilioikeudellisten asioiden neuvonta (2%) tai jokin muu (<2%).

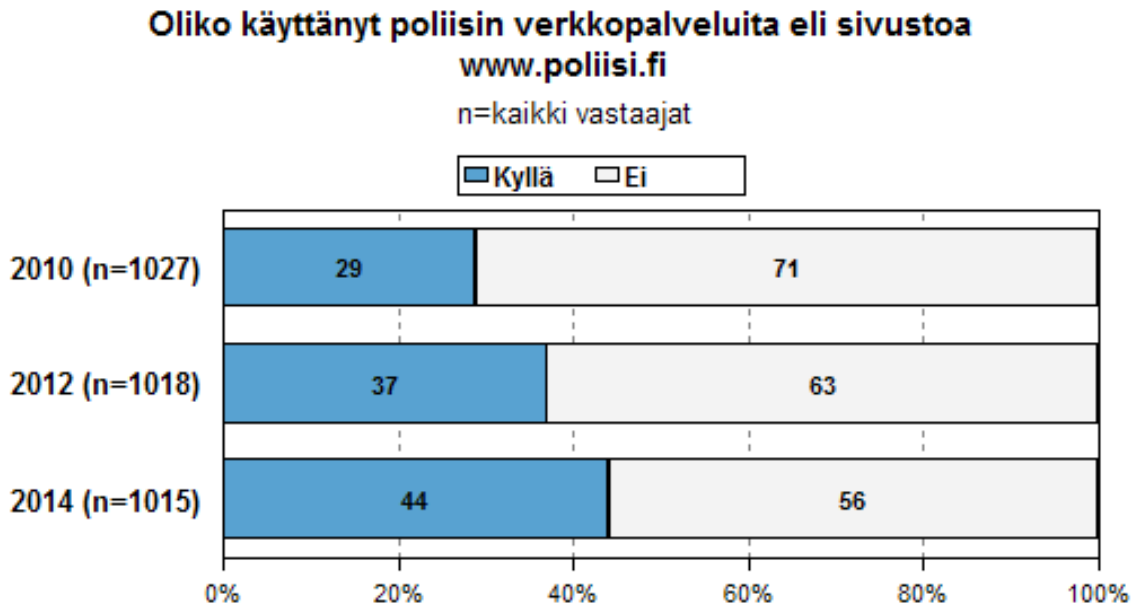
Nuoret (15–24 -vuotiaat) antoivat eniten vihjeitä ja pitivät verkkoa mieluisimpana asiointitapana.

9 Poliisit-tv-sarjan vaikutus katsojien mielikuviin poliisista, Taloustutkimus 29.11.2013, Juho Rahkonen ja Marko Mäkinen

10 Poliisin tavoitettavuus ei-kiireellisissä asioissa - Tavoitettavuustyöryhmän loppuraportti 2013. Poliisihallituksen julkaisusarja (2020/2012/4101)

Asiointitavoista ilmeni tiivistetysti seuraavaa: käyntiasiointi (74 %), puhelinasiointi (41), Internet-palvelut (25 %), sähköposti (5 %) ja sosiaalinen media (2 %).

Helppimpana tapana virka-ajan ulkopuolella tapahtuvaan yhteydenottoon pidetään poliisi.fi -sivuja.



Taulukko: Poliisibaronetrin mukaan verkkopalveluiden käyttö on lisääntynyt.

Poliisi on lisännyt läsnäoloaan sosiaalisessa mediassa. Tuloksia on käsitelty yksityiskohtaisemmin Poliisihallituksen raportissa Poliisin näkyvä toiminta sosiaalisessa mediassa.<sup>11</sup>

Poliisiyksiköiden sosiaalisen median profiileilla on yhteenlaskettuna yli 430000 seuraajaa. Esimerkiksi eniten seurattu Suomen poliisin facebook-profiili tavoittaa viikottasolla jopa 1,5 miljoonaa käyttäjää. Tavoitettavuus-tutkimuksen mukaan sosiaalista mediaa ei selvästikään mielletä asiointiksi, vaan pikemminkin viestinnäksi.

Sosiaalinen media on korostunut myös viestinnän valmiussuunnittelussa ja häiriötilanteiden viestinnässä. Kokonaisuutta on käsitelty Poliisihallituksen julkaisussa Viestinnän valmius.<sup>12</sup>

### 2.4.3 Media

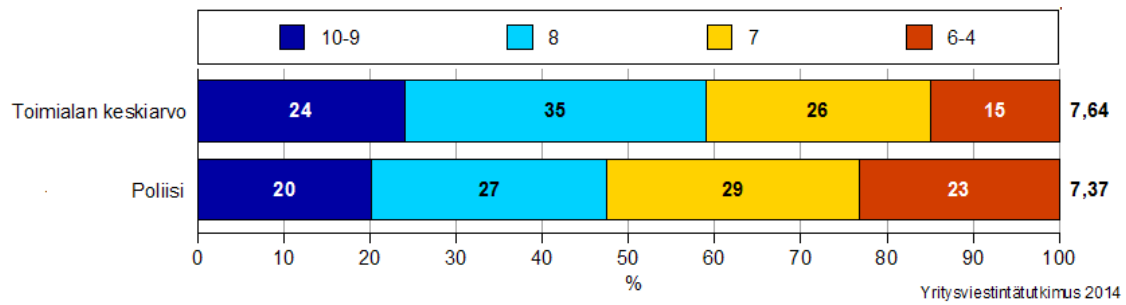
Poliisin viestinnän toimivuutta kysyttiin median edustajilta yritysviestintätutkimuksessa 2014.<sup>13</sup> Poliisi on julkishallinnosta eniten seurattu toimija. Yli puolet kyselyyn osallistuneista toimittajista seuraa sen viestintää.

Yleisarvosanojen keskiarvo oli 7,64 eli selkeästi parempi kuin 2013 (7,36). Julkisten palveluiden sarjassa se oli kuitenkin vasta sijalla 21.

<sup>11</sup> Poliisin näkyvä toiminta sosiaalisessa mediassa, Poliisihallituksen julkaisusarja 2/2012.

<sup>12</sup> Viestinnän valmius, viestinnän valmiustyöryhmän loppuraportti, Poliisihallituksen julkaisusarja 2/2012.

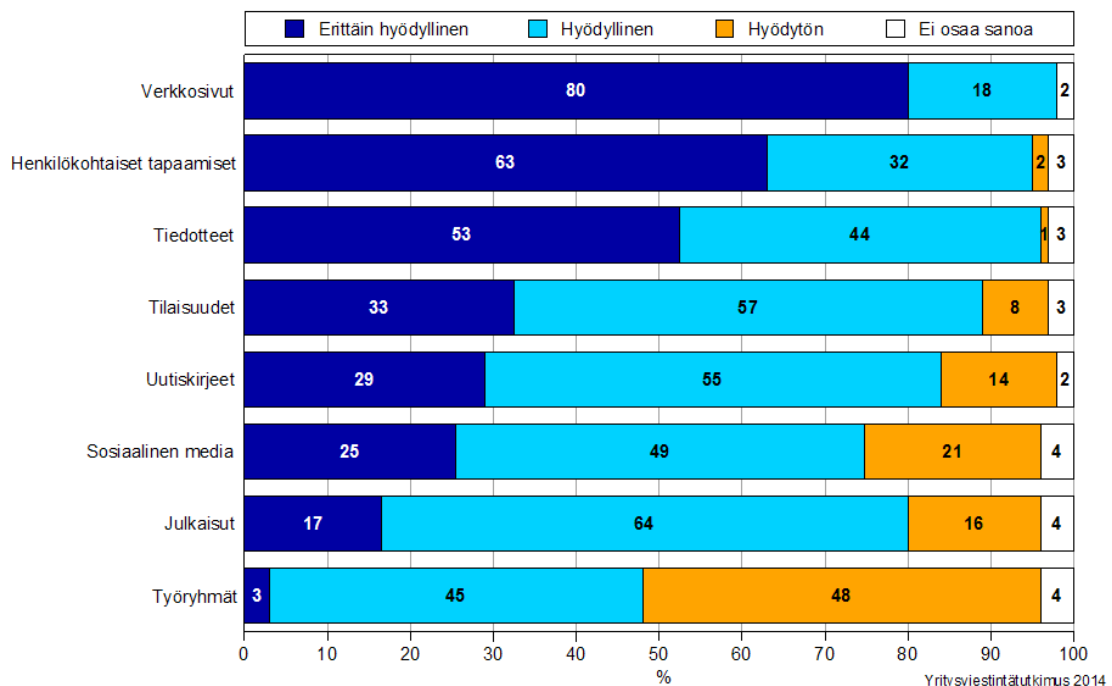
<sup>13</sup> Yritysviestintätutkimus 2014. Poliisi. Taloustutkimus Oy.



Taulukko: Poliisin saamien viestinnän arvosanojen jakauma suhteessa muihin toimijoihin julkishallinnossa

Viestinnän arvosanaksi poliisi saa 7,37. Parhaimmaksi arvioitiin viestinnän luotettavuus. Kriittisimmin arvioitiin viestinnän nopeutta. Myönteiseen suuntaan olivat kehittyneet tiedottajien ammattitaito, tiedotusmateriaalin taso ja tiedottajien tavoitettavuus

Aiempaa heikomman arvion saivat yhteiskuntavastuusta tiedottaminen, viestinnän nopeus, verkkoviestintä ja viestinnän avoimuus.



Taulukko. Eri viestintäkanavien hyödyllisyys toimittajien näkökulmasta

Sidosryhmätutkimuksen 2012 mukaan palvelun laatuun oltiin enimmäkseen tyytyväisiä, joskin informaatiota ei koettu silloinkaan saatavan riittävästi.<sup>14</sup> Myös henkilöiden tavoitettavuutta olisi hyvä parantaa.

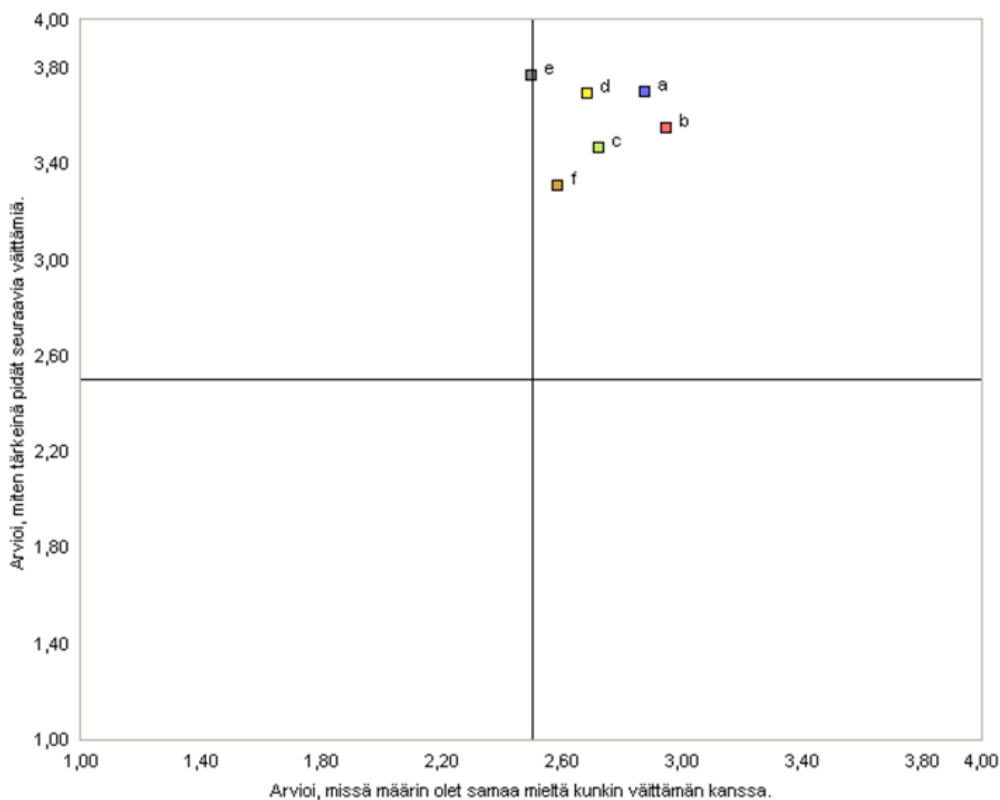
Poliisi koettiin median keskuudessa hyvin luotettavaksi ja asiantuntevaksi organisaatioksi. Sen sijaan sitä ei pidetä avoimena, joustavana tai innovatiivisena. Tiedon välittämiselle sekä viestinnälle ja vuorovaikutukselle annettiin enimmäkseen hyviä arvioita.

<sup>14</sup> Tutkimus poliisin viestinnästä - Valtioneuvoston kanslian hanke viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmän kehittämiseksi, 2012.

Mielenkiintoisimpina asioina pidetään uudistuksia ja tulevaisuuden suunnitelmia. Tiedonlähteinä parhaiten toimivat sähköposti, joukkoviestimet ja tiedotteet. Poliisin verkkosivuilta haetaan eniten uutisaineistoja ja yhteystietoja. Kriisitilanteessa tieto on ollut luotettavaa ja viestinnän sävy on ollut tilanteeseen sopivaa. Sen sijaan tietoa ei ole ollut helposti saatavilla.

Tutkimukseen vastasi 303 median edustajaa, joista noin puolet työskentelee alueellisissa ja paikallisissa sanomalehdissä. Noin kolmannes vastaajista on viikoittain tekemisissä poliisin kanssa.

Vastaajista 88 % tuntee poliisin perustehtävän hyvin tai melko hyvin ja 93 % mukaan poliisi on onnistunut sen toteuttamisessa hyvin tai melko hyvin.



- a = 48. Käytettävissä olevat viestinnän välineet toimivat hyvin
- b = 49. Viestinnästä vastaavilla on hyvät suhteet meihin
- c = 50. Tiedotteet ja tiedotusmateriaalit ovat laadukkaita
- d = 51. Viestintä on oikea-aikaista
- e = 52. Viestinnästä vastaavat henkilöt ovat hyvin tavoitettavissa
- f = 53. Organisaation johto on aktiivisesti mukana viestinnässä

Taulukko: Poliisin viestintä ja vuorovaikutus median näkökulmasta.

Vuoden 2010 mediabarometrissa poliisin päivittäisviestintää kiitettiin, mutta siihenkin toivottiin lisää avoimuutta, aloitteellisuutta ja nopeutta.<sup>15</sup> Alueelliset erot palautteen osalta olivat suuria. Yleisesti ottaen toimittajat kiinnittivät huomiota muun muassa tiedotteiden sisällön selkeyteen ja informatiivisuuteen.

Viestinnän vaatimukset korostuvat poikkeuksellisissa tilanteissa. Esimerkiksi koulusurmien yhteydessä niin median kuin viranomaistenkin toimintatapoja on arvioitu kriittisesti. Uutiskilpailu sekunneista on lisännyt riskiä väärien tietojen julkaisemiseen. Toisaalta luotettavuuteen pyrkivää viranomaisviestintää on syytetty hitaudesta ja byrokraattisuudesta.

15 Mediabarometri 2010, Infor Consulting Oy

Tutkijoiden mukaan kriisijournalismi on käännekohdassa. Jokelassa uutisoinnissa menttiin liian pitkälle, Kauhajoella ei oltu lähelläkään rajaa. Siellä otettiin ajatuksellisesta, ajallista ja fyysistä etäisyyttä uhreihin tavalla, joka ei tuntunut mahdolliselta vielä joitakin vuosia sitten.

Tulevissa kriiseissä journalistit varautuvat toimimaan tilanteessa, jossa viranomaiset ja kriisi-työntekijät rajaavat mahdollisuuksia päästä katastrofipaikalle ja haastattelemaan järkyttyneitä ja sokkitilassa olevia pelastuneita ja uhrien omaisia. Internetin yhteisöt ja keskustelupalstat julkaisevat nopeasti ja tehokkaasti kaiken saamansa informaation piittaamatta journalismien eettisistä normeista. Kaikkialla läsnä olevat kamerapuhelimet vauhdittavat kehitystä.<sup>16</sup>

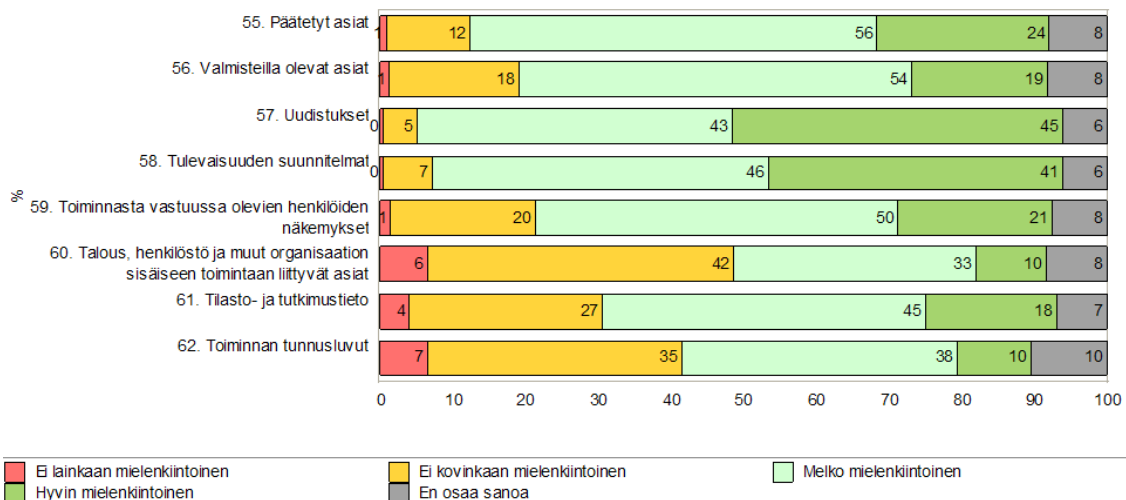
Toimintaympäristön muutoksen myötä media- ja viestintäosaamisen tarve poliisissa kasvaa. Poliisilta edellytetään yksittäisessä tilanteessa nopeaa reagointia ja tehokasta viestinnän organisointia. Tätä varten on perustettu poliisin valtakunnallinen viestinnän valmiusryhmä ja alueellisia valmiusryhmiä.

#### 2.4.4 Sidosryhmät

Poliisin sidosryhmätutkimuksen 2012 mukaan runsas puolet vastaajista kokee olevansa tärkeä kumppani poliisille.<sup>17</sup> Yhdeksän kymmenestä on yhteistyöhön tyytyväisiä ja 70 prosenttia tuntee poliisin perustehtävän. 87 prosenttia on sitä mieltä, että poliisi on onnistunut hyvin tai melko hyvin perustehtävässään.

Kyselyyn osallistui 618 henkilöä muusta sisäasiainhallinnosta, eri ministeriöistä, muusta julkis-hallinnosta sekä keskeisistä yrityksistä ja yhteisöistä. Suurin osa vastaajista (43%) teki suorittavia tehtäviä. Seuraavaksi suurimmat vastaajaryhmät olivat asiantuntijat (24%) ja esimiehet (21%). Suurin osa vastaajista (71%) oli tekemisissä poliisin kanssa harvemmin kuin kerran kuukaudessa.

Palvelun laatuun ollaan enimmäkseen tyytyväisiä: toiminnan koetaan olevan suunnitelmallista ja johdonmukaista. Poliisi koetaan hyvin luotettavaksi ja asiantuntevaksi organisaatioksi. Sen sijaan sitä ei pidetä erityisen innovatiivisena.



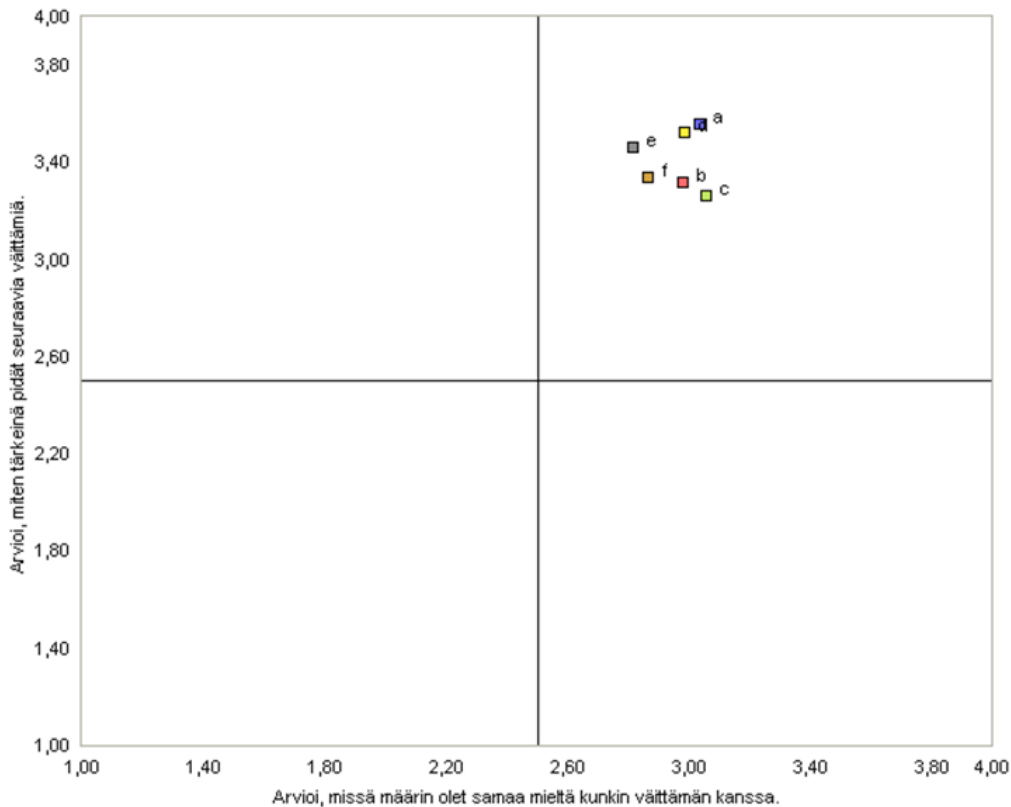
Taulukko: Viestinnän sisältöjen kiinnostavuus sidosryhmien näkökulmasta (n=5123)

16 Kauhajoen koulusurmat mediassa, Tampereen yliopiston tutkimus 2009

17 Tutkimus poliisin viestinnästä - Valtioneuvoston kanslian hanke viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmän kehittämiseksi, 2012.

Tiedon välittämiseen sekä viestintään ja vuorovaikutukseen ollaan tyytyväisiä: tieto on luotettavaa ja käytössä olevat viestinnänvälineet toimivat hyvin.

Mielenkiintoisimmat asiat ovat uudistukset ja tulevaisuuden suunnitelmat. Tietoa saadaan parhaiten joukkoviestimistä, www-sivuilta ja sähköpostitse. Vastaajat hyödyntävät poliisin www-sivuja vähän. Eniten hyödynnetään uutisaineistoja. Kriisitilanteissa tieto on ollut luotettavaa.



- a = 48. Käytettävissä olevat viestinnän välineet toimivat hyvin
- b = 49. Viestinnästä vastaavilla on hyvät suhteet meihin
- c = 50. Tiedotteet ja tiedotusmateriaalit ovat laadukkaita
- d = 51. Viestintä on oikea-aikaista
- e = 52. Viestinnästä vastaavat henkilöt ovat hyvin tavoitettavissa
- f = 53. Organisaation johto on aktiivisesti mukana viestinnässä

Taulukko: Poliisin viestintä ja vuorovaikutus sidosryhmien näkökulmasta.

## 2.5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Sisäministeriön hallinnonalan toiminta- ja taloussuunnitelmassa 2016–2019 sekä tuloussuunnitelmassa 2015 poliisille on asetettu yhteiskunnallisia vaikuttavuustavoitteita.

Poliisin on panostettava näkyvyyteen, tavoitettavuuteen ja palveluiden saatavuuteen. Poliisi uudistaa ja kehittää palveluitaan korostaen joustavia ja moderneja palvelumuotoja. Tässä työssä huomio kiinnitetään erityisesti asiakaslähtöisesti käyttäjien näkemyksiin ja toiveisiin. Tavoitteena on muun muassa helppokäyttöisyys.

Keskeisinä toimintalinjoina on parantaa viestinnän vaikuttavuutta sekä ylläpitää ja lisätä poliisin näkyvyyttä muun muassa viestinnän keinoin, tarjota mahdollisuus vuorovaikutukseen ja pyrkiä siten ehkäisemään rikoksia, häiriöitä ja onnettomuuksia.

Viestintään liittyviä tavoitteita käsitellään myös valmisteilla olevassa sisäisen turvallisuuden strategiassa ja poliisin toimintastrategiassa sekä aiemmin valmistuneessa poliisin ennalta ehkäisevän toiminnan strategiassa.<sup>18</sup>

Poliisin toimintastrategian kulmakivinä ovat turvallisuuden varmistaminen, rikollisuuden torjuminen ennakolta, palvelujen tehokas tuottaminen sekä luottamuksen ylläpitäminen ja yhteiskunnallinen vaikuttaminen. Toimenpiteitä on useita, kumppanuuksista kyberiin ja kokonaisarkkitehtuurista kansainvälistymiseen.

Ennalta ehkäisevän strategian mukaan sitä tukeva viestintä on aktiivista, suunniteltua ja se nostaa esiin turvallisuuteen haitallisesti vaikuttavia ilmiöitä, tiedottaa ennakoivasti sekä osallista ihmiset vaikuttamaan turvallisuuden edistämiseen.

Nykytilan kartoituksessa on kuvattu poliisin viestinnän organisatorisia ja toiminnallisia muutoksia, vuosille 2010–2013 määritettyjen kehittämisalueiden toteutumista sekä niiden vaikutuksia oman henkilöstön, kansalaisten, median ja sidosryhmien kokemaan asiakastyytyväisyyteen.

Yhteenvedona voi todeta, että viestinnän sisäiset toimintaedellytykset hallintorakennemuutosten yhteydessä ovat parantuneet. Sen asema osana johtamista on vahvistunut ja jokaiseen poliisiyksikköön on saatu päätoimiset viestintäpäälliköt ja muita päätoimisia viestinnän tekijöitä. Viestinnän resurssit, tehtävät ja tehtävänkuvat on yhdenmukaistettu. Samalla on luotu uusia suorituskykyjä.

Organisaatiouudistuksen ohella on uudistettu toimintatapoja, perustettu uusia verkostoja ja luotu viestinnän vuosikalenteri oman ennakoivan toiminnan tueksi.

Organisaation ja toimintatapojen muutokset eivät ensimmäisen vuoden jälkeen näy vielä täysimääräisesti poliisin tuottamissa viestintäpalveluissa. Poliisin henkilöstö on kokenut aiempina vuosina sisäisen viestinnän ja tiedonkulun työyhteisössä heikentyneen. Eniten kaivataan avoimuutta ja mahdollisuutta vuorovaikutukseen. Tulosten heikkenemiseen ei voi olla vaikuttamatta kolme mittavaa organisaatiouudistusta kuuden vuoden aikana.

Kansalaisten ja median käsitykset ovat jossain määrin parantuneet aiempaan verrattuna. Sidoryhmien osalta ei ole käytettävissä vertailututkimuksia.

Isossa kuvassa poliisin viestintä on menossa oikeaan suuntaan. Sen seuranta ja arviointi on kuitenkin jossain määrin sattumanvaraista. Siksi on perusteltua määritellä selkeät mittarit, joilla johdetaan ja ohjataan toimintaa osana toiminnan ja talouden suunnittelua. Mittaristo on kytkettävä tiiviisti osaksi vuosien 2015–2018 kehittämisalueita.

Poliisin viestinnän nykytilan kartoituksessa vuonna 2009 nousivat esille kehittämisalueina:

- riittävän osaamisen varmistaminen hallinnon kaikilla tasoilla
- maineenhallinta ja strategisen vaikuttavuuden edistäminen
- ennakointi selittämisen sijaan
- näkyvyyden ylläpitäminen ja lisääminen
- vuorovaikutteisuuden lisääminen
- oman henkilöstön parempi huomioiminen
- seurannan ja arvioinnin tehostaminen.

---

18 Poliisin ennalta ehkäisevän toiminnan strategia vuosille 2014–2018, Sisäministeriön julkaisu 2/2014

Ne kaikki ovat edelleen relevantteja, mutta rinnalle on tullut myös uusia painotuksia. Viestinnän viimeisimmät trendit edellyttävät organisaatioilta sopeutumista:<sup>19</sup>

- maineenhallinnasta odotustenhallintaan
- henkilöstön hallinnasta mahdollistamiseen
- viestimisestä kuuntelemiseen
- huomiosta vuorovaikutukseen ja
- strategioista kulttuurisiin muutoksiin.

---

<sup>19</sup> Särkymätön viestintä, professori Vilma Luoma-aho, Jyväskylän yliopisto

# 3. POLIISIN VIESTINTÄSTRATEGIA

## 3.1 JOHDANTO

Hyvä maine syntyy siitä, että tekee oikeita asioita ja kertoo niistä muille. Poliisi tekee hyviä tekoja päivittäin: estää rikoksia ja onnettomuuksia ja selvittää niitä.

Poliisin on panostettava näkyvyyteen, tavoitettavuuteen ja palveluiden saatavuuteen. Lähtökohtana on vaikuttavuus. Viestinnällä voidaan parhaimmillaan saada hyviä tuloksia kustannustehokkaasti.

Tähän päästään ylläpitämällä ja lisäämällä näkyvyyttä viestinnän keinoin, tarjoamalla mahdollisuus vuorovaikutukseen ja pyrkimällä siten ehkäisemään rikoksia, häiriöitä ja onnettomuuksia ennalta.

Tehtävä ei ole helppo. Poliisin on pyrittävä vaikuttamaan vastaanottajan tietoihin, asenteisiin ja käyttäytymiseen.

Viestinnän tehtävänä on suunnitella ja kehittää tapoja, joilla kohtaamme yhteiskunnan menestyksekkäästi ja turvallisuutta lisäävällä tavalla. Poliisin pitää olla kasvollinen ja siellä missä kansalaisetkin ovat: televisiossa, verkossa, turuilla ja toreilla.

Tehtävää varten poliisilla on oltava ammattitaitoinen, palveleva ja tehokas viestintäorganisaatio, jolla on yhteiset toimintatavat ja riittävät resurssit normaalioloissa ja tehostettua viestintää vaativissa tilanteissa.

Viestintä on strategisen johtamisen väline ja luonnollinen osa johtamista. Johdon oma aktiivinen rooli on edellytys sen onnistumiselle. Samalla on muistettava, että viestintä kuuluu kaikille poliisin hallinnossa palveleville. Se ei ole yksin oikeus, se on myös velvollisuus.

Poliisin viestinnässä on määritetty vuosille 2015–2018 viisi kehittämisaluetta ja 12 niitä tukevaa toimenpidettä. Niiden seurantaan on määritetty ensimmäistä kertaa koko hallinnonalan yhteiset mittarit, joilla toimintaa voidaan johtaa ja ohjata osana toiminnan ja talouden suunnittelua sekä tuloksellisuuden ja vaikuttavuuden arviointia.

## 3.2 VIESTINTÄ ON OSA JOHTAMISTA

**Poliisissa ymmärretään, että viestintä on strategisen johtamisen väline ja luonnollinen osa johtamista. Johdon oma aktiivinen rooli viestinnässä on edellytys sen onnistumiselle.**

Viestintä tukee ja tehostaa johtamista ja edistää siten poliisin lakisäateisten tehtävien hoitamista, poliisin ydinprosesseja ja poliisin strategisten tavoitteiden toteutumista. Siksi se on sisällytettävä kaikkiin poliisin toimintasuunnitelmiin niiden toteuttamista ja vaikuttavuutta edistävänä tekijänä.

Viestintä edistää asioiden suunnittelun, valmistelun ja päätöksenteon toteutumista poliisihallinnossa sekä kansalaisten ja muiden sidosryhmien keskuudessa.

Tehokas viestintä edellyttää jatkuvaa viestinnällisten tarpeiden tunnistamista, viestintäosaamisen varmistamista ja viestinnän tarkoituksenmukaista järjestämistä niin toiminnan ja talouden suunnittelussa kuin päivittäistoimintoja organisoitaessa.

Yksikön päällikkö vastaa siitä, että viestintä hoidetaan kaikissa tilanteissa viestinnästä annettujen määräysten ja ohjeiden mukaisesti.

Jokainen poliisihallinnossa työskentelevä viestii omalla toiminnallaan. Vastuullisella viestinnällä ylläpidetään ja kehitetään poliisin vahvaa sisäistä ja ulkoista yhteisökuva.

Poliisi toteuttaa viestinnässään yhdenmukaisuuden periaatetta, joka palvelee poliisin monialaista ja erikoistunutta toimintaa. Kansalaisia palvelee yksi yhtenäinen poliisi.

### 3.3 VASTUUT, ORGANISOINTI JA PROSESSIT

Valtionhallinnon peruseriaate on, että kukin viranomainen vastaa omaan toimialaansa liittyvästä viestinnästä ja ulkoisesta tiedottamisesta.

Jokaisella poliisin yksiköllä on velvollisuus järjestää ulkoinen ja sisäinen viestintä tavalla, joka vastaa nykyistä lainsäädäntöä sekä sitä, mitä valtion viranomaisen julkisuudesta on erikseen määrätty.

**Jokaisen poliisihallinnossa työskentelevän on otettava viestintä ja sitä koskevat ohjeet huomioon sekä työssään että vapaa-ajallaan. Jokaisella työntekijällä – erityisesti esimiesasemassa olevalla – on vastuu viestinnästä omaan tehtäväalueeseensa liittyen.**

Poliisin viestinnän valtakunnallisista linjauksista vastaa ja tiedottaa poliisihallitus. Poliisin yksiköiden ja poliisilaitosten päälliköt vastaavat oman yksikkönsä viestinnästä.

Viestinnän vastuut on määriteltävä poliisin yksiköiden ja poliisilaitosten ohjesäännössä ja työjärjestyksessä. Viestinnän organisointi määritellään tarkemmin yksiköiden viestintästrategioissa tai -suunnitelmissa.

Pääsääntöisesti yksittäisestä asiasta viestii se, jonka vastuualueelle asia kuuluu lakien, valtuutuksen, tehtävän tai asiantuntijuuden perusteella.

**Jokaisen poliisin hallintolain mukaisen yksikön ja poliisilaitoksen on nimettävä vähintään yksi päätoiminen viestintäpäällikkö sekä tarvittava muu viestintähenkilöstö.**

Viestintäpäällikön tiedonsaanti turvataan parhaiten nimittämällä hänet yksikön johtoryhmään sekä muihin päättäviin elimiin.

**Poliisin viestinnässä on sovellettava yhteisiä prosesseja ja niihin liittyviä menetelmiä ja järjestelmiä. Niiden avulla saavutetaan tuloksia kustannustehokkaasti ja tuotetaan tilannekuva poliisin strategisen ja operatiivisen toiminnan tueksi.**

Viestintäprosessiin kuuluu viisi vaihetta: viestintätarpeiden tunnistaminen, viestintätarpeiden määrittäminen sidosryhmittäin, viestinnän suunnittelu, viestinnän toteutus sekä seuranta ja arviointi.

Prosessi on kuvattu yksityiskohtaisesti poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirjassa.

### 3.4 VIESTINNÄN STRATEGISET TAVOITTEET

#### **Tehtävä: Miksi me olemme olemassa**

**Viestinnällä pyritään vaikuttamaan vastaanottajan tietoihin, mielipiteisiin ja asenteisiin sekä käyttäytymiseen. Viestintä perustuu vastaanottajan tarpeisiin ja poliisin strategiaan tavoitteisiin.**

**Poliisin viestinnän tehtävänä on antaa yleistä informaatiota toiminnastaan, neuvontaa hallinnonalalla käsiteltävistä asioista ja saatavista julkisista palveluista sekä pyrkiä edistämään kansalaisten yhteiskunnallista osallistumista.**

Informoinnilla tarkoitetaan esimerkiksi joukkoviestimien kautta tapahtuvaa tiedottamista ja sekä erilaisten julkaisujen tuottamista.

Neuvonnalla taataan kansalaisille tarvittava käytännön tieto hallinnossa asioimiseen, jotta asiointi olisi mahdollisimman vuorovaikutteista.

Osallistumisen edistämiseksi tarkoitetaan vuorovaikutteista viestintää, jossa poliisi edistää keskustelua tiedottamalla aktiivisesti vireillä olevista asioista, teemoista, ilmiöistä, ongelmista ja niiden ratkaisuvaihtoehdoista sekä perustelee päätöksensä julkisuudessa.

**Poliisin viestintä suunnittelee, toteuttaa ja kehittää tapoja, joilla poliisi kohtaa yhteiskunnan menestyksekkäästi ja turvallisuutta lisäävällä tavalla. Poliisin pitää olla siellä, missä kansalaisetkin ovat. Yhteiskunnan kohtaaminen tapahtuu eri julkisuuden kentillä.**

Julkisuuden kentät, joissa toimimme:

Kansalaisjulkisuus on yhteydenpitoa kansalaisiin (kansalaiskyselyihin vastaaminen, messut ja muut yleisötilaisuudet, tutustumiskäynnit, seminaarit ja luennot).

Mediajulkisuus on yhteydenpitoa mediaan ja mediaseurantaa.

Verkkojulkisuus on sähköisen viestinnän ja asioinnin ylläpitoa ja kehittämistä sekä verkkojulkisuuden seurantaa, myös sosiaalisen median osalta.

Asiantuntijajulkisuus on yhteydenpitoa viranomaisiin ja muihin yhteistyö- ja kohderyhmiin sekä asiantuntijavaikuttaminen.

Sisäinen julkisuus on hallinnonalan toimijoiden sisäistä ja keskinäistä viestintää.

Kansainvälinen julkisuus on yhteydenpitoa ulkomaisiin kumppaneihin (suurlähetystöt ja eri maiden poliisihallinto), kansainvälisiin järjestöihin ja eri maiden mediaan.

### 3.5 ARVOT: MIHIN ME USKOMME

Poliisin viestintä perustuu samalle arvopohjalle kuin hallinnon muukin toiminta.

Poliisitoiminnassa ei riitä lain ja määräysten noudattaminen, vaan sen on jokaisessa yksittäistapauksessa kestävä myös eettinen tarkastelu. Arvot ohjaavat viestintää antamalla sen toteuttamiselle yhteisesti sovitut linjat.

## **Poliisin arvoja ovat oikeudenmukaisuus, ammattitaito, palveluperiaate ja henkilöstön hyvinvointi. Niiden on toteuduttava myös poliisin päivittäisessä viestinnässä.**

Oikeudenmukaisuus merkitsee viestinnässä luotettavuutta, tasapuolisuutta ja vuorovaikutteisuutta. Viestintä on lakien ja ohjeiden mukaista. Poliisilla ei tarvitse olla vastauksia kaikkiin kysymyksiin, mutta sen, minkä poliisi sanoo, on oltava totta.

Kansalaisille ja joukkoviestimille suunnattu viestintä on alueellisesti, poliittisesti ja kielellisesti tasapuolista. Poliisi tiedottaa yhdellä suulla, eli tiedottavasta yksiköstä ja asiasta riippumatta viestinnän perussisältö on yhdenmukainen.

Ammattitaito viestinnässä merkitsee sitä, että poliisi tunnistaa tiedotettavat asiat ja hoitaa viestinnän aktiivisesti, aloitteellisesti ja asiantuntevasti. Poliisi huolehtii henkilöstönsä viestinnällisistä valmiuksista eri henkilöstöryhmille sopivalla tavalla ja vahvistaa koko henkilöstön viestintävalmiuksia osana ammattitaidon kehittämistä.

Poliisissa työskentelevät viestinnän ammattilaiset muodostavat verkoston, joka tukee yksiköiden viestintää ja huolehtii viestintäosaamisen ajantasaisuudesta. Poliisilla on valmius osallistua toimintaansa koskevaan julkiseen keskusteluun ja profiloitua turvallisuuden asiantuntijana.

Palveluperiaate toteutuu viestinnässä siten, että poliisi käyttää laajasti viestinnän kanavia ja keinoja tavoittaakseen eri kansalais- ja sidosryhmiä. Poliisi jakaa tietoa, neuvoo ja edistää kansalaisten osallistumista vuorovaikutteisella viestinnällä. Viestintä on pitkälti viitsimistä.

Median kyselyt ovat mahdollisuus saada oma ääni kuuluville. Median ja muiden sidosryhmien palvelupyyntöihin suhtaudutaan myönteisesti ja asiallisesti poliisitoiminnalliset näkökohdat huomioiden. Viestintä on selkeää ja ymmärrettävää, mikä varmistaa viestin perillemenon. Luottamus poliisin viestintään syntyy säännöllisyydestä ja avoimuudesta.

Avoin ja monipuolinen sisäinen viestintä on keskeinen osa henkilöstön hyvinvointia. Oma henkilöstö on poliisin viestinnän tärkein sidosryhmä ja saa tiedon ensimmäisenä. Koko henkilöstöllä tulee olla mahdollisuus saada tietoa keskeisistä asioista ja osallistua yhteisten asioiden valmisteluun.

Viestinnän seuraaminen ja tiedonkulun edistäminen kuuluu jokaisen virkatehtäviin. Suunnitelmallinen, laadukas ja vuorovaikutteinen sisäinen viestintä edistää tuloksellista toimintaa luomalla yhteisiä toimintatapoja ja sitouttamalla poliisin toiminnan tavoitteisiin.

### 3.6 VISIO 2020: MITÄ ME HALUAMME OLLA

Poliisin vision mukaan Suomi on Euroopan turvallisimman maan, minkä takeena on ammattitaitoinen, palvelualtis, luotettava, yhteistyöhakuinen ja tehokkaasti organisoitu poliisi.

**Poliisin viestinnän visiona on helpottaa kansalaisten tiedonsaantia ja osallistumista turvallisuutta koskevaan päätöksentekoon, edistää rikosten selvittämistä ja ehkäistä niitä ennalta sekä siten ylläpitää luottamusta poliisiin.**

Poliisilla on ammattitaitoinen, palveleva ja tehokas viestintäorganisaatio, jolla on yhteiset toimintatavat ja riittävät resurssit normaalioloissa ja tehostettua viestintää vaativissa tilanteissa.

### 3.7 SIDOSRYHMÄT: MITEN ME HALUAMME VIESTIÄ

**Poliisin viestinnän painopisteenä on ylläpitää ja lisätä poliisin näkyvyyttä, tarjota mahdollisuus vuorovaikutukseen ja siten estää rikoksia, häiriöitä ja onnettomuuksia ennalta.**

Oma henkilöstö on poliisin viestinnän tärkein kohderyhmä. Sisäinen viestintä luo myös edellytykset onnistuneelle ulkoiselle viestinnälle.

Sisäisen viestinnän painopisteenä on

- varmistaa henkilöstön tiedonsaanti osana johtamista kaikissa tilanteissa
- välittää henkilöstölle tieto ensimmäisenä
- tarjota henkilöstölle aito mahdollisuus vuorovaikutukseen ja asiantuntijatiedon hyödyntämiseen.

Ulkoisen viestinnän keskeisiä sidosryhmiä ovat kansalaiset ja kansalaisjärjestöt, päättäjät, turvallisuus- ja oikeusviranomaiset, muu julkishallinto, turvallisuusalan toimijat, ammattijärjestöt, joukkoviestimet ja kansainväliset kumppanit.

Ulkoisen viestinnän painopisteenä on

- edistää kansalaisten tiedollisten oikeuksien toteutumista
- lisätä poliisin näkyvyyttä ja mahdollisuutta kommunikoida poliisin kanssa julkisuuden eri kentillä ja siten
- ylläpitää yleistä järjestystä ja turvallisuutta.

### 3.8 PERUSVIESTIT: MITÄ ME HALUAMME VIESTIÄ

Poliisin perusviestit johdetaan poliisin lakisäätelisistä tehtävistä, strategisista tavoitteista ja arvoista. Perusviesteihin tiivistyvät poliisin tehtävät ja tavoitteet.

Poliisin sisäisessä viestinnässä korostetaan poliisin yhtenäisyyttä, jolla turvataan kansalaisten tasapuolinen kohtelu.

Ulkoisessa viestinnässä korostetaan koko yhteiskunnan osallistumista turvallisuuden tekemiseen ja poliisin osuutta kokonaisturvallisuuden luotettavana ammattilaisena.

Sisäinen perusviesti:

- Kansalaisia palvelee yksi yhtenäinen poliisi.

Ulkoiset perusviestit:

- Tehdään yhdessä Suomesta Euroopan turvallisimaa maa.
- Poliisi on luotettava turvallisuuden ammattilainen.

### 3.9 POLIISIN VIESTINNÄLLE ASETETTAVAT VAATIMUKSET

**Poliisin viestintään tulee voida luottaa. Sen on oltava avointa, oikea-aikaista, todenmukaista ja ymmärrettävää. Viestinnän tulee olla suunnitelmallista, tasapuolista ja tilanteen edellyttämällä tavalla vuorovaikutteista. Tiedottamisen tulee olla ennakoivaa, mutta myös reagoivaa.**

Tiedottamisessa on pyrittävä kohtelemaan kaikkia joukkoviestimiä alueellisesti, kielellisesti ja poliittisesti tasapuolisesti. Tiedotettavan asian sisällön tulee olla ymmärrettävää yleiskieltä. Vaikeita asioita täytyy mahdollisuuksien mukaan kansantajuistaa ja selventää sekä käytettyjä käsitteitä täsmentää.

Viestinnällä ei saa leimata eikä halventaa yksittäisiä ihmisiä tai mitään erityisryhmää. Onnistuneen viestinnän perusta on kyky muotoilla sanoma kiinnostavalla ja ymmärrettävällä tavalla. Poliisi voi ottaa kantaa toimialaansa kuuluviin yhteiskunnallisiin ilmiöihin esimerkiksi kansalaisten pelkojen lieventämiseksi, mutta viestinnässä on vältettävä propagandaa ja poliittisesti latautuneita viestejä.

Poliisia edustavan viestijän tulee mieltää edustamansa organisaation rooli yhteiskunnassa. Viestintää tekevän henkilöstön tulee mieltää itsensä kehittämisen vaatimus ja henkilökohtaisten vuorovaikutustaitojen merkitys viestijänä.

Viestijän tulee voida tulkita nopeasti tilanteen asettamat viestinnän vaatimukset. Hänen tulee kyetä käyttämään joustavasti eri viestimiä ja hänen tulee kyetä tarvittaessa muuttamaan viestintätilannetta vuorovaikutukselle edullisemmaksi.

Viestintä ei ole vain tiedonsiirtoa. Se on myös merkityksien luomista, jakamista ja sisällön tulkintaa. Poliisin viestinnässä tulee käyttää hyväksi mahdollisimman tehokkaasti analysoitua tietoa ja luoda ilmiöiden merkitykset niiden valossa.

Viestinnästä vastaavien tulee ymmärtää organisaation toimintalogiikka, hallita viestintään liittyvä lainsäädäntö ja osata ennakoida viestintäkentän muutoksia.

Ihmisten vuorovaikutustaidoissa on eroja. Viestinnän laatu on itsessään viesti poliisin julkisesta kuvasta. Niinpä viestijöiksi tulisi rekrytoida riittävän hyvät vuorovaikutustaidot omaavat henkilöt. Heille on lisäksi annettava riittävät tiedot ja taidot poliisitoiminnan ymmärtämiseksi.

Poliisilla tulee olla valmiudet toteuttaa viestintää nopeasti muuttuvissa tilanteissa ja olosuhteissa. Viestinnän valmiuksissa tulee tiedostaa rajat ylittävän viranomaisyhteistyön ja kansainvälistä huomiota saavan tilanteen vaatimukset riittävälle kielitaidolle. Poliisilla tulee olla riittävät valmiudet tuottaa tietoa myös muilla kuin Suomen virallisilla kielillä.

Viestinnän kanavat kehittyvät jatkuvasti ja sähköisen median merkitys korostuu. Poliisin viestinnässä on huomioitava muutoksen vaatimukset: nopeampi reagointikyky, jatkuva kysyntä uudelle informaatiolle, teknisen osaamisen taso ja korostettu tarve visuaaliselle materiaalille. Kansalaisten lisääntyvä kiinnostus sähköisiin viranomais- ja asiointipalveluihin on otettava huomioon myös viestinnän palveluroolia toteutettaessa.

### 3.10 TEHOSTETTU VIESTINTÄ

**Tehostettu viestintä on viestinnällisten ratkaisujen tekemistä tilanteissa, joissa jokin ennakoimaton, usein yhtäkkinen tapahtuma synnyttää poliisin toimintaympäristössä tai työyhteisön sisällä voimakkaan tiedon tarpeen.**

Tehostettua viestintää tarvitaan tilanteissa, jotka herättävät suurta mielenkiintoa julkisuudessa tai hallinnon sisällä. Toiminta perustuu normaaliaikojen käytäntöihin, joita tehostetaan tilanteen mukaan tarvittavilla resursseilla.

Tehostettu viestintä pyrkii estämään huhujen leviämisen, antamaan käytännön ohjeita kansalaisille sekä välittämään oikean kuvan vallitsevasta turvallisuustilanteesta.

Tehostetun viestinnän peruslähtökohta on, että poliisin johdon sekä valtakunnallisella että yksikötasolla on varauduttava ennakolta ja luotava tarvittava suorituskyky. Tämä edellyttää sitä, että viestinnän ohjeet päivitetään säännöllisesti ja henkilöstön osaaminen varmistetaan riittävällä koulutuksella ja ammattitaitoisella henkilökunnalla. Viestinnän täydennyskoulutus on suunniteltava ja toteutettava vuosittain yksiköiden johto- ja avainhenkilöstölle.

Tehostettua viestintää vaativissa tilanteissa voi viestinnästä ja erityisesti ulkoisesta viestinnästä muodostua yksi poliisin toiminnan kannalta kriittisistä tekijöistä. Poliisin on aloitettava tiedottaminen heti. Etukäteen sovitulla toimintasuunnitelmilla ja työnjaolla tiedottamisen aloittaminen on mahdollista jo ennen kuin tilanne on ensin otettu toiminnallisesti täysin hallintaan.

Normaaliolojen häiriötilanteet ja poikkeusolot edellyttävät poliisin yksiköiltä nopeaa reagointia ja tavanomaista tehostetumpaa viestintää. Vaativien tilanteiden ja poikkeusolojen viestinnässä on tärkeää tunnistaa tilanne ajoissa ja varautua sen nopeaan muuttumiseen. Laatomalla toimintaohjeita ja valmiussuunnitelmia, joissa määritellään myös viestintä- ja tiedotusvastuut sekä muut viestinnässä huomioon otettavat asiat, voidaan tehostaa varautumista.

### 3.11 VIESTINTÄÄ OHJAAVA LAINSÄÄDÄNTÖ JA OHJEISTUS

Tärkeimmät poliisin viestintää ohjaavat lait ovat

- perustuslaki
- laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (Julkisuuslaki, 621/1999)
- asetus viranomaisen toiminnan julkisuudesta ja hyvästä tiedonhallintatavasta (Julkisuusasetus, 1030/1999)
- hallintolaki (434/2003).
- henkilötietolaki (523/1999)
- kielilaki (423/2003)
- laki yhteistoiminnasta valtion virastoissa ja laitoksissa

Näiden lisäksi on lukuisissa muissa laeissa yksittäisiä säädöksiä, jotka poliisin on tarvittaessa otettava huomioon.

Tärkeimmät määräykset ja ohjeet ovat

- Valtionhallinnon viestintäsuositus 2010
- Valtionhallinnon viestintä häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa 2014
- Poliisin viestintämääräys
- Poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirja
- Poliisin arvot
- Poliisiyksiköiden oma viestintäohjeistus

Perustuslaki edellyttää hallinnolta avoimuutta ja asiakirjojen julkisuutta. Se takaa kansalaisille oikeuden saada tietoa viranomaisten asiakirjoista sekä tiedollisen itsemääräämisoikeuden, joka käsittää henkilön lähtökohtaisen oikeuden asettaa itsestään kerättävän ja luovutettavan tiedon rajat.

Julkisuuslaki velvoittaa viranomaiset avoimuuteen ja aktiiviseen tiedottamiseen toiminnastaan. Tiedon julkisuus on pääsääntö, josta voi tehdä poikkeuksen vain erikseen perustelemalla. Se velvoittaa myös edistämään kansalaisten tiedonsaantia ja hyvää tiedonhallintatapaa.

Poliisin viestinnän tavoitteena on lain mukaisen julkisuusperiaatteen toteutuminen yksityisyyden suojaa vaarantamatta. Poliisi tuottaa ja välittää aktiivisesti tietoa toiminnastaan ja sen tuloksista sekä edistää kansalaisten tiedonsaantioikeuksien toteutumista.

Julkisuuslaki rakentuu viranomaisten erillisyyden periaatteelle. Poliisihallinto, poliisin yksiköt ja yksittäinen virkamies tiedottavat omalle vastuualueelleen kuuluvista asioista. Poliisi ratkaisee tiedotuslinjaukset ja tietopyyntötilanteet itsenäisesti, voimassa olevaan lainsäädäntöön perustuen.

Julkisuuslain soveltamiseen liittyviä käytäntöjä on käsitelty poliisin ylijohdon julkaisussa Käsikirja julkisuusksymysten käsittelystä poliisissa.

Julkisuusasetuksessa korostetaan viestinnän riittävää resursointia ja viestintää hoitavien tiedonsaantioikeutta viestinnän toimintaedellytysten turvaamiseksi ja avoimuuden toteuttamiseksi.

Hallintolaki edellyttää viranomaisten palvelevan hyvin asiakkaitaan mm. neuvomalla ja vastaamalla tiedusteluihin. Viestintä on osa poliisin asiakaspalvelua. Viestinnän keinoin pyritään helpottamaan asiointia ja lisäämään lähestyttävyyttä.

Viestintä on valtionhallinnossa jokaisen virkamiehen virkavelvollisuus. Henkilöstön edellytykset ja riittävä osaamistaso esimerkiksi asiakaspalvelun yhteydessä tapahtuvaan viestintään varmistetaan asianmukaisella koulutuksella ja ohjeistuksella.

Hallintolain mukaan viranomaisten on käytettävä asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä kaikessa toiminnassaan, sekä suullisesti että kirjallisesti.

Kielilaki antaa Suomen virallisia kieliä, suomea, ruotsia ja saamea, puhuville oikeuden käyttää äidinkieltään viranomaisten kanssa asioidessaan.

Henkilötietolaki ja useat muut lait käsittelevät yksityisyyden suojaa ja yksilön tiedollista itsemääräämisoikeutta.

Laki yhteistoiminnasta valtion virastoissa ja laitoksissa säättää myös siitä, mitä yhteistoimintamenettelyn puitteissa on tiedotettava henkilöstölle. Sisäisen viestinnän hyvä taso edellyttää kuitenkin huomattavasti laaja-alaisempaa viestintää.

## 4. KEHITTÄMISALUEET 2015–2018

### 4.1 KEHITTÄMISALUEET JA TOIMENPITEET

Poliisin nykytilan kartoitus osoitti useita kehittämistarpeita. Työryhmä luokitteli ne sen mukaan, miten tärkeäksi ne koetaan ja millaiset edellytykset niiden toteuttamiselle on olemassa niin henkilöstön kuin taloudellistenkin resurssien osalta. Poliisin viestinnän neuvottelupäivillä käsittelyä syvennettiin edelleen kohderyhmittäin.

Kehittämisaalueet on jaettu neljään kokonaisuuteen. Sisäisen viestinnän tavoitteena on avoimuus ja vuorovaikutteisuus. Kansalaisviestinnässä pyritään ennakoivaan vaikuttamiseen. Median suuntaan halutaan parantaa palvelua. Vaikuttajaviestinnällä turvataan toimintaedellytyksiä. Viides kehittämisaalue on johtaminen, jolla tavoitellaan tehokkuuden parantamista.

Kehittämisaalueet on jaettu 12 toimenpiteeseen, niitä kuvaaviin tuloksiin ja vaikutuksiin.



Kuva: Poliisin viestinnän kehittämisaalueet

## Sisäinen viestintä



Kuva: Sisäisessä viestinnässä keskitytään digitaalisten kanavien ja esimiesten viestintävalmiuksien kehittämiseen. Tavoitteena on, että henkilöstö arvioi viestinnän aiempaa avoimemmaksi ja on tyytyväisempi tiedonsaantiin ja vaikutusmahdollisuuksiin.

## Kansalaisviestintä



Kuva: Kansalaisviestinnän toimenpiteitä ovat näkyvyyden ja vuorovaikutuksen ylläpitäminen sekä lapsiin ja nuoriin vaikuttaminen. Jälkimmäinen on kirjattu myös poliisin ennalta ehkäisevän toiminnan strategiaan. Tavoitteena on vaikuttaa kansalaisten, erityisesti alle 20-vuotiaiden, asenteisiin.

## Mediasuhteet

### Taso I: toimenpiteet

#### Tavoitettavuus ja palvelukyky

- Yhteystiedot ja tavoitettavuus 24/7
- Haastateltavat ja tutkinnanjohtajat
- Materiaalit kootusti
- Viestinnän valmius ja varajärjestelmät

#### Yhteistyön tiivistäminen

- Taustainfot
- Toimittajatapaamiset
- Poliisikurssit medialle

#### Puhemiesvaluissa ilmiöissä

- Vuosikellon mukainen mediaviestintä

### Taso II: tulokset

(välittömät seuraukset toimenpiteistä)

- Toimittajat tavoittavat haastateltavat ja tutkinnanjohtajat helpommin
- Materiaaleja käytetään mediassa enemmän

- Toimittajat oppivat, miksi poliisi varmistaa aina tiedon luotettavuuden

- Valitut ilmiöt näkyvät mediassa

### Taso III: vaikutukset

(muutos mielipiteissä tai käyttäytymisessä)

- Useampi toimittaja arvioi poliisin avoimeksi
- Poliisin viestit näkyvät halutusti joukkoviestimissä



Kuva: Mediasuhteissa toimenpiteitä ovat tavoitettavuuden ja palvelukyvyn parantaminen, yhteistyön tiivistäminen ja puhemiesvaluissa toimiminen valituissa ilmiöissä. Tavoitteena on, että poliisin viestit näkyvät halutusti joukkoviestimissä ja että useampi toimittaja arvioi poliisin toiminnan avoimeksi.

## Vaikuttajaviestintä

### Taso I: toimenpiteet

#### Suunnitelmallinen viestintä

- Yhtenäiset viestit
- Viranomaisyhteistyö
- Systemaattinen yhteydenpito
  - Päättäjät, järjestöt, strategiset kumppanit, kv-yhteisö

#### Asiantuntijaviestintä

- Poliisin johdon aktivoituminen sosiaalisessa mediassa
- Asiantuntijoiden aktivoituminen sosiaalisessa mediassa

### Taso II: tulokset

(välittömät seuraukset toimenpiteistä)

- Päättäjille samanlaiset viestit organisaation kaikista osista
- Muut viranomaiset tyytyväisiä yhteistyöhön
- Sidosryhmät tavataan suunnitellusti
- Uutiskirje

- Poliisin twiittejä seuraavien toimittajien määrä kasvaa
- Poliisin twiittejä seuraavien päättäjien määrä kasvaa

### Taso III: vaikutukset

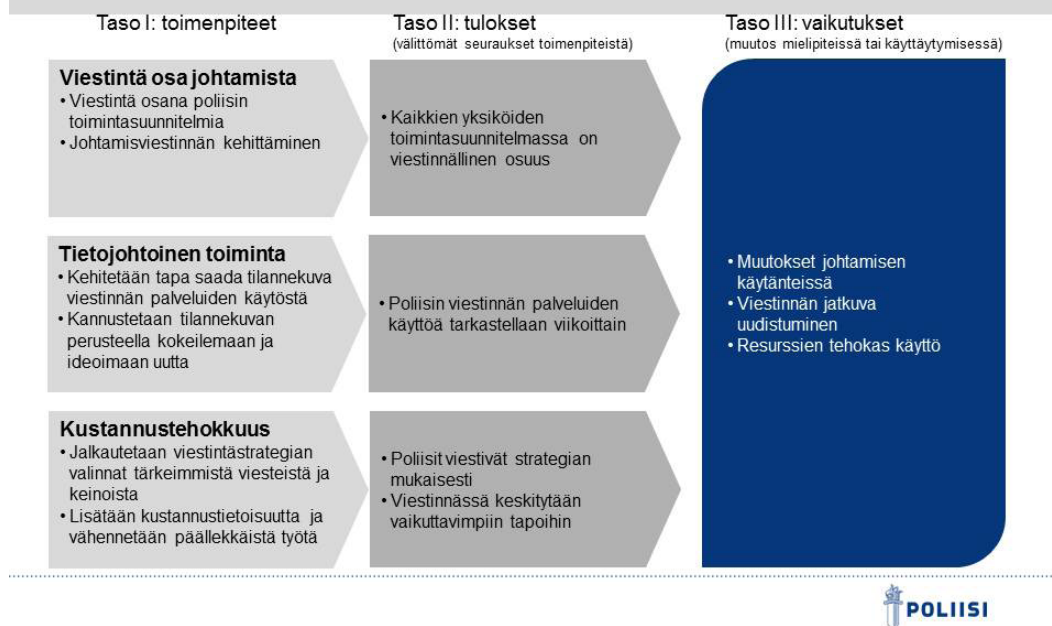
(muutos mielipiteissä tai käyttäytymisessä)

- Päättäjien tietotaso aiempaa parempi
- Poliisijohdon ja asiantuntijoiden twiitit ja blogit synnyttävät mediakirjoittelua



Kuva: Vaikuttajaviestinnässä toimenpiteitä ovat suunnitelmallinen viestintä, asiantuntijaviestintä ja viestintä päättäjille. Tavoitteena on, että poliisijohdon ja asiantuntijoiden twiitit ja blogit lisäävät mediajulkisuutta ja että päättäjien tietotaso paranee.

## Viestinnän johtaminen



Kuva: Viides kehittämisalue on viestinnän johtaminen. Toimenpiteitä ovat viestinnän liittäminen tiiviimmäksi osaksi johtamista, tietojohtoinen toiminta ja kustannustehokkuus. Tavoitteena on luoda edellytykset muutoksen johtamisen käytänteissä, viestinnän jatkuva uudistuminen sekä resurssien tehokas käyttö.

### 4.2 MITTARISTO

Poliisin viestintään määritetään ensimmäistä kertaa koko hallinnonalan yhteinen mittaristo. Sillä seurataan ja arvioidaan erityisesti sitä, miten eri kehittämisalueiden toimenpiteet toteutuvat. Mittariston avulla ohjataan viestintää haluttuun suuntaan ja varmistetaan, että toimenpiteitä ei lopeteta ennen kuin tavoitteet on saavutettu

Mittarit rakennetaan niin, että niillä arvioidaan ensisijaisesti ennakkoon määritettyjen poliisin omien toimenpiteiden toteutumista. Sen sijaan niiden vaikutuksia varsinaiseen käyttäytymiseen on verrattain vaikea, jopa mahdotonta, arvioida. Esimerkiksi liikenneviestinnän vaikuttavuutta ei ole perusteltua arvioida liikenneonnettomuuksien tai -kuolemien määrällä.

Menetelminä käytetään viestinnän tutkimuksia (mm. henkilöstöbarometri, visa-pikatesti, kuluttaja- ja asennetutkimukset), sisäistä raportointia (mm. koulutuspalautte), mediaseurantaa ja -analyysijä sekä tietojärjestelmien analytiikkaa.

Mittareita on yhteensä 22. Jokaiselle kehittämisalueelle saadaan oma tunnusluku ja niiden perusteella koko poliisin viestinnälle yksi tunnusluku. Menetelmä vastaa periaatteessa samanlaista mallia, jolla poliisissa mitataan katuturvallisuusindeksiä. Viestinnän indeksi voi vaihdella välillä 0–100.

Toimenpiteiden toteutuminen kuvataan liikennevaloilla, samoin kehittämisalueet. (vihreä: tavoite saavutettu, keltainen: tavoite lähes saavutettu/tyydyttävä taso, punainen: tavoitetta ei ole saavutettu).

Tavoite tai toimenpide	KPI-Mittari
<b>Sisäinen viestintä</b>	
Henkilöstön tiedonkulun parantaminen	Tiedon kulku ja avoimuus
Keskustelun lisääminen henkilöstölehdellä	Lukijamäärä ja kommenttien määrä
Vuorovaikutteisuuden lisääminen Yammerilla	Yammeria hyödyntävien määrä
Johdon viestintä Poliisi Cafen avulla	Palaute viestintäverkoston toimesta 2 kertaa vuodessa
Esimiesten viestintävalmiuksien parantaminen	Koulutuksen käyneiden esimiesten määrä & tyytyväisyys
<b>Kansalaisviestintä</b>	
Nuorten tavoittaminen sosiaalisella medialla	Nuorten käyttäjien määrä Facebookissa ja Instagramissa
Kansalaisten tavoittaminen televisiosarjoilla	Televisiosarjojen katsojamäärät
Kansalaisten tavoittaminen verkkopalveluilla	Verkkosivujen kävijämäärä
Kansalaisten kohtaaminen	Poliisin päivän kävijämäärä
Vuorovaikutuksen lisääminen sosiaalisella medialla	Facebook sivujen tykkääjät ja jaot
Asenteisiin vaikuttaminen videoilla	YouTube: julkaistujen videoiden ja näyttökertojen määrä
<b>Mediaviestintä</b>	
Tavoitettavuuden ja palvelukyvyyn parantaminen	Niiden toimittajien netto-osuus, jotka arvioivat poliisin avoimeksi
Yhteistyön tiivistäminen	Toimittajatapaamisten määrä
Yhteistyön tiivistäminen	Poliisikurssit medialle, osallistujamäärä ja tyytyväisyys
Asenteisiin vaikuttaminen median kautta	Viikoittain vaihtuvien ilmiöiden läpimeno TOP-5 medioissa
<b>Vaikuttajaviestinnän tavoitteet tai toimenpiteet</b>	
Viranomaisyhteistyön tiivistäminen	Niiden viranomaisten osuus, jotka ovat tyytyväisiä yhteistyöhön
Vaiuttajien tietotason parantaminen tapaamisissa	Vaiuttajat, joille poliisin strategia on esitelty
Twitterillä ja blogeilla vaikuttaminen	Johdon ja asiantuntijoiden blogin lukijat ja twitter seuraajat
Uutiskirjeellä vaikuttaminen	Lukijamäärä
<b>Viestinnän johtaminen</b>	
Viestintä osana johtamista	Johtajien tyytyväisyys siihen, miten viestintä on tukenut johtamista ja johtajien omaan aktiivisuuteen
Viestintä osaksi toimintasuunnitelmia	Poliisiyksiköiden toimintasuunnitelmissa on mukana viestinnän osuus
Tietojohtoisen toimintatavan kehittäminen	Viestintäihmiset, joiden mielestä viikoittainen tilannekuvan jakaminen ja siitä johdetut toimenpiteet ovat tehostaneet viestintää

Taulukko: Viestinnän mittarit

#### 4.3 TOIMEENPANO

Viestinnän kehittämisalueet, toimenpiteet ja mittaristo liitetään osaksi toiminnan ja talouden suunnittelua kaikissa poliisiyksiköissä.

Kehittämisalueet käsitellään poliisin johtoryhmässä ja esitellään poliisiyksiköiden johtoryhmissä ja viestinnän neuvottelupäivillä.

Kehittämisalueiden etenemisestä vastaa Poliisihallituksen viestintä ja tavoitteiden toteutumista seurataan säännöllisesti poliisin viestintäpäällikköverkostossa.

ISSN-L 1798-7121  
ISSN (painettu) 1798-7121  
ISSN (verkkojulkaisu) 2242-5640  
ISBN (painettu) 978-952-491-941-9  
ISBN (verkkojulkaisu) 978-952-491-932-6  
Poliisihallituksen julkaisut verkossa:  
[www.poliisihallitus.fi/julkaisut](http://www.poliisihallitus.fi/julkaisut)  
Paino: Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print  
Tampere 2015