



4.2.2025

Tarja Mankkinen

Jakelu: RADi alatyöryhmä Ennalta estävän viestinnän kehittäminen, TUOVI

Muistion tausta ja tarkoitus

Muistion tarkoituksena on selventää strategisen viestinnän merkitystä osana väkivaltaisen radikalisoitumisen ja ekstremismin ehkäisyä Suomen toimenpideohjelman sekä sen toimeenpanon yhteydessä. Sen tavoitteena on luoda RADi-ryhmän ja erityisesti sen alatyöryhmän ”Ennalta estävän viestinnän kehittäminen” jäsenille sekä muille aiheeseen liittyville toimijoille yhteinen ymmärrys työn kohteesta ja tarkoituksesta. Tämä yhteinen käsitys vahvistaa edellytyksiä kansallisen toimenpideohjelman (VNP 11.7.2024) viestintään liittyvien toimenpiteiden onnistuneelle toteuttamiselle.

Muistiossa tarkastellaan, mitä ennalta estävä strateginen viestintä on ja mitä se ei ole toimenpideohjelman toimeenpanon alatyöryhmän näkökulmasta. Lisäksi siinä hahmotellaan rajapintoja muihin viestinnän osa-alueisiin, kuten kriisiviestintään ja organisaation ulkoiseen viestintään. Erityisesti ulkoisessa viestinnässä korostuu organisaation tavoitteiden ja toiminnan tiedottaminen sekä myönteisen julkisuuskuvan rakentaminen (PR-toiminta).

Strateginen viestintä osana väkivaltaisen radikalisoitumisen ja ekstremismin torjuntaa

Strateginen viestintä on lähestymistapa, joka keskittyy asenteiden ja käyttäytymisen muuttamiseen viestinnän keinoin, tavoitteena vaikuttaa radikalisoitumisprosessiin niin verkossa kuin sen ulkopuolella. Sen avulla voidaan ehkäistä ja heikentää vihamielisten narratiivien vaikutusta yksilöihin, yhteisöihin ja laajemmin koko väestöön. Lisäksi se vahvistaa ihmisten kykyä suojautua vihamielisten toimijoiden pyrkimyksiltä houkutella heitä mukaan väkivaltaiseen toimintaan. Ennalta estävän viestinnän tavoitteena on estää yhteiskuntaa kohtaan tunnetun luottamuksen heikkeneminen ja kehitys, jossa yhteiskunta ja sen instituutiot saatetaan nähdä vihollisina. Se edistää yhteistyöverkostojen ja kumppanuuksien vahvistamista tuomalla työn ja sen tavoitteet esiin selkeästi ja suunnitelmallisesti. Lisäksi se on keskeinen keino vaikuttaa päättäjiin ja yhteiskunnallisiin vaikuttajiin sekä tukea mediayhteistyötä. Media ottaa usein yhteyttä substanssityötä tekeviin asiantuntijoihin, ei pelkästään organisaatioiden viestintäyksiköihin, mikä korostaa ennalta estävän viestinnän osaamisen tarvetta.

Ennalta estävän viestinnän onnistumisen edellytykset

Onnistunut ennalta estävä viestintä edellyttää ymmärrystä viestintäkentästä sekä verkossa että sen ulkopuolella ja näiden keskinäisestä vuorovaikutuksesta. Perinteinen viestintä oli yksisuuntaista ja hierarkkista, mutta nykyaikaisessa verkkoviestinnässä kuka tahansa voi olla sisällöntuottaja, jakaja, vastaanottaja, vaikuttaja tai manipuloija. Internet tarjoaa jokaiselle mahdollisuuden julkaista mielipiteitä – tai faktana esitettyä disinformaatiota – sosiaalisessa mediassa, blogeissa ja foorumeilla ilman faktantarkistusta tai laadunvalvontaa.



Organisaatioilla on kriisiviestintään yleensä selkeät rakenteet, vahvistetut menettelytavat ja nimetyt vastuuhenkilöt. Ennalta estävä viestintä ja kriisiviestintä voivat toimia rinnakkain ja täydentää toisiaan, erityisesti kriisin jälkeisessä viestinnässä. Tällöin tavoitteena voi olla estää vastaavien tilanteiden toistuminen, lieventää kriisin vaikutuksia esimerkiksi turvallisuudentunteeseen tai ehkäistä niin sanottua copycat-ilmiötä. Keskeinen ero on kuitenkin se, että ennaltaehkäisevää viestintää toteutetaan jatkuvasti osana päivittäistä työtä, eikä vain kriisitilanteissa.

Organisaation yleinen viestintä voi tukea ennalta estävän viestinnän tavoitteita erityisesti silloin, kun käsiteltävä aihe tai tapahtuma kiinnostaa laajasti yleisöä. Pelkkä yleinen viestintä ei kuitenkaan riitä ennaltaehkäisevän viestinnän tavoitteiden saavuttamiseen tai oikeiden kohderyhmien tavoittamiseen. Viestinnän on oltava kohdennettua ja räätälöityä niin sisällöltään kuin viestintäkanaviltaan, jotta se tukee ennaltaehkäisevää toimintaa kokonaisvaltaisesti ja mahdollistaa tehokkaan reagoinnin yksittäisiin tapahtumiin ja viesteihin.

Viestintäteknologian kehitys korostaa strategisen viestinnän merkitystä

Väkivaltainen radikalisoituminen ja ekstremismi ovat kehittyneet ja saaneet uusia ilmenemismuotoja. Viestintäteknologian nopea kehitys on merkittävästi edesauttanut tätä muutosta. Internet tarjoaa väkivaltaiseen ekstremismiin ja terrorismiin liittyville ryhmille ja toimijoille laajat mahdollisuudet tavoittaa nopeasti erilaisia kohderyhmiä, levittää propagandaa sekä dis- ja misinformaatiota, edistää salaliittoteorioita, manipuloida ihmisiä, rekrytoida uusia jäseniä ja jakaa tietoa toiminnastaan sekä sanallisesti että kuvallisesti. Verkossa jaetaan myös käytännön ohjeita esimerkiksi räjähteiden valmistamiseen, pyritään maksimoimaan iskujen pelotevaikutuksia, vahvistetaan samanmielisten verkostoja ja ylläpidetään yhteenkuuluvuuden tunnetta. Radikalisoituminen tapahtuu yhä enemmän verkossa.

Teknologian nopea kehitys jatkuu, ja esimerkiksi tekoäly tarjoaa uusia keinoja manipuloida ääntä ja kuvaa, simuloida iskuja, sekä kääntää propagandaa edullisesti ja nopeasti eri kielille, myös pienille kielialueille. Koronapandemian jälkeen salaliittoteorioiden määrä kasvoi, ja samanaikaisesti lisääntyi toiminta, jonka tavoitteena on heikentää luottamusta yhteiskuntaan, instituutioihin ja kanssaihmiisiin. Hybridi-ideologiat ja niin sanottu "salaattibaari-ilmiö" luovat suotuisat olosuhteet väkivaltaisen radikalisoitumisen ja ekstremismin leviämiseksi.

Väkivaltaiseen ekstremismiin ja terrorismiin liittyvien riskihenkilöiden tunnistaminen ja profilointi on haastavaa. Tämä vaikeutuu entisestään uusien ekstremismin muotojen yleistyessä, sillä ne mahdollistavat yhä useampien ihmisten tavoittamisen, myös sellaisten, joilla ei ole suoria yhteyksiä väkivaltaisiin ekstremistisiin ideologioihin tai toimijoihin.

Alatyöryhmässä pohdittavia kysymyksiä

- **Määritelmän selkeyttäminen:** Miten voidaan kirkastaa käsitys siitä, mitä ennalta estävällä viestinnällä tarkoitetaan ja miten se liittyy eri organisaatioissa tehtävään ennalta ehkäisevään työhön?



- **Tietämyksen lisääminen ja koulutustarpeet:** Miten voidaan lisätä ymmärrystä siitä, kuinka tehokas ennalta estävä viestintä tukee väkivaltaisen radikalisoitumisen ja ekstremismin ehkäisyä ja torjuntaa? Tarvitaanko tähän esimerkiksi koulutuksia, table-top-harjoituksia tai muita menetelmiä?
- **Viestinnän roolin ymmärtäminen:** Miten voidaan lisätä tietoa ennalta estävän viestinnän eroista suhteessa kriisiviestintään ja organisaation yleiseen viestintään? Kuinka voitaisiin vaikuttaa asenteisiin, joiden mukaan viestintä on vain viestintäammattilaisten ja -yksiköiden tehtävä?

Ennalta estävä viestintä käytännössä

Strateginen viestintä on **suunnitelmallista, selkeää, läpinäkyvää ja tavoitteellista**. Sen on perustuttava luotettavaan tietoon ja oltava **totuudenmukaista**.

Alla on hahmoteltu, kuinka ennalta estävää viestintää voidaan toteuttaa suunnitelmallisesti eri vaiheiden kautta sekä mitä keskeisiä tekijöitä tulee ottaa huomioon sen onnistumiseksi.

1. Ensimmäinen askel on **määritellä selkeästi, mistä** ongelmasta, haasteesta, uhkasta tai myönteisestä kehityksestä **halutaan viestiä**. Aiheen tarkka rajausta on tärkeää, jotta viestintä voidaan kohdentaa tehokkaasti oikealle kohderyhmälle.
2. Seuraavaksi on **määriteltävä viestinnän tavoite**. Tarkoituksena voi olla esimerkiksi tietoisuuden lisääminen, ihmisten tai ihmisryhmien estäminen ryhtymästä tiettyihin toimiin tai uskomasta verkossa leviävään väärään tietoon. Lisäksi viestinnän tavoitteena voi olla ihmisten resilienssin vahvistaminen havaittua vaikuttamista vastaan tai seurausten selkeyttäminen – esimerkiksi siitä, mitä tiettyyn tekoon tai ryhmän toimintaan osallistumisesta voi seurata. Ennaltaehkäisevän viestinnän tavoitteena voi myös olla onnistuneiden toimenpiteiden esiin tuominen tai sen selventäminen, miten ei-toivottuun kehitykseen voidaan vaikuttaa jo varhaisessa vaiheessa.
3. Seuraavaksi on **tunnistettava ja ymmärrettävä kohderyhmä**, jolle asiasta halutaan tai tulisi viestiä. On tärkeää selvittää, millainen heidän tilanteensa ja tarpeensa ovat, mikä heitä motivoi ja millaiset ovat heidän lähtökohtansa aiheen suhteen. Erityisesti on hyvä arvioida, millainen luottamus kohderyhmällä on yhteiskuntaan ja viranomaisiin. Onko heillä kokemuksia syrjäytymisestä tai epäoikeudenmukaisuudesta? Kuinka paljon heillä on tietoa ja kiinnostusta yhteiskunnan toimintaa kohtaan, ja ovatko heidän asenteensa pääsääntöisesti myönteisiä vai kielteisiä? Näiden tekijöiden ymmärtäminen auttaa kohdentamaan viestintää tehokkaasti ja vaikuttavasti.
4. Viestin vaikuttavuuteen ja sen perille menemiseen kohderyhmälle vaikuttavat olennaisesti **oikean kanavan ja tyylin valinta**. Kohderyhmästä kerättyjen tietojen (kohta 3) perusteella voidaan valita viestintäkanava, jota he käyttävät ja johon he luottavat. Kanava voi olla esimerkiksi jokin sosiaalisen median alusta, mutta viestiä voidaan välittää myös tapaamisissa ja tilaisuuksissa, joissa kohderyhmä on läsnä. Viestin tyyli tulisi mukauttaa kohderyhmän mukaan. On tärkeää käyttää ilmaisutapaa, joka tuntuu kohderyhmälle luontevalta eikä vieraalta. Joitakin ryhmiä tavoittaa parhaiten vakava ja asiallinen viestintä, kun taas toisille huumorin lisääminen voi edistää viestin perille menoa. Perinteisesti verkon ulkopuolella tapahtuvaa viestintää



on tehostanut esimerkiksi kahvin tarjoilu. Tilaisuuksiin voidaan myös yhdistää urheilua, pelejä, kokkausta tai muuta toimintaa, joka luo rennon ja vastaanottavaisen ilmapiirin viestille.

5. Seuraavaksi on hyvä pohtia, **mitkä kumppanit ovat tarpeen viestinnän toteuttamiseksi**. Esimerkiksi nuorille suunnatussa viestinnässä keski-ikäinen virkamies ei välttämättä ole nuorten silmissä uskottavin viestin välittäjä. Toisaalta aikuisen läsnäolon viestiminen voi olla tärkeää ja muuttaa tilannetta. Yhteistyö viranomaisten ja järjestöjen välillä on usein hyödyllistä ja voi auttaa varmistamaan, että viesti tavoittaa oikean kohderyhmän. Jos kohderyhmänä ovat esimerkiksi vähemmistöjen edustajat, on aina suositeltavaa keskustella heidän edustajiensa kanssa etukäteen. Näin saadaan arvokasta tietoa, joka parantaa viestin laatua ja saavutettavuutta.
6. Kun viestintä on toteutettu, on **tärkeää arvioida sen onnistumista**. Tämä voidaan tehdä keräämällä tietoa, erityisesti jos kyseessä on laajempi kampanja tai muu viestintäponnistus, joko verkossa tai sen ulkopuolella. Jos viestintä tapahtui kokouksessa tai tilaisuudessa, jossa tavoitteena oli välittää jokin keskeinen viesti, tuloksia voidaan arvioida yhteisellä keskustelulla. Mikäli viestinnän tavoitteena oli esimerkiksi lisätä tietoisuutta väkivaltaisen radikalisoitumisen ennaltaehkäisyyn ja torjunnan merkityksestä, mutta suoraa arviointia ei ole mahdollista tehdä, voidaan seurata yleistä keskustelua ja tarkastella, miten päättäjät puhuvat ennalta ehkäisevästä työstä. Kaikki arviointi auttaa kehittämään viestintää ja lisää osaamista tulevia viestintätoimenpiteitä varten.

Alatyöryhmässä pohdittavia kysymyksiä

- **Suunnitelmallisuuden edistäminen:** Miten voidaan vahvistaa ennalta estävän viestinnän suunnitelmallisuutta ja madaltaa kynnystä sen toteuttamiseen? Mitä konkreettisia toimenpiteitä työryhmän tulisi tehdä?
- **Parhaiden käytäntöjen jakaminen:** Ennalta estävää viestintää tehdään jo eri tahoilla – tulisiko hyviä kokemuksia ja oppeja jakaa laajemmin?
- **Koulutustarpeet:** Onko koulutukselle tarvetta, ja jos on, millaista koulutusta tulisi järjestää?