



Sisäinen viestintä ORGANISAATION MOOTTORINA

Organisaatioiden sisäinen viestintä on harvoin täysin kunnossa. Resurssit tuntuvat usein alimitoitetuilta, eivätkä vastualueet ole aina helposti määriteltävissä. Sisäinen viestintä on kuitenkin tärkeä osa-alue, jos organisaatio haluaa pitää kiinni osaajistaan ja löytää heitä lisää.

Teksti PIA JÄNNES | Kuvaa PEKKA SIPOLA

Organisatorisesti sisäinen viestintä tuntuu usein sijoittuvan henkilöstöhallinnon ja viestinnän harmaaseen välimaastoon. Voi olla epäselvää, missä vastuiden oikeastaan tulisi sijaita.

Koska henkilöstöhallinnossa ja sisäisessä viestinnässä on paljon yhteisiä intressejä, paras ratkaisu löytyy usein yhteistyöstä. Tärkeintä on, että jollakin taholla on sisäisen viestinnän kokonaisvastuu, yhdessä ylimmän johdon kanssa.

Henkilöstöhallinto tietää parhaiten, miten talon omat ihmiset sitoutetaan. Se tuntee myös johdon rekrytointivaroitukset: millaisia ihmisiä haluamme taloon.

Viestintäihmiset tietävät kokemuksesta, miten viestit parhaiten muotoillaan ja saadaan perille. Joskus asiat on syytä kertoa monisanaisemmin. Joskus taas on hyvä, että kertojana on esimies, joskus ylin johto tai ehkä jokin talon oma tai ulkopuolinen asiantuntijataho.

Viestinnässä tiedetään myös, mitä pitää toistaa ja mitä painottaa, jotta saadaan välittymään oikea kokonaiskuva – onhan psykologia tärkeä osa niin henkilöstöhallintoa kuin viestintääkin.

Mikäli organisaatiossa on sekä viestintä- että henkilöstövastuullisia, yhteistyön kaava

voisi olla vaikkapa tämä: viestinnän kokonais-suunnittelu tehdään viestintävetoisesti, mutta henkilöstöhallinnon tavoitteet otetaan huomioon yhteisissä suunnittelupalaverissa.

RATKAISEVAT SISÄLTÖ JA SÄÄNNÖLLISYYS

Tiedämme, että ihmiset täyttävät tiedollisen tyhjiön arvelulla. Kun mikä tahansa asia tulee puheeksi, jokin mielikuva aiheesta syntyy tai synnytetään joka tapauksessa.

Sisäinen viestintä on erityisen tärkeää kriisiviestintätilanteissa, mutta säännöllisellä ja avoimella tiedonkululla on vankka sijansa ilmapiiriin ja työmotivaation ylläpitäjänä myös työyhteisön arjessa.

Jos henkilöstön halutaan tietävän ja ottavan omassa ajattelussaan jotakin huomioon, asia on sanottava selkeästi ääneen. Kyse on samasta asiasta kuin vaikkapa ääneen kehuminen: ellei mitään koskaan sanota, on epävarmaa, arvostaako kukaan työtäni. Sisäisen viestinnän yleisten viestien on kuitenkin koskettava organisaatiota esimies-alaisuus- teita laajemmin.

Hyvin hoidettu koneisto vie koko organisaatiota menestykseen kuin juna, pienistä takaiskuista huolimatta. Voitelemattomalla moottorilla sen sijaan ei pitkälle pötkitä. ■

Viestintätoimisto Akvamariini Porter Novelli toimii S & A:n viestintää koskevan sarjan asiantuntijana.



Marika Rosenbergilla (vas.) ja Eeva-Riitta Piispasella riittää työtä Sydänliiton sisäisen viestinnän parissa.

Sydänliitto kuin suuri konserni Teksti LOTTA ANUSIONWU

■ Sydänliiton sisäinen viestintä on haastavaa. Joskus hyvinkin tieteelliseen tietoon perustuvat asiat pitää saada välitettyä oikein ja ymmärrettävästi 19 piiriin, 241 järjestön ja 81 000 jäsenen käyttöön.

Keskushallinnon ja sydänpiirien ammattilaisia lukuun ottamatta toimijat ovat vapaehtoisia, mutta viestinnällisesti toiminta on verrattavissa suureen konserniin.

Sydänliitossa haasteeseen on tartuttu tosimelellä. Jäsenjärjestöviestinnästä vastaava tiedottaja **Marika Rosenberg** on hyödyntänyt järjestelmällisesti Sydänliiton sähköisiä viestintävälineitä, joita on kehitetty liitossa vuodesta 2003 alkaen.

Tuloksena on noin kuudesta vuodesta sähköisesti lähetettävä järjestötiedote, joka toinen viikko piirien toiminnanjohtajille lähetettävä uutiskirje sekä kattava intranet Syli eli Sydänlinkki koko jäsenistölle.

Sydänliiton sisäisiltä verkkosivuilta löytyy niin uutisointia keskusjärjestöstä kuin piireistäkin, hallinnollista materiaalia, kokousten

ja kurssien materiaalia sekä rekisterijärjestelmä, jossa kaikki paikallisyhdistykset voivat ylläpitää omaa jäsenrekisteriään.

Parhaastakaan välineestä ei kuitenkaan ole hyötyä, ellei viestin vastaanottaja osaa sitä käyttää. Niinpä lähes tuhat sydänliiton vapaaehtoista koulutettiin parin, kolmen vuoden aikana verkon käytön vertaisohjaajiksi.

Nyt yhdistyksiä rohkaistaan verkkokerhotoimintaan. Sydänliitto tuottaa toki edelleen myös painettua materiaalia, muun muassa viisi kertaa vuodessa ilmestyvän, pidetyn Sydän-lehden, joka lähetetään kaikille jäsenille.

Tehokkaina sisäisen viestinnän keinoina toimivat myös jäsenjärjestöjen organisoimat tapaamiset, kokoukset ja retket.

– Loppujen lopuksi ihmisten keskinäinen vuorovaikutus on kaikkein tärkeintä viestintää. Jos se ei toimi, parhainkaan viestintäyksikkö ei voi asialle mitään, muistuttaa Sydänliiton viestintäpäällikkö **Eeva-Riitta Piispasen**. ■

”Ihmisten keskinäinen vuorovaikutus on kaikkein tärkeintä viestintää.”