

Lieksan kaupunkikonsernin viestintäperiaatteet



Sisällysluettelo

1.	Viestinnän tehtävät	3
2.	Viestinnän roolit ja vastuut kaupunkikonsernissa	4
2.1.	Viestijöiden roolit, merkitys ja etiikka	5
3.	Viestinnän kanavat	5
4.	Sosiaalinen media - some	6
4.1.	Uuden sosiaalisen median kanavan avaaminen	6
4.2.	Sosiaalisen median etiketti	7
4.3.	Somekanavan käyttäjänimi ja aihetunnisteet sosiaalisessa mediassa	7
	Sosiaalisen median muistilista	7
5.	Viestinnän koordinointi kaupunkikonsernissa	8
6.	Viestintä- ja markkinointiyhteistyö kaupunkikonsernissa	8

1. Viestinnän tehtävät

Viestinnän perustehtävä on lisätä kaupunkilaisten, yhteisöjen ja kaupungin henkilöstön tiedonsaantia ja vuorovaikutusta. Viestinnällä lisätään yhteisöllisyyttä ja annetaan kuntalaisille mahdollisuus vaikuttaa oman kaupungin asioihin. Viestinnän tulee olla suunnitelmallista ja yhdenmukaista koko kaupunkikonsernissa, ja viestintä on keskeinen johtamisen väline, joka tukee kaupungin strategiassa määriteltyjen tavoitteiden saavuttamista.

Viestinnällä:

- tiedotetaan kaupungin tavoitteista, suunnitelmista ja päätöksenteosta sekä palveluista ja toiminnasta
- luodaan edellytykset avoimelle vuorovaikutukselle ja kuntalaisten mahdollisuuksille vaikuttaa kaupungin toimintaan sekä aktivoidaan kuntalaisia osallistumaan ja pitämään huolta elinympäristöstään
- edistetään kaupungin kehittämistä ja lieksalaisten hyvinvointia
- tehdään kaupunkia myönteisesti tunnetuksi

Kaupunkikonsernin viestintä on **avointa ja läpinäkyvää**. Avoimuuden suhteen viestinnässä tulee huomioida salassapitovelvollisuuden ja tietosuojan liittyvät tekijät.

Viestinnän **tasapuolisuuden** ja **saavutettavuuden** kiinnitetään huomiota muun muassa käyttämällä monipuolisesti eri viestintäkanavia, käyttämällä mahdollisimman selkeää ja ymmärrettävää kieltä sekä huomioimalla eri kohderyhmien erilaiset viestinnän tarpeet. Viestinnän saavutettavuudessa on huomioitava viestinnän saavutettavuus teknisesti, sisällöllisesti sekä kielellisesti. Sähköisten viestintäkanavien tulee olla digipalvelulain mukaisia.

Viestinnän pitää olla **aktiivista, ajantasaista ja oma-aloitteista**. Tiedottamista ennakoidaan mahdollisuuksien mukaan ja huolehditaan, että tietoa on saatavilla hyvissä ajoin.

Kaupunkikonsernin viestintä on **vastuullista, luotettavaa ja totuudenmukaista**. Luotettavuus on kaiken toiminnan perusta. Viestinnän tulee olla johdonmukaista ja julkisuudessa mahdollisesti esitetyt merkitykselliset virheelliset tiedot korjataan viipymättä.

Viestintä on **vuorovaikutteista keskustelua** eri osapuolten välillä. Kuntalaisten osallisuuden ja vaikuttamismahdollisuuksiin kiinnitetään erityistä huomiota. Vuorovaikutusta yllä pidetään muun muassa kasvokkai-keskusteluilla, kyselyillä sekä sosiaalisen median keskusteluilla. Kaupunkina pyritään olemaan läsnä niissä viestintäkanavissa, joissa keskustelua käydään.

Viestinnän rooli korostuu **kriisi- ja poikkeustilanteissa**, koska poikkeavissa tilanteissa tiedon tarve kasvaa nopeasti. Toimivan kriisiviestinnän edellytys on, että viestinnän perusteet ovat kunnossa. Erityistilanteissa viestintää hoidetaan tehostamalla toimivia viestintäprosesseja. Tehostetun viestinnän tavoitteena on tilanteen hallittu hoitaminen, lisävahinkojen torjuminen, tarpeettomien huolien hälventäminen, palveluiden korvaamisesta viestiminen ja väärän tiedon leviämisen estäminen. Avoimella ja nopealla viestinnällä vahvistetaan luottamusta kaupungin ja muiden viranomaisten toimintakykyyn poikkeuksellisessakin tilanteessa. Lieksan kaupungilla on erillinen kriisiviestintäohje, joka on myös osa kaupungin valmiussuunnitelmaa.

2. Viestinnän roolit ja vastuut kaupunkikonsernissa

Jokaisella kaupunkikonsernin työntekijällä on vastuu hyvästä viestinnästä.

Viestintää ja tiedottamista Lieksan kaupungissa johtaa ja valvoo kaupungin hallintosäännön mukaisesti **kaupunginhallitus**. Kaupunginhallitus hyväksyy muun muassa viestintäperiaatteet sekä logojen ja kaupungin vaakunan käyttöohjeen.

Kaupungin viestintä ja markkinointi kuuluvat elinvoiman palvelualueelle, ja kaupungin viestinnästä vastaavat **kaupunginjohtaja** ja **elinvoimajohtaja**.

Kaupungin **viestintäsihteer**i koordinoi, kehittää, opastaa ja toteuttaa viestintää kaupunkikonsernissa.

Yhtenäisestä viestintäkulttuurista vastaa kaupungin **johtoryhmä**.

Palvelualueiden viestinnästä vastaavat **palvelualueiden johtajat**.

Tulosityksiköiden päälliköt ja liikelaitosten johtajat vastaavat yksiköidensä viestinnästä, kuten tiedotteiden laatimisesta, verkkosivujen sisältöjen ajantasaisuudesta ja yksikön sisäisestä viestinnästä.

Kaupungin tytäryhtiöiden viestinnästä vastaavat ensisijaisesti niiden **toimitusjohtajat** ja toissijaisesti **hallitusten puheenjohtajat**.

Kaupunginvaltuuston ja –hallituksen, lautakuntien sekä muiden toimielinten tiedottamisesta vastaa ko. **toimieliimen esittelijä**.

Käytännön viestintää Lieksan kaupungilla toteuttaa viestintäsihteerin kanssa yhteistyössä **viestintätiimi**, jossa on mukana oman toimen ohella viestintää tekeviä henkilöitä. Viestintätiimin vastuulla on muun muassa kaupungin toimialojen yhteisten lehti-ilmoitusten koonti, internet- ja intranetsivujen ylläpito, sosiaalisen median kanavien ylläpito, päivittäminen ja kysymyksiin vastaaminen sekä mediatiedotteiden lähettäminen. Kaupunkikonsernin toimintaan merkittävästi liittyvistä tiedoista ja tapahtumista tulee välittää tieto kaupungin viestintätiimille sähköpostitse osoitteeseen: viestinta@lieksa.fi

Lieksa-brändin markkinointia kaupunkikonsernissa hoitaa **markkinointitiimi**, jossa on mukana kaupungin viestintä sekä tytäryhtiöiden yhtiöiden edustajat.

2.1. Viestijöiden roolit, merkitys ja etiikka

Kaupunkikonsernin työntekijöiden ja viranhaltijoiden viestinnän tulee olla asianmukaista, asiallista ja luotettavaa. Viestintää ohjaavat osaltaan vaitiolo-, salassapito-, käyttäytymis- ja virantoimitusvelvoitteet. Lisäksi työntekijöitä sitoo työ sopimuslakiin pohjautuva lojaliteettivelvollisuus työnantajaa kohtaan (Työsopimuslaki 3 luku 1§).

Viestinnän soveltaminen virka- ja työtehtäviin vaatii harkintaa viranhaltijan ja työntekijän työroolin ja yksityisen roolin linjauksissa. Asiayhteydestä pitää erottaa, milloin henkilö esiintyy yksityishenkilönä ja milloin työnsä puolesta. Kun viranhaltija tai työntekijä toimii kaupunkikonsernin edustajana, on hänen kannanottojaan ja viestiään voitava pitää kaupungin / toimialan / yhtiön / liikelaitoksen virallisena kantana. Yksityishenkilönä esiintyessä puolestaan, esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, on huolehdittava siitä, ettei anna kuvaa, että kyseessä olisi organisaation virallinen tiedotustoiminta tai virallinen kanta.

Työntekijöiden ja viranhaltijoiden lisäksi kaupungin luottamushenkilöillä on tärkeä rooli kaupungin viestinnässä ja maineen hallinnassa. Jokaisen luottamushenkilön rooli päätöksenteon, viestinnän ja hyvän hallinnon edistäjänä on kunnassa merkittävä. Luottamushenkilöiden toimintaa ohjaa kuntalain 69§, jonka mukaan kunnan luottamushenkilön tulee edistää kunnan ja sen asukkaiden etua sekä toimia luottamustehtävässään arvokkaasti tehtävän edellyttämällä tavalla.

3. Viestinnän kanavat

Kaupungin viestinnän pääkanavana toimii kaupungin internetsivut www.lieksa.fi. Internetsivuilla julkaistaan kaupungin tiedotteet, ilmoitukset ja kuulutukset sekä uutisoidaan ajankohtaisista tapahtumista. Lisäksi sivuilla on nähtävillä kaupungin toimielinten julkiset esityslistat ja kokousten pöytäkirjat sekä viranhaltijapäätökset. Kuulutukset ja viralliset ilmoitukset julkaistaan myös kaupungin virallisella ilmoitustaululla. Yhtiöiden pääviestintäkanavina toimivat yhtiöiden omat internetsivut www.lieksankehitys.fi ja www.lieksankiinteistot.fi sekä valitut sosiaalisen median kanavat.

Internetsivujen lisäksi kaupunkikonsernin viestinnässä käytetään monipuolisesti eri viestintäkanavia mahdollisimman monen kohderyhmän saavuttamiseksi. Viestinnässä hyödynnetään muun muassa sosiaalista mediaa, sähköpostia, mediatiedotteita, lehti-ilmoituksia ja tarvittaessa asukaskirjeitä.

Markkinoinnin kanavina käytetään tavoitellun kohderyhmän mukaisesti valittuja, parhaiten tavoitettavia viestintäkanavia, kuten sosiaalista mediaa, uutiskirjeitä, painotuotteita sekä lehti-, radio- ja tienvarsimainontaa. Graafisessa viestinnässä käytetään yhtenäistä linjaa, noudattaen graafiselle viestinnälle annettuja ohjeita.

Konsernin sisäiseen viestintään käytetään parhaiten soveltuvia viestintäkanavia ja -välineitä. Kaupungin sisäisen viestinnän ensisijainen viestintäkanava on intranet Woorumi, viestintäsovellus Teams sekä sähköposti. Kasvokaisviestinnän, työpaikka-/tiimipalaverien sekä muiden sosiaalisten tilanteiden merkitystä ei tule kuitenkaan unohtaa käytettävissä olevien välineiden taakse, vaan keskusteluyhteyttä tulee pitää yllä kaikin keinoin. Esimerkiksi kaupungin esimiehien tulee huolehtia siitä, että säännöllisesti järjestettävien esimiestuntien asiat jalkautetaan omien toimipaikkojen henkilöstölle.

Käytettävien kanavien tulee vastata julkisia toimijoita koskevia lakeja, asetuksia ja vaatimuksia, kuten saavutettavuusvaatimukset sekä Digipalvelulaki.

4. Sosiaalinen media - some

Sosiaalinen media on nykyaikaisen viestinnän merkittävin kanava ja tulee sitä myös tulevaisuudessa olemaan, joten myös kaupunkikonsernin läsnäolo sosiaalisessa mediassa on tärkeää. Konsernin on syytä olla mukana siellä, missä sen kohderyhmät ovat ja missä keskustelua käydään. Sosiaalista mediaa käytetään tiedottamisen tukena, keskustelukanavana, asiakaspalveluun sekä markkinoinnin välineenä. Sosiaalinen media on myös nopea tapa tiedonvälitykseen.

4.1. Uuden sosiaalisen median kanavan avaaminen

Kaupunkikonsernin yksiköillä on omia, oman toiminnan kannalta merkittäviä somekanavia. Käytettävät sosiaalisen median kanavat tulee valita kohderyhmän mukaisesti ja uuden sosiaalisen median kanavan käyttöönotossa tulee varmistaa:

- mihin tarkoitukseen ja miksi kanava avataan
- mitä sisältöä kanavalle tuotetaan
- ketkä ovat vastuussa kanavan ylläpidosta
- miten seuranta, päivitykset ja keskustelu kanavalla järjestetään
- miten varmistetaan jatkuvuus ja tietoturva esimerkiksi henkilöstövaihdosten yhteydessä
- saavutettavuusvaatimukset

Kaupungin uusien sosiaalisen median kanavan aukaisemisesta tulee käydä keskustelu etukäteen viestintätiimin kanssa. Viestintätiimi voi päättää sosiaalisen median kanavan poistamisesta, jos esimerkiksi käyttö ei täytä kanaville asetettuja vaatimuksia tai sen ylläpitäminen on päättynyt.

Sosiaalisen median käyttöä ei voi ulkoistaa paitsi perustelluista syistä esim. projekteissa ja kampanjoissa. Tytäryhtiöiden ja hankkeiden sosiaalisen median kanavan avaamisessa konsultointi tehdään konsernin markkinointitiimin kanssa.

Kaupunkikonsernin työntekijän omalla työ sähköpostiosoitteella ei saa perustaa kaupungin sosiaalisen median palvelua. On mahdollista, että työntekijän profiiliin varaan perustettu sosiaalisen median palvelu voi aiheuttaa ongelmia vastuuseen ja yksityisyyteen liittyvissä asioissa tai työntekijän siirtyessä pois konsernin palveluksesta. Sosiaalisen median palvelun toiminta ja jatkuvuus eivät saa olla riippuvaisia yksittäisestä työntekijästä.

Sosiaalisen median kanavaa varten voidaan luoda yksikkö-/virka profiili, jota perustettaessa käytetään omaan toimintaan liittyvää kaupungin yhteissähköpostiosoitetta. Sen lisäksi palveluun voidaan myöntää ylläpito-oikeuksia työntekijöiden henkilökohtaisille profiileille. Työntekijää ei kuitenkaan velvoiteta päivittämään sosiaalisen median palveluja yksityisellä profiilillaan, vaan tämä vaihtoehto perustuu vapaaehtoisuuteen. Käytettävän profiilin valinnassa tulee huomioida myös käytettävän sosiaalisen median palvelun säännöt esimerkiksi ns. tuplaprofiilien käytöstä.

4.2. Sosiaalisen median etiketti

Sosiaalisen median käytössä on aina huomioitava hyvän tavan ja hyvän maun mukainen sisällöntuotanto sekä on syytä muistaa, että toiminnassa on kyse kaupungin yksikön virallisesta viestinnästä. Keskusteluissa ja kommentoinnissa on pidettävä huolta, että keskustelu säilyy asiallisena. Asiattomat ja mahdollisesti loukkaavat kommentit tulee poistaa sivustolta sekä tarvittaessa estää haitallinen kommentointi. Provosoitumista on syytä välttää ja käyttää harkintaa ennen kärkeviin kommentteihin vastaamista. Keskusteluissa tulee kuitenkin kunnioittaa sananvapautta.

4.3. Somekanavan käyttäjänimi ja aihetunnisteet sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisen median käyttäjätunnuksen tulee olla helposti tunnistettava ja löydettävä. Lieksan kaupungin sosiaalisen median kanavissa käyttäjänimenä on **@lieksankaupunki**. Somekanavaa varten on myös syytä miettiä omat ns. aihetunnisteet, joita käytetään aina. Kaikissa kaupunkikonsernin aihetunnisteita vaativissa somepäivityksissä yhteisinä tunnuksina käytetään merkintöjä **#lieksa** ja **#meijänlieksa**. Tämä takaa päivityksen näkymisen valitun aihetunnisteen alla.

Vakiotunnisteiden lisäksi päivitysten hyvän näkyvyyden vuoksi on syytä käyttää muita aihetunnisteita päivityksen tekijään ja päivitykseen liittyen, esimerkiksi: (tekijä) **#lieksankaupunki** **#lieksankehitys** **#lieksankiinteistot** (päivityksen aihe) **#koli** **#kansallispuisto** **#ruunaankosket** **#patvinsuo**.

Saavutettavuuden kannalta kannattaa aihetunnisteissa huomioida isojen kirjainten käyttö yhdyssanoissa **#LieksanSatama**. Isojen kirjainten käyttö auttaa ruudunlukuohjelmia tunnistamaan sanat ja niiden silmäily on myös helpompaa. Aihetunnisteet on myös syytä pitää napakoina ja välttää pitkiä sanayhdistelmiä.

Sosiaalisen median muistilista

Ole läsnä, osallistu ja ole avoin.

Vastaa kommentteihin ja huolehdi sisällöstä.

Vältä provosoitumista ja vastaa harkiten.

Someta ja seuraa muidenkin somettamista.

5. Viestinnän koordinointi kaupunkikonsernissa

Viestinnän ja markkinoinnin koordinoitua kaupunkikonsernissa hoitaa viestintäsihteeri. Elinvoiman palvelualueen tehtävänä on varmistaa, että viestintään liittyvät suunnitelmat ovat Lieksa-brändin mukaisia ja toteuttavat kaupungin strategiaa. Brändin käyttöä valvoo elinvoimajohtaja ja viestintäsihteeri, jotka myös vastaavat brändistä. Strategisten tavoitteiden ja yhteisten linjojen saavuttaminen varmistetaan suunnitelmallisella yhteistyöllä ja asioiden valmistelulla.

Viestinnän ja markkinoinnin kehittäminen yhteistyössä kaupunkikonsernin eri toimialojen kanssa, monipuolinen ja monikanavainen viestintä sekä viestinnälle asetettujen tavoitteiden saavuttaminen ovat viestintäsihteerin keskeisiä tehtäviä. Viestintäsihteeri myös seuraa viestintää ohjaavien lakien, säännösten ja ohjeiden noudattamista, ja opastaa niiden toteuttamisessa.

6. Viestintä- ja markkinointiyhteistyö kaupunkikonsernissa

Viestinnän periaatteet koskevat koko Lieksan kaupunkikonsernia. Viestinnän tyyli sekä konsernista ulospäin että konsernin sisällä on positiivinen. Markkinointiviestinnän tulee olla Lieksa-brändin mukaista, ja visuaalisen ilmeen osalta linja on yhtenäinen koko organisaatiossa. Viestinnässä hyödynnetään brändin viestikonseptia, samoin kuin muita konsernin viestintää ja markkinointia koskevia ohjeistuksia.

Tytär- ja osakkuusyhteisöjen viestinnän tulee tukea konsernin asettamia strategisia linjauksia ja tavoitteita sekä noudattaa konsernin viestintäpolitiikkaa. Tiedottamisessa ja tietojen antamisessa tulee huomioida kaupungin yleiset tiedotusperiaatteet sekä julkisuus- ja salassapitosäännökset. Huomiota tulee kiinnittää siihen, että kaupunkikonsernin sisäisistä ja keskeneräisistä asioista ei viestitä ulospäin, ellei asiasta erikseen sovita.

Konserniyhtiöiden näkökannasta viestintäasioita käsitellään Lieksan kaupungin hallintosäännössä, konserniohjeissa sekä yhtiöiden ja kaupungin välisissä sopimuksissa. Osapuolet ovat sitoutuneet tekemään tiivistä yhteistyötä ja toimimaan avoimessa vuorovaikutuksessa. Kun markkinointia tehdään Lieksa-brändillä, konserniyhtiöiden viestintä- ja markkinointiprosesseihin kaupungilta osallistuu viestintäsihteeri, ja/tai elinvoimajohtaja. Tilanteen ja tarpeen mukaan yhteistyöhön osallistuu myös kaupunkikonsernin muita tahoja.

Kaupunkikonsernin yhteisten projektien aikana osapuolten tulee huolehtia kaikkien osallisten tasapuolisesta tiedonsaannista, ja elinvoimajohtajan sekä yhtiöiden toimitusjohtajien vastuulla on viedä tarvittavat linjapäätökset kaupungin johtoryhmän käsiteltäväksi. Viestinnän ohjaamisessa kaupungilla on etuoikeus.