Kriisiviestintä moottoriurheilutapahtumissa

Moottoriurheilun mahdollisia kriisitilanteita ovat mm. onnettomuudet (esim. ulosajot ja kolarit, joissa loukkaantuu/kuolee kilpailija/katsoja), lajin negatiivinen julkisuus (esim. aktiiviset ympäristötoimijat, doping-tapaukset tai perättömät tiedot) tai kilpailutapahtuman kulkuun vaikuttava olosuhdemuutokset. Useimmat kriisit pystytään ennakoimaan, vaikka kaikkeen ei voikaan varautua. Kriisinhallinta on mahdollista vain mikäli on tiedostettu, että myös meille voi sattua ja tapahtua.

Kriisiviestinnässä ei voi antaa mitään vakio-ohjeistoa. Kriiseissä on kolme toisiinsa liittyvää periaatetta. Ne ovat tiedottamisen nopeus, sen vilpittömyys ja pyrkimys dialogiin kriisin osapuolina olevien intressiryhmien kanssa.

Nopeus ja vilpittömyys

Kriisitilanteissa tietoa tarvitaan tässä ja nyt – heti ja paljon. Organisaation oma-aloitteisuus ja riittävä avoimuus on avainasemassa, jotta kysyjät saavat heti oikeaa tietoa. Ensimmäisistä kriisiuutisista usein rakentuu se kuva, joka asiasta muodostuu. Jos kriisin kohde ei anna tietoa, huhut ja väärät tiedot leviävät. Väärän tiedon korjaaminen voi olla lähes mahdotonta.

Kun jotain kielteistä tapahtuu, viive kriisitiedotuksen alkuun on parikymmentä sekuntia. Se on aika, jonka kuluessa tapahtumapaikalla olevat henkilöt ehtivät kertoa tapahtumasta kännykällä eteenpäin. Sähköisessä mediassa uutinen leviää valon nopeudella. Niin myös huhut, kuulopuheet ja väärät tiedot.

Sähköisen viestinnän kehittyminen on muuttanut kriisiviestinnän luonnetta. Nykyihmiset ottavat aloitteen omiin käsiinsä, jos organisaation virallinen tiedottaminen ei heitä tyydytä. Mitä suuremmasta onnettomuudesta on kysymys, sitä varmemmin syntyy epävirallisia keskusteluryhmiä, jotka alkavat elää omaa elämäänsä.

Tärkeää muistaa:

Etukäteen on määriteltävä kuka/ketkä antavat tiedot. Tiedon on oltava oikeaa ja asiallista – ei spekulaatiota, ei vähättelyä – valheet paljastuvat aina. On tärkeätä olla rehellinen ja täsmällinen. On kuitenkin muistettava, että on myös asioita, joita ei ole luvallista antaa julkisuuteen (esim. yksityisyyden suoja) Kriisitilanteissa ei pidä improvisoida tai kehittää uusia ideoita. Ajattele ensin, puhu sitten. Anna lyhyitä, perusteltuja vastauksia. Älä anna kysyjän pistää sanoja suuhusi. Onnettomuustilanteissa myötätunnon ja osanoton ilmaiseminen on tärkeää.

Keitä pidettävä ajan tasalla?

Poikkeustilanne vaatii saumatonta yhteispeliä ja hyvää tiedon kulkua organisaation sisällä. Tiedon kulku on avainasemassa silloin, kun kriisi on tunnistettu ja toiminta käynnistetty. Erityisesti on huolehdittava siitä, että joku nimetty henkilö johtaa ulosmenevien viestien sisällön yhteneväisyyttä – kaikki puhuvat samaa kieltä.

• • • •

Heti alkuun tulee määritellä ne ryhmät, joille tietoa kussakin tapauksessa annetaan. Ei pidä unohtaa omaa organisaatiota, se tarvitsee heti tietoa ja mahdollisuuden keskustella asioista. Samalla on tärkeää selkeästi sopia, miten tilanteessa edetään.

AKK:n kilpailun järjestäjän tulee myös informoida välittömästi AKK:n lajipäällikköä tai toimitusjohtajaa tapahtuneesta joko puhelimitse tai tekstiviestillä. Lajipäällikkö vastaa informaation välittämisestä AKK:n kriisiviestintäryhmälle. SML:n alaisissa kilpailuissa informoidaan ensin puheenjohtajaa ja toimitusjohtajaa ja sitten lajipäällikköä.

Mediaviestinnän toimivuuden varmistamiseksi on syytä etukäteen huolehtia siitä, että mediakäytännöistä on sovittu (esim. minkä ajan sisällä annetaan ensimmäiset tiedot ja kommentit, sekä kuka antaa lausuntoja). Mitä nopeammin median kyselyihin voidaan vastata, sitä paremmin voidaan torjua väärien tietojen leviäminen. Alkutilanteessa vastaukseksi voi riittää lupaus siitä, milloin asiasta annetaan tietoja. ”En kommentoi” ei ole mikään vastaus. Mikäli asianomainen ei voi vastata, hän voi sanoa että olemme sopineet XX:n vastaavan kaikkiin asiaa koskeviin kysymyksiin. Ei spekulointeja eikä arvailuja, vaikka niitä kuinka tivattaisiin.

Mikäli kriisi vaatii viranomaistoimenpiteitä (esim. poliisi, sairaanhoitohenkilöstö), tulee näiden kanssa sopia myös tiedotusvastuista. Tärkeää on, että ulos annetaan oikeaa, ajantasaista tietoa.

Lopuksi

Hyvin toteutettu kriisiviestintä on paras tapa vähentää kriisitilanteiden vaikutusta. Se, joka saa kriisitilanteissa aloitteen, kykenee synnyttämään luottamusta mediassa, viranomaisissa ja muissa, joita kriisi koskee.

Kun tilanne on normalisoitunut ja pahin kriisi takana, kerro keskeisille sidosryhmille ”arkipäivään paluusta”. Älä unohda omaa organisaatiota!

Lähteet: SLU:n kriisiviestintäohjeisto, SLU-julkaisusarja 2/02 10 askelta kohti parempaa kriisiviestintään, Viestintätoimisto Luova Ratkaisu Oy

ENNEN KRIISIÄ

Kartoitetaan mahdolliset kriisit

- Onnettomuudet, jotka voivat johtua monista eri syistä, esim:

  - katsoja(t)
  - toimitsija(t)
  - kilpailija(t)
  - yleinen liikenne
  - sairaskohtaus
  - laitteet, rakennelmat, tilat
  - sääilmiöt
  - tulipalo

- Lajin negatiivinen julkisuus

  - aktiiviset ympäristötoimijat
  - doping-tapaukset
  - perättömät tiedot

- Aikataulu- tai olosuhdemuutokset

Kriisiryhmä: määritellään vastuut ja sovitaan tehtävät

Kriisiryhmän kokoonpano: kilpailunjohtaja, lehdistöpäällikkö/tiedottaja, turvapäällikkö, kilpailijoiden yhdyshenkilö, viranomaisten edustajat (esim. poliisi). HUOM! Kriisiryhmä on eri kuin onnettomuuksien selvitysryhmä.

- kriisin tunnistamisesta ja kriisiviestinnän alkamisesta vastaa kilpailunjohtaja
- kriisin aikana yhtenäisestä ulosannettavasta viestistä vastaa tiedottaja
- kriisin aikana lausuntoja antaa/antavat kilpailunjohtaja/tiedottaja
- kriisin etenemistä seuraa ja ryhmää siitä tiedottaa kilpailunjohtaja/turvapäällikkö
- kriisin päättymisestä tiedottaa kilpailunjohtaja/tiedottaja

Listataan kriisiviestinnän kohderyhmät

- kaikki keihin tapahtunut mahdollisesti vaikuttaa kilpailupaikalla (myös yleisö)
- omaiset (selvitettävä rajanveto poliisin kanssa)
- viranomaiset
- AKK/SML
- media
- muista kilpailun oma organisaatio!
  => yhteystietolistat kuntoon

Viranomaisyhteistyö
Sovittava missä vaiheessa viestintävastuu siirtyy viranomaisille.

KRIISIN SATTUESSA

Mitä on tapahtunut?

- mitä todellisuudessa on tapahtunut
- mistä tieto on peräisin, onko tieto luotettavaa
- mitä toimenpiteitä jo tehty, mitä aiotaan tehdä

HUOM! Henkilöiden nimien julkistamisessa täytyy olla erittäin varovainen yksilönsuojan vuoksi. Onnettomuustilanteissa perussääntö on, että nimiä ei kerrota julkisuuteen, ennen kuin omaiset ovat saaneet tiedon. Asiasta kannattaa aina neuvotella poliisin kanssa.

Kenelle viestitään?

- kaikki keihin tapahtunut mahdollisesti vaikuttaa kilpailupaikalla (myös yleisö)
- omaiset (selvitettävä rajanveto poliisin kanssa)
- viranomaiset
- AKK/SML
- media
- kilpailun oma organisaatio

Mitä viestitään?

- mitä on tapahtunut, missä ja milloin
- mihin toimenpiteisiin on ryhdytty
- mistä ja milloin saa lisätietoja
  Tärkeää:
  - Älä arvaile tai oleta
  - Kommentoi vain sellaista minkä tiedät
  - Jos et osaa vastata, sano, että et tiedä, mutta selvität asiaa
  - Toimi nopeasti
  - Kanna vastuu
  - Ehdoton rehellisyys
  - Muista empatia

KRIISIN JÄLKEEN

Miten kriisi lopetetaan?

- tiedotetaan kaikille, jotka ovat saaneet tiedon kriisin olemassaolosta
- kerrotaan miten tilanne hoidettiin, ovatko kaikki kunnossa vai jatkuuko esim. jälkihoito
- rauhoitetaan tilanne ja varmistetaan paluu normaaliin arkeen