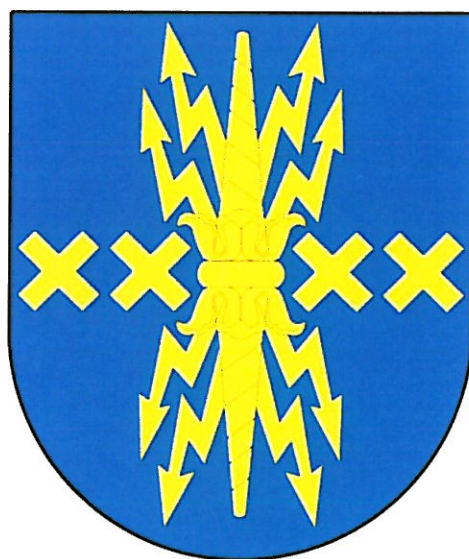


# Viestintäohje

Harjavallan kaupunki



## Sisältö

|                                                                              |   |
|------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1. Viestinnän lakisääteiset velvoitteet .....                                | 3 |
| 2. Viestinnän nykytila ja tavoitteet.....                                    | 3 |
| 3. Viestinnän yhteys kaupunkistrategiaan.....                                | 3 |
| 4. Tiedotustoimintaa koskevat ohjeet ja viestintävastuut.....                | 4 |
| 4.1. Tiedotustoimintaa koskevat toimintaohjeet Harjavallan kaupungissa ..... | 4 |
| 4.2. Viestintätyöryhmän kokoonpano:.....                                     | 4 |
| 5. Sisäinen viestintä .....                                                  | 4 |
| 5.1. Sähköposti .....                                                        | 4 |
| 5.2. Työpaikkakokoukset.....                                                 | 5 |
| 6. Ulkoinen viestintä .....                                                  | 6 |
| 6.1. Kuulutukset ja ilmoitukset .....                                        | 6 |
| 6.2. Internet-sivut .....                                                    | 7 |
| 6.3. Sosiaalinen media .....                                                 | 7 |
| 6.4. Tiedotteen laadinta .....                                               | 7 |
| 6.5. Tiedotuslehti.....                                                      | 8 |
| 7. Markkinointiviestintä .....                                               | 8 |
| 8. Kriisiviestintä .....                                                     | 8 |



# **HARJAVALLAN KAUPUNGIN KUNNALLINEN SÄÄDÖSKOKOELMA**

---

0 YLEISHALLINTO  
01 YLEINEN TOIMINTA

## **HARJAVALLAN KAUPUNGIN VIESTINTÄOHJE**

**2014**

Hyväksytty kaupunginhallitus 20.10.2014 / 213 §  
Voimaantulo 1.11.2014

## 1. Viestinnän lakisääteiset velvoitteet

Kuntalaki määrittelee kunnan viestintävelvollisuuden:

”Kunnan on tiedotettava asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. Kunnan on laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristönsuojelua ja maankäyttöä koskevista asioista. Asukkaille on myös tiedotettava, millä tavoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille.

Milloin kunnan tehtävä on annettu yhteisön tai säätiön hoidettavaksi, kunnan on sopivin tavoin tiedotettava asukkailleen yhteisön tai säätiön toiminnasta.” Kuntalaki 29 §

Kuntalain lisäksi viestintää ohjaavat julkisuuslainsäädäntö, hallintolaki ja muu lainsäädäntö.

## 2. Viestinnän nykytila ja tavoitteet

Harjavallan kaupungin viestintä on hajautettu eikä selkeitä vastuualueita ole aiemmin määritelty. Kaupungilla ei ole viestintäohjeistoa kuin kriisiviestinnän osalta.

Tavoitteena on luoda viestinnälle selkeä ohjeisto ja selkeyttää viestintävastuita. Viestintäohjeistoa tulee myös ylläpitää ja päivittää säännöllisesti, vähintään puolivuositain sekä muutenkin tarvittaessa. Viestintätyöryhmän tulee myös kokoontua säännöllisesti, vähintään 3-4 kertaa vuodessa.

Tavoitteena on luoda kaikkia toimialoja yhdistävä viestinnän visuaalinen ilme. Uskottava ja yhdenmukainen visuaalinen identiteetti parantaa kaupungin tunnettavuutta. Visuaalinen identiteetti on kaupungille pääomaa. Kaupungin ilmoitusten, internet-sivujen, esitteiden ym. tulee olla tunnistettavissa osaksi samaa kaupunkikonsernia.

Tällä hetkellä ongelmana on se, ettei olemassa olevia internet-palveluita tunneta eikä löydetä.

Palveluviestintää suunniteltaessa on muistettava, että kaupunkilaisilla on hyvin erilaiset mahdollisuudet käyttää eri viestintävälineitä.

## 3. Viestinnän yhteys kaupunkistrategiaan

Harjavallan kaupungin kaupunkistrategiassa 2013-2016 määritellään painopistealueet seuraavasti:

- Vakavarainen, tasapainoinen kuntatalous
- Yhteistyötaito ja -tahto
- Monipuolinen ja elinvoimainen yritystoiminta
- Hyvät, laadukkaat kuntapalvelut
- Monipuoliset kulttuuri- ja vapaa-ajantoiminnan mahdollisuudet

- Turvallinen ja viihtyisä asuin- ja elinympäristö
- Hyvät liikenneyhteydet

Viestinnän tehtävänä on tukea painopistealueita mahdollisuuksien mukaan ja tiedottaa strategian toteuttamisesta sisäisesti ja ulkoisesti.

#### **4. Tiedotustoimintaa koskevat ohjeet ja viestintävastuut**

##### **4.1. Tiedotustoimintaa koskevat toimintaohjeet Harjavallan kaupungissa**

Kaupungin tiedotustoimintaa ohjaa kaupunginhallitus. Viestinnän päävastuu on hallintojohtajalla. Tiedotustoiminnasta vastaavan henkilön vastuulla on muun muassa:

- kehittää kaupungin tiedotustoimintaa,
- pyrkiä vaikuttamaan avoimen ja tiedotusystävällisen hengen luomiseksi ja ylläpitämiseksi kaupungin koko organisaatiossa,
- suunnitella, seurata ja koordinoida kaupungin koko tiedotustoimintaa sekä antaa ohjeita ja neuvoja muille viranhaltijoille ja työntekijöille joukkotiedotusvälineiden palvelemisessa sekä suoraan kuntalaisiin kohdistuvassa tiedotustoiminnassa,
- kartoittaa käytettävissä olevat tiedottamisen keinot,
- luoda toimivat suhteet joukkotiedotusvälineisiin,
- huolehtia valtuuston ja kaupunginhallituksen esityslistojen toimittamisesta tiedotusvälineiden käyttöön ennen kokousta (pois lukien salaisina pidettävät asiat),
- saattaa kaupunginhallituksen kokousten päätökset tiedotusvälineiden tietoon,
- pitää yhteyttä kaupungin lähellä oleviin yhteisöihin sekä muutoinkin helpottaa luottamushenkilöiden ja asukkaiden välistä tiedonkulkua,
- kehittää kaupungin ulkopuolelle suuntautuvaa tiedotus- ja suhdetoimintaa,
- noudattaa tiedottamisessa muutoin kaupunginhallituksen ja kaupunginjohtajan ohjeita.

##### **4.2. Viestintätyöryhmän kokoonpano:**

Keskushallinto: Heidi Immonen ja Kaarina Lallukka  
 Perusturvapalvelut: Katri Naski  
 Tekniset palvelut: Johanna Laine  
 Kirjasto- ja kulttuuripalvelut: Satu Soppela  
 Nuorisotoimi: Miia Jokinen  
 Museotoimi: Satu Tenhonen

#### **5. Sisäinen viestintä**

##### **5.1. Sähköposti**

Sähköposti on kohdennettu viestinnän väline, jota käytetään yhdelle henkilölle tai rajatulle joukolle suunnattuun viestintään. On muistettava, että sähköposti on rinnastettavissa kirjeeseen ja sitä koskee kirjesalaisuus. Sähköpostia käytetään sekä sisäisen että ulkoisen viestinnän välineenä.

Sisäisellä sähköpostilla tarkoitetaan Harjavallan kaupungin sähköposti- järjestelmässä käyttäjien välistä sähköpostiliikennettä. Toistaiseksi sisäistä sähköpostia käytetään myös silloin, kun halutaan tiedottaa asiasta koko henkilökunnalle. Jatkossa tämäntyyppinen tiedotus on tarkoitus hoitaa intranetin kautta.

#### **Ohjeita sähköpostin käyttöön:**

1. Lue sähköpostisi säännöllisesti.
2. Vastaa viesteihin mahdollisimman nopeasti.
3. Sähköisen asiakirjan vastaanottamisesta on ilmoitettava lähettäjälle viipymättä. Saapuneet sähköiset asiakirjat on myös kirjattava tai niiden saapuminen on muulla luotettavalla tavalla rekisteröitävä (laki sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa, 12 § ja 13 §).
4. Älä vastaa kaikille jakelussa mukana oleville, ellei vastauksella ole yleisempää merkitystä. Tarkista vastatessasi, ettet vahingossa vastaa postituslistoille.
5. Tarkista, että viestisi lähtee oikeaan osoitteeseen. Mieti, onko asiasi luonteeltaan sellainen, että vastaanottajat on syytä kirjata "piilokopio"-kenttään, jolloin vastaanottajat eivät näe toisten vastaanottajien nimiä.
6. Henkilötietoja tai salassa pidettäviä tietoja ei saa viranomaisen toimesta lähettää lainkaan sähköpostilla. Myös vastauskuittauksessa pitäisi muistaa, ettei edellä mainituissa viesteissä lähetetä salassa pidettävää tietoa takaisin sähköpostilla (mm. henkilötietolain 32 § ja sosiaalihuollon asiakaslain 14 §).
7. Otsikoi viestisi selkeästi. Näin vastaanottaja näkee heti, mistä viestissä on kyse. Liitä mukaan automaattinen allekirjoitus, josta selviävät yhteystietosi (allekirjoitusohje liitteenä).
8. Älä käytä isoja kirjaimia viestissäsi, sillä ne tulkitaan HUUTAMISEKSI. Vältä myös korostuskeinona hymiöitä ;- ) tai suurta määrää kysymys- tai huutomerkkejä.
9. Käytä viestissäsi asiallista tyyliä, mutta myös ystävällistä sävyä. Viranomaisen viestin ei tarvitse kuulostaa tyylyltä.
10. Kirjesalaisuus koskee myös sähköpostiviestejä. Sähköpostia ei saa välittää eteenpäin ilman viestiketjussa olevien henkilöiden lupaa.
11. Siivoa sähköpostilaatikkoasi säännöllisesti, sen tila ei ole rajaton.

#### **5.2. Työpaikkakokoukset**

Jokaisessa työyksikössä tulee pitää säännöllinen työpaikkakokous, jossa käsitellään työyhteisön ja kaupungin ajankohtaisia asioita. Avoin sisäinen viestintä luo kannustavaa, keskustelevaa ja kehittyvää työilmapiiriä. Niin hyvistä kuin huonoista, erimielisyyttäkin aiheuttavista asioista on kerrottava riittävän varhaisessa vaiheessa ja tasapuolisesti, jol-

lolin ehkäistään huhujen syntyminen. Myös työntekijällä on vastuu ottaa asioista selvää oma-aloitteisesti. Tiedonkulun tulee olla vuorovaikutteista.

## 6. Ulkoinen viestintä

### 6.1. Kuulutukset ja ilmoitukset

Kuntalain 64 §:n mukaan kunnan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne julkisten kuulutusten ilmoitustaululla sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla.

Harjavallan valtuusto tekee valtuustokausittain päätöksen kaupungin ilmoitusten saattamisesta tiedoksi. Ilmoitukset julkaistaan kaupungin julkisten kuulutusten ilmoitustaululla ja kaupungin kotisivuilla. Päätöksessä on lisäksi eritelty ilmoitukset ja niiden muut julkaisutavat.

Lain julkisista kuulutuksista (34/1925) mukaan tiedonannot, jotka voimassa olevien säännösten mukaan on kuulutuksella saatettava yleisesti tiedoksi, on jokaisessa kunnassa pantava näkyviin tarkoitusta varten varatulle ilmoitustaululle.

Julkisista kuulutuksista annetun lain 3 §:n mukaan ilmoitustaulu on pidettävä kunnan virastotalossa tai muussa kunnanhallituksen määrittämässä sopivassa paikassa, johon on virka-aikana vapaa pääsy.

Lain 4 §:n mukaan julkipanoa koskevien tehtävien hoitamisesta huolehtii kunnanhallitus. Sen on myös huolehdittava siitä, että säädökset, tiedonannot ja kuulutukset pidetään yleisesti nähtävinä.

Harjavallan kaupungin hallintosäännön 5 §:n 28. kohdan mukaan kaupunginhallitus ratkaisee myös asiat, jotka koskevat julkisista kuulutuksista annetussa laissa tarkoitetusta julkipanosta huolehtivan vastuunalaisen hoitajan määräämistä.

Harjavallan kaupungin virallinen julkisten kuulutusten ilmoitustaulu sijaitsee kaupungintalolla. Kaupungintalon ollessa kaupunginjohtajan päätöksellä suljettuna loma-aikoina, sijaitsee kaupungin virallinen ilmoitustaulu kaupunginkirjastossa. Kaupungin viralliset kuulutukset julkaistaan kuitenkin myös muuna aikana kaupunginkirjaston ilmoitustaululla.

Kaupunginhallitus on 23.4.2001/174 § tehnyt päätöksen toimielinten pöytäkirjojen julkaisemisesta kaupungin kotisivuilla. Kaupunginhallitus on 6.2.2006/53 § päättänyt kaupunginhallituksen ja kaupunginvaltuuston esityslistojen laittamisesta kaupungin kotisivuille sen jälkeen kun ne ovat valmistuneet sekä kehottanut toimielimiä tekemään vastaavanlaisen päätöksen esityslistojensa osalta. Samassa yhteydessä kaupunginhallitus on kehottanut huolehtimaan siitä, että tietosuoja on varmistettu.

Toimielinten pöytäkirjoja pidetään nähtävinä kaupungin kotisivuilla yhden vuoden ajan. Valtuustokausittain julkaistaan kuulutus toimielinten ja viranhaltijoiden pöytäkirjojen yleisestä nähtävilläpidosta.

Kunnan toiminnan tulee myös olla avointa ja tiedottamisen oikea-aikaista niin, että asukkailla on myös ajallisesti mahdollisuus vaikuttaa päätöksentekoon.



## 6.2. Internet-sivut

Viestinnällä tuetaan kunnan imagoa. Internet-palvelun tärkein kohderyhmä ovat kaupungin asukkaat. Kuntalaiset odottavat löytävänsä sivuilta luotettavaa ja ajankohtaista tietoa sekä vuorovaikutteisia palveluita. Internet-sivut vaativat jatkuvaa ylläpitoa. Www-sivuilla on nimetty vastuuhenkilöt, jotka huolehtivat siitä, että tietosisältö pysyy ajan tasalla.

Kun kaupunki tiedottaa ajankohtaisista asioista kaupungin internet-sivuilla, on varmistettava, ettei verkkosivuilla viedä salassa pidettävää tietoa eikä henkilötietoja henkilötietolain vastaisesti.

## 6.3. Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä sekä luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita.

Sosiaalisessa mediassa otetaan usein kantaa kaupungin asioihin. Vuorovaikutus on helppoin ja suorin tie vaikuttaa kuntalaisten näkemyksiin ja käsityksiin. Kriittiset mielipiteet kuuluvat avoimeen keskusteluun ja rakentavaan kritiikkiin tulee suhtautua vakavasti. Selvää on myös, ettei kaikkia toiveita voida koskaan toteuttaa.

Sosiaalisessa mediassa pätevät samat viestintä- ja käyttäytymissäännöt kuin esimerkiksi sähköpostissa ja kaupungin internet-sivuilla kommunikoitaessa. Viestinnän tulee olla kohteliasta ja ystävällistä, ja yhteydenottoihin sekä palautteisiin tulee reagoida nopeasti ja asialliseen sävyyn.

Harjavallan kaupunki on sosiaalisessa mediassa edustettuna Facebookissa. Harjavallan kaupungin sivun lisäksi Facebookista omat sivunsa ovat muun muassa seuraavilla yksiköillä: Harjavallan liikunta- ja uimahalli, Harjavallan nuorisotyö, Harjavallan lukio, Emil Cedercreutzin museo sekä Harjavallan kaupunginkirjasto ja kulttuuritoimi, jolla on myös oma Twitter-sivunsa. Harjavallan kaupunkia edustavan sosiaalisen median sivuston luominen edellyttää esimiehen hyväksyntää.

## 6.4. Tiedotteen laadinta

Vaikka kunnalla on velvollisuus tiedottaa, tiedotusvälineet toimivat itsenäisesti. Kunnan tulee palvella kaikkia tiedotusvälineitä tasapuolisesti. Henkilökohtaiset tai poliittiset intressit eivät voi ohjata mediaviestintää. Käyttökelpoisin tapa tiedottaa kunnan asioista tiedotusvälineille on selkeä tiedote, jossa mainitaan myös lisätietojen antajat ja heidän yhteystietonsa.

On syytä muistaa, että toimittajalle puhuessaan kunnan edustaja puhuu suoraan julkisuuteen. Haastateltavalla on oikeus tarkistaa antamansa lausunnot ennen niiden julkaisemista. Selvät väärinkäsitykset voi pyytää korjaamaan, mutta mielipiteitä ei ole kohtuullista tässä vaiheessa muuttaa.



## 6.5. Tiedotuslehti

Harjavallan kaupungin ensimmäinen tiedotuslehti ilmestyi huhtikuussa 2014. Lehden tarkoitus on tavoittaa kuntalaisia ja painottua näin ollen ulkoiseen viestintään. Tiedotuslehden on tarkoitus ilmestyä 2-3 kertaa vuodessa.

## 7. Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä on kaupungin ulkoisiin sidosryhmiin kohdistuvaa viestintää, jonka tarkoituksena on saada aikaan joko suoraan tai välillisesti kysyntään positiivisesti vaikuttavia ilmiöitä. Markkinointiviestintä on yksi markkinoinnin kilpailukeinoista. Markkinointiviestinnän tavoitteena on tehdä Harjavallan kaupunkia kaikkine toimijoineen tunnetuksi, luoda kaupungista positiivinen mielikuva ja tukea elinkeinoelämän toimintamahdollisuuksia sekä matkailua. Markkinointiviestinnän tavoitteet voidaan tulkita yleisellä tasolla olevan samat kuin koko viestinnänkin tavoitteet, mutta markkinointiviestinnän välineet ja kanavat ovat usein hieman näkyvämpiä. Markkinointiviestinnän välineitä ovat mm. esitteet, julkaisut, lehti-ilmoitukset, yhteistyösopimukset, yhteistyötapaamiset, messutapahtumat yms. Markkinointiviestinnän tulee olla pitkäjänteistä toimintaa, johon sitoudutaan sekä taloudellisten että toiminnallisten resurssien muodossa.

Markkinointiviestintä koostuu seuraavista osista:

- **mainonta**, joka on maksettua, tavoitteellista tiedottamista. Se kohdistuu yleensä suureen ihmisjoukkoon ja sen avulla voidaan tiedottaa mm. tuotteista, tarjonnasta, palveluista ja ihmisistä. Viestin lähettäjä tulee tunnistaa mainoksesta.
- **myyntityö**, jonka tavoitteena on kohderyhmän vakuuttaminen kaupungin tarjonnan yliverailisuudesta
- **myynninedistäminen**, jonka tavoitteena on sidosryhmien kiinnostuksen herättäminen kaupungin tarjontaa kohtaan
- **tiedotus- ja suhdetoiminta**, jonka lähtökohtana ovat sidosryhmien asenteet ja mielipiteet. Suhdetoiminnan tavoitteena on tehdä kaupunki ja sen palvelut/ tarjonta tunnetuksi, luoda myönteisyyttä sekä muuttaa kielteisiä asenteita. Suhdetoiminta on tosiasioihin perustuvaa, suunnitelmallista ja kokonaisvaltaista toimintaa.

## 8. Kriisiviestintä

Kaiken viranomaisten tiedotuksen lähtökohtana on **kansalaisten oikeus saada informaatiota** heitä koskevista asioista ja viranomaisten velvollisuus tiedottaa omaan toimialaan kuuluvista asioista. Kansalaisille tiedotetaan sekä pienistä että suurista **kriisinomaisista erityistilanteista sekä poikkeusoloista**, koska juuri erityistilanteet lisäävät tiedottamisen tarvetta. Kriisiviestintää edellyttäviä tilanteita voivat olla esimerkiksi häiriöt veden- tai sähköjakelussa, suuronnettomuustilanteet, ympäristöongelmat tai niiden uhka.

Kriisitilanteissakin noudatetaan samoja viestinnän periaatteita kuin normaaliolojen viestinnässä kiinnittäen kuitenkin erityistä huomiota mahdollisimman tehokkaaseen ja nopeaan viestintään. Tiedotusta hoidetaan samalla tavalla kuin normaalioloissa niin pitkälle kuin mahdollista. Kriisitilanteesta tulee viestiä tasapuolisesti sekä radiossa, lehdissä että verkossa. Tiedon on hyvä olla myös kaupungin omilla kotisivuilla sekä Facebookissa.

Tiedotuspäällikkönä toimii hallintojohtaja. Hänen päätehtävänä on organisoida ja tukea muiden hallintokuntien tiedotusta ja avustaa pelastustoiminnan johtajaa. Tiedotuspäällikkö voi tie-

dottaa itsekin.

Kaupungin tiedotuspäällikkö johtaa ja vastaa yhteistyössä kunnan johdon kanssa erityistilanteiden ja poikkeusolojen tiedottamisesta kuntalaisille kunnan alueella.

Onnettomuustilanteissa tiedotusvastuu kuuluu pelastustoimintaa johtavalle viranomaiselle (pelastuslaitos tai poliisi). Kaupungin tehtävänä on hyvässä yhteistyössä avustaa tiedottamisessa, jotta pelastusviranomainen voi keskittyä varsinaisen tilanteen hoitamiseen.

Kaupungin tiedotus erityistilanteissa perustuu normaaliolojen tiedotussuunnitelmaan (kaupungin tiedotusohjeet).

Nopea ja luotettava tiedottaminen voi pelastaa ihmisiä sekä huomattavia omaisuus- ja ympäristöarvoja. Oikein ajoitettuna tiedottaminen vähentää huhujen ja tietämättömyyden aiheuttamaa epävarmuutta. Nopealla, avoimella ja ymmärrettävällä onnettomuustiedottamisella turvataan myös työrauha pelastusorganisaatiolle.

Kriisitilanteessa viestinnällä:

- estetään lisävahinkojen syntyminen
- henkilöstö saa tiedon tapahtuneesta
- joukkoviestimet pystyvät hoitamaan oman tehtävänsä
- yleisö saa totuudenmukaisen kuvan tilanteesta ja tarvittavat toimintaohjeet
- jää aikaa keskittyä kriisin hoitamiseen.