



Omavalitsuste roll riski- ja kriisikommunikatsioonis

Maris Moorits,
Lääne päästekeskuse kommunikatsioonijuht
17. august 2021

Kes juhib kriisi, juhib ka kriisikommunikatsiooni

Kriiside lahendamisel kehtib põhimõte - kes juhib kriisi, juhib ka kriisikommunikatsiooni ning seda tehakse võimalikult madalal vajalikul tasandil.

Kriisi tekkimisel vaatab inimene esimeses järjekorras lahenduse otsimiseks omavalitsuse poole.

Igasuguse kriisi tekkimisel on esmavajalik, et avalikkus teab, millised on neid ümbritsevad ohud ning milline on erinevate poolte suutlikkus hädaolukorda nende heaks lahendada ja neid aidata.

Samuti on oluline, et avalikkus teaks, mida nad ise saavad hädaolukorra ajal teha.



Kommunikatsiooni etapid:



ENNE

ENNE kriisi on eelhoiatused ja teavitustöö ehk riskikommunikatsioon

AJAL

AJAL käitumisjuhised, info sündmuste lahendamise kohta

PÄRAST

PÄRAST nõuanded tagajärgede leevendamise kohta

ANALÜÜS

Peale kriisi on mõistlik teha kokkuvõtted ning tuvastada õpikohad



Kuidas teha KOVis riskikommunikatsiooni

- KOVi kodulehel on info elutähtsa teenuste katkestuse või kohalike kriiside kohta või soovitused olukordades käitumiseks
- KOVi kodulehel on loetletud tähtsad telefoninumbrid ja kontaktisikud, kes on olulised teenuste katkestuse või ohtude esinemise korral
- KOVi kodulehel või sotsiaalmeediakontol on viited elanikkonnakaitse käitumisjuhistele
- KOV on informeerinud ja andnud soovitusi elanikele teenuste katkestuste korral tegutsemiseks
- kohalikus väljaandes tutvustatakse kohalike elutähtsate teenuste (kohalikud teed, kaugküte, vesi ja kanalisatsioon) katkestusest põhjustatud ohte või jagatud nõuandeid katkestuste korral käitumiseks.
- KOV on jaganud infot korteriühistutele, külavanematele, ettevõtjatele võimalike kohalike ohtude kohta
- KOVis on loodud koostööformaad infovahetamiseks kohalikke elutähtsaid teenuseid (kohalikud teed, kaugküte, vesi ja kanalisatsioon) pakkuva või tagava ettevõtja ja KOVi vahel (nt infopäevad, koolitused, elektrooniline platvorm info vahetamiseks).



Kriisikommunikatsioon käivitub, kui:

- on oht suurõnnetuse/hädaolukorra tekkimiseks
- on oht inimeste elule, tervisele, varale või looduskeskkonnale
- elutähtsa teenuse katkemise vahetu oht
- kui tekkinud olukord häirib ühiskonna igapäevast elukorraldust

Kriisikommunikatsioon ei ole kindlasti ainult avalikkuse teavitamine. Kriisikommunikatsioon on **kombinatsioon reeglite järgimisest ning kiiretest loovatest otsustest. See on infovahetus**, mis toimub ametivõimude, organisatsioonide, meedia, indiviidide, ja gruppide sees ja nende vahel **igas kriisietapis**.



Kellele ja kuidas teha kriisikommunikatsiooni?

Iga tõsiste ja ulatuslike tagajärgedega õnnetus või olukord viib vähemalt mingi osa ühiskonnast tasakaalust välja ning tark kriisikommunikatsioon on see, mis aitab meid tasakaalu tagasisaamisele oluliselt lähemale tuua. Kriisikommunikatsioonis peitub suuresti elupäästev võti.

Avalikkust tuleb teavitada esimesel võimalusel. Info peab jõudma otseselt ohustatud inimesteni. Kriisi õigeaegne ära tabamine, on määrava tähtsusega.

Prioriteediks on inimesed, keda olukord otseselt mõjutab.

- Selgitada välja sihtgrupid: lapsed ja noored, üliõpilased, tööealised, eakad, asutused ja ettevõtted jne.
- Selgitada välja kommunikatsioonikanalid: vallaleht, koduleht, äpp, infostend, raadiod, külavanemad jne
- Teavitada tuleb viisil ja keeltes, et tagada teabe jõudmine kõigi mõjutatud inimesteni
- Pane kokku info, mida on vaja inimestele edastada: kuhu minna ohu korral, kellelt saab abi

Inimestele suunatud info:

- ütleb mis / kus juhtus, ohud ja prognoosid
- ütleb konkreetselt, millised on abisaamise võimalused ja käitumisjuhised
- mida tehakse olukorra lahendamiseks ja ohtude maandamiseks
- toob välja kaasnevad teenuste häired ja nende kättesaadavuse



Plaanist olulisem on planeerimise protsess!

Planeerimisprotsess peab rohkem keskenduma sellele, mis võib juhtuda tulevikus. Liiga sageli vaatame me seda, mis toimus minevikus, kuid tulevik ei korda kunagi toimunut. Mitte ükski kriis ei korda kunagi eelnevat (Quarantelli)

Ühekski kriisiks lõpuni valmis olla. Küll aga saab rahulikult ajal asjad enda jaoks põhjalikult läbi mõelda ja selgitada, mida meil on vaja edukaks kriisikommunikatsiooni elluviimiseks. Valmisoleku tagamiseks on mitmeid võimalusi:

- koostada kriisikommunikatsiooni plaan,
- koolitada inimesi, korraldada õppusi ja harjutusi,
- luua partneritest võrgustik ja sõlmida nendega vajalikud kokkulepped.

Üks lihtsamaid ja kindlmaid viise, kuidas kriisikommunikatsiooniks valmis olla, on läbi mõelda kaks põhilist asja:

- Kas on olemas inimene/meeskond, kes mõistab kriisikommunikatsiooni tähtsust, olemust ja meedia toimimist; kes saab kiiresti aru, kui jama on majas ning suudab vastata keerulistele ja ebamugavatele küsimustele; kes teab, millised on kriisikommunikatsioonis olulised partnerid ning milliseid kanaleid kasutades jõuab kõikide oluliste sihtgruppideni ja oskab need sihtgrupid kiiresti määratleda.
- On olemas plaan, kuidas teavitustegevused kiiresti käivitada ja järjepidevalt käigus hoida. Selleks sobib hästi ka näiteks nõ *checklisti* tegemine, kus on kirjas, kes on vastutaja ja kes tegevused käivitab, kes on kõneisikud, nimekiri tegevustest, mis kindlasti tuleb teha, milliseid partnereid peab kaasama ning meelespidamiseks, kuidas hinnata sündmuse mõju oluliste sõnumite väljatöötamiseks. Seda kõike selleks, et oma kommunikatsiooni üle kontroll saada.



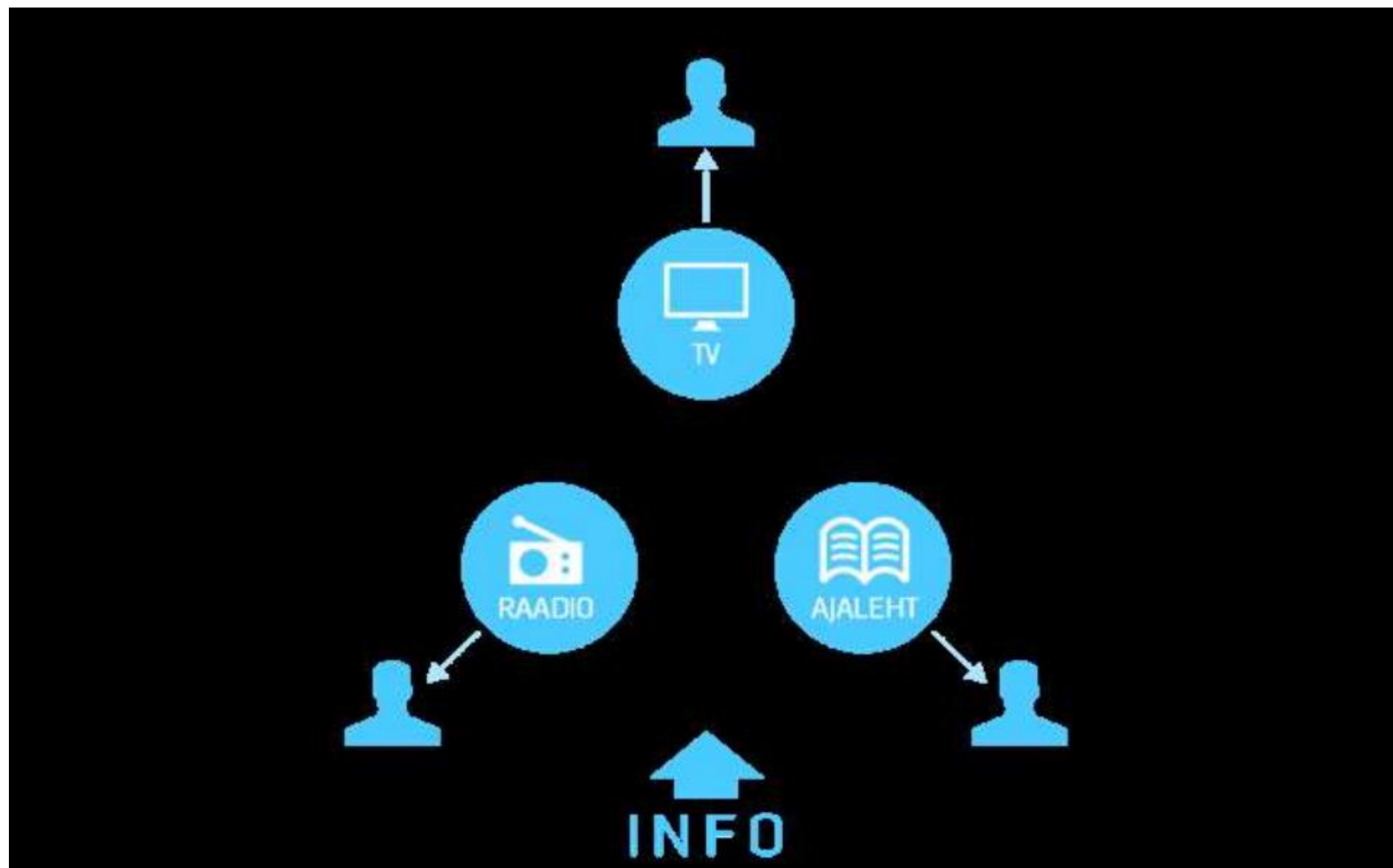
Kuidas ise infot kontrollida?

Meedia on kriisi ajal teie jaoks olulisim liitlane. See on jõud, läbi mille saame jõuda inimesteni.

Kõikide kriisikommunikatsiooni puuduste peegliks on inimeste spontaanne infovahetus sotsiaalmeedias.

Informatsiooni lünklikkus ja paljusus + ajaline surve = ebamäärasus

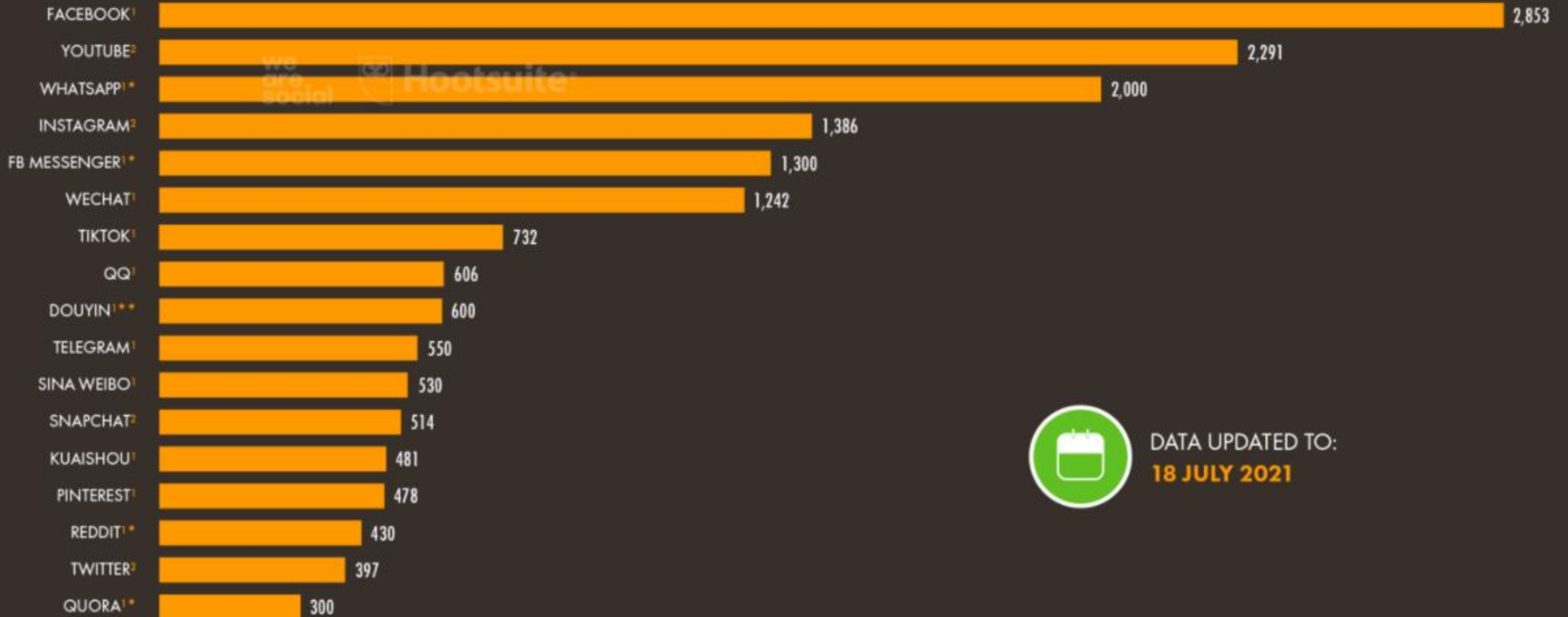
Füüsiline kriis kujuneb tihti ka mainekriisiks



JUL
2021

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS*



DATA UPDATED TO:
18 JULY 2021

JAN
2021

ESTONIA

ESSENTIAL HEADLINES FOR DIGITAL ADOPTION AND GROWTH

CHANGES TO DATA SOURCES MEAN VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS



ESTONIA

TOTAL
POPULATION



1.33
MILLION

URBANISATION:

69.3%

ANNUAL CHANGE:

-0.02%

-231

MOBILE
CONNECTIONS



1.79
MILLION

vs. POPULATION:

135.3%

ANNUAL CHANGE:

-1.5%

-27 THOUSAND

INTERNET
USERS



1.21
MILLION

vs. POPULATION:

91.0%

ANNUAL CHANGE:

+1.1%

+13 THOUSAND

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS*



986.0
THOUSAND

vs. POPULATION:

74.4%

ANNUAL CHANGE:

+6.6%

+61 THOUSAND



we
are
social





Täna tähelepanu eest!

Maris Moorits

kommunikatsiooniosakond

kommunikatsioonijuht

mob: +372 5304 7223

Maris.Moorits@rescue.ee

PÄASTEAMET

A. H. Tammsaare pst 61 | 80042 Pärnu

www.rescue.ee

<http://www.facebook.com/paasteamet>

