

LUONNOS

Uudenkaupungin kaupungin viestintäohje 2023

Viestintäohjeessa kerrotaan Uudenkaupungin kaupungin yhteisistä viestintäkäytännöistä. Ohje on tarkoitettu kaupungin henkilöstön tueksi ja käytännön ohjeeksi arkipäivän viestintään.

Viestintäohjeen lisäksi kaupungin viestintää ohjaavat brändikäsikirja ja graafinen ohjeistus, kriisiviestintäohje ja sosiaalisen median ohje.

Viestintäohje on hyväksytty kaupunginhallituksessa xx.xx.xxxx.

Sisällysluettelo

LUONNOS

1. Uudenkaupungin viestinnän huoneentaulu	1	5.6. Kaupunki sosiaalisessa mediassa	10
2. Viestinnän lähtökohdat ja tavoitteet	2	5.7. Valmistelu- ja päätöksentekoviestintä	11
3. Viestinnän vastuut ja organisointi	4	5.8. Asiakirjojen julkisuus ja tietopyynnöt	11
4. Viestinnän kohde- ja sidosryhmät	5	5.9. Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset	12
5. Viestinnän toimintatavat	6	5.10. Tiedottaminen ja media	13
5.1. Viestintää ohjaavia periaatteita	6	5.11. Markkinointiviestintä	14
5.2. Kuntalaisten osallistuminen ja vuorovaikutus	7	5.12. Valokuvat ja videot	15
5.3. Välitön viestintä	8	5.13. Työyhteisöviestintä	16
5.4. Palveluviestintä	8	5.14. Kriisi- ja häiriötilanneviestintä	18
5.5. Kaupungin verkkosivut	9	6. Viestinnän seuranta ja kehittäminen	20

1. Uudenkaupungin viestinnän huoneentaulu

LUONNOS

- Viestimme aktiivisesti, avoimesti, oikea-aikaisesti ja ymmärrettävästi.
- Otamme viestinnän huomioon kaikessa toiminnassamme ja kerromme asiat objektiivisesti tosiasioihin perustuen.
- Viestimme monikanavaisesti ja saavutettavasti tavoittaaksemme erilaiset kohderyhmämme ja luodaksemme mahdollisuuksia vuorovaikutukselle.
- Ymmärrämme roolimme ja vastuumme kaupungin viestinnässä ja luomme viestinnällämme myönteistä kuvaa Uudestakaupungista.
- Viestimme suunnitelmallisesti ja varaudumme etukäteen erilaisiin viestintätilanteisiin.
- Käytämme viestinnässä yhtenäistä visuaalista ilmettä ja aitoja, brändiimme sopivia kuvia.
- Luomme hyvällä sisäisellä viestinnällä edellytyksiä ulkoisen viestinnän onnistumiselle.
- Olemme valmiita rohkeasti kokeilemaan sekä kehittymään ja kehittämään viestintäämme.



2. Viestinnän lähtökohdat ja tavoitteet

LUONNOS

Kuntien viestinnän perustan määrittelevät lainsäädäntö, ohjeet ja suositukset.

Uusikaupunki viestii monessa eri tehtävässä ja roolissa. Viestinnän tehtävänä on demokratian toteuttaminen, kuntalaisten osallistumisen ja vuorovaikutuksen lisääminen, tiedon jakaminen ja neuvonta sekä markkinointi ja maineenhallinta.

Viestinnän tavoitteena on, että asukkaat, yhteisöt, yritykset, henkilöstö ja päättäjät saavat hyvissä ajoin tietoa kaupungin suunnitelmista, toiminnasta ja päätöksistä ja heillä on mahdollisuus osallistua kaupungin kehittämiseen.

Markkinointiviestinnän tavoitteena on kehittää Uudenkaupungin imagoa ja edistää kaupungin tunnettuutta sekä elinvoimaa.

Viestinnällä tuetaan myös kaupungin strategiassa asetettuja tavoitteita. Uusikaupunki viestii strategiansa mukaisesti vastuullisesti ja rohkeasti sekä rakentaa viestinnällään yhteisöllisyyttä ja luottamusta. Kaupungin viestinnän tulee lisäksi olla avointa, oikea-aikaista, ymmärrettävää, yhdenvertaista ja tasapuolista.



Kuntaviestintää koskeva lainsäädäntö

Perustuslaki määrittelee jokaisen perusoikeuden tietoon ja hyvään hallintoon. Viranomaisen asiakirjat ovat pääsääntöisesti julkisia ja jokaisella on perusoikeus saada tietoa julkisista asiakirjoista.

Kuntalaki velvoittaa kuntia tiedottamaan asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille kunnan palveluista, taloudesta, valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä sekä päätöksistä ja niiden vaikutuksista.

Kunnan tulee tiedottaa, miten päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa. Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.

Julkisuuslaki turvaa tiedonsaantia ja edistää avoimuutta. Viranomaisen tulee toimia julkisuusmyönteisesti, mutta samalla huolehtia, ettei salassa pidettäviä tietoja paljasteta. Tiedonsaannin rajoittamiselle tulee olla laissa säädetty peruste. Jos pyydettyjä tietoja ei anneta, on kielteinen päätös oikeutuksineen perusteltava.

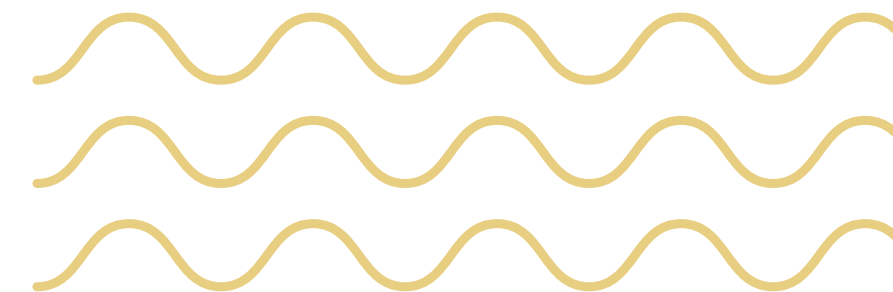
Hallintolaki täydentää kuntalain ja julkisuuslain tiedottamissäännöksiä mm. neuvonnan, asiakaspalvelun ja hyvän kielenkäytön osalta.

Maankäyttö- ja rakennuslaki säätelee alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista ja vuorovaikutusta. Laki velvoittaa kuntia tiedottamaan kaavoituksesta siten, että niillä, joita asia koskettaa, on mahdollisuus seurata kaavoitusta ja vaikuttaa siihen.

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta velvoittaa kuntia noudattamaan digitaalisessa viestinnässään saavutettavuusvaatimuksia.

Kunnan viestinnässä on lisäksi otettava huomioon mm. hankintoihin, henkilötietoihin, tietosuojaan sekä tekijänoikeuksiin liittyvää lainsäädäntöä.

Ajantasainen lainsäädäntö löytyy Finlex-tietokannasta: <https://www.finlex.fi/fi/>



3. Viestinnän vastuut ja organisointi

Kaupunginvaltuusto linjaa kaupungin strategian, hallintosäännön sekä talousarvion ja luo edellytykset viestinnälle.

Kaupunginhallitus johtaa kaupungin viestintää ja tiedottamista kaupungin toiminnasta. Kaupunginhallitus hyväksyy yleiset viestinnän ohjeet ja nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Kaupunginjohtaja sekä **liikelaitosten ja palvelukeskusten johtajat** vastaavat oman toimialueensa viestinnästä.

Viestinnän työntekijät tarjoavat viestintätukea ja sparrausta koko organisaatiolle, ohjaavat, kehittävät ja koordinoivat kaupungin viestintää, huolehtivat kaupunkitason viestintäkanavista ja toimivat kriisiviestinnän tiedottajina.

Poikkihallinnollinen viestintätiimi toimii viestinnän tukipalvelujen apuna viestinnän suunnittelu- ja kehitystyössä. Tiimin tehtävänä on erityisesti kaupungin viestinnän yhdenmukaistaminen ja yhtenäisten viestintäkäytänteiden varmistaminen. Palvelukeskusten johtajat nimeävät toimialansa edustajat viestintätiimiin.

Luottamushenkilöillä on tärkeä rooli arvo- ja linjakeskusteluissa ja avoimen keskustelukulttuurin luomisessa.

Jokainen kaupungin työntekijä viestii arjessa omiin tehtäviinsä liittyvissä asioissa. Vastuu hyvästä viestinnästä on siis kaikilla.

Viestijän vastuu

Työntekijät

Työntekijöiden tulee viestiä eettisesti, noudattaa kunnan viestintäohjeita sekä huolehtia luottamuksellisuuden ja yksityisyyden suojan toteutumisesta. Perustuslaki turvaa työntekijöille vapauden ilmaista mielipiteitään julkisesti, mutta heitä sitoo myös lojaliteettivelvollisuus työnantajaa kohtaan. Työntekijän on viestiessään tehtävä selväksi, milloin hän edustaa organisaatiota ja milloin hän esiintyy yksityishenkilönä. Mitä vastuullisemmassa asemassa työntekijä on, sitä suurempaa harkintaa häneltä edellytetään.

Luottamushenkilöt

Kuntalain mukaan luottamushenkilön tulee edistää kunnan ja sen asukkaiden parasta sekä toimia luottamustehtävässään arvokkaasti tehtävän edellyttämällä tavalla. Edustaessaan kaupunkia tulee luottamushenkilöiden viestinnän olla linjassa kaupunkistrategian kanssa ja tukea sen toteutumista. Luottamushenkilöiden tulee tiedostaa oma roolinsa, sekä viestintänsä merkitys kunnan maineen rakentamisessa ja henkilöstön motivoinnissa.

4. Viestinnän kohde- ja sidosryhmät

LUONNOS

Viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa kiinnitetään erityistä huomiota Uudenkaupungin kaupungin keskeisimpiin kohde- ja sidosryhmiin. On ensiarvoisen tärkeää ymmärtää kenen kanssa viestimme ja millaisia tarpeita, odotuksia ja tavoitteita eri ryhmillä on.

Viestinnän sisällöt ja kanavat valitaan aina kohderyhmän tarpeiden mukaisesti.

Keskeisimmät kohde- ja sidosryhmät ovat:

- Kunnan asukkaat
- Vapaa-ajan asukkaat
- Kaupungin henkilöstö
- Yritykset ja yrittäjät
- Matkailijat
- Potentiaaliset uudet asukkaat
- Työnhakijat ja alueella työssäkäyvät
- Tiedotusvälineet
- Luottamushenkilöt
- Alueelliset ja valtakunnalliset viranomaiset
- Varsinais-Suomen hyvinvointialue
- Kansalaisjärjestöt
- Muut kunnat ja kuntaverkostot sekä kehittämisorganisaatiot
- Asiakkaat



5. Viestinnän toimintatavat

LUONNOS



5.1. Viestintää ohjaavia periaatteita

- Kaupungin viestintää ohjaavia keskeisimpiä periaatteita ovat avoimuus ja aktiivisuus, vastuullisuus ja vuorovaikutteisuus sekä ymmärrettävyys ja yhdenvertaisuus.
- Viestinnällä tehdään näkyväksi kaupungin toimintaa ja viedään strategiaa käytäntöön. Mikään aihe tai tapahtuma ei ole liian pieni viestittäväksi. Mitä enemmän asialla on vaikutusta kuntalaisiin, sitä aktiivisemmin siitä viestitään.
- Viestintää tehdään monikanavaisesti, jotta eri kohderyhmät tavoitetaan kattavasti ja vuorovaikutukselle on monipuolisesti mahdollisuuksia.
- Viestintää suunnitellaan etukäteen vuosikello-ajattelulla ja toteutetaan suunnitellusti, mutta tarvittaessa ollaan myös valmiita reagoimaan nopeasti muuttuviin viestintätarpeisiin.
- Asioista viestitään ensin kaupungin omissa kanavissa ja vasta sen jälkeen sidosryhmien kanavissa. Medialle lähetettävistä juttuvinkeistä ja tiedotteista kerrotaan myös kollegoille ja viestinnän työntekijöille.

5.2. Kuntalaisten osallistuminen ja vuorovaikutus

Toimiva vuorovaikutus ja kuntalaisten vahva osallisuus ovat kaupungille suuri voimavara. Vuorovaikutus tuo tietoa kehittämistyön pohjalle ja aktiivisesti osallistuvat kuntalaiset vahvistavat Uudenkaupungin elinvoimaa sekä sosiaalista kestävyyttä.

Kaiken osallistumisen lähtökohtana on avoin viestintä ja mahdollisuus vuorovaikutukseen. Uusikaupunki viestii ymmärrettävästi ja monikanavaisesti eri kohderyhmien tavoittamiseksi. Avoimella viestinnällä luodaan edellytyksiä osallistumiselle jo asioiden valmisteluvaiheesta lähtien ja edistetään luottamusta sekä yhteisymmärrystä kunnan ja asukkaiden välillä.

Edustuksellista demokratiaa täydentävät Uudessakaupungissa monet suoran osallistumisen keinot. Kaupungin toimintaan voi osallistua esimerkiksi vastaamalla kyselyihin, antamalla palautetta ja osallistumalla suunnitteluun, asukasbudjetointiin sekä asukas- ja keskustelutilaisuuksiin.

Osallistumisen ja vaikuttamisen erilaisista mahdollisuuksista kerrotaan kaupungin verkkosivuilla.

Viestinnän saavutettavuus

Uudenkaupungin kaupunki huolehtii digitaalisten viestintäkanaviensa ja palvelujensa saavutettavuudesta digipalvelulain mukaisesti. Saavutettavuus on ihmisten erilaisuuden ja moninaisuuden huomioimista digitaalisessa maailmassa. Saavutettava viestintä mahdollistaa tiedon jakamisen sekä osallistumisen ja vuorovaikutuksen kaikille yhdenvertaisesti.

Saavutettavuus tulee huomioida viestintäpalvelujen teknisessä toteutuksessa, käytettävyydessä ja sisällöissä. Saavutettavuutta edellytetään viestintäpalveluja hankittaessa ja kehitettäessä. Sisältöjen teknistä, visuaalista, ja kielellistä saavutettavuutta kehitetään jatkuvasti ylläpitämällä kaupungin henkilöstön osaamista.

Kaupungin jokaisesta digitaalisesta palvelusta tulee löytyä saavutettavuusseloste, jossa kuvataan mahdolliset puutteet saavutettavuudessa ja kerrotaan, miten käyttäjät voivat saada palvelun tiedot saavutettavassa muodossa.



5.3. Välitön viestintä

Kasvokkain tapahtuva suora viestintä on vuorovaikutusta tehokkaimmillaan. Neuvonnan ja tiedon jakamisen ohella jokainen kohtaaminen tarjoaa mahdollisuuden luoda myönteistä henkeä ja rakentaa positiivista kuvaa Uudestakaupungista. Suoran viestinnän kautta annetaan myös kasvot kaupungin palveluille ja organisaatiolle.

Kaikki kaupungin työntekijät toimivat asiakaspalvelutilanteissa kaupungin käyntikortteina. Asiakkaat ja yhteistyökumppanit tulee kohdata ystävällisesti, yhdenvertaisesti ja asiantuntevasti. Asiakaspalvelutehtävissä työskentelevien on oltava helposti tavoitettavissa ja yhteydenottopyyntöihin tulee vastata mahdollisimman nopeasti.

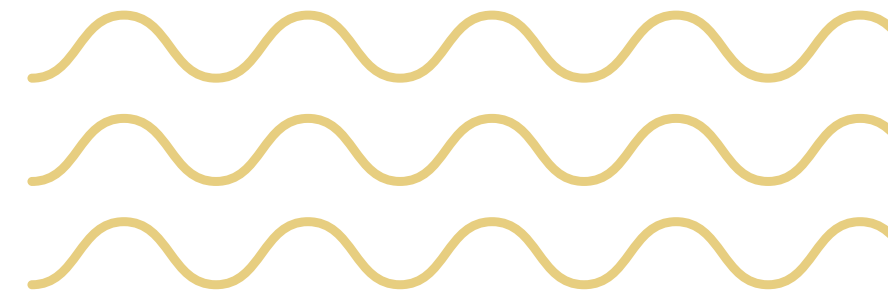
5.4. Palveluviestintä

Toimivalla palveluviestinnällä luodaan sujuvaa arkea kaupunkilaisille. Asukkaiden, vierailijoiden, yritysten ja muiden sidosryhmien tulee tietää, millaisia palveluja kaupunki tarjoaa, miten niitä voi käyttää ja mitä muutoksia palvelutarjontaan on mahdollisesti tulossa. Tiedon välittämisen ohella hyvällä palveluviestinnällä voidaan luoda myönteistä kuntakuvaa ja tukea kaupungin maineyötä.

Palveluviestintää tehdään Uudessakaupungissa monikanavaisesti. Keskeisimpänä kanavana toimivat kaupungin verkkosivut. Tärkeimmistä asioista viestitään lisäksi esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa ja paikallislehdissä sekä painotuotteiden, ilmoitusten, tilaisuuksien ja henkilökohtaisen neuvonnan avulla.

Palveluista viestittäessä otetaan huomioon kaupungin erilaisten asukas- ja asiakasryhmien tarpeet ja huolehditaan myös niiden henkilöiden tiedonsaannista, jotka eivät käytä verkkopalveluja tai sosiaalista mediaa.

Vastuu päivittäisestä palveluviestinnästä on palvelukeskuksilla. Jokainen palvelukeskus huolehtii itse omien tietojensa ajantasaisuudesta esimerkiksi verkkosivuilla ja valtakunnallisessa palvelutietovarannossa. Viestinnän työntekijät ovat tarvittaessa tukena käytännön viestintätyössä.



5.5. Kaupungin verkkosivut

Uusikaupunki.fi -verkkosivusto toimii kaupungin pääviestintäkanavana. Sivustolla julkaistaan kaikki oleellinen tieto Uudestakaupungista ja sen hallinnosta, palveluista, tapahtumista ja suunnitelmista sekä päätöksistä ja niiden valmistelusta. Verkkosivut ovat tärkeä tiedonlähde kaupungin asukkaille, henkilökunnalle, päättäjille, yhteistyökumppaneille ja muille sidosryhmille.

Vastuu verkkosivujen sisällöstä on hajautettu palvelukeskuksiin. Jokainen palvelukeskus vastaa itse tietojensa oikeellisuudesta ja ajantasaisuudesta. Viestinnän työntekijät koordinoivat ja kehittävät kokonaisuutta ja antavat tukea verkkosivujen käyttöön.

Palvelukeskuksia rohkaistaan aktiiviseen tiedottamiseen ja uutisointiin verkkosivuilla. Uusikaupunki.fi -sivustolle tulee aina julkaista verkkotiedote, kun oman vastualueen palveluissa tapahtuu muutoksia tai on jotain ajankohtaista tiedotettavaa.

Verkkosivujen sisällöntuotantoa ja kehittämistä ohjaavia periaatteita ovat käyttäjäystävällisyys, saavutettavuus, helppokäyttöisyys ja esteettömyys. Sivustolta löytyvä saavutettavuusseloste kertoo avoimesti ongelmakohtista ja kehittämistarpeista.

Verkkosivuilla, kuten verkkoviestinnässä yleensäkin, tulee huolehtia siitä, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.

Viestintä kaupungin verkkosivuilla

Kaupungilla on neljä verkkosivustoa, joihin viestintä keskitetään. Uusia erillissivustoja ei perusteta ilman painavaa syytä.

Kaupungin pääsivu: uusikaupunki.fi

Kaupungin pääsivuilla pidetään saatavilla jatkuvasti päivitettävää tietoa kaupungin palveluista, toiminnasta, päätöksenteosta ja tapahtumista. Sivuille tuotetaan ensisijaisesti kaupunkiorganisaation omaa sisältöä ja ulkopuolisten toimijoiden ilmoituksia julkaistaan vain harkiten. Palvelukeskukset vastaavat omista tiedoistaan, mutta viestinnän työntekijät hallinnoivat kokonaisuutta.

Matkailun sivut: visituusikaupunki.fi

Kaupungin matkailusivuilla kerrotaan Uudenkaupungin nähtävyyksistä, näyttelyistä, tapahtumista, meri- ja luontokohteista, liikunta ja vapaa-ajan palveluista, ostosmahdollisuuksista, sekä majoitus- ja ravintolapalveluista. Sivut on suunnattu paitsi matkailijoille, myös kaupunkilaisille ja niistä vastaa kaupungin matkailusuunnittelija.

Markkinoinnin sivut: ukilife.fi

Ukilife-sivuston tavoitteena on edistää Uudenkaupungin tunnettuutta, elinvoimaa ja vetovoimaa. Sivustolla julkaistaan positiivisia työhön, vapaa-aikaan ja elämäntapaan liittyviä tarinoita Uudestakaupungista. Markkinoinnin sivuista vastaa kaupungin elinkeinopalvelujen palvelusihteeri.

Monitoimijatalo Wintterin sivut: uudenkaupunginwintteri.fi

Wintterin sivuilla seurataan monitoimijatalon rakennusprojektia ja sivuja käytetään myös Wintterin markkinointiin. Wintterin sivuja hallinnoivat viestinnän työntekijät.

5.6. Kaupunki sosiaalisessa mediassa

Uusikaupunki hyödyntää monipuolisesti sosiaalisen median palveluja. Sosiaalisen median alustat toimivat kaupungin viestinnän tukena ja auttavat luomaan kiinnostusta kaupunkia kohtaan sekä parantamaan kuntamielikuvaa.

Sosiaalisen median kanavia käytetään kaupungin tiedottamiseen, markkinointiin, osallistumiseen ja yhteistyöhön eri sidosryhmien kanssa. Kaupungilla on aktiiviset sosiaalisen median tilit Facebookissa, Instagramissa, YouTubessa ja LinkedInissä. Näiden päätilien lisäksi monilla kaupungin yksiköillä on käytössä omia tilejä.

Someviestintä keskitetään lähtökohtaisesti kaupungin päätileille ja uusia sometilejä avataan vain hyvin perustelluista syistä. Ennen tilin avaamista tulee asiasta keskustella esihenkilön ja viestinnän työntekijöiden kanssa.

Kaupunkitason somekanavista vastaavat viestinnän työntekijät ja yksikkökohtaisista tileistä yksikön esihenkilön nimeämät työntekijät. Tileillä käytävää keskustelua seurataan ja kysymyksiin vastataan virka-aikana, niin pian kuin mahdollista. Kaupungin somekanavilla edellytetään hyvien käytöstapojen noudattamista ja keskusteluja moderoidaan tilanteen niin vaatiessa.

Sosiaalisen median periaatteista ja toimintatavoista linjataan tarkemmin kaupungin sosiaalisen median ohjeessa.

Viestintä kaupungin pääsomekanavissa

Facebook: Uusikaupunki – City of Uusikaupunki

Kaupungin Facebook-sivu toimii tiedon jakamisen, vuorovaikutuksen ja neuvonnan alustana. Facebook-sivulla jaetaan ajankohtaisia uutisia, tiedotteita ja tapahtumia sekä tehdään nostoja kaupungin yksiköiden omilta tileiltä. Viestinnän pääpaino on asiapitoisessa uutisoinnissa ja kanavan tyyli rennon asiallinen.

Instagram: cityofuusikaupunki

Viestintä kaupungin Instagram-tilillä on muita kanavia kevyempää ja visuaalisempaa. Kuvapainotteisena kanavana Instagramia käytetään erityisesti markkinointiin sekä yhteisöllisyyden ja kotiseutuylpeyden nostattamiseen.

LinkedIn: Uudenkaupungin kaupunki – City of Uusikaupunki

LinkedInissä tehdään rekrytointimarkkinointia ja rakennetaan kaupungin työnantajamielikuvaa. LinkedIn-tilillä ilmoitetaan kaupungin avoimista työpaikoista ja kerrotaan kaupungin tarjoamista palveluista sekä kaupunkiin liittyvistä yritys uutisista.

YouTube: Uusikaupunki – City of Uusikaupunki

Youtube-kanavalla jaetaan kaupunkiin ja uusikaupunkilaiseen elämänmenoon liittyviä markkinointivideoita sekä tallenteita kaupungin tapahtumista ja tilaisuuksista.

5.7. Valmistelu- ja päätöksentekoviestintä

Kaupunginvaltuuston ja -hallituksen sekä lautakuntien ja toimielinten esityslistat ja pöytäkirjat julkaistaan kaupungin verkkosivuilla.

Esityslistan asioista voidaan laatia ennakkotiedotteita ja esityslistan kysymyksiä käsitellä julkisuudessa jo ennen päätöksentekoa. Päätökset ovat luettavissa kaupungin verkkosivuilla pöytäkirjantarkistuksen jälkeen. Päätöksistä voidaan tiedottaa laajemmin kokousta seuraavina päivinä.

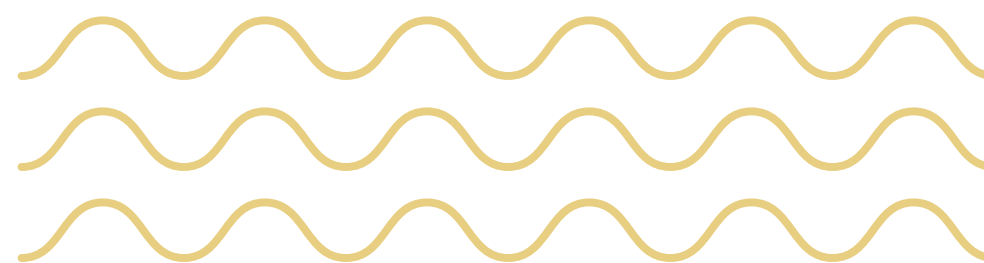
Palvelukeskukset tiedottavat itsenäisesti omista ja lautakuntiansa asioista ja päätöksistä, joilla on olennaista merkitystä kuntalaisille. Mitä enemmän käsiteltävillä asioilla on vaikutusta kuntalaisiin, sitä aktiivisemmin niistä myös viestitään.

Kaupunginvaltuuston kokoukset ovat julkisia tilaisuuksia, joihin kuka tahansa voi osallistua. Uudenkaupungin kaupunki myös videoi valtuuston kokoukset ja tallenteet jäävät verkkoon kaikkien katsottaviksi.

Kaupunginvaltuuston, kaupunginhallituksen, lautakuntien sekä muiden toimielinten päätöksentekoviestinnästä vastaavat toimielinten sihteerit.

Kaupungin viranhaltijoiden päätökset julkaistaan kaupungin verkkosivuilla, jos kuntalaisella on niihin muutoksenhakuoikeus.

Verkossa julkaistavista päätösasiakirjoista poistetaan salassa pidettävät tiedot tai tiedot, joiden julkaiseminen voi vaarantaa yksityisyyden suojan tai elinkeinonharjoittajan liike- tai ammattisalaisuuden, tai joita ei teknisistä syistä ole saatu sähköiseen muotoon



5.8. Asiakirjojen julkisuus ja tietopyynnöt

Kaupungin asiakirjat ovat aina julkisia, jollei niiden julkisuutta ole lailla erikseen rajoitettu. Yleisimmät salassapitoperusteet liittyvät julkisuuslakiin.

Jokaisella on oikeus saada tietoa kaupungin käsittelemistä asioista ja asiakirjoista. Kaupungin verkkosivuilta löytyvässä asiakirjajulkisuuskuvauksessa kerrotaan, millaisia asiakirjoja kaupunkiorganisaatiossa syntyy ja kuinka niitä voi pyytää nähtäväksi.

Kaikki kaupungille tulevat tietopyynnot ohjataan kirjaamoon, joka rekisteröi pyynnot ja toimittaa ne oikealle taholle. Tietopyyntöihin tulee julkisuuslain mukaisesti vastata viivytyksettä. Tavanomaisten asioiden kohdalla määräaika on kaksi viikkoa ja monimutkaisissa, paljon työtä vaativissa asioissa kuukausi. Mikäli pyydettyä tietoa ei voida antaa, tulee kielteinen päätös perustella kirjallisesti.

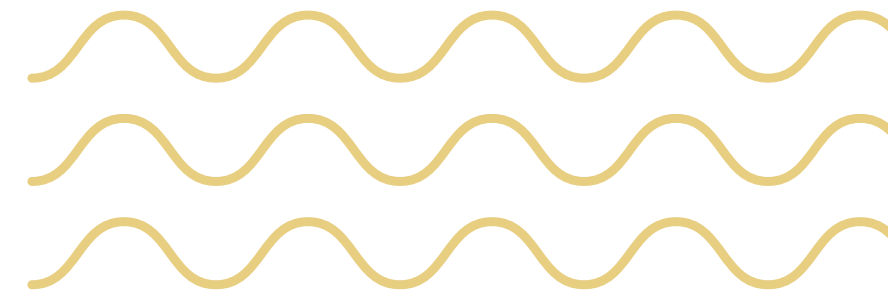
Tarkempi ohjeistus asiakirjojen julkisuudesta ja salassapitoperusteista löytyy tiedonhallinnan sivuilta intranet Framista.

5.9. Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset

Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan ensisijaisesti kaupungin verkkosivujen sähköisellä ilmoitustaululla. Erityislainsäädännön piirissä olevat ilmoitukset julkaistaan myös asianomaisen viranomaisen sähköisellä ilmoitustaululla. Kuulutusten ja ilmoitusten julkaisemisesta ja ilmoitusten poistamisesta nähtävillä olon päättymisen jälkeen vastaa kukin palvelualue itse.

Kaupungin asiakaspalvelupisteellä ja kirjastoissa on asiakaspäätteitä, joilla voi lukea sähköistä ilmoitustaulua.

Kuulutukset julkaistaan tarvittaessa myös sanomalehdissä. Kaupunginvaltuusto päättää virallisista ilmoituslehdistä valtuustokausittain.



5.10. Tiedottaminen ja media

Uudenkaupungin kaupunki pyrkii ylläpitämään hyviä suhteita tiedotusvälineisiin ja toimittajiin. Mediayhteistyön avulla kaupungin viestit saavat mahdollisimman suuren yleisön.

Mediaa palvellaan aina aktiivisesti ja tasapuolisesti. Tiedotteet ja kutsut lehdistötilaisuuksiin toimitetaan samanaikaisesti kaikille medioille. Mikäli jokin tiedotusväline on kuitenkin itse havainnut kaupungin toimintaan liittyvän uutisaiheen, on sillä etuoikeus tehdä juttu aiheesta. Muille viestintävälineille voi tiedottaa aiheesta jutun julkaisemisen jälkeen.

Koko kuntaa koskevien mediatiedotteiden tulee olla kaupunginjohtajan hyväksymiä ja palvelukeskuksia koskevien mediatiedotteiden palvelukeskusten johtajien hyväksymiä. Medialle lähetettävät tiedotteet jaetaan aina myös luottamushenkilöille sekä henkilökunnalle ja julkaistaan uutisena kaupungin verkkosivuilla. Tiedotepohja ja ohjeet mediatiedotteen laatimiseen ja lähettämiseen löytyvät viestinnän sivuilta intranet Framista.

Mediatiedotuksesta vastaavat kaupunginjohtaja ja palvelukeskusten johtajat tukena viestinnän työntekijät.

Tietojen antaminen julkisuuteen

Kaupunginjohtaja ja palvelukeskusten johtajat vastaavat kaupungin virallisista kannanotoista ja lausunnoista julkisuudessa. Johtajat voivat tarvittaessa delegoida tiedottamisvastuuta eteenpäin omissa yksiköissään. Toimittajien yhteydenottoihin vastataan mahdollisimman ripeästi ja kysymyksiin vastaa se, jolla on aiheeseen paras asiantuntemus.

Tiedotustilaisuudet

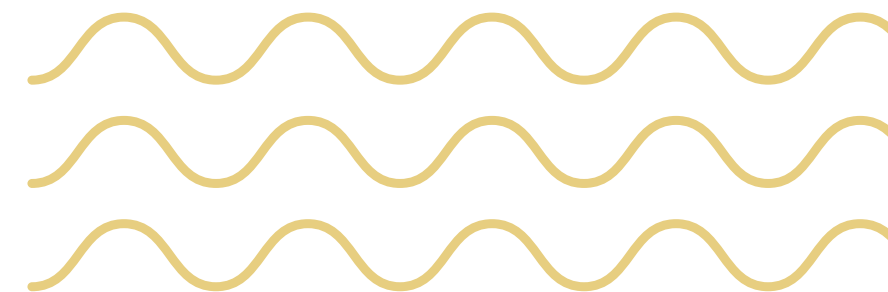
Tiedotustilaisuuksia järjestetään harkiten. Usein hyvällä mediatiedotteella saadaan enemmän julkisuutta kuin tiedotustilaisuudella.

Mikäli tiedotettava asia on hankalasti selitettävissä tai medialta on odotettavissa runsaasti kysymyksiä, voi tiedotustilaisuus tarjota mahdollisuuden asian perusteelliseen ja tehokkaaseen käsittelyyn.

Tiedotustilaisuuden järjestämisestä päättää kaupungin johto. Järjestämisaikataulu pyritään sovittamaan yhteen median julkaisuaikataulun kanssa.

Lehti ja mielipidekirjoitukset

Kaupunki ei yleensä vastaa lehti- ja mielipidekirjoituksiin. Joukkoviestimissä esitetyt asiavirheet tulee kuitenkin oikaista ja asiallisiin suoriin kysymyksiin vastata viipymättä. Mielipiteisiin ei puututa.





5.11. Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän tavoitteena on edistää Uudenkaupungin tunnettuutta, elinvoimaa ja vetovoimaa. Markkinointi auttaa pitämään kiinni nykyisistä asukkaista ja yrityksistä sekä houkuttelemaan kaupunkiin uusia asukkaita, yrityksiä ja matkailijoita.

Markkinointiviestinnällä rakennetaan kaupungin brändiä. Brändi on se tunne, joka ihmisille syntyy, kun he ajattelevat Uuttakaupunkia. Markkinoinnilla tuodaan esiin kaupungin vahvuuksia ja onnistumisia sekä tuetaan Uuteenkaupunkiin liitettyjä positiivisia mielikuvia.

Kaupungin brändi syntyy ennen kaikkea tekojen ja kohtaamisten kautta, joten brändin luomiseen osallistuvat kaikki työntekijät, luottamushenkilöt, asukkaat ja muut toimijat.

Uudenkaupungin markkinointiviestintä perustuu kaupungin strategiaan sekä brändikäsikirjaan. Brändikäsikirjassa määritelty visio ohjaa markkinointiviestinnän sisältöjä ja visuaalinen ilme viestinnän materiaaleja. Yhtenäiset viestit ja linjakas visuaalinen ilme lisäävät kaupungin luotettavuutta, tunnistettavuutta ja tunnettuutta. Yhtenäistä ilmettä hyödynnetään kaikessa kaupungin viestinnässä; esitteissä, julisteissa, ilmoituksissa, verkkosivuilla, sovelluksissa ja muissa materiaaleissa.

Kaupungin markkinointiviestintää koordinoi elinkeinopalvelut. Viestinnän työntekijät tarjoavat tukea ja neuvontaa brändikäsikirjan käyttöön sekä brändinmukaiseen viestintään.

5.12. Valokuvat ja videot

Kaupungin viestinnässä tarvitaan jatkuvasti erilaista kuva- ja videomateriaalia. Materiaalia voi tuottaa itse, ladata kuvapankeista tai hankkia kuvaajilta.

Kuvien ja videomateriaalin käytössä tulee huomioida tekijänoikeudet ja yksityisyyden suoja. Julkisella paikalla kuvaaminen ja kuvien julkaisu asiallisessa yhteydessä on sallittua. Jos kuvassa tai videossa esiintyy tunnistettavia henkilöitä, kannattaa heiltä pyytää lupa kuvaamiseen ja julkaisuun. Kirjallinen kuvaus- ja julkaisulupa tarvitaan aina, jos kuvaa käytetään mainos- ja markkinointimateriaaleissa. Jos kuvassa on alaikäisiä, pyydetään kirjallinen lupa huoltajalta.

Kaupungin valokuvien ja videoiden tulee olla brändikäsikirjan mukaisia ja teknisesti korkealaatuisia. Kuvat hankitaan ja tallennetaan mahdollisimman suurina ja käsittelemättöminä, jotta niitä voidaan helposti hyödyntää erilaisissa materiaaleissa.

Viestinnässä suositetaan ensisijaisesti omia kuvia ja kuvapankkikuvia käytetään vain harkiten. Laadukkaat kuvat kannattaa aina toimittaa viestinnän työntekijöille, jotta kuvia voidaan hyödyntää myös laajemmin organisaatiossa.

Markkinointivideoiden kirjastona toimii kaupungin YouTube-kanava. Ohje- ja opetusvideot, viralliset infovideot sekä tallenteet kaupungin tapahtumista tulee lisäksi tallentaa kaupungin omaan videopilvipalveluun. Videopilvipalvelu sisältää automaattisen tekstitystyökalun sekä kevyen videoeditorin. Sen avulla videot voidaan julkaista käyttäjäystävällisesti saavutettavuusvaatimukset sekä yksityisyydensuoja huomioiden.

Viestinnän työntekijät hallinnoivat kaupungin videoita, valokuvia sekä videopilvipalvelua ja auttavat henkilöstöä niihin liittyvissä kysymyksissä.



5.13. Työyhteisöviestintä

Työyhteisöviestintä on olennainen osa kaupungin johtamista ja arjen toimintaa. Työyhteisöviestinnällä tarkoitetaan sisäistä tiedonkulkua ja vuorovaikutusta ja siihen tarvitaan jokaisen kaupungin työntekijän panosta.

Hyvin toimivalla työyhteisöviestinnällä on suora yhteys työtyytyväisyyteen ja työssä viihtymiseen, mikä puolestaan parantaa työn tuloksellisuutta. Hyvä sisäinen viestintä auttaa kaupunkia toimimaan tehokkaasti ja on myös ulkoisen viestinnän onnistumisen perusedellytys.

Uudenkaupungin kaupungin työyhteisöviestinnän tavoitteena on, että henkilöstöä informoidaan avoimesti, oikea-aikaisesti ja riittävästi, jotta henkilöstöllä on aina työssä suoriutumiseen tarvittavat tiedot. Tavoitteena on myös vahvistaa yhteisöllisyyttä sekä lisätä luottamusta, osallisuutta ja työhön sitoutumista.

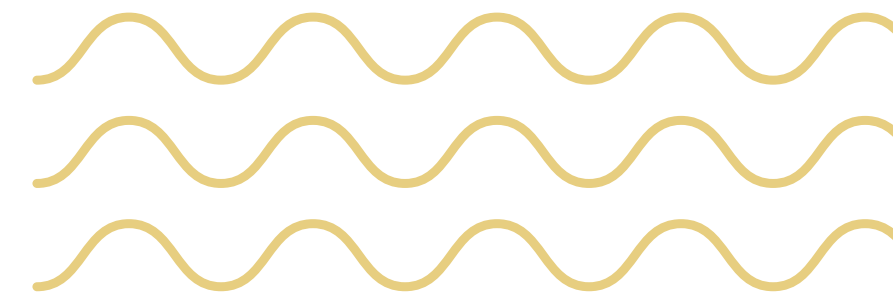
Henkilöstöä tulee tiedottaa keskeisistä kaupungin toimintaa koskevista asioista vähintään yhtäaikaisesti ulkoisen tiedottamisen kanssa. Mitä vaikeammasta asiasta on kysymys, sitä henkilökohtaisempaa on viestinnän syytä olla.

Työyhteisöviestinnän välineet

Tehokkainta työyhteisöviestintää on useimmiten **kasvokkain tapahtuva suora viestintä**. Keskustelut ja tapaamiset mahdollistavat henkilökohtaisen vuorovaikutuksen, jolloin tietoja, näkemyksiä ja palautteita voidaan vaihtaa välittömästi. Kasvokkain tapahtuvaa sisäistä viestintää ovat mm. palaverit, työryhmät, kokoukset, infotilaisuudet, kehityskeskustelut ja perehdyttäminen.

Kaupungin intranet Frami toimii koko henkilöstön yhteisenä sisäisen viestinnän välineenä. Framissa jaetaan koko organisaatiota koskevat ohjeet, lomakkeet, asiakirjat ja työvälineet. Myös henkilöstöä koskevat uutiset ja tiedotteet jaetaan ensisijaisesti intranetin kautta. Intranetin päivitysvastuu on hajautettu palvelukeskuksiin. Yksiköt tuottavat itsenäisesti omien sivujensa materiaalin ja vastaavat siitä, että sivujen tiedot ovat ajan tasalla. Kokonaisuudesta ja teknisestä ylläpidosta vastaavat viestinnän työntekijät yhdessä ICT-palvelujen kanssa.

Muita työyhteisöviestinnän välineitä ovat esimerkiksi muistiot ja pöytäkirjat, sähköposti- ja pikaviestintä, sähköiset työtilat sekä kaupungin verkkosivut ja sosiaalinen media.



Työyhteisöviestinnän roolit

Johto ja esihenkilöt ovat työyhteisöviestinnässä avainasemassa. He toimivat työyhteisöissään tiedon hankkijana, jakajana, tulkitsijana ja suodattajana. Esihenkilöiden tehtävänä on varmistaa, että työntekijät saavat työnsä kannalta oleelliset tiedot oikea-aikaisesti. Esihenkilöiden vastuulla on myös edistää avointa ja keskustelevaa toimintakulttuuria.

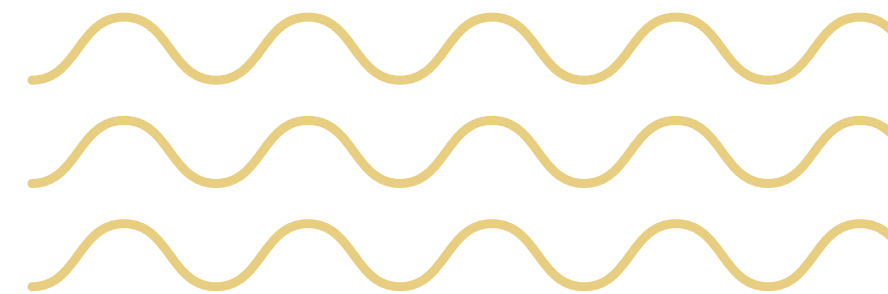
Jokaisella työntekijällä on oikeus saada tietoa työhönsä liittyvistä asioista mutta myös velvollisuus hankkia tietoa itse. Työntekijöiden tulee seurata sisäisen viestinnän kanavia ja olla perillä työyhteisön viestintäkäytännöistä. Työntekijän tehtävänä on pitää työyhteisö ajan tasalla omaa työtä koskevista asioista ja jakaa aktiivisesti työssä tarvittavaa tietoa kollegoille.

Muutosviestintä

Muutosviestintä on tehostettua normaaliajan viestintää, sillä muutostilanteissa henkilöstö tarvitsee tietoa enemmän ja nopeammin. Muutosviestinnällä voidaan selventää, toteuttaa ja tukea muutosta.

Muutosviestinnässä kerrotaan mitä ollaan tekemässä ja miksi, miksi muutos toteutetaan valitulla tavalla, miten eri toimenpiteet vaikuttavat organisaatioon ja sen toimintaan ja mitä tapahtuisi, jos muutosta ei toteutettaisi. Muutostilanteessa viestinnän tavoitteena on saavuttaa yhteisymmärrys muutoksen tarpeellisuudesta ja tavoitteista, ja siten edistää henkilöstön sitoutumista muutokseen.

Muutostilanteissa korostuu varhaisen osallistumisen ja vuorovaikutuksen merkitys. Henkilöstön tulee saada itseään koskevista asioista tieto ensimmäiseksi kunnan sisäisistä kanavista. Avoin ja oikea-aikainen viestintä auttaa vähentämään epävarmuutta, huhupuheita ja vastarintaa. Myös sen kertominen, ettei ole mitään kerrottavaa, voi joskus olla tärkeää.



5.14. Kriisi- ja häiriötilanneviestintä

Kriisiviestintä on tehostettua viestintää, jossa tuttuja ja toimivia viestintätapoja vahvistetaan nopeammilla ja tehokkaammilla viestintätoimenpiteillä ja -välineillä.

Tehostettua viestintää tarvitaan tilanteessa, jossa kaupungin organisaation tai sen työyhteisön normaali arkityö tai uusikaupunkilaisten arkielämä jostakin syystä häiriintyy. Myös kaupungin mainetta uhkaavat ns. mainekriisit, jotka voivat tuoda negatiivista julkisuutta, vaativat nopeaa reagoimista ja kriisiviestinnän toimenpiteitä.

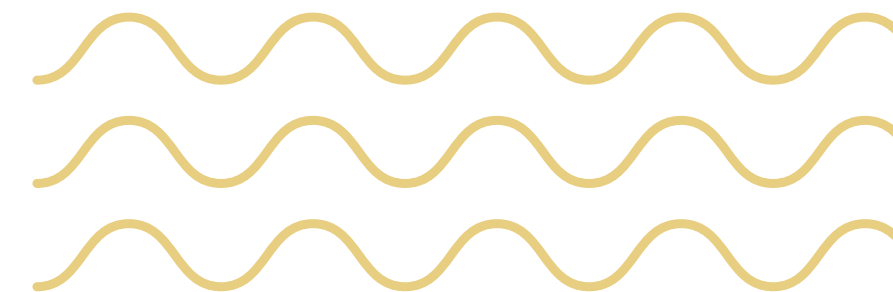
Uudenkaupungin kaupungin kriisiviestinnän tehtävänä on:

- varmistaa ihmisten turvallisuus ja estää lisävahingot
- turvata kaupungin organisaation toimintaedellytykset
- tukea johtamista
- välittää totuudenmukainen kuva tilanteesta kuntalaisille, sidosryhmille ja medialle
- rauhoittaa yleistä ilmapiiriä
- neuvoa ja informoida kuntalaisia sekä antaa toimintaohjeita
- ennakoida mahdolliset kriisit ja valmistautua niihin hyvissä ajoin
- puolustaa Uudenkaupungin kaupungin mainetta ja ylläpitää luottamusta kaupungin toimintaan.

Kun saat tiedon häiriötilanteesta tai sen uhkasta, toimi seuraavasti:

Huolehdi hätätilanteen edellyttämistä akuuteista asioista. Turvaa tilanne ja ehkäise lisävahinkojen syntyminen, soita tarvittaessa 112.

Ilmoita esihenkilöllesi. Myös kaupungin johto sekä viestinnän työntekijät on pidettävä ajan tasalla alusta lähtien.



Kriisiviestinnän viestintävastuut

Kriisitilanteessa päävastuu tiedottamisesta kuuluu sille viranomaiselle, jolla on tilanteen johtovastuu.

Onnettomuustilanteissa tiedotusvastuu on pelastustoimintaa johtavalla pelastusviranomaisella ja tutkintaa koskevissa asioissa poliisilla. Kaupunki tukee viranomaisen tiedottamista ja tiedottaa siitä, miten kriisitilanne vaikuttaa kaupungin toimintaan tai palveluihin. Viestinnän sisällöistä ja tiedottamistavasta sovitaan yhdessä tilannetta johtavan viranomaisen kanssa.

Kaupungin viestintävastuut kriisin aikana

Kriisi- ja häiriötilanteiden viestinnässä toimitaan viestinnän normaalin työnjaon mukaisesti niin pitkään kuin mahdollista. Kaupunginjohtaja sekä liikelaitosten ja palvelukeskusten johtajat vastaavat oman toimialueensa viestinnästä. Viestinnän työntekijät toimivat kriisiviestinnän tiedottajina ja tukevat johtoa viestintätyössä.

Kaupungille on nimetty kriisi- ja häiriötilanteiden johtoryhmä, joka toimii tarvittaessa kaupunginjohtajan johtoelimenä kriisi- ja häiriötilanteissa sekä poikkeusoloissa. Tilanteen vakavuus ja laajuus määrittää sen, johdetaanko kaupungin kriisiviestintää toimialalta vai kriisi- ja häiriötilanteiden johtoryhmän tasolta. Viestinnän työntekijät ovat edustettuina kaikissa niissä kokoonpanoissa, joissa kriisi- tai häiriötilannetta johdetaan ja käsitellään.

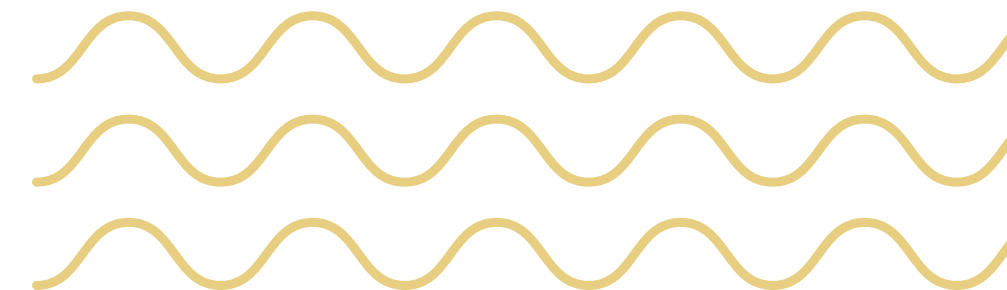
Kaupungin kriisiviestinnän käytänteet

Kriisiviestinnän on aina oltava avointa, nopeaa, aloitteellista, luotettavaa ja totuudenmukaista. Kriisiviestinnässä hyödynnetään tehostetusti Uudenkaupungin kaupungin normaaleja viestintäkäytäntöjä. Viestinnän kanavat ja kohderyhmät valitaan tapauskohtaisesti. Kriisin laajuuden mukaan viestitään kaupunkiorganisaation sisällä, paikallisesti, valtakunnallisesti tai jopa kansainvälisesti.

Kriisitilanteessa korostuu sisäisen viestinnän merkitys. Kaupungin oman henkilöstön on tiedettävä tapahtuneesta riittävästi, jotta se osaa toimia tilanteen edellyttämällä tavalla. Henkilöstölle on kerrottava mahdollisimman nopeasti, kuka vastaa kuntalaisen tai median kysymyksiin. Erityisesti puhelinvaihde ja asiakaspalveluhenkilöstö tarvitsevat lisäksi tiedon, mitä ja miten asioita suurelle yleisölle kerrotaan.

Ulkoisessa kriisiviestinnässä käytetään tehokkaasti eri keinoja: verkkosivuja, sosiaalista mediaa, tiedotustilaisuuksia, medialle suunnattuja tiedotteita, asiantuntijahaastatteluja, vaaratiedotteita ja neuvontapuhelimia. Kriisiviestinnässä kuntalaiset tulee tavoittaa mahdollisimman tehokkaasti ja käyttöön voidaan ottaa myös kanavia, joita ei normaalitilanteissa käytetä.

Kaupungin kriisiviestintäohje löytyy intranet Framista.



6. Viestinnän seuranta ja kehittäminen

LUONNOS

Viestintäympäristö on jatkuvassa muutoksessa ja ajan tasalla pysyminen edellyttää aktiivista toimintaympäristön seuraamista sekä mukautumista muuttuviin olosuhteisiin.

Viestinnän työntekijät seuraavat ja kehittävät kaupungin viestintää yhdessä kaupungin johdon ja viestintätiimin kanssa. Vastuu viestinnän kehittämisestä organisaatiotasolla on kaupunginhallituksella, kaupunginjohtajalla sekä liikelaitosten ja palvelukeskusten johtajilla.

Viestinnän seurannassa ja arvioinnissa hyödynnetään monia työkaluja.

Seurannan perusteella arvioidaan kaupungin viestinnän ja markkinoinnin onnistumista ja kehitetään viestinnän toimintatapoja. Kaupungin viestintää kehitetään myös vastaamalla lainsäädännön ja toimintaympäristön muutoksiin, parantamalla henkilöstön viestintäosaamista ja vahvistamalla suunnitelmallista viestintäkulttuuria. Kaupungin viestintätiimillä on keskeinen rooli viestinnän yhteiskehittämisen alustana ja viestinnän laadun varmistajana.

Viestinnän työntekijät tarjoavat henkilöstölle koulutusta viestinnästä ja viestinnän työkaluista. He myös huolehtivat siitä, että viestintäohjeet ja -materiaalit ovat ajan tasalla ja helposti kaikkien työntekijöiden saatavilla intranet Framissa.

Viestinnän seurannan välineitä ovat:

- mediaseurannan työkalu
- verkkosivujen analytiikka
- sosiaalisen median analytiikka
- asiakaspalautte
- erilaiset kyselyt ja tutkimukset
- asukastilaisuudet
- henkilöstökyselyt

