Viestintäohje

Harjavallan kaupunki

Hyväksytty Kh: 13.4.2026 / 60 §

Sisältö

1. Viestinnän lakisääteiset velvoitteet 4
2. Viestinnän nykytila ja tavoitteet 5
3. Viestinnän yhteys kaupunkistrategiaan 6
4. Tiedotustoimintaa koskevat ohjeet ja viestintävastuut 6
4.1 Tiedotustoimintaa koskevat toimintaohjeet Harjavallan kaupungissa 6
4.2 Markkinointi- ja viestintäryhmän kokoonpano ja tehtävät 6
5. Sisäinen viestintä 7
5.1 Sähköposti 7
5.2 Työpaikkakokoukset sisäisen viestinnän kanavana 7
6. Ulkoinen viestintä 8
6.1 Kuulutukset ja ilmoitukset 8
6.2 Internet-sivut 8
6.3 Tiedotteen laadinta 9
6.4 Tiedotuslehti 9
Kuvio: Viestintäkanavat kohderyhmittäin 10
7. Markkinointiviestintä 12
8. Sosiaalinen media 12
8.1 Johdanto 12
8.2 Harjavallan kaupungin sosiaalisen median käyttö 12
8.3 Harjavallan kaupungin sosiaalisen median kanavat 13
8.4 Työntekijä sosiaalisen median käyttäjänä 13
8.5 Virheellisiin väitteisiin vastaaminen ja toiminta erityistilanteessa 13
8.6 Luottamushenkilö sosiaalisen median käyttäjänä 14
8.7 Tietoturva ja tietosuoja 14
9. Kriisiviestintä 15

Liitteet

Liite 1: Malli tiedotteesta 15
Liite 2: Malli kuulutuksesta 15
Liite 3: Malli lehti-ilmoituksesta 16
Liite 4: Malli suositellusta sähköpostin allekirjoituksesta 16

1. Viestinnän lakisääteiset velvoitteet

Kuntalaki määrittelee kunnan viestintävelvollisuuden:

”Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.

Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.”

Lainsäädäntö velvoittaa

Perustuslaki, kuntalaki, laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (julkisuuslaki) ja hallintolaki säätelevät kunnan viestintävelvollisuutta.

Niin ikään EU:n yleinen tietosuoja-asetus, tietosuojalaki ja laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta sisältävät säädöksiä viestintävelvoitteista sekä erityisesti viestinnän välineisiin ja menetelmiin liittyviä velvoitteita.

Perustuslaki määrittelee jokaisen perusoikeuden tietoon ja hyvään hallintoon. Viranomaisenä asiakirjat ovat pääsääntöisesti julkisia, ja jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta.

Kuntalaki velvoittaa tiedottamaan kunnan toiminnasta asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille ja luomaan edellytykset osallistumiselle ja vaikuttamiselle. Kunnan on pidettävä huolta siitä, että kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on edellytykset osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan ja asioiden valmisteluun. Tätä edistetään muun muassa tiedottamalla valmisteilla olevista asioista ja järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja, selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa ja tukemalla asukkaiden oma-aloitteista osallistumista ja asioiden hoitoa.

Kuntalain viestintäsäännöksessä velvoitetaan kuntaa antamaan riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Edelleen velvoitetaan tiedottamaan, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa. Julkisuuslaki turvaa ja edistää tiedonsaantia. Viranomaisen tulee toimia julkisuusmyönteisesti. Toisaalta viranomainen on velvollinen huolehtimaan siitä, että salassa pidettäviä tietoja ei paljasteta. Tiedonsaannin rajoittamiselle tulee olla laissa säädetty peruste. Jos pyydettyjä tietoja ei anneta, tämä on perusteltava ja pyydettäessä tehtävä asiasta valituskelpoinen päätös.

Hallintolaki määrittelee hyvää hallintoa ja täydentää kuntalain tiedottamissäännöstä sekä julkisuuslain säännöksiä tiedonsaannin edistämisvelvollisuudesta. Laajavaikutteisen asian vireilläolosta tulee ilmoittaa ja niiden osalta tulee varata vaikuttamismahdollisuuksia. Asianosaista tulee kuulla ennen asian ratkaisua. Maankäyttö- ja rakennuslaki säätelee vielä erikseen alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Kunnan velvollisuus tiedottaa koskee myös kuntakonsernia. Mikäli kunnan tehtävä on annettu yhteisön tai säätiön hoidettavaksi, kunnan on sopivin tavoin tiedotettava asukkailleen yhteisön tai säätiön toiminnasta. Samoin on syytä menetellä entisestään lisääntymässä olevien ostopalveluiden suhteen.

Lainsäädäntöä:

- Perustuslaki (731/1999)
- Kuntalaki (410/2015)
- Laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (621/1999, Julkisuuslaki)
- Hallintolaki (434/2003)
- EU:n yleinen tietosuoja-asetus (GDPR, EU 2016/679)
- Tietosuojalaki (1050/2018)
- Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta (306/2019, Digipalvelulaki)
- EU:n tekoälyasetus (Artificial Intelligence Act, EU 2024/1689)

Tekoäly ja viestintä

Harjavallan kaupungin viestinnässä noudatetaan EU:n tekoälyasetuksen (AI Act) periaatteita. Mikäli viestinnässä tai siihen liittyvissä palveluissa otetaan käyttöön tekoälyä hyödyntäviä ratkaisuja (esim. chatbotit, automaattinen sisällöntuotanto), varmistetaan toiminnan läpinäkyvyys, turvallisuus ja perusoikeuksien suoja. Käytöstä viestitään avoimesti ja käyttäjille tarjotaan selkeä tieto tekoälyn roolista. Kaupunki seuraa sääntelyn kehittymistä ja päivittää ohjeistuksia tarpeen mukaan.

2. Viestinnän nykytila ja tavoitteet

Harjavallan kaupungin viestinnän tavoitteet määritellään vuosittain talousarviossa.

Harjavallan kaupungin viestintää koordinoi markkinointi- ja viestintäryhmä (mavi), jonka jäsenet koostuvat eri yksiköiden työntekijöistä.

Viestintäohjeen säännölliseen päivitykseen tulee jatkossa kiinnittää enemmän huomiota ja päivitetty viestintäohje on saatava tehokkaaksi työkaluksi eri yksiköissä. Markkinointi- ja viestintäryhmän tulee kokoontua säännöllisesti, pääsääntöisesti kerran kuukaudessa.

Viestintäohjeen lisäksi kaupungin viestintää ohjaa voimassa oleva brändikäsikirja. Tavoitteena on kaikkia toimialoja yhdistävä viestinnän visuaalinen ilme. Kaupungin ilmoitusten, internetsivujen, esitteiden ym. tulee olla tunnistettavissa osaksi samaa kaupunkikonsernia.

Emil Cedercreutzin museo toteuttaa brändikäsikirjaa soveltuvin osin. Museolla on oikeus käyttää omassa viestinnässään, mainoksissaan ja tiedotteissaan omaa pitkään käytössä ollutta visuaalista ilmettään, brändiään ja logoaan.

Palveluviestintää suunniteltaessa on muistettava, että kaupunkilaisilla on hyvin erilaiset mahdollisuudet käyttää eri viestintävälineitä. Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet. Viestinnän välineiden ja mahdollisuuksien kehittyminen on huomioitava myös kaupungin viestinnässä.

Viestintäkanavia tulee ylläpitää myös silloin, kun ei ole varsinaisesti mitään uutta kerrottavaa. Säännöllinen viestintä luo luottamusta kaupunkia ja sen toimintaa kohtaan. On hyvä huomioida, että mielikuva kaupungista syntyy kaikesta työntekijöiden ja päättäjien toiminnasta.

Kaupungin viralliset yhteydenottokanavat ovat sähköposti, puhelin ja verkkosivujen palautelomake. Sovelluspuhelut ja -viestit eivät ole virallisia kanavia, tarvittaessa niitä voidaan hyödyntää.

Harjavallan kaupungin sosiaalisen median kanavissa (Facebookin Messenger, Instagramin direct message) voi tarvittaessa käyttää automaattivastausta, jossa ohjataan kaupungin nettisivuille yhteystietoihin. Jos asia on kiireellinen ja vastausta vaativa, tulee ottaa yhteyttä virallisten yhteydenottokanavien kautta. Pääsääntöisesti sosiaalisen median kommentteja ei moderoida resurssien riittävyyden takaamiseksi.

3. Viestinnän yhteys kaupunkistrategiaan

Harjavallan kaupungin kaupunkistrategiassa 2030 ”Vahva ja rohkea” määritellään strategiset painopisteet vuoteen 2030:

- Kasvun ja yrittäjyyden Harjavalta
- Laadukkaiden palveluiden Harjavalta
- Yhteisöllisyyden ja vapaa-ajan Harjavalta

Strategian toimeenpanon välineiksi on kehitetty Elinvoima-, Hyvinvointi- ja Yhdistysohjelmat. Vahvuus ja rohkeus saavat näkyä myös kaupungin viestinnässä, jonka tyylilaji voi vaihdella asiayhteyden mukaan.

Harjavallan kaupunki pyrkii viestinnällään helposti lähestyttävään ja ymmärrettävään tyyliin, jossa voi olla myös iloa ja räväkkyyttä.

4. Tiedotustoimintaa koskevat ohjeet ja viestintävastuut

4.1 Tiedotustoimintaa koskevat toimintaohjeet Harjavallan kaupungissa

Hallintosäännön 5 §:n mukaan kaupunginhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kaupunginhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnän vastuuhenkilöt.

Tiedotustoiminnasta vastaavien viranhaltijoiden 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
- 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 ohjeistusta

4.2 Markkinointi- ja viestintäryhmän kokoonpano ja tehtävät

Markkinointi- ja viestintäryhmästä käytetään lyhennettä mavi. Markkinointi- ja viestintäryhmä on kaupunginjohtajan nimeämä, eri toimialojen asiantuntijoista koottu ryhmä, joka koordinoi ja ohjaa markkinointia ja viestintää viestintäohjeen ja brändikirjan mukaisesti. Kaupungin toimialat ja yksiköt voivat halutessaan hyödyntää ryhmän osaamista omassa viestinnässään.

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. Sisäisellä sähköpostilla tarkoitetaan Harjavallan kaupungin sähköpostijärjestelmässä käyttäjien välistä sähköpostiliikennettä. Sisäistä sähköpostia voidaan käyttää myös silloin, kun halutaan tiedottaa asiasta koko henkilökunnalle.

Ohjeita sähköpostin käyttöön:

- Lue sähköpostisi säännöllisesti.
- Vastaa viesteihin mahdollisimman nopeasti.
- Mikäli et pysty saman tien antamaan vastausta lähettäjälle, vaan asia vaatii selvittelyä tai toimenpiteitä, on kuitenkin kohteliasta kuitata, että olet saanut viestin ja palaat siihen lähiaikoina. Tämä on tärkeää siksikin, että viestit eivät aina mene perille.

- Henkilötietoja tai salassa pidettäviä tietoja ei saa viranomaisten toimesta lähettää lainkaan sähköpostilla, ellei ole käytössä erityinen salattu yhteys. Myös vastauskuittauksessa pitäisi muistaa, ettei edellä mainituissa viesteissä lähetetä salassa pidettävää tietoa takaisin sähköpostilla. Mikäli lähetät arkaluontoisia tietoja, käytä Turvapostia tai vastaavaa suojattua palvelua.

- Sähköisen asiakirjan vastaanottamisesta on ilmoitettava lähettäjälle viipymättä. Saapuneet sähköiset asiakirjat, jotka vaativat toimenpiteitä, on myös kirjattava tai niiden saapuminen on muulla luotettavalla tavalla rekisteröitävä (laki sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa, 12 § ja Laki julkisen hallinnon tiedonhallinnasta 25 §).
- Älä vastaa kaikille jakelussa mukana oleville, ellei vastauksella ole yleisempää merkitystä. Tarkista vastatessasi, ettet vahingossa vastaa kaikille postituslistalla oleville.
- 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.
- Otsikoi viestisi selkeästi. Näin vastaanottaja näkee heti, mistä viestissä on kyse. Liitä mukaan automaattinen allekirjoitus, jos selviävät yhteystietosi. Lisää allekirjoitus myös kännykästä lähetettävään sähköpostiin.
- Älä käytä isoja kirjaimia viestissäsi, sillä ne tulkitaan huutamiseksi. Harkitse viestin sisällön ja asiayhteyden mukaan sopivatko korostuskeinoksi emojit. Positiivinen emoji tuttujen kesken voi kuitenkin myös ilahduttaa vastaanottajaa, niin kuin positiivisen palautteen antaminen yleensäkin.
- Käytä viestissäsi asiallista tyyliä ja ystävällistä sävyä. Viranomaisen viestin ei tarvitse kuulostaa tylyltä.
- Kirjesalaisuus koskee myös sähköpostiviestejä. Sähköpostia ei saa välittää eteenpäin ilman viestiketjussa olevien henkilöiden lupaa. Älä lisää sähköpostiin vastaanottajaksi henkilöitä, jotka eivät ole alkuperäisen viestin vastaanottajia.

5.2 Työpaikkakokoukset sisäisen viestinnän kanavana

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, jolloin ehkäistään huhujen syntyminen. Myös työntekijöillä on vastuu ottaa asioista selvää oma-aloitteisesti. Tiedonkulun tulee olla vuorovaikutteista.

6. Ulkoinen viestintä

6.1 Kuulutukset ja ilmoitukset

Kuntalain 108 §:n mukaan kunnan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne yleisessä tietoverkossa, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla. Ilmoitusten on oltava yleisessä tietoverkossa 14 vuorokautta, jollei asian luonteesta muuta johdu. Ilmoituksen sisältämät henkilötiedot on poistettava tietoverkosta edellä mainitun ajan kuluttua.

Yleissäännös julkisista kuulutuksista on hallintolaissa. Kuulutus ja kuulutettavat asiakirjat julkaistaan ensisijaisesti kunnan verkkosivuilla hallintolain (62 a § Julkinen kuulutus) mukaisesti.

Jos muun lain mukaan asiakirja on annettava tiedoksi julkisella kuulutuksella, tiedoksianto toimitetaan julkaisemalla kuulutus ja kuulutettava asiakirja yleisessä tietoverkossa viranomaisen verkkosivuilla. Tarpeen vaatiessa kuulutus julkaistaan myös asian vaikutusalueen sanomalehdessä tai muulla viranomaisen päättämällä tavalla. Jos kuulutusta ei voida tietoliikennehäiriöiden tai muun tähän rinnastettavan syyn vuoksi julkaista viranomaisen verkkosivuilla, se on julkaistava lisäksi virallisessa lehdessä.

Erityislainsäännösten mukainen julkipanomenettely on poistunut ja se on korvattu hallintolain 62 a §:n mukaisella julkisella kuulutuksella. Mikäli erityislaissa kuitenkin vielä on maininta julkipanomenettelystä ja viranomaisen ilmoitustaulusta, tulee sitä noudattaa. Sama koskee muuta viittausta viranomaisen tai muun toimijan ilmoitustauluun.

Vuonna 2026 astuu voimaan viranomaispostin digitaalista ensisijaisuutta koskeva lainsäädäntö, Suomi.fi-viestit tulee käyttöön kaikille digitaalisesti asioiville täysi-ikäisille, jotka eivät ole ottaneet sitä aiemmin käyttöönsä. Organisaatioiden on lähetettävä Hallintolain 54 §:ssä mainitut tiedoksiannot ensisijaisesti Suomi.fi-viesteihin, mikä edellyttää asiakkaan henkilötunnuksen tietämistä. Lainsäädäntö ei ole vielä voimassa ja kaupunki seuraa tilanteen kehittymistä ja päivittää ohjeistuksia tarpeen mukaan.

Harjavallan valtuusto tekee valtuustokausittain päätöksen kaupungin ilmoitusten saattamisesta tiedoksi. Päätöksessä on lisäksi eritelty ilmoitukset ja niiden muut julkaisutavat.

Harjavallan kaupungin toimielinten pöytäkirjat julkaistaan kaupungin kotisivuilla ja pidetään siellä nähtävinä yhden vuoden ajan. Valtuustokausittain julkaistaan kuulutus toimielinten ja viranhaltijoiden pöytäkirjojen yleisestä nähtävillä pidosta.

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

Rekrytointiviestintä ja työnantajamielikuva
Rekrytointiviestinnällä, kuten muullakin viestinnällä on vaikutusta brändiin, työnantajamielikuvaan ja sitä kautta potentiaalisten työntekijöiden kiinnostukseen. Rekrytointiviestinnällä tuodaan esiin Harjavaltaa työnantajana. Työnantajamielikuvalla tarkoitetaan kunnan mainetta työnantajana ja sillä on merkittävä vaikutus organisaation menestykselle.

Rekrytointiviestinnällä kohdennetaan viestintää hakuun osallistuneille henkilöille. Sen avulla informoidaan, ylläpidetään positiivista hakijakokemusta ja rakennetaan pohjaa mahdolliselle työsuhteelle. Hakijoille viestitään rekrytointiprosessin vaiheista ja etenemisestä, kuten hakemuksen saapumisesta, hakuajan päättymisestä, haastatteluvalinnoista ja valintapäätöksestä. Valintapäätöksen yhteydessä on tärkeää tuoda esiin valintaan vaikuttaneet tekijät ja liittää mukaan mahdollinen viranhaltijapäätös / ote. Hakijoille viestit toimitetaan pääsääntöisesti sähköpostilla, vain poikkeuksellisesti Kuntarekryn tekstiviestipalvelulla.

6.2 Internet-sivut

Harjavallan kaupungin verkkosivusto löytyy osoitteesta www.harjavalta.fi. Kaupungin verkkosivuilla vierailee kuukaudessa keskimäärin 20 000 kävijää (tilanne 11/2025).

Vaikka sosiaalisen median kanavat ovat nousseet perinteisen verkkoviestinnän rinnalle, tarvitaan edelleen selkeää koottua tietoa kaupungin tarjoamista palveluista. Harjavallan verkkosivuilla kerrotaan kaupungin palveluista, päätöksenteosta ja muista ajankohtaisista asioista sekä julkaistaan kaupungin ilmoitukset ja kuulutukset.

Kuntalain mukaan verkkosivuilla on julkaistava kunnan toimintaa koskevat keskeiset tiedot, joita ovat mm. kunnan strategia, hallintosääntö, talousarvio, tilinpäätös, konserniohje, luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset sekä palveluista perittävät maksut.

Internet-sivut vaativat jatkuvaa ylläpitoa. Sivuille on nimetty toimialoittain vastuuhenkilöt, jotka huolehtivat siitä, että tietosisältö pysyy ajan tasalla.

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

6.3 Tiedotteen laadinta

Kunnalla on velvollisuus tiedottaa kuntalaisille tasapuolisesti. Kunnan tulee palvella myös kaikkia tiedotusvälineitä tasapuolisesti. Henkilökohtaiset tai poliittiset intressit eivät voi ohjata mediaviestintää. Asiallinen tapa tiedottaa kunnan asioista tiedotusvälineille on selkeä tiedote, jossa mainitaan myös lisätietojen antajat ja heidän yhteystietonsa.

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.

Tiedotteen sisältö voi vastata asian mukaan esimerkiksi kysymyksiin: mitä, missä, milloin, miksi, kenen toimesta, millä seurauksella, millä tarkoituksella. Hyvä pituus tiedotteelle on yleensä korkeintaan yksi A4-arkki.

Tiedotteessa lisäarvoa voi tuoda myös hyvä, napakka sitaatti, joka on pyydetty tekstiin asianomaiselta henkilöltä. Kun sitaatin antajalta pyydetään kommenttia, on häntä aina pyydettävä myös tarkistamaan antamansa kommentti osana tiedotetekstiä. Hänelle on aina annettava mahdollisuus muokata, korjata tai tarvittaessa poistaa sitaatti ennen tiedotteen julkaisua.

Kieleltään ja kieliasultaan tiedotteen tulee olla selkeä, asiallinen, ymmärrettävä ja helppolukuinen. Siinä tulee käyttää hyvää yleiskieltä sekä neutraalia, asiallista puheen sävyä ja tapaa. Kaupungilla on graafinen ohjeistus, ja tiedotteen tulee ulkoisesti toteuttaa sitä logojen, asettelun ja värimaailman puolesta. Myös visuaalisesti tiedotteen tulee olla selkeä ja helppolukuinen.

Hyvä tiedote sisältää rakenteellisesti seuraavat asiat:

- yläreunassa tiedottajatahon nimi ja logo
- tiedotteen päiväys
- mahdollinen toinen päivämäärä, joka kertoo, koska tieto on julkaisuvapaa
- informatiivinen ja kiinnostava otsikko
- lyhyt muutaman lauseen mittainen ingressi, jossa ovat tiedotteen pääasiat tiivistettynä
- leipäteksti
- lopussa lisätietojen antajan nimi ja yhteystiedot

6.4 Tiedotuslehti

Harjavallan kaupungin tiedotuslehden nimi on Vallan Väylä. Lehti ilmestyy vähintään kolme kertaa vuodessa. Lehti on sähköinen julkaisu, mutta sitä tulostetaan tarpeen mukaan myös kaupungin eri yksiköihin, mm. kirjastoon ja museoon.

Vallan Väylässä kaupungin eri yksiköt saavat halutessaan palstatilaa viestittääkseen omasta toiminnastaan. Lehteä tuottaa kaupungin kirjasto- ja kulttuuripalvelut ja päätoimittajana toimii kirjasto- ja kulttuurijohtaja.

Viestintäkanavat kohderyhmittäin

	LAPSET JA NUORET	LAPSIPERHEET	VARTTUNEET	YRITYKSET	MATKAILIJAT	KAUPUNGIN TYÖNTEKIJÄT	OPISKELIJAT	3. SEKTORIN TOIMIJAT
Verkkosivut	X	X	X	X	X	X	X	X
Instagram	X	X	X	X	X	X	X	X
LinkedIn				X		X	X	X
Discord	X						X	
Facebook	X	X	X	X	X		X	X
Tapahtuma-kalenteri	X	X	X	X	X	X	X	X
Intranet/Teams						X		
Media (tiedottaminen)	X	X	X	X	X	X	X	X

Näitä viestintäkanavia voidaan käyttää Harjavallan kaupungin viestinnässä. Kanavia voidaan tarpeen mukaan lisätä tai poistaa käytöstä.

7. Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän tavoitteena on tehdä Harjavallan kaupunkia kaikkine toimijoineen tunnetuksi, luoda kaupungista positiivinen mielikuva ja edistää muun muassa osaavan työvoiman, yritysten ja investointien sijoittumista alueelle sekä tukea matkailua. Samalla markkinointi korostaa asukkaiden hyvinvointiin tähtääviä palveluita.

Markkinointiviestinnän välineitä ovat mm. esitteet, julkaisut, lehti-ilmoitukset, yhteistyösopimukset, markkinointimateriaalit, yhteistyötapaamiset ja messutapahtumat. Nykyaikana markkinointiviestinnässä korostuvat myös videot ja somejulkaisut. Markkinointiviestinnän tulee olla pitkäjänteistä toimintaa, johon sitoudutaan sekä taloudellisten että toiminnallisten resurssien muodossa.

Kasvua tukevan markkinointiviestinnän tavoitteena on vahvistaa positiivisia mielikuvia, lisätä kaupungin elinvoimaisuutta, edistää opiskelijoiden, osaavan työvoiman, yritysten ja investointien sijoittumista alueelle sekä tukea matkailua. Parasta markkinointia on hyvästä asiakaspalvelusta, aidosta osaamisesta ja asiantuntijuudesta nouseva palvelun laatu.

Kaupunkibrändin kehittämisessä noudatetaan brändikäsikirjaa.

8. Sosiaalinen media

8.1 Johdanto

Tämän luvun tarkoituksena on ohjeistaa sosiaalisen median käyttöä Harjavallan kaupungin eri toiminnoissa sekä evästää henkilöstöä ja luottamushenkilöitä toimimaan sosiaalisessa mediassa vastuullisesti ja kaupungin toimintaa tukevalla tavalla.

Sosiaalisen median ohjeistuksen tarkoituksena on luoda henkilöstölle ja luottamushenkilöille kuva sosiaalisen median käyttämisestä työnteon ja organisaation toiminnan osana ja työkaluna. Ne tarjoavat mahdollisuuden verkostoitumiseen, viestimiseen, julkiseen keskusteluun, markkinointiin ja tiedottamiseen, osaamisen kehittämiseen ja innovointiin.

Sosiaalisessa mediassa on tärkeää, ettei provosoidu. Asiallisen ja epäasiallisen keskustelun raja on häilyvä. Perustele näkökantasi ja vältä toisten syyttelyä. Muista, että kaikkeen kritiikkiin tai keskusteluun ei tarvitse ottaa kantaa. Pidä tarvittaessa keskustelussa tauko ja harkitse mahdollista kommentointiasi rauhassa. Tehdessäsi virheen, kannattaa myöntää se ja pyytää anteeksi.

8.2 Harjavallan kaupungin sosiaalisen median käyttö

Harjavallan kaupungin sosiaalisen median käyttöön kuuluu, että kaupungin henkilöstö ja luottamushenkilöt tiedostavat seuraavat asiat: Julkishallinnon tärkeimpiä arvoja on demokraattinen ja avoin hallinto sekä päätöksenteko. Kaupungin asiat ovat lähtökohtaisesti julkisia ja sen viestintä on tarkoitettu kaikille kuntalaisille. Työntekijä edustaa työnantajaansa toimiessaan somessa työnantajan nimissä ja työnantajaa koskevan viestinnän on oltava korrektia myös vapaa-ajalla.

Kaupungin etujen mukaista on toteuttaa aktiivista ja avointa tiedotusta ja viestintää. Sosiaalinen media mahdollistaa sisällön tuottamisen itsenäisesti, nopeasti ja edullisesti. Oma-aloitteinen tiedotus on hyvä keino aikaansaada ja ylläpitää haluttua julkisuuskuvaa.

Kaupunki jakaa somessaan myös muiden viranomaisten ja julkishallinnon organisaatioiden (kuten hyvinvointialue) julkaisuja.

8.3 Harjavallan kaupungin sosiaalisen median kanavat

Harjavallan kaupungin yksiköillä on käytössä useita sosiaalisen median kanavia. Uusien some-kanavien avaamiseen tulee pyytää lupa kaupungin johtoryhmältä. Luvan pyytäminen koskee myös uusia Harjavallan kaupungin perustamia viestiryhmiä, joissa on ulkopuolisia mukana, tilannekohtaisesti hallinto- ja talousjohtajalta.

Varhaiskasvatuksen pedagogiseen dokumentointiin liittyvien kanavien osalta jokainen yksikkö muotoilee yksikön johtajan johdolla itse tarvitsemansa ohjeet ja hyväksyttää ne sivistysjohtajalla ja varhaiskasvatusjohtajalla sekä tarpeen mukaan hallinto- ja talousjohtajalla ja markkinointi- ja viestintäryhmällä.

Suositellaan, että Harjavallan kaupungin somekanavia päivittävillä henkilöillä on tätä tarkoitusta varten erillinen työprofiili, jossa salasanan palautus tapahtuu työsähköpostiin tai -puhelimeen.

8.4 Työntekijä sosiaalisen median käyttäjänä

Jakaminen, avoimuus ja yhteisöllisyys kuuluvat luonnostaan sosiaaliseen mediaan. Someen ei kuitenkaan tule julkaista mitään sellaista, mistä ei muutenkaan puhuisi julkisesti. Työhön liittyviä luottamuksellisia asioita ei saa julkaista sosiaalisessa mediassa missään muodossa.

Ennen julkaisemista kannattaa ottaa huomioon, että verkossa kaikki viestitty voi päätyä julkiseksi ja vaikka esiintyisi yksityishenkilönä, suhteellisen pienessä kaupungissa voi henkilöityä tahtomattaankin kaupungin työntekijäksi.

Sosiaalisessa mediassa pätevät samat lait kuin muuallakin (mm. työlainsäädäntö ja tekijänoikeuslaki). Kunnioita verkkoyhteisöjen sääntöjä ja tekijänoikeuksia. Sisällön julkaisijana sinulla on oltava käyttöoikeus julkaisemaasi materiaaliin (teksti, valokuva, video, piirros, kaavio, animaatio jne.).

Työnantajalla ei ole määräysvaltaa työntekijän vapaa-ajan sosiaalisen median käyttöön, mutta työsopimuslain lojaliteettivelvollisuus (3 §:n 1. momentti) on voimassa myös työntekijän vapaa-aikana ja yksityisroolissa. Varsinkin jos työntekijä omassa henkilökohtaisessa some-profiilissaan ilmoittaa työpaikan/työnantajan tiedot, voidaan tulkita, että hän edustaa työnantajaansa myös vapaa-ajalla. Työntekijä on itse vastuussa kaikesta julkaisemastaan materiaalista. Työnantajaa vahingoittava toiminta voi johtaa työnjohdollisiin toimenpiteisiin. Käytä tervettä järkeä: osallistu sosiaaliseen mediaan aina niin, että voit panna oman nimesi viestisi, kuviesi, videoidesi jne. alle. Jos olet epävarma, jätä mieluummin julkaisematta.

Kaupunki voi mainostaa tapahtumaa kaupungin sosiaalisen median tileillä ja sivuillaan, jos kaupunki on mukana tapahtuman järjestämisessä. Harkinnan mukaan voidaan jakaa ilmoituksia myös sellaisista tapahtumista, joissa kaupunki ei ole järjestäjänä tai yhteistyökumppanina sekä ilmoituksia kolmannen sektorin tapahtumista. Tällaisia tapahtumia koskevan viestinnän voi ohjata tapahtumakalenteriin kaupungin nettisivuilla. Poliittisia ilmoituksia ei jaeta kaupungin sosiaalisen median tileillä.

Pyydä apua tarvittaessa: Jos olet epävarma jostakin, kysy neuvoa esihenkilöltäsi tai markkinointi- ja viestintäryhmältä.

8.5 Virheellisiin väitteisiin vastaaminen ja toiminta erityistilanteessa

Jos näet Harjavallan kaupunkia koskevan virheellisen väitteen tai asiattoman kommentin, ilmoita sellaisesta aina esihenkilölle. Mikäli vastaat virheelliseen väitteeseen, vastaa aina asiallisesti. Vältä ajautumasta väittelyihin äläkä koskaan kirjoita negatiivisia kommentteja väitteen esittäjästä.

Mikäli kaupungin sosiaalisen median kanavissa syntyy jotakin aihetta koskien normaalista poikkeava ja suurta huomiota herättävä erityistilanne, kuten negatiivissävytteinen keskustelu tai somekohu, asiasta tulee ilmoittaa viipymättä kaupungin hallinto- ja talousjohtajalle tai kaupunginjohtajalle. Markkinointi- ja viestintäryhmä voi tarvittaessa suunnitella tarvittavat toimenpiteet.

8.6 Luottamushenkilö sosiaalisen median käyttäjänä

Luottamushenkilöt ovat merkittäviä kaupunki-imagon luojia. He ovat yhteiskunnallisia vaikuttajia, joiden toiminta kiinnostaa ja joiden kuntaa koskevilla kannanotoilla on yleistä merkitystä. Tämä erityisasema on hyvä muistaa myös sosiaalisessa mediassa toimittaessa.

Luottamushenkilöiden julkaisut saatetaan tulkita kaupungin viralliseksi kannaksi tai ennusteeksi siitä. Luottamushenkilön some-esiintymisestä tulisikin voida erottaa, milloin hän kertoo oman tai esimerkiksi puolueensa mielipiteen, ja milloin kyse on Harjavallan kaupungin kannasta tai päätöksestä.

Luottamushenkilöiden tulee noudattaa tehtävänsä ja asemansa edellyttämiä hyvän maun mukaisia pelisääntöjä. Kuntalain 69 §:n 2 momentin mukaan heidän on edistettävä kunnan ja sen asukkaiden etua sekä toimittava luottamustehtävässään arvokkaasti. Sosiaalisen median käytössä tämä tarkoittaa erityisesti asiallisuutta, loukkaamattomuutta sekä sitä, ettei salassa pidettävää tai yksityisyyden suojaan liittyvää tietoa julkaista. Luottamushenkilöillä on julkishallinnossa sekä poliittinen että eettinen vastuu toiminnastaan.

Toimielinten kokoukset, kuten kaupunginhallituksen tai lautakuntien kokoukset, ovat suljettuja. Suljetun kokouksen keskustelut ovat luottamuksellisia, eikä niiden sisältöä tule suoraan tai epäsuorasti paljastaa ulkopuolisille somessa tai muussa julkisessa toiminnassa. Luottamuksen murtaminen on omiaan heikentämään työskentelyilmapiiriä ja siirtämään keskusteluja ja avointa mielipiteen ilmaisua muille foorumeille, demokraattisen päätöksenteon ulkopuolelle. Jokaisen on voitava luottaa siihen, että suljetun kokouksen keskustelut eivät vuoda ulkopuolisille.

8.7 Tietoturva ja tietosuoja

Vastuu kaupungin tietoturvallisuudesta on jokaisella työntekijällä ja luottamushenkilöllä. Työtehtävissä vaitiolovelvollisuuden tai salassapidon piiriin kuuluvat asiat ovat sitä myös työpaikan ulkopuolella ja verkossa. Sosiaalisen median riskit on otettava huomioon jo suunnitteluvaiheessa. Palveluja hyödynnettäessä riskejä tulee seurata ja hallita osana päivittäistä toimintaa.

Riskit voivat johtua palveluihin tuotetusta sisällöstä (tietovuodot, väärä/epäasiallinen tieto, käyttäjätunnus- varkaudet), kanssakäymisestä palveluissa (uhkailu, tiedon kalastelu) tai palveluiden kautta leviävistä haittaohjelmista ja roskapostista. Sosiaalisen median avoin luonne korostaa käyttäjän omaa vastuuta riskienhallinnassa.

Kaupungin voimassa olevat ohjeistukset:
Kaupungin tietoturva- ja tietosuojapolitiikka
Tietosuojaohje henkilöstölle

Kaupungin johtoryhmä on linjannut, että jokaisen työntekijän tulee suorittaa henkilöstön tietosuoja- ja tietoturvakoulutus. Uusien työntekijöiden tulee suorittaa koulutus työ-/virkasuhteen alkaessa. Esihenkilö toimittaa linkin koulutukseen ja valvoo, että kaikki yksikön työntekijät ovat suorittaneet ko. koulutuksen. Koulutuksen suorittamisesta saa tulostettua todistuksen.

9. Kriisiviestintä

Kaiken viranomaisten tiedotuksen lähtökohtana on kansalaisten oikeus saada informaatiota heitä koskevissa asioissa 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 sähkönjakelussa, suuronnettomuustilanteet, pandemiat, ympäristöongelmat tai niiden uhka.

Kriisitilanteissakin noudatetaan samoja viestinnän periaatteita kuin normaaliolojen viestinnässä kiinnittäen kuitenkin erityistä huomiota mahdollisimman tehokkaaseen, nopeaan ja oikea-aikaiseen viestintään. Tiedotusta hoidetaan samalla tavalla kuin normaalioloissa niin pitkälle kuin mahdollista.

Kriisitilanteesta tulee viestiä tasapuolisesti eri viestintäkanavissa, kuten verkkosivuilla, lehdissä ja radiossa. Internetissä kriisitilanteesta tulee viestiä kaupungin julkisissa virallisissa tiedotuskanavissa, jotka Harjavallassa ovat kaupungin verkkosivut sekä kaupungin Facebook-sivu. Myös muita kaupungin käytössä olevia viestintäkanavia voidaan käyttää, mutta ensi sijassa kriisitilanteeseen liittyvän olennaisen tiedon on oltava näkyvissä aina vähintään virallisissa kanavissa. Kaikessa virallisten kanavien tiedotuksessa tulee olla julkaisun tarkka päivämäärä ja aika. Tilanteen mukaan myös muita viestintäkanavia voidaan käyttää.

Kriisiviestinnän hoitaa kaupunginjohtaja yhteistyössä hallinto- ja talousjohtajan sekä toimialajohtajien kanssa. Vastuut on jaettu seuraavasti:

- kaupunginjohtaja (koko organisaatio keskitetysti)
- hallinto- ja talousjohtaja (yleistiedottaminen)
- toimialajohtaja (toimialan tiedottaminen)

Onnettomuustilanteissa tiedotusvastuu kuuluu toimintaa johtavalle viranomaiselle (esimerkiksi pelastuslaitos tai poliisi). Kaupungin tehtävänä on avustaa tiedottamisessa, jotta viranomainen voi keskittyä varsinaisen tilanteen hoitamiseen.

Kriisitilanteessa viestinnällä

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

LIITTEET

Liite 1: Malli tiedotteesta

HARJAVALTA

HARJAVALLAN KAUPUNGIN TIEDOTE

24.9.2021

Julkaisuvapaa heti

Harjavallan koronatilanteesta

Satakunnan koronatilanne on viime viikkoina heikentynyt. Koronavirustartunnat ovat lisääntyneet, ilmaantuvuus on yli kaksinkertaistunut viikossa ja positiivisten näytteiden osuus on noussut nopeasti. Maakunta on edelleen koronan leviämisvaiheessa.

Harjavallassa koronatilanne on rauhoittumaan päin, mutta siitä huolimatta nyt on erityisen tärkeää kaikkien kaupungin asukkaiden huolehtia omassa toiminnassaan terveysturvallisuuden toteutumisesta ja noudattaa hygieniasuosituksia sekä turvavälejä. Harjavallan kaupunki kannustaa lisäksi asukkaitaan ottamaan koronarokotukset, joista lisätietoa on luettavissa Kessoten verkkosivuilla www.ksthky.fi/koronarokotukset.

Epidemian torjunnan ajantasainen tieto sekä voimassa olevat alueelliset koronasuositukset ovat luettavissa Satasairaalan verkkosivuilla: www.satasairaala.fi/koronavirus-covid-19/epidemian-torjunta-ja-voimassa-olevat-alueelliset-suositukset.

Kaupunki tiedottaa koronatilanteen etenemisestä vähintään viikoittain sekä tarvittaessa nopeammin.

Harjavallan kaupungin koronajohtoryhmä

HARJAVALLAN KAUPUNKI
HARJAVALLANKATU 13
29200 HARJAVALTA
www.HARJAVALTA.FI

PUH. 02 535 9011

SÄHKÖPOSTI
HARJAVALLAN.KAUPUNKI@HARJAVALTA.FI

Liite 2: Malli kuulutuksesta

HARJAVALTA

HARJAVALLAN VALTUUSTON KOKOUS

pidetään Harjavalta-salissa
maanantaina 9.3.2026 klo 17.00.

Kokouksen esityslista on nähtävillä kaupungin kirjaamossa ja yleisessä tietoverkossa (www.harjavalta.fi) viimeistään neljä päivää ennen kokousta.

Kokouksen tarkastettu pöytäkirja pidetään nähtävänä kaupungin kirjaamossa ja yleisessä tietoverkossa (www.harjavalta.fi) torstaina 12.3.2026 virka-aikana.

Harjavallassa 2.3.2026
Hanna Lehtinen
valtuuston puheenjohtaja

Harjavalta-sali
Myllykatu 3
29200 Harjavalta

HARJAVALTA

HARJAVALLAN KAUPUNKI

KUULUTUS ASEMAKAAVOISTA

Alueidenkäyttölain 62 ja 63 §:ien mukaisesti ilmoitetaan, että Harjavallan kaupungin yhdyskuntasuunnittelussa on vireillä

Sievarin 3. laajennuksen asemakaava.

Kaavan tavoitteena on osoittaa teollisuus- ja varastorakennusten korttelialuetta Sievarin yritysalueen länsipuolelle. Alue sijaitsee asemakaavassa osoitetun Yrttisuonkadun varrella. Kaavasta asetetaan nähtäville osallistumis- ja arviointisuunnitelma ja luonnosvaiheen aineisto.

Kaava-aineisto pidetään julkisesti nähtävänä 26.2.–12.3.2026 kaupungin ilmoitustaululla internetissä:
www.harjavalta.fi/ilmoitustaulu/

Kaava-aineistoihin voi tutustua myös kaupungintalon yläkerroksen aulassa, osoite Harjavallankatu 13, 29200 Harjavalta. Kaava-aineistoista voi esittää mielipiteensä 12.3.2026 mennessä sähköpostitse kaavoitus@harjavalta.fi tai puhelimitse kaupungingeodeetti Jari Prehtille p. 044 432 5377 tai kirjallisesti osoitteella Yhdyskuntasuunnittelu, Harjavallankatu 13, 29200 Harjavalta.

Harjavallassa 26.2.2026
Kaupunkikehityksen lautakunta

Liite 3: Malli lehti-ilmoituksesta

Ilmanlaatu Harjavallassa - keskustelutilaisuus

Harjavalta-salissa maanantaina 9.3.2026 klo 18.00

Vuosittainen ilmanlaadun tarkkailuraportti esitellään kaikille avoimessa keskustelutilaisuudessa Harjavalta-salissa. Tilaisuudessa käydään läpi raportin keskeiset tulokset ja yleisöllä on mahdollisuus esittää kysymyksiä raportin laatijoille, lupaviranomaisille ja teollisuuden edustajille. Tervetuloa mukaan keskustelemaan!

Liite 4: Suositeltu malli sähköpostin allekirjoituksesta

Henkilön nimi
titteli
Harjavallan kaupunki / yksikkö
Harjavallankatu 13 (oman yksikön osoite)
29200 Harjavalta
044 432 xxxx
etunimi.sukunimi@harjavalta.fi
Turvaposti: https://turvaposti.fi/viesti/etunimi.sukunimi@harjavalta.fi (jos käytössä)

HARJAVALTA