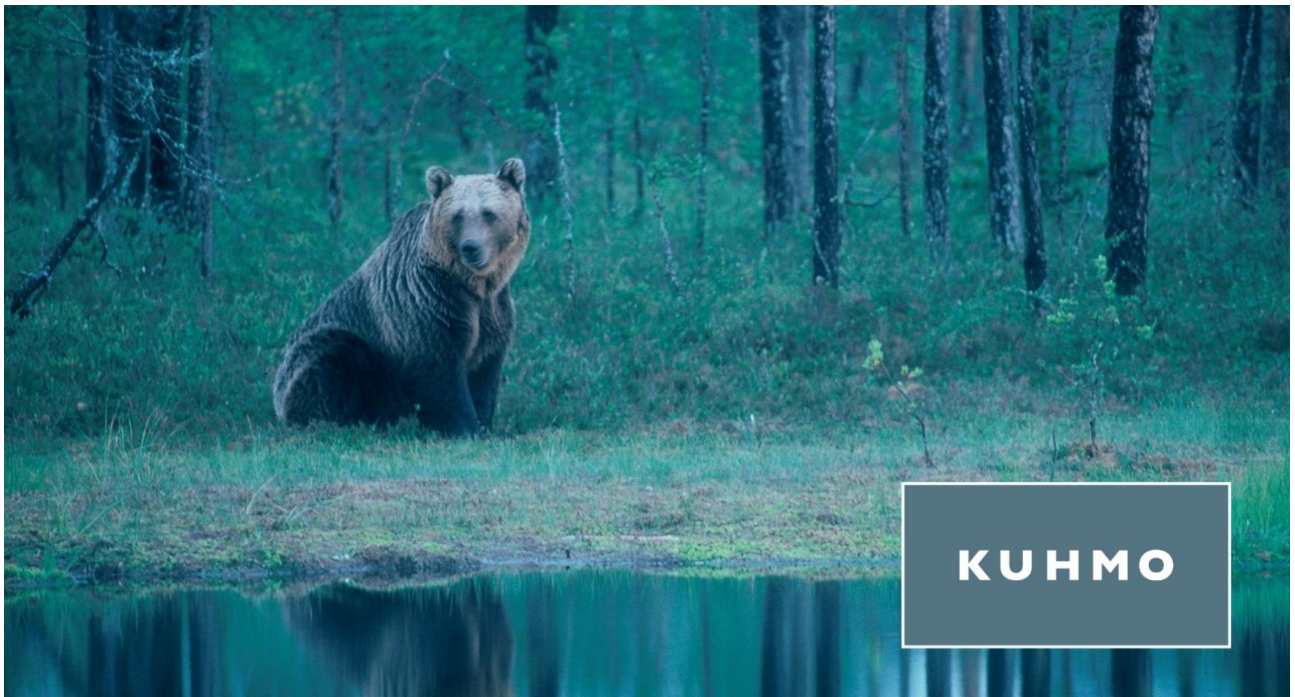




Kuhmon kaupungin viestintäsuunnitelma ja viestintäohjeet

Kuhmon kaupunki

2019

Sisällys

JOHDANTO.....	3
1. KAUPUNKIViestinnän perusteet	5
1.1 Tavoitteet	5
1.2 Peruseriaatteen	7
1.3 Ydinviestit	9
1.4 Viestinnän toimintaedellytykset.....	10
2. Lainsäädäntö ja asukkaiden osallistumismahdollisuudet	11
2.1 Kuntaviestinnän lainsäädäntö	11
2.2 Kuntalainen vaikuttajana	12
2.3 Yhteistyöelimet ja neuvottelukunnat.....	13
3. Viestinnän vastuut ja organisointi.....	14
3.1 Viestinnästä vastaavat henkilöt.....	14
3.2 Viestijän vastuu	15
3.3 Viestinnän arviointi ja uudistaminen.....	17
3.4 Viestintäkalenteri	17
4. Viestinnän kohderyhmät.....	18
4.1 Kuhmon kaupungin asukkaat ja muut jäsenet	19
4.2 Vapaa-ajan asukkaat.....	19
4.3 Kuhmon ystävät, matkailijat	20
4.4 Sidosryhmät	20
5. Viestintäkanavat	27
5.1 Sisäinen viestintä	27
5.1.1 Intranet (Kuhina).....	28
5.1.2 Sähköpostiviestiminen.....	28
5.1.3 Pikaviestintäpalvelut.....	29
5.1.4 Yhteistoimintalaki	29
5.1.5 Muutostilanne	29
5.2 Ulkoinen viestintä.....	30

5.2.1 Nettisivut	30
5.2.2 Blogi	31
5.2.3 Sosiaalinen media	32
5.2.4 Päätöstiedottaminen	35
5.2.5 Paperiset tiedotteet ja kirjeet	36
5.2.6 Mediyhteistyö	37
5.2.7 Neuvonta ja asiakaspalvelu	39
6. KRIISIViestintä JA MUUTOSViestintä	41
6.1 Kriisiviestintä	41
6.1.1 Kriisiviestinnän periaatteet	42
6.1.2 Kriisiviestinnän organisointi ja vastuu	43
6.2 Muutosviestintä	44
6.2.1 Muutosviestinnän periaatteet	44
6.2.2 Muutosviestinnän organisointi ja vastuu	45
7. GRAAFINEN ILME	47
7.1 Graafiset ohjeet	47
7.2 Markkinointiviestintä ja -materiaali	47
7.3 Valokuvat ja videot	48
LÄHTEET	50

JOHDANTO

Viestintä on jatkuvassa murroksessa. Viestinnän vanhat rajat ovat katoamassa, ja viestinnälliset vaatimukset kasvavat koko ajan. Viestintä tarjoaa haasteita yksilöille, yhteisöille ja yhteiskunnille. Vuorovaikutteisuus ja keskusteleavuus, reaaliaikaisuus, innovatiivisuus ja rohkeus kokeilla uutta ovat nykyhetken viestinnällisiä trendejä, joihin myös kaupunkiorganisaation tulee tarttua. Nämä vaatimukset pakottavat kuntatyötä uudistumaan. Uudet viestinnän keinot auttavat tekemään uudenlaista kuntatyötä näkyväksi.

Viestintää on entistä hankalampi lokeroida tai kategorisoida. Jaottelu sisäiseen ja ulkoiseen viestintään ei ole enää mahdollista - sosiaalisen median sisäänajo, työskentelytapojen muutos ja työpaikkakulttuurit sekoittavat organisaation viestintää monimutkaiseksi kokonaisuudeksi entisen kahtiajakautuneisuuden ajattelun sijaan. On tärkeää huomata, että organisaatioviestinnässä ulkoinen ja sisäinen viestintä kohtaavat jatkuvasti toisensa ja sekoittuvat yhä enemmän. Työyhteisön sisäiset viestit leviävät ulospäin jatkuvasti, ja toisaalta ulkoiseksi viestinnäksi ajatellut sosiaalisen median kanavat antavat hyvät mahdollisuudet tehdä sisäistä viestintää. Rajat ovat koko ajan häilyvämmät, eivätkä perinteiset ajattelumallit enää sovellu nykyhetkeen.

Viestintä on luonnollinen osa jokaisen työntekijän työnkuvaa. Jokainen yksilö on viestijä, ja kaupunkiorganisaatiossa osaltaan mukana yhteisön viestinnässä. Älylaitteet ja niiden sovellukset tukevat yksilöä viestijän roolissaan. Sosiaalisen median myrskyssä ei kuitenkaan saa unohtaa perinteisiä ja useille niistä tutumpia viestinnän välineitä. Yksilön rooli viestijänä tuo myös vastuuta. Kaupunkiorganisaation nimissä viestittäessä vastuullisuus on yksi tärkeimmistä periaatteista. Vastuullisuuteen organisaatio ja sen yksilöt pyrkivät viestimällä avoimesti ja rehellisesti.

Tämä suunnitelma auttaa lukijaansa hahmottamaan Kuhmon kaupunkiorganisaation viestinnällisiä tavoitteita ja menetelmiä. Kuhmon kaupunki haluaa pysyä mukaan viestinnän muuttuvassa maailmassa, ja tämä viestintäsuunnitelma on yksi askel kehityksessä.

Viestintäsuunnitelman ja viestintäohjeiden kautta Kuhmon kaupunki haluaa rohkaista työntekijöitään vastaamaan viestinnän vaatimuksiin. Visiona on, että jokainen kaupungin työntekijä luo kaupungin viestejä luonnollisena osana työnkuvansa ja hallitsee käytössä olevat viestintävälineet mutkattomasti. Tavoitteena on, että pystymme yhdessä luomaan sellaista sisältöä, joka tekee Kuhmon

kaupungista helposti lähestyttävän ja aiempaa helpommin saavutettavan organisaation. Kun työyhteisön jokainen jäsen hallitsee viestinnän maailman ja tekee viestintää taidokkaasti, voimme luoda laadukasta ja mielenkiintoista sisältöä kohdeyleisöllemme. Toivon mukaan tämä suunnitelma auttaa pääsemään tavoitteisiimme.

Tässä suunnitelmassa esitellään aluksi Kuhmon kaupungin viestinnälliset tavoitteet, perusperiaatteet ja ydinviestit. Toisessa pääluvussa kuvaillaan viestintämme kohdeyleisöjä. Kolmannessa pääluvussa käydään läpi organisaatioviestinnän vastuut kuntalain mukaisesti, ja nimitetään vastuuhenkilöt kaupungin viestinnälle. Kolmannen luvun lopussa linjataan viestinnän arviointimenetelmät ja esitellään Kuhmon viestintäkalenteri - viestinnän kausittaisia teemoja ja tavoitteita, joihin pyrimme. Neljäs pääluku keskittyy viestinnän kanaviin. Vaikka kanavat on jaoteltu helpottavasti, mutta keinotekoisesti ulkoisiin ja sisäisiin viestintäkanaviin, täytyy pitää mielessä viestinnän kompleksisuus. Tosiasiasa monet viestintäkanavat sekoittuvat toisiinsa ja täydentävät toisiaan. Viidennessä luvussa esitellään kriisi- ja muutosviestinnän käytäntöjä. Kuudes ja viimeinen luku keskittyy Kuhmon graafiseen ilmeeseen ja jokapäiväisen viestinnän materiaaleihin.

Viestintäsuunnitelma ja viestintäohjeet pohjautuvat Kuhmon kaupungin aiempiin viestintäohjeisiin (2016) ja Kuntaliiton Kuntaviestinnän oppaaseen (2016). Viestintäsuunnitelman laatimisen alkuvaiheessa mallia on otettu muiden kuntien viestintäsuunnitelmista. Lähteet luetellaan lopuksi.

Kuhinassa on liitteenä paljon sisältöä. Kuhinasta löytyvät sosiaalisen median kanavakohtaiset ohjeet, kriisiviestinnän muistilista ja Kuhmon kaupungin yksityiskohtaiset graafiset ohjeet. Näin kaikki tiedot, joita viestijä työnsä aikana tarvitsee, löytyvät yhdestä ja samasta paketista.

1. KAUPUNKIVIESTINNÄN PERUSTEET

Kaupungin muodostavat sen jäsenet. Jäseniä ovat kuntalaiset, vapaa-ajanasukkaat sekä yritykset. Kaupungissamme myös vierailee matkailijoita, jotka tulevat tänne erilaisiin tapahtumiin, viettämään vapaa-aikaa tai ostoksille. Teemme myös yhteistyötä eri tahojen kanssa. Onnistuneella viestinnällä tavoitamme oikeaan aikaan tietoa tarvitsevat tahot.

Kuhmon kaupunkistrategia on kaiken viestinnän pohjana. Kaikki viestimämme sisällöt tukevat jollain tavalla kaupungin strategisia painopisteitä.

Kuhmon kaupungin strateginen pääviesti on seuraava

“Kuhmo – globaalisti tunnettu biotalouden menestystarina metsän keskellä”. Strategiassa korostuvat kolme teemaa: kulttuuri, luonto ja biotalous. Nämä peilautuvat myös ydinviesteihimme.

Kuhmon kaupungin ydinviestit kaupunkistrategian mukaan:

- Metsäklusteri, puutuoteosaaminen, biotalous
- Puhdas luonto ja asumisympäristö
- Maailman kamarimusiikin pääkaupunki
- Hyvän kasvun ja oppimisen ympäristö
- Kiehtova sijainti idän ja lännen rajalla

1.1 Tavoitteet

Kuhmon kaupunkiorganisaation viestintätavoitteet tiivistetysti:

- onnistunut viestintä
- ajantasaisuus
- houkuttelevuus
- selkeys ja ymmärrettävyys
- oikea levinneisyys, saavutettavuus
- strategisuus
- hyvä maine

Tiivistetysti onnistuakseen viestinnän täytyy saavuttaa seuraavat piirteet. Onnistunut viestintä on ennakoivaa ja se tarjoaa ajantasaista tietoa. Tieto tuodaan esille selkeästi ja ymmärrettävästi. Kaupunkiorganisaation viestintä perustuu aina tiedon oikeellisuuteen. Onnistuneessa viestinnässä kunta käyttää oikeita kanavia, jotta tieto saavuttaa oikein kohderyhmänsä.

Nykyajan hektisessä yhteiskunnassa ajantasaisuus on viestinnän ytimessä. Tietoa täytyy olla saatavilla nopeasti ja tiedon täytyy olla ajankohtaista. Kuhmon kaupunki pyrkii ajantasaisuuteen kaikessa viestinnässään.

Houkuttelevuuteen Kuhmon kaupunki pyrkii viestimällä asioista, jotka kiinnostavat yleisöä. Paluumuuttajien, uusien asukkaiden, yrittäjien ja matkailijoiden saaminen Kuhmoon on yksi viestinnän taustalla vaikuttavista tekijöistä.

Selkeyttä ja ymmärrettävyyttä vaaditaan viestinnältä jatkuvasti enemmän. Kuhmon kaupungin viestinnän ja sen sisältöjen täytyy olla sellaisessa muodossa, että kenellä tahansa on helppo lukea viestejämme. Ydinasioiden täytyy tulla ymmärretyksi yhdellä lukukerralla. Tähän tavoitteeseen päästään, kun viestit muotoillaan kontekstiin sopivaksi ja yleisöystävälliseksi kohderyhmiä ajatellen.

Onnistuneessa viestinnässä tieto leviää siitä kiinnostuneille. Oikeanlainen levinneisyys mitataan siis pikemminkin laadussa kuin määrässä. Tärkeintä on, että tieto saavuttaa nopeasti ja helposti sellaisen henkilön, jota viestit kiinnostavat ja koskevat.

Viestintä on tavoitteellista ja ketterää. Viestinnän avulla suunnataan työyhteisöä kohti tavoitteita, jolloin viestintä on luonteeltaan strategista. Samaan aikaan on reagoitava ketterästi haasteisiin, jotka jatkuvasti muuttuva ympäristö tarjoaa. Viestinnällä kaupunki tekee näkyväksi tavoitteitaan, toimintaansa ja palveluitaan, päätöksiään ja niiden taustoja.

Hyvä maine on asia, jota rahalla on vaikea ostaa. Maine syntyy aina teoista. Ensinnäkin, kaupungin hyvä maine luo luottamusta yhteistyöhön ja päätöksentekoon. Toiseksi, hyvä maine luo kaupungille arvostusta ja vetovoimaa. Kolmanneksi, hyvän maineen merkitys korostuu vaikeina aikoina ja kriisitilanteissa. Maineen rakennuspuiden tulee perustua kaupungin todellisiin vahvuuksiin, joiden näkyvyyttä viestinnällä tehostetaan. Ihmiset ovat olennainen osa kaupungin mainetta. Se, miten työnteki-

jät ja kunnan jäsenet viestivät ja puhuvat kaupungista, joko vahvistaa tai murentaa kaupungin mainetta.

1.2 Perusperiaatteet



Avoimuus ja vuorovaikutteisuus

Vaikuttava viestintä perustuu jatkuvaan vuorovaikutukseen sidosryhmien ja yleisöjen kanssa. Asioista ja osallistumismahdollisuuksista tiedotetaan ajoissa. Tiedon jakaminen ja ihmisten osallistaminen korostuvat.

Avoimuuden periaate liittyy omien sidonnaisuuksien läpinäkyvyyteen. Koska kaiken yhteisön toiminnan ja viestinnän on kestettävä julkisuutta, toiminnan läpinäkyvyys, eettisyys ja vastuullisuus ovat entistä tärkeämpiä.

Vuorovaikutteisessa kaupunkiviestinnässä jokainen yksilö on yhteisönsä viestijä ja maineen lähettäjä. Viestintä kuuluu kaikkien työhön. Myös johtaminen ja esimiestyö ovat viestintää – niin työpäikällä kuin sen ulkopuolellakin. Vuorovaikutteisen ja avoimen viestinnän vaatimuksissa vastuullisen dialogin merkitys korostuu.

Rehellisyys ja informatiivisuus

Vaikuttava viestintä on aina totuudenmukaista ja luotettavaa. Kaupunkiorganisaatio viestii faktaperusteisesti ja tietoja täydennetään aina, kun uutta informaatiota tulee ilmi. Yleisö luottaa kaupungilta vastaanottamaansa tiedotukseen, joten rehellisyys on yksi organisaatioviestinnän pääperiaatteista.

Ymmärrettävyys ja tasapuolisuus

Kuhmon kaupunki viestii ymmärrettävästi ja tasapuolisesti. Ymmärrettävyys liittyy viestiemme muotoiluun. Viestinnän täytyy olla kaikkien ymmärrettävissä yleisöstä riippumatta. Suosimme suoriaviivaista ja helppoa kieltä.

Tasapuolisuuden vaatimus puolestaan liittyy siihen, että emme viestinnässämme suosi tiettyjä osapuolia. Tasapuolisuus lähtee siitä ajatuksesta, että tavoitteemme on viestiä onnistuneesti kohderyhmillemme. Viestit rakennetaan niin, että niistä on hyötyä kohdeyleisölle. Yritysyhteistyöstä viestitään selkeästi, ja markkinointihenkisissä viesteissä emme korosta yhtä osapuolta ylitse muiden - tämä liittyy myös aiemmin mainittuun läpinäkyvyyden periaatteeseen. Tasapuolisuuden vaatimus koskee niin viestiemme sisältöä kuin kohderyhmiämme: kaikki yleisöt kaikissa viestintäkanavissamme ovat yhtä tärkeitä.

Helppokäyttöisyys ja visuaalisuus

Kaupungin viestinnän tulee olla helposti saavutettavissa. Tiedot ovat ajantasaisia ja etsijälleen tärkeät tiedot löytyvät helposti kanavistamme. Helppokäyttöisyyden vaatimus korostuu eritoten nettisivujen kohdalla. Tällä hetkellä Kuhmon kaupungin nettisivut ovat suhteellisen yksinkertaiset ja hakusanojen avulla käyttäjä löytää helposti etsimänsä tiedon.

Visuaalisuuteen pyrkiminen on yksi tämänhetkisistä trendeistä. Koska tietoa on paljon saatavilla, kaupungin informaation tulee erottua edukseen. Koska tärkein tavoite kaupunkiviestinnässä on tiedottaminen, emme kuitenkaan lähde kilpailemaan näkyvyydestä korostamalla visuaalisuutta yli informatiivisuuden. Visuaalisuuden periaatteella kaupunkiviestinnässä tarkoitetaan miellyttäviä ja ajankohtaisia kuvia, selkeitä tekstejä ja laadukkaita videosisältöjä. Selkeä, kirkas ja hyvännäköinen kuva tai video yhdistettynä tiiviiseen ja informatiiviseen viestiin kiinnittää lukijan huomion.

1.3 Ydinviestit

Kuhmon kaupungin viestinnässä tiedotetaan kohdeyleisöjä heitä kiinnostavista asioista. Kaupunkiorganisaation viestintä on positiivisesti sävyttynyttä, mutta ei liian markkinoivaa. Positiivisuus jää mieleen ja houkuttelee. Negatiivisiin asioihin otetaan kantaa neutraalisti ja faktoihin perustuen.

Kuhmon kaupunki viestii positiivisesti omista vahvuuksistaan. Vahvuuksista muodostuvat kaupungin viestintäsältöjen ydinviestit. Kuhmon kaupunkistrategian mukaisia vahvuuksia ovat luonto, kulttuuri ja biotalouden osaaminen. Maantieteellinen sijainti idän ja lännen välissä luo tietynlaista eksootikkaa. Kaupunkikeskustan kompakti koko ja rauhallisuus ovat loistavia vetovoimatekijöitä.

Kuhmossa on biotalouden asiantuntijuutta. Puutuoteteollisuus, puurakentaminen ja metsätalous kukoistavat Kuhmossa. CLT-rakenteinen Tuupalan alakoulu kiinnostaa globaalisti, sillä se tarjoaa innovatiivisen ja rauhallisen oppimisympäristön lapsille ja nuorille. Woodpolis puurakentamisen kehittämiskeskuksena varmistaa kuhmolaisen puuosaamisen jatkuvuuden.

Kuhmossa puhdas luonto ja villieläimet houkuttelevat matkailijoita, ja myös paikalliset arvostavat kuhmolaista luontoa. Villieläinten kuvaus on yksi kuhmolainen vientituote. Puhtaat kalastusvedet ja monipuoliset maastot sopivat metsästykseseen, marjastukseen ja sienestykseen. Hiljaisuus ja ympäristön rauhallisuus ovat kiinnostavia piirteitä matkailijoiden ja paluumuuttajien silmissä. Kalastus- ja metsästysmahdollisuudet ovat kaupunkimme valtteja ja Kuhmo houkuttaa eräilijöitä laajasti.

Kulttuuritoimijana Kuhmo on globaalisti tunnettu Kuhmon Kamarimusiikkifestivaalin ansiosta. Muita kulttuuritoimijoita Kuhmossa ovat esimerkiksi Sommelon kansanmusiikkijuhla ja kalevalaisen kulttuurin keskus Juminkeko. Kuhmossa panostetaan nuorten kulttuurikasvatukseen muun muassa tarjoamalla mahdollisuuden opiskella painotettua musiikkia. Kuhmon musiikkiopisto on laadukas musiikin opettaja ja tuottaja. Kuhmo-talo tunnetaan kulttuurin paikkana.

Näitä edellä kuvattuja teemoja ja eräänlaisia mainetekijöitä korostamme kaupungin viestinnässä.

Kuhmon mainetekijät tiivistettynä:

- Metsäklusteri, puutuoteosaaminen, biotalous
- Puhdas luonto ja asumisympäristö
- Maailman kamarimusiikin pääkaupunki
- Hyvän kasvun ja oppimisen ympäristö
- Kiehtova sijainti idän ja lännen rajalla
- Hiljaisuus ja rauhallisuus

1.4 Viestinnän toimintaedellytykset

Viestinnän toimintaedellytykset Kuhmossa:

- **Osaaminen ja mahdollisuus kehittyä.** Viestinnästä vastaava on viestinnän suunnittelun, johtamisen ja toteutuksen ammattilainen sekä yhteisön sisäinen konsultti. Viestinnän ammattilaisille on tarjottava mahdollisuudet lisätä omaa osaamistaan sekä vaalia viestintäosaamisen kehittymistä koko työyhteisössä.
- **Osallistuminen ja vaikuttaminen strategiseen päätöksentekoon.** Kun viestintä on osa strategiatyötä, on yhteisön päätöksenteossaan otettava huomioon viestinnän näkökulma.
- **Riittävät voimavarat.** Viestintä on asiantuntijatyötä. Viestintään on panostettava riittävästi tekijöitä ja tekniikkaa. Markkinointiin on oltava riittävät resurssit.
- **Tarkoituksenmukainen toimintamalli.** Viestinnän organisoinnissa on otettava huomioon yhteisön erityispiirteet.
- **Yleinen vastuu viestinnästä on aina yhteisön ylimmällä johdolla.** Käytännön viestintäasiat delegoidaan viestinnästä vastaavalle ja viestintätiimille. Moraalinen vastuu on kuitenkin jokaisella yhteisön jäsenellä.
- **Kaupungin työntekijät ymmärtävät viestinnän merkityksen osana omaa työtään.**

2. LAINSÄÄDÄNTÖ JA ASUKKAIDEN OSALLISTUMISMAHDOLLISUUDET

2.1 Kuntaviestinnän lainsäädäntö

Perustuslain mukaisesti kansanvaltaan sisältyy yksilön oikeus osallistua ja vaikuttaa yhteiskunnan ja elinympäristönsä kehittämiseen. Kunnan ja kuntalaisen välistä vuorovaikutusta säädelään muun muassa kuntalaissa.

Kuntalaki antaa pohjan kaupunkiviestinnälle. Kuntalaki velvoittaa kuntia tiedottamaan asukkaitaan heitä koskevista asioista ja jakamaan heille tarpeellista tietoa. Kuntalaki tarjoaa kaupunkiviestinnälle arvopohjan: ”Aktiivinen, monikanavainen, riittävä, ymmärrettävä ja oikea-aikainen viestintä luo edellytyksiä osallistumiselle ja vaikuttamiselle”.

Kuntalain 22 §:n mukaan valtuuston on pidettävä huolta siitä, että kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on edellytykset osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Kuntalain 29 § edellyttää, että kunta tiedottaa asukkailleen, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Kuntalaki 29 § Viestintä

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 asukaryhmien tarpeet. (Kuntalaki, www.finlex.fi)

Julkishallinnon viestintää ohjaa julkisuusperiaate. Viranomaisen tulee toimia julkisuusmyönteisesti. Tiedonsaannin rajoittamiselle on oltava asiallinen peruste. Julkisuusperiaatetta toteutetaan kunnal-

lishallinnossa lähinnä asiakirjajulkisuudella (laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta), tiedonsaanti-oikeuksilla, kokouksen eli käsittelyn julkisuudella (kuntalain 101 §), viestinnällä ja tiedottamisella (kuntalain 29 §) ja vaikuttamismahdollisuuksien varaamisella (hallintolain 41 §).

Maankäyttö- ja rakennuslaki säätelee erikseen alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Ympäristönsuojelulaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan ympäristön tilaa koskevista seurantatiedoista.

Lisäksi kunnan viestintään vaikuttavat muun muassa henkilötietolaki, hankintalaki sekä sähköisen viestinnän lainsäädäntö.

2.2 Kuntalainen vaikuttajana

Kuntalaisten kuuleminen ja heidän kanssaan keskusteleminen on yksi osa-alue vuorovaikutteisessa organisaatioviestinnässä. Kuntalaisilla on lain mukaan oikeus vaikuttaa kuntapäätöksentekoon. Vaikuttaminen on tehokkainta valmisteluvaiheessa. Käytännössä mahdollisimman aikainen osallisuus takaa parhaan vaikuttavuuden. Yhdessä suunnittelu myös sitouttaa yhdessä toteuttamiseen. Kaupungin vuorovaikutteinen viestintä tukee kuntalaisen mahdollisuuksia osallistua palvelujen suunnitteluun ja yleisesti häntä itseään kiinnostaviin asioihin.

Kaupunki järjestää tarvittaessa asukastilaisuuksia eri kohderyhmille. Asukastilaisuuksien tarkoituksena on kuulla asukkaita, tarjota vaikuttamismahdollisuus sekä tiedottaa hankkeesta. Asukastilaisuuksia järjestetään pääsääntöisesti uusia alueellisia palveluita suunniteltaessa sekä kaavoituksen eri vaiheissa. Tiedotus- ja kuulemistilaisuuksissa kaupungin johdon edustajat esittelevät ajankohtaisia asioita sekä kuulevat palautetta asukailta palvelujen ja muiden toimintojen kehittämisestä. Aiheina voivat olla muun muassa kouluverkkoselvitykset, kaavoitusratkaisut tai kuntaliitokset. Kyseessä on siis vapaamuotoinen kuuleminen kuntalaisten mielipiteen selvittämiseksi päätöksenteon pohjaksi.

Ennen asian ratkaisemista hallintolain 34 § velvoittaa viranomaisen varaamaan asianosaiselle tilaisuuden lausua mielipiteensä asiasta sekä antaa selityksensä sellaisista vaatimuksista ja selvityksistä, jotka saattavat vaikuttaa asian ratkaisuun. Hallintolain 11 §:n mukaan hallintoasiassa asianosainen on se, jonka oikeutta, etua tai velvollisuutta asia koskee.

Kunnan jäsenillä on oikeus tehdä aloitteita kuntaa koskevissa asioissa. Aloitteen tekijälle on ilmoitettava, mitä kunnassa aiotaan asialle tehdä. Muita lainsäädännössä mainittuja kuntalaisen mielipiteen ilmaisumuotoja ovat neuvoa-antava kansanäänestys, kansanäänestysaloite, erityislainsäädännössä edellytetyt mielipidetiedustelut ja asukkaiden kuulemiset, oikaisuvaatimus ja valitus.

2.3 Yhteistyöelimet ja neuvottelukunnat

Eri kuntalaisryhmillä on kunnissa yhteistyöelimiä, joiden tehtävänä on parantaa näiden ryhmien äänen kuuluvuutta kunnallisessa päätöksenteossa. Nämä ryhmät täydentävät osaltaan kunnallisten lautakuntien määrää ja niiden asettaja on usein kunnanhallitus aloitteen perusteella. Yhteistyöelimet ovat asiantuntijaelimiä, joilla ei yleensä ole itsenäistä päätösvaltaa. Ne tekevät aloitteita ja esityksiä ryhmänsä aseman parantamiseksi.

Kuhmossa toimivat muun muassa seuraavat yhteistyöryhmät: Maaseudun neuvottelukunta, vanhusneuvosto, mökkiläistoimikunta ja nuorisoneuvosto.

3. VIESTINNÄN VASTUUT JA ORGANISOINTI

3.1 Viestinnästä vastaavat henkilöt

Kuhmon kaupungin hallintosäännössä (§ 6) on linjattu seuraavaa:

Kaupunginhallitus johtaa kaupungin viestintää ja tiedottamista kaupungin toiminnasta hyväksymällä yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa. Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä palvelualojenalojen johtavat viranhaltijathuolehtivat, että kaupungin asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun.

Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kaupungin eri asukasryhmien tarpeet.

Kuhmon kaupungilla on viestintäohje ja viestintäsuunnitelma ja suunnitelman hyväksyy kaupunginvaltuusto. Viestintäohje voi sisältyä viestintäsuunnitelmaan.

Kaupunginhallitus linjaa viestinnän periaatteet ja toimintatavat hyväksymällä viestintäsuunnitelman (viestintäohjeen). Kaupunginhallitus kantaa päävastuun viestinnästä. Kaupungin kannan muodostaa kaupunginhallitus ja kiireisissä tapauksissa kaupunginjohtaja. Kaupunginhallitus edustaa myös työnantajaa viestinnässä, minkä takia sen jäsenten viestintä on erityisen vastuullista. Yksittäinen jäsen ei voi edustaa kaupunginhallituksen kantaa.

Vastuualueiden ja yksiköiden viestinnästä vastaavat vastuualueiden esimiehet ja asiantuntijat. Esimiehiä kannustetaan aktiiviseen, avoimeen, ystävälliseen ja jatkuvaan viestintään toimialansa ajankohtaisista asioista. Budjettivastuut määrittelevät myös viestintävastuut.

Viestinnän käytännön toteuttamista tekevät ja moraalista vastuuta kantavat kaupungin työntekijät. Koska Kuhmon kaupungilla ei toistaiseksi ole viestinnän osastoa, on vastuu hajautettava tasapuolisesti palvelualoille. Kullakin viestintäkanavalla on omat vastuuhenkilönsä, ja jokaisella toimialalla on vastuuhenkilö, joka huolehtii tietojen etenemisestä kaupungin viestintäkanaviin asti.

Kunkin viestintäkanavan päävastuullinen huolehtii, että kanavat säilyvät aktiivisena ympäri vuoden (suositus: päivittäinen aktiivisuus). He ovat vastuussa siitä, että kanaviin tuotetaan sisältöä.

- Nettisivut
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube

Palvelualakohtaiset vastuuhenkilöt ovat vastuussa siitä, että kunkin toimialan tiedotettavat sisällöt päätyvät kanaviin. Viestittävää on paljon, kun muistetaan ajatella yleisön näkökulmasta. Työntekijöille itsestään selviltä vaikuttavat asiat voivat ulkopuoliselle olla kiinnostavia ja täten tiedottamisen arvoisia.

- kunnallistekniikka (kadut, vesihuolto, kaukolämpö)
- tilapalvelut
- päiväkodit
- yläkoulu
- alakoulu
- lukio
- kirjasto
- nuorisotyö
- kulttuuri- ja tapahtumapalvelut
- liikunta ja vapaa-aika

3.2 Viestijän vastuu

Työntekijä

Työntekijällä on lojaliteettivelvoite työnantajaansa kohtaan. Sananvapauteen perustuen jokaiselle työntekijällä on oikeus esittää julkisuudessa näkemyksiään niistä asioista, joita hän joutuu työssään käsittelemään. Ulkoisessa viestinnässä tulee kuitenkin noudattaa yhteisesti hyväksyttyjä pelisääntöjä:

- salassa pidettäviä asioita ei kerrota julkisesti
- kaupungin henkilöstöä ja luottamushenkilöitä ei parjata julkisuudessa

- työnantajaa vahingoittavia asioita ei esitetä julkisesti
- omat yhteiskunnalliset näkemykset ja mielipiteet eivät saa vaikuttaa kaupungin viestinnän tasapuolisuuteen
- omat mielipiteet pitää ilmaista yksityishenkilönä, ei kaupungin tai sen yksikön virallisena kantana
- erityisesti sosiaalisessa mediassa toimiessa on tärkeää erottaa, toimiiko siellä yksityishenkilönä vai kaupungin edustajana
 - kannattaa huomioida, että ulkopuolisen seuraajan silmin kaupungin työntekijän status pysyy myös vapaa-ajalla
- kaupungin virallisen kannan asioihin antaa asiayhteyden kannalta keskeisin esimies tai johtaja

Luottamushenkilö

Luottamushenkilöillä on tärkeä rooli kaupungin toiminnan tunnetuksi tekijänä ja kontaktihona kuntalaisten sekä kaupunkiorganisaation yhteistyökumppaneiden suuntaan. Luottamushenkilö voi laatia kirjoituksia ja tiedotteita omista mielipiteistään ja kannanotoistaan julkaistavaksi eri kanavissa. Tällöin on syytä tuoda esille onko mielipide esitetty yksityishenkilönä vai luottamuselimen tai edustamansa ryhmän jäsenenä. Luottamushenkilöiltä toivotaan asiallista ja arvokasta, tosiasioihin perustuvaa viestintää, sillä heidän oletetaan tietävän enemmän kaupungin asioista kuin kuntalaisten.

Suljettujen kokousten luottamuksellisista keskusteluista ei saa kertoa ulkopuolisille henkilöille. Kaupunkia ja kaupunkiorganisaatiota koskevista päätöksistä tiedotetaan virkavastuulla. Luottamushenkilöt voivat viestiä yhteisesti päätetyistä asioista myös tiedotus- ja asukastilaisuuksissa ja olemalla mukana kaupungin järjestämissä tilaisuuksissa. Näissäkin tilaisuuksissa on hyvä tehdä tarvittaessa ero oman mielipiteen ja sovitun kannan välillä.

Luottamushenkilöt käyvät luonnollisesti poliittista debattia erilaisista näkemyksistään, ja niiden osalta vastuu heidän näkemyksistään kuuluu vain heille.

3.3 Viestinnän arviointi ja uudistaminen

Viestinnän toteutumista ja onnistumista seurataan jatkuvasti ja arvioidaan kehityskeskustelujen ja tilinpäätöksen yhteydessä. Työyhteisöviestinnän onnistumista seurataan henkilöstöltä saadun palautteen ja työyhteisössä käytävien keskustelujen kautta sekä työilmapiirimittausten kautta.

Ulkoisen viestinnän onnistumista seurataan verkkoviestimissä saadun palautteen ja kommenttien mukaan. Viestintäkanavissa julkaistujen päivitysten määrää, näkyvyyttä ja laatua (positiivinen, negatiivinen vai neutraali sävy) arvioidaan. Huomioitavia tekijöitä ovat myös kommenttien, jakojen ja tykkäysten määrät sosiaalisen median päivityksissä. Päivityksiä kannattaa vertailla: miksi yksi julkaisu kerää enemmän näkyvyyttä kuin toinen? Sosiaalisen median jokaisen kanavan tarkempaan arviointiin on ohjeita kanavakohtaisissa ohjeissa Kuhnassa.

Johtoryhmän, kanavakohtaisten vastuuhenkilöiden ja palvelualakohtaisten vastuuhenkilöiden toimesta viestinnän onnistumista arvioidaan säännöllisesti ja asetetaan uusia tavoitteita viestinnän kehittämiseksi yhteisesti viestintätiimissä. Johtoryhmän jäsenten ja vastuualueiden esimiesten kanssa viestinnän arviointi ja kehittäminen käydään läpi kehityskeskustelussa.

Kaupunginhallitus arvioi tilinpäätöksen yhteydessä viestinnän onnistumista ja asettaa tavoitteet viestinnän kehittämiseksi talousarvion laadinnan yhteydessä.

3.4 Viestintäkalenteri

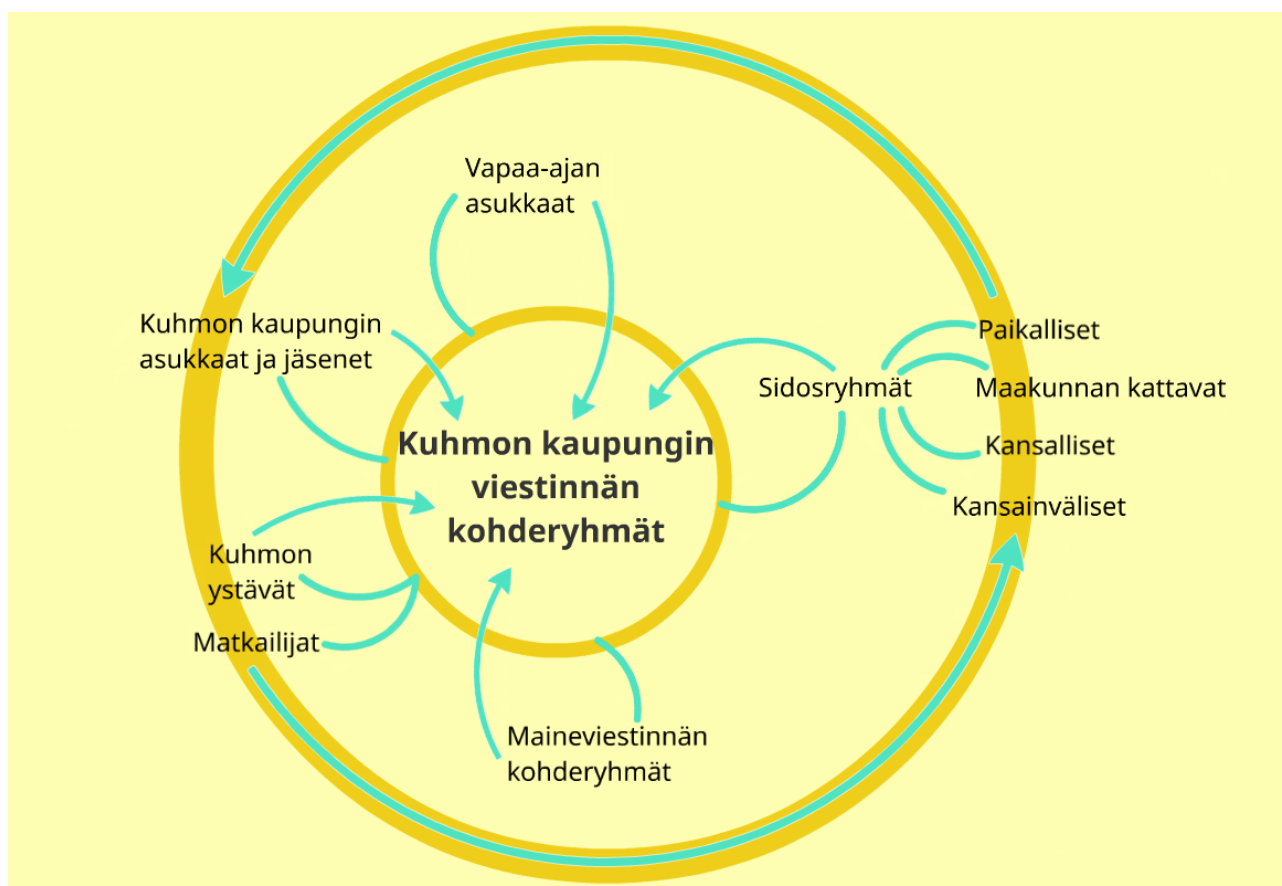
Viestintätiimin tehtävänä on ylläpitää Kuhnassa olevaa viestintäkalenteria. Viestintäkalenterissa on merkittynä tapahtumia, kokouksia ja ajankohtaisia aiheita, joista on syytä suunnitelmallisesti viestiä.

Kalenteri on jatkuvasti päivittyvä, ja sinne voidaan lisätä aihepiirejä esimerkiksi vuodenaikojen mukaan. Kalenteri helpottaa niin johtoryhmää kuin viestinnän käytännön sujuvuutta. Kalenteri muistuttaa tapahtumista ja tavoitteista, jolloin tavoitteiden saavuttamista on helpompi kontrolloida. Ajankohtaisten asioiden listaus helpottaa päivitysten tekoa, jolloin vältetään viestinten hiljentymiseltä.

4. VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT

Viestinnän kohderyhmiä on entistä vaikeampi jaotella. Vaikka nykytekniikan työkalut antavat entistä enemmän tietoa siitä, kuka vastaanottaa viestejämme ja kuinka suurelle väestömäärälle ne leviävät, on yleisön jaottelu kohderyhmiin haasteellista. Tosiasiassa yksi henkilö kuuluu elämänsä aikana kymmeniin eri kohde- ja viiteryhmiin. Tässä suunnitelmassa tilannetta on kuitenkin yksinkertaistettu, ja Kuhmon kaupunkiviestinnän kohderyhmiä esitellään toisistaan eroteltuina.

Kuhmon kaupungin viestinnällä on useita kohderyhmiä. Eri viestinnän välineitä ja kanavia käytettäessä on hyvä muistaa, että kohderyhmät painottuvat kussakin kanavassa eri tavalla. Jokaisen viestijän on tiedostettava myös, että tietyt viestit voivat kiinnostaa vaikkapa kaikkia näitä seuraavaksi esiteltyjä yleisöryhmiä. Kohderyhmistä ja niiden painotuksista eri sosiaalisen median kanavissa on koottu kanavittain tarkemmat ohjeet, jotka löytyvät Kuhmon kaupungin Intranetistä eli Kuhinasta.



Kuva: Kaupunki viestii kohderyhmilleen, ja kohderyhmät vaikuttavat kaupungin viestinnän muotoon ja sisältöihin. Ihmiset kuuluvat useisiin eri kohderyhmiin, ja kohderyhmät viestivät keskenään.

4.1 Kuhmon kaupungin asukkaat ja muut jäsenet

Kuhmon kaupungin viestinnän tärkein tehtävä on tiedottaminen kaupungin palveluista ja päätöksenteosta. Tiedottaminen koskettaa painokkaimmin Kuhmon kaupungin asukkaita ja jäseniä. Kaupungin asukkaat ja jäsenet ovat siten merkittävin ja myös monimuotoisin kohderyhmä.

Kaupungin keski-ikäiset ja nuoret asukkaat seuraavat aktiivisesti (ehkä jopa aktiivisimmin) Kuhmon kaupungin tiedottamista ja muuta viestintää sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisessa mediassa Kuhmon kaupungin kanavilla on otettu puolivirallinen ote. Tärkeintä on, että asukkaat saavat tietoa ajankohtaisista asioista helposti ja ymmärrettävästi.

Varsinkin iäkkäämmälle väestöryhmälle Kuhmon kaupungin viestit ovat parhaiten saavutettavissa paikallislehtien kautta. Sen takia sujuva yhteistyö muun muassa *Kuhmolaisen* ja *Kainuun Sanomien* kanssa on erittäin tärkeää.

Kaupungin nettisivuilta kuhmolaiset lukevat heille itselleen ajankohtaisia ja tarpeellisia asioita, kuten toimistojen ja palveluiden aukioloaikoja ja yhteystietoja. Kaupungin asukkaita ajatellen tärkeintä on täyttää tiedotuksen tehtävät ja ajantasaisuuden vaatimukset erityisesti yhteystietojen ja palveluiden aukioloaikojen osalta.

4.2 Vapaa-ajan asukkaat

Vapaa-ajan asukkaiksi ajatellaan sellaiset asukkaat, jotka asuvat Kuhmossa osan vuodesta. Vapaa-ajan asukkaita kutsutaan epävirallisemmin mökkiläisiksi. Tähän kohderyhmään kuuluvat siis ne, jotka omistavat kesämökin tai vuokraavat sellaista Kuhmon alueella.

Vapaa-ajan asukkaiden kohderyhmä käsittää paljon eri-ikäistä väestöä, ja viestinnän kohderyhmänä käsittää hyvin samanlaisia tarpeita kuin kaupungin vakituisetkin asukkaat.

Vanhemmalle ikäryhmälle paikallislehti on tärkeä tiedonlähde, kuten myös Kuhmon kaupungin nettisivut. Nettisivuilta vapaa-ajan asukkaat etsivät tietoa ajankohtaisista asioista, Kuhmon palvelutarjonnasta, palveluiden aukioloajoista ja yhteystiedoista. Vapaa-ajan asukkaiden sosiaalisen median käytöstä ei ole faktatietoa. Rohkea arvio on, että Kuhmossa pidemmän aikaa oleskelevat nuoret ja

keski-ikäiset vapaa-ajan asukkaat seuraavat Kuhmon sosiaalisen median kanavia - ainakin silloin, kun he niitä hoksaavat etsiä.

4.3 Kuhmon ystävät, matkailijat

Kuhmon ystäviksi kutsutaan heitä, joilla on jonkinlainen tunneside Kuhmoon. Kuhmon ystävät kattavat kohderyhmänä entiset kuhmolaiset, täällä usein vierailevat, mahdolliset paluumuuttajat ja henkilöt, joilla on Kuhmossa sukulaisia ja tuttavuuksia. Matkailijat voidaan niputtaa Kuhmon ystävien kanssa samaan kohderyhmään, sillä heidän kiinnostuksen kohteensa viestintää ajatellen ovat suhteellisen samanlaiset.

Kuhmon ystävät ja matkailijat etsivät yhtä lailla ajankohtaista tietoa ja kaipaavat tiedotusta kuin yllä mainitut kohderyhmät. Heille edelleen paikallislehdet, nettisivut ja sosiaalinen media ovat tiedonlähteitä, joita he käyttävät. Tämä ryhmä eroaa aiemmista kuitenkin siten, että viestinnän tavoitteista erityisesti houkuttelevuus korostuu matkailijoita ja Kuhmon ystäviä ajatellen.

Houkuttelevan viestinnän tarkoitus on saada Kuhmon ystävät ja matkailijat tulemaan vierailulle Kuhmoon. Silloin viestien tulee olla miellyttäviä ja kiehtovia, historiaa, rajaseudun eksotiikkaa ja Kuhmon henkeä korostavia. Kainuulainen luonto ja kuhmolainen perinnekulttuuri ovat asioita, jotka kiinnostavat erityisesti kansainvälisiä matkailijoita.

4.4 Sidosryhmät

Kaupungin sidosryhmillä tarkoitetaan ryhmiä, yhteisöjä tai toimijoita, jolla on intressejä kaupunkia ja sen toimintaa kohtaan. Sidosryhmät ovat kiinnostuneita kaupungin toiminnasta ja päätöksenteosta, sillä se vaikuttaa heidänkin toimintaansa - ja päinvastoin. Sidosryhmät ovat toimijoita, joiden kanssa kaupunki tekee yhteistyötä ja viestii aktiivisesti. Sidosryhmät ovat yksi suuri Kuhmon kaupunkiviestinnän kohderyhmäkokonaisuus.

Kaupunkiorganisaation viestintä suuntautuu sidosryhmille sisäisinä tai ulkoisina viesteinä riippuen sidosryhmän roolista kaupungissa tai suhteesta kaupunkiin. Sidosryhmäviestintää tehdään paljon sisäisesti, eikä se aina näy julkisesti ulkopuolelle. Sidosryhmäviestintä luo osaltaan yhteneväisyyttä koko kuntaan. Sidosryhmäviestintä on vuorovaikutteista ja moniulotteista, eikä sidosryhmien rooleja kaupunkiorganisaatioon nähden ole aina helppoa määritellä.

Kuhmon kaupungilla on lukematon määrä sidosryhmiä. Kaupungin täytyy jatkuvasti ja aktiivisesti ottaa viestinnässään sidosryhmät huomioon, ja tuoda niille selvästi esille tarpeelliset tiedot. Sidosryhmäviestinnän tulee olla tehokasta, avointa ja vuorovaikutteista. Osa sidosryhmistä on läsnä kaupungin viestinnässä koko ajan tai paljon, osa vähemmän. Sidosryhmien osallistaminen ja huomioiminen viestinnässä riippuu viestittävästä aiheesta ja siitä, mikä aihe on kulloinkin ajankohtainen.

Sidosryhmiä voidaan ryhmitellä sen mukaan, onko sidosryhmä paikallinen, maakunnan kattava, kansallinen vai jopa kansainvälinen. Lisäksi sidosryhmiä voisi jaotella temaattisesti. Osa sidosryhmistä kuuluisi luontevasti kaikkiin kategorioihin. Sen takia ryhmittely on keinotekoinen, mutta se helpottaa hahmottamaan sidosryhmäviestinnän moniulotteisuutta.

Paikalliset

Kaupunkikonserni

Kuhmon kaupunkikonserniin kuuluvat kaupunkiemon lisäksi osuus Kainuun SOTE-kuntayhtymästä, Kainuun Liitosta, Kainuun Jätehuollon kuntayhtymästä sekä kaupungin tytäryhtiöt Kuhmon Lämpö Oy, Kuhmon Lämpöenergia Oy, Kiinteistö Oy Kuhmon Terva-asunnot, Kiinteistö Oy Kuhmon Kulttuuritalo ja Kuhmon Yrityssampo Oy.

Kaupunkikonsernin välinen viestintä voidaan ajatella osaksi kaupungin sisäistä viestintää, koska konserni sijaitsee strategisesti ja taloudellisesti kaupunkiorganisaation ytimessä. Kuhmon kaupungin ja sen kaupunkikonsernin välisen sidosryhmäviestinnän täytyy olla täysin avointa ja saumatonta sekä vuorovaikutteista. Kaupungin ja kaupunkikonsernin välisestä yhteistyöstä viestitään ulospäin.

Yritykset, järjestöt ja yhdistykset

Paikalliset yrittäjät ovat olennainen sidosryhmä Kuhmon kaupungille. Yrittäjien kanssa tehdään paljon yhteistyötä ja erilaisia sopimuksia. Kaupungin päätöksistä viestitään aktiivisesti yrityksille. Kuhmon Yrittäjät ry on kuhmolaisten yrittäjien etujärjestö. Yrittäjäyhdistys laajenee portaittain Kainuun ja koko Suomen alueelle.

Yrityksistä hyvänä sidosryhmäesimerkkinä voidaan mainita puutuotealan yritykset. Puurakentamisen ja puutuoteteollisuuden alalla Kantolan alueen yritykset ovat merkittävä sidosryhmä Kuhmon

kaupungille. Viestimme yhdessä kuhmolaisen puurakentamisen sanomaa jopa globaalisti. Puurakentaminen ja biotalous ovat myös yksi pääteema kaupunkistrategiassamme, joten sidosryhmäyhteistyön ja -viestinnän tulee olla toimivaa.

Kaupunkiviestinnän sidosryhmiä ovat kaikki järjestöt ja yhdistykset, jotka Kuhmon kaupungin alueella toimivat. Osa järjestöistä ja yhdistyksistä viestii aktiivisesti ulkoisesti.

Kyläyhdistykset ovat merkittävä osa Kuhmon kuntapolitiikkaa, ja täten myös luonteva osa kaupungin sidosryhmäviestintää. Hyvänä esimerkkinä tehokkaasta sidosryhmäviestinnästä voidaan mainita kriisiviestintä: kriisitilanteita varten on kaupungilla olemassa kaikki kyläyhdistykset kattava tekstiviestiryhmä. Sen kautta tehdään tehokasta sidosryhmäviestintää kriisin kohdatessa.

Järjestöistä mainittakoon koko Suomen kattava Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK, joka toimii Kuhmossa paikallisjärjestönä ja on yksi kaupunkiviestinnän sidosryhmä. Maa- ja metsätalous on elimellinen osa Kuhmoa, ja usein kaupungin päätöksenteko vaikuttaa suoraan maa- ja metsätalouteen elinkeinona.

Kulttuuritoimijat

Kulttuuri on yksi Kuhmon kaupungin strategisista pääkohdista. Kuhmon kaupunki luo kulttuuri-imagoaan musiikin, perinteiden, kalevalaisuuden ja paikallishistorian kautta. Kuhmon Kamarimusiikki, Sommelon kansanmusiikkijuhla ja Juminkeko ovat esimerkkejä kulttuurin sidosryhmistä.

Kuhmon kaupunki tekee tiivistä yhteistyötä kulttuuritoimijoiden kanssa. Viestinnässä nämä sidosryhmät korostuvat erityisesti sesonkeina, esimerkiksi Kamarimusiikki ja Sommelo kesäheinäkuussa. Viestinnässään Kuhmon kaupunki voi tiedottaa tapahtumista ja jakaa toimijoiden päiviä omissa kanavissaan. Koska kaupunki tukee monia kulttuuritapahtumia rahallisesti, täytyy kaupungin rooli tuoda esille asiaan kuuluvissa yhteyksissä.

Kulttuuritoimijoilla on usein omia yhdistyksiään, esimerkiksi Kuhmon musiikkilyhdistys ry, Kuhmon Kamarimusiikin Kannatusyhdistys ry, Musiikkijuhla Sommelon Kannatusyhdistys, Musiikkilyhdistys Pro Sommelo ry ja niin edelleen. Festivaaleilla on lisäksi omia kattojärjestöjään, joista esimerkkinä Finland Festivals. Kulttuuritoimijat ja niiden järjestöverkostot tekevät tästäkin sidosryhmästä alue-rajvoja rikkovia yhteistyökumppaneita Kuhmon kaupungille.

Kainuun maakunta ja alueelliset toimijat

Kainuun maakunnassa toimivat aktiivisesti muun muassa Kainuun kunnat, kuntayhtymän viranomaiset (kunnallisvaltuustot ym.), Kainuun sote, Kainuun liitto, Aluehallintovirasto, ELY-keskus, Kainuun TE-palvelut, Kainuun Etu Oy, Kainuun pelastuslaitos ja Ekokymppi. Kainuun kehittämistoimijana Elävä Kainuu Leader.

Maakunnan sisäistä sidosryhmäyhteistyötä ja -viestintää tapahtuu paljon ja jatkuvasti. Yleisesti ottaen maakunnan sidosryhmät otetaan huomioon kaupunkiviestinnässä kuten muutkin sidosryhmät. Ulospäin viestitään silloin, kun se on ajankohtaista.

Ulkopuoliselle näkyvä viestintäyhteistyö maakunnan toimijoiden kanssa on melko samanlaista kuin valtion viranomaisten kanssa tehtävä yhteistyö - lyhyesti sanottuna Kuhmon kaupunki on osaltaan jakamassa asukkaita koskevaa tietoa eteen päin. Kunkin maakunnan sidosryhmän kanssa aihepiirit painottuvat eri tavoin. Maakunnan sidosryhmien kanssa aihepiirit vaihtelevat aluepolitiikasta ympäristöasioihin, puuteollisuudesta palveluihin, kierrätyksestä rahoitukseen.

Yhtenä esimerkkinä kriisiviestinnän sidosryhmäyhteistyöstä on helleseuranta heinäkuussa 2018. Mukana palaverissa ja tiedotuksessa olivat Kainuun kunnat, sote ja pelastuslaitos. Osanottajat tekivät jatkuvasti viestintäyhteistyötä muun muassa aiheeseen liittyvien tiedotepakettien kokoamisessa ja levittämisessä.

Lisäksi täytyy ottaa huomioon maakuntatoimijoiden aluerajoja rikkovat mekaniikat. Esimerkiksi Aluehallintovirastossa Kainuu ja Pohjois-Pohjanmaa on yhdistetty omaksi alueekseen. ELY-keskuksessa liikenteen piiriin kuuluvissa asioissa menetellään samoin, mutta elinkeino- ja ympäristöasioissa Kainuu on omana alueenaan. Nämä ovat osoituksia siitä, miten moniulotteista sidosryhmäyhteistyö parhaimmillaan on.

Kansalliset

Valtion viranomaiset

Valtion viranomaisia ovat julkisyhteisön pysyvät toimielimet. Valtiolla on oikeus- ja hallintoviranomaisia, jotka ovat luonnollisesti kaupunkiviestinnän sidosryhmiä. Viranomaisia ovat esimerkiksi Suomen Pankki, Kansaneläkelaitos, Finanssivalvonta, eduskunnan virastot ja laitokset, tuomioistuimet, kirkon viranomaiset ja niin edelleen. Kuhmossa toimii valtion maahanmuuttovirasto, jonka työllistämisvaikutus kaupungissa on merkittävä.

Kuhmon kaupungin viestintää ajatellen tämä sidosryhmä korostuu silloin, kun tiedotetaan kunnan asukkaita koskevista asioista. Kuhmon kaupunki voi tiedottaa esimerkiksi avoimista työpaikoista, muuttuvasta lainsäädännöstä, ajankohtaisista aiheista, joita eduskunnassa ja ministeriöissä käsitellään. Yksinkertaisimmillaan tämän sidosryhmän huomioon ottavaa viestintää tehdään, kun jaetaan sosiaalisessa mediassa Kuhmoa tai Kainuuta koskeva uutinen, joka liittyy jotenkin näiden viranomaisten toimintaan.

Liikenne- ja viestintäministeriö, ympäristöministeriö ja opetus- ja kulttuuriministeriö nousevat usein esiin kaupungin sidosryhmäviestinnässä. Teemoja, jotka aktivoivat sidosryhmäyhteistyötä näiden ministeriöiden kanssa, ovat muun muassa Kuhmon kaupungin sijainti harvaan asutulla seudulla, metsätalouden ja puuteollisuuden merkitys sekä laadukas kulttuuritoiminta. Esimerkiksi ympäristöministeriön puurakentamisen ohjelma tekee Kuhmosta osan kansallista puusuomi-verkostoa, joka on siten yksi sidosryhmä puutuoteteollisuudesta viestittäessä.

Kaupungin edunvalvonnassa korostuvat hyvät suhteet valtion viranomaisiin niin aluetasolla kuin valtakunnallisesti.

PTR-viranomaiset

Poliisi, tulli ja rajavartiolaitos toimivat Kuhmossa kukin omalla painotuksellaan ja ovat selkeä sidosryhmä kaupunkiviestinnälle. Tulli ja rajavartiolaitos ovat myös Kuhmossa merkittäviä työnantajia. Maantieteellisen sijainnin, rajakuntastatuksen ja Vartiuksen rajanylityspaikan myötä rajavartiolaitos korostuu Kuhmon kaupunkiviestinnässä aika ajoin, mikä tekee Kuhmosta hieman erilaisen viestijän verrattuna moneen muuhun Suomen kuntaan.

Sidosryhmäyhteistyö viranomaisten kanssa korostuu viestinnän piirissä erityisesti kriisitilanteissa. Kriisitilanteissa viestintäyhteistyö PTR-viranomaisten kanssa on oltava joustavaa ja sujuvaa. Kaupunkiviestinnän tehtävä onnettomuus- ja hätätilanteissa on tukea muiden viranomaisten viestintää.

Metsähallitus

Metsähallitus on olennainen sidosryhmä paikallisesti, alueellisesti ja kansallisesti. Metsähallitus tarjoaa myös kansainvälisen ulottuvuuden Kostamuksen kanssa ylläpidettävän Ystävyiden puiston kautta. Kaikilla tasoillaan Metsähallitus on olennainen yhteistyökumppani tonttimyynnissä, luontopalveluissa, luonnonsuojelu-, metsien käyttö- ja metsätalousasioissa. Kuhmossa Metsähallitukseen liittyvä sidosryhmäviestintä liittyy paljolti näihin teemoihin. Esimerkiksi Petolan tapahtumista, metsäpalovaroituksista tai retkeilyreiteistä tiedottaminen on olennaista Metsähallitusta koskevaa viestintää.

Harvaan asutun maaseudun toimijat

Kuhmon kaupungin alue on harvaan asuttua maaseutua ja Kuhmo harvaan asutun maaseudun paikalliskeskus. Täten koko Suomen maaseutu on myös eräänlainen sidosryhmä. Tämä sidosryhmä korostuu esimerkiksi silloin, kun tehdään koko valtakunnan kattavia päätöksiä ja maaseudun kuntia käsitellään yhtenä kokonaisuutena. Harvaan asutun maaseudun verkosto on etulinjassa vetämässä viestintää maaseudun asioissa.

Rajaseutu

Kuhmon maantieteellinen sijainti valtion itärajalla luo kaupungille tietynlaisen rajakuntastatuksen. Muut Suomen rajakunnat ovat viestinnän sidosryhmä siinä missä toiset Kainuun kunnatkin. Rajakuntayhteistyötä tehdään käytännössä esimerkiksi Runon ja rajan tie- ja laajemmin Via Karelia-projektissa.

Rajaseutu ry on kansallinen rajakuntien tulevaisuutta menestystä tukeva yhdistys. Rajaseutu ry ajattelee yhdeksi sidosryhmäksi, koska se tarjoaa hanketukea rajakunnille. Kunnat eivät ole yhdistyksessä jäsenenä.

Kansainväliset

Venäjä ja Kostamus

Suomen yhteinen itäraja Venäjän kanssa tekee luonnostaan Venäjästä ja eritoten Kostamuksen alueesta yhden sidosryhmän Kuhmon kaupungin viestinnässä. Kostamus on Kuhmon ystävyyskaupunki. Kostamuksen läheisyys lisää kansainvälistä otetta Kuhmon viestintään.

Koko Suomen ja Venäjän yhteisen rajan kattavaa yhteistyötä tehdään myös. Fennoskandian vihreä vyöhyke (green belt) yltää aina Jäämerelle saakka. Vihreä vyöhyke on rajat ylittävää ympäristöyhteistyötä. Vihreä vyöhyke yhdistyy muihin sidosryhmiin: pöytäkirjat Suomen osalta allekirjoittaa ympäristöministeriö ja yhteistyö on osa YK:n yleissopimusta.

Pohjoismaat ja ystävyyskaupungit

Pohjoismaat ovat yksi kansainvälinen sidosryhmä. Skandinavia on maailmalla tunnettu alue, ja Pohjoismainen arktisuus ja Lappi kiehtoo kansainvälisiä matkailijoita. Kainuu on kansainvälisesti tunnettu erämaa-alue ja Kuhmo pystyy viestinnässään identifioitumaan erämaakaupunkina matkailijoiden silmissä. Kaikki sidosryhmäyhteistyö on siis eduksi Kuhmolle erityisesti matkailun aihepiireissä.

Kuhmolla on ystävyyskaupunkeja Kostamuksen lisäksi kolme. Unkarissa Oroszlány, Ruotsissa Robertsfors, Slovakiassa Šala. Yhteistyöstä näiden sidosryhmien kanssa kannattaa myös kertoa kaupungin viestinnässä.

Euroopan Unioni

Suomen EU-jäsenyys tekee Euroopan Unionista automaattisesti yhden sidosryhmän Kuhmon kaupungin viestinnässä. Kuhmossa Suomen EU-jäsenyys näkyy myös käytännössä rajasijaintimme takia.

5. VIESTINTÄKANAVAT

Viestinnän vanhat rajat ovat katoamassa. On yhä vaikeampaa vetää rajaa esimerkiksi sisäisen ja ulkoisen viestinnän tai eri julkisuuskenttien välille. Tarvitaan uusia kumppanuuksia ja yhteistyötä.

Tässä suunnitelmassa Kuhmon kaupungin käyttämät viestintäkanavat ovat kuitenkin jaoteltuna perinteisesti sisäisiin ja ulkoisiin viestintäkanaviin. Vaikka jaottelu on nykyään vanhentunut, se on välttämätöntä yksinkertaistamisen tarpeen takia. Jokaisen viestijän tulee huomata, että perinteisten sisäisten ja ulkoisten viestintäkanavien sekoittumista tapahtuu välttämättä.

5.1 Sisäinen viestintä

Sisäisen viestinnän eli työyhteisöviestinnän avulla varmistetaan, että Kuhmon kaupungin henkilöstöllä ja luottamushenkilöillä on tiedossa työn tekemisen kannalta olennainen tieto. Hyvä sisäinen viestintä lähtee toisen ihmisen kunnioittamisesta, hyvästä käytöksestä ja ystävällisestä vuorovaikutuksesta.

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea tiedonkulkua ja vuorovaikutusta, joka tapahtuu organisaation tai yhteisön jäsenten tai ryhmien välillä. Avoin sisäinen viestintä luo kannustavaa, keskustelevaa ja kehittyvää työilmapiiriä.

Sisäinen viestintä voi olla joko virallista tai epävirallista, ja sen viestin viejinä ovat kaikki organisaation työntekijät johtoportaasta työntekijöihin. Hyvin toimiva sisäinen viestintä on oleellinen osa hyvää johtamista ja työilmapiiriä. Esimiehen tehtävä on kertoa ensimmäiseksi henkilöstölle työhön liittyvistä muutoksista. Seuraavaksi tiedotetaan sähköisillä kanavilla.

Kasvokkain tapahtuva viestintä on sisäisen viestinnän tehokkain muoto, koska se on välitöntä viestintää, kysymyksiä voi esittää ja niihin saa vastaukset heti. Suoran, avoimen ja riittävän aikaisessa vaiheessa käydyn keskustelun avulla tieto välittyy oikealla tavalla, jolloin on hyvät mahdollisuudet välttää väärinkäsityksiä ja huhuja.

Tavoitteena on, että kaupungin sisäisen viestintä on joustavaa ja avointa sekä organisaatiossa pysty- ja vaakasunnassa tapahtuvaa. Johdolla on keskeinen merkitys avoimen ja vuorovaikutteisen kult-

tuurin luomisessa. Yksiköiden esimiehillä on tärkeä vastuu sisäisestä tiedonkulusta, samoin esimerkiksi hankkeiden ja projektien vetäjillä. Sisäisessä viestinnässä keskeinen asia on tasapuolisuus: on jokaisen työntekijän oikeus tietää, mitä omassa työyhteisössä tapahtuu.

Myös henkilöstöllä on vastuu tiedonhankinnasta. Jokaisen työntekijän täytyy tietää, missä omaan työhön liittyvät tietovarastot sijaitsevat ja osata etsiä tarvitsemansa tietoa sieltä.

5.1.1 Intranet (Kuhina)

Kuhmon kaupungin henkilöstöllä on käytössä Kuhina, oma intranet. Kuhinaa käytetään ajankohtaisten asioiden, ohjeiden ja uutisten välittämiseen. Kuhinassa ilmoitetaan muun muassa kaikki Kuhmon kaupungin työntekijöitä koskevista tapahtumista.

Tärkeimmät osat intranetin tietosisällöstä jaetaan myös muita jakelukanavia kuten työpaikkapalavereja käyttäen, jotta oleellinen tieto saavuttaa kattavasti kaikki työyhteisön jäsenet.

Intranetin päivitysvastuu on hajautettu yksiköihin samaan tapaan kuin Kuhmon nettisivujenkin päivitysvastuu. Kuhinan tietojen tulee olla ajantasaisia samalla lailla kuin muidenkin viestintäkanavien.

5.1.2 Sähköpostiviestiminen

Sisäisessä viestinnässä käytetään usein sähköpostia. (Lyhyiden viestien välittämiseen ja keskusteluun suositellaan kuitenkin pikaviestipalveluja, jotta sähköposti ei kuormitu (esimerkiksi Whatssapp tai Skype for Business)). Sähköposti on kohdennettu viestinnän väline, jota käytetään yhdelle henkilölle tai rajatulle joukolle suunnattuun viestintään. Asiallisuus on hyvä säilyttää kaikissa työtilanteissa, joten tulee miettiä minkä sävyisiä viestejä lähetät. Vastaa myös viesteihin ilman turhia viivytyksiä. Esimiehen tulee antaa palaute kasvokkain, ei sähköpostilla. Sisäisessä viestinnässä sähköpostia käytetään myös tavoittamaan tiedottamisessa kaikki kaupungin työntekijät (varsinkin jos työntekijöillä ei ole omaa työasemaa eikä Kuhinan käyttö ole mahdollista).

Laajaa koko organisaation sähköpostilistan (ryhmän nimi KU Kuhmon kaupungin henkilöstö) käyttöä on vältettävä ja ensisijaisesti tulee käyttää intranettiä. Koko organisaation sähköpostiryhmää käytetään erittäin nopeaa tiedotusta edellyttävän ja koko organisaation henkilöstöä koskevien asioiden tiedottamiseen.

5.1.3 Pikaviestintäpalvelut

Henkilöstöllä on mahdollisuus ottaa käyttöönsä pikaviestintään, puhelin- ja videoneuvotteluihin tarkoitettu Lync-sovellus (Skype for Business). Pikaviestintä sopii erityisen hyvin nopeisiin kysymyksiin. Sovelluksen avulla on myös helppo viestiä omasta tavoitettavuudesta, työkaveri osaa ottaa yhteyttä juuri sopivalla hetkellä, eikä häiritse esimerkiksi kesken palaverin tai tärkeän työtehtävän.

Pikaviestinnässä voi käyttää myös Whatsappia, joka on reaaliaikainen viestintäpalvelu jokaisen omassa älypuhelimessa. Whatsapp sopii erityisen hyvin nopeisiin kysymyksiin. Tällä hetkellä Whatsapp on vaihtelevasti käytössä sisäisessä viestinnässä.

5.1.4 Yhteistoimintalaki

Yhteistoimintalain (laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa) tarkoituksena on henkilöstölle mahdollisuus osallistua toiminnan kehittämiseen yhteistyössä työnantajan kanssa ja vaikuttaa omaa työtä ja työyhteisöä koskevien päätösten valmisteluun.

Yhteistoiminta voi olla sekä välitöntä että edustuksellista. Edustuksellisessa yhteistoiminnassa käsitellään henkilöstöä laajasti tai yleisesti koskevia yhteistoimintamenettelyn piiriin kuuluvia asioita. Välitöntä yhteistoimintaa on esimerkiksi työpaikkakokouksissa käsiteltävät työyhteisöä koskevat asiat.

Kuhmon kaupungissa on käytössä Työnantajan ja henkilöstön välisen yhteistoiminnan paikallinen soveltamisohje. Ohje sisältää edustuksellisten toimielimien kokoonpanon ja pääasialliset tehtävät sekä luottamushenkilöiden ajankäytön ohjeistuksen. Kuhmon kaupungin yhteistoiminnassa viestintä on yhteistoimintalainmukaista ja mahdollisimman avointa.

5.1.5 Muutostilanne

Työyhteisön muutosviestintä selventää, toteuttaa, tukee ja edistää muutosta. Se tukee samalla siis myös ihmistä ja organisaatiota muutoksessa. Muutoksesta viestittäessä tiedon täytyy kulkea jouhevasti johdolta alaspäin. Muutokset voi toteuttaa myös usealla eri tavalla, joten henkilökunnalle kerrotaan myös, miksi muutos toteutetaan johdon valitsemalla tavalla.

Muutoksesta kerrotaan koko henkilökunnalle. Niiden henkilöiden kanssa, joiden työhön muutos tulee vaikuttamaan, keskustellaan henkilökohtaisesti. Osallistamalla työntekijät jo alkusuunnitteluvaiheessa muutoksen valmisteluun johto samalla sitouttaa henkilöstön muutokseen.

5.2 Ulkoinen viestintä

5.2.1 Nettisivut

Kuhmon kaupungin viralliset nettisivut ovat www.kuhmo.fi. Kunnan verkkopalvelut ovat tunnistettavissa nimen, sisällön että graafisen ilmeensä mukaan. Verkkosivusto esittelee kaupungin palveluita, toimintamuutoksia sekä päätösten uutisointia. Nettisivuilla tiedotetaan kuntalaisia ajankohtaisista aiheista, ilmoitetaan kuulutuksista ja pidetään yllä kaupungin ajantasaisia yhteystietoja. Sisältöä on monipuolisesti, ja se kiinnostaa niin kaupungin asukkaita, vapaa-ajan asukkaita, matkailijoita, mediaa kuin omaa henkilökuntaakin. Yhä enenevässä määrin verkkosivuilla tarjotaan myös sähköisiä palveluja.

Nettisivujen sisältö on tyyliään neutraalia ja sopivasti markkinoivaa. Pääpaino on tiedottamisessa, joten asiat pyritään ilmaisemaan napakasti ja faktaperusteisesti. Ajantasaisuus ja sujuvuus ovat verkkopalvelussa etusijalla. Sivujen hyvä käytettävyys täytyy huomioida. Yhä enemmän palveluja käytetään mobiililaitteiden avulla, joten sivusto on responsiivinen, eli sellainen, joka mukautuu päätelaitteen mukaan. Responsiivinen suunnittelu takaa sen, että sisältö näytetään sopivassa järjestyksessä ja muodossa eri laitteilla. Lisäksi huomioidaan käytössä olevat selaimet ja niiden eri versiot.

Kaupungin verkkosivut ovat helposti päivitettäviä. Sivujen ylläpito on hajautettu ja itse kukin yksikö vastaa tuottamistaan sivuista ja tietojen oikeellisuudesta. Sivujen päivitysvastuut on jaettu, vastuu internet-sivujen laadusta kuuluu kaikille kaupungin työntekijöille. Vanhentuneista tai virheellisistä tiedoista tulee ilmoittaa ylläpitäjille.

Ajankohtaisiin kirjoitetaan monipuolisesti tapahtumista, tempauksista, matkailukohteista, uudistuksista, uusista palveluista, aukioloajoista ja niin edelleen. Ajankohtaisten artikkeleiden tyyli voi vaihdella lyhyestä tiedotuksesta pidempään lehtijutun tyyppiseen tekstiin.

Kunnan järjestämiä palveluja sekä kunnan toimintaa koskevat keskeiset tiedot on julkaistava yleisessä tietoverkossa. Yleisessä tietoverkossa on oltava saatavilla ainakin seuraavat tiedot:

- 1) kuntastrategia
- 2) hallintosääntö
- 3) talousarvio ja -suunnitelma
- 4) tilinpäätös

- 5) tarkastuslautakunnan arviointikertomus
- 6) tilintarkastuskertomus
- 7) kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset
- 8) konserniohje
- 9) luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset
- 10) luottamushenkilöiden palkkioiden ja korvausten perusteet
- 11) palveluista perittävät maksut.

Koska tiedon välittämisen pääkanavaksi on valittu yleinen tietoverkko, Kuhmon kaupunki huolehtii siitä, että kunnan asukkailla on mahdollisuus päästä yleiseen tietoverkkoon. Kaupungintalolta ja kirjastosta löytyy pääte, joka on yleisessä käytössä tätä tarkoitusta varten.

5.2.2 Blogi

Kuhmon kaupungin nettisivuilla julkaistaan blogeja. Blogi tulee [www.kuhmo.fi-nettisivujen yhteyteen](http://www.kuhmo.fi-nettisivujen_yhteyteen) osana uutisia. Blogi on yksi viestinnän kanava, ja siellä jaetaan ajankohtaisiin aiheisiin liittyviä kirjoituksia lukijoille.

Blogissa kirjoitetaan monipuolisesti erilaisista aihepiireistä. Blogissa voidaan kirjoittaa reportaasityyppisesti juttusarjoja, lyhempiä raportteja esimerkiksi tapahtumista, esittelytekstejä uusista palveluista ja niin edelleen. Kirjoitusaiheet kannattaa valita sen mukaan, mikä ulkoisen viestinnän kohderyhmiä kiinnostaa.

Blogissa tyyli on virallisen ja vapaamuotoisen välissä. Kirjoituksen tulee olla selkeää ja arkikielistä, mutta kieliopin mukaista. Vaikealukuista jargonia ja liian mutkikkaita sivistyssanoja tulee välttää. Tekstin täytyy olla sujuvaa ja helppolukuista.

Blogiin kirjoittavat monet kaupungin työntekijät. Se voi olla väylä kertoa asukkaille omasta työstä, kirjoittaa kolumneja mieltä askarruttavista aiheista ja keino vastata lukijoiden kysymyksiin. Blogiin voivat kirjoittaa esimerkiksi johtoryhmän jäsenet ja eri palvelualueiden vastuhenkilöt. Blogin sisällystä päävastuussa on sen kirjoittaja.

Blogiin julkaistaan kuukausittain. Blogin sisällöstä viestitään muilla viestintäkanavilla lyhyiden esitelytekstien kera ja tekstejä jaetaan sosiaalisessa mediassa. Tasainen julkaisutahti ja tekstien levittäminen takaavat blogin pysyvyyden.

5.2.3 Sosiaalinen media

Kuhmon kaupunki käyttää sosiaalisen median kanavia palvelujensa markkinoinnissa, viestinnässä ja tiedonjaossa. Sosiaalisen median yhteisöjen avulla edistetään palveluiden tunnetuksi tekemistä, kuntalaisten sitouttamista ja osallistumista. Tavoitteena on tehdä Kuhmoa tunnetuksi paikkana, jossa on hyvä elää, yrittää tai viettää vapaa-aikaa. Organisaation sisäisenä tavoitteena on, että sosiaalisen median tilit tulisivat tutuiksi ja luonteviksi työvälineiksi mahdollisimman monelle Kuhmon kaupungin työntekijälle. Sosiaalisen median vakiinnuttaminen Kuhmon kaupungin toimintaan on luonnollinen osa nykyajan digitalisoituvien kuntien kehitystä.

Näissä medioissa korostuu viestinnän vuorovaikutteisuus ja reaaliaikaisuus. Sosiaalisessa mediassa on pyrittävä avoimuuteen, ymmärrettävään ja yksiselitteiseen vuorovaikutus- ja viestintätyyliin. Kirjoitustyyli on puolivirallinen, tuttavallinen ja rento. Virkakieltä ja toisaalta liian markkinoivaa tyyliä tulee välttää. Sosiaalinen media vaatii aktiivista vuorovaikutusta. Perustettuja profiileja tulee päivittää säännöllisesti ja sosiaalisen median kautta esitettyihin kysymyksiin vastata kuten muuhunkin palautteeseen. Sosiaalisen median käytöstä työtehtävien hoitamiseen on sovittava etukäteen lähiesimiehen kanssa. Uuden sosiaalisen median palvelun käyttöönotosta on ilmoitettava kaupunginjohtajalle.

Kuhmon kaupungilla on useita sosiaalisen median kanavia. Kuhmon kaupunki löytyy nimimerkillä @kuhmonkaupunki. Kuhmolla on viralliset tilit Facebookissa, Twitterissä, Instagramissa ja Youtubessa. Palvelualat voivat jakaa tietonsa Kuhmon kaupungin virallisella kanavalla.

Peruseriaate sosiaalisen median päivityksissä on, että uudesta asiasta teksti, linkitys tai kuva päivitetään kuhunkin kanavaan ainoastaan yhden kerran. Kuvien tulee olla mahdollisimman uusia, ja arkistokuvia henkilöistä vältetään.

Sosiaalisen median käyttö organisaation nimissä

Kuhmon kaupungin käyttäjänimellä julkaistaessa julkaisijalla on valtaa ja vastuuta. Kuhmon kaupungin käyttäjänä julkaistaan sosiaalisessa mediassa ainoastaan Kuhmon kaupunkistrategiaan ja imagoon

sopivia viestejä. Organisaation nimellä viestittäessä vastuu on erilainen kuin henkilökohtaisilla profiileilla viestittäessä. Kustakin yksittäisestä julkaisusta on vastuussa julkaisun tekijä. Päävastuu kaupungin viestinnästä on kaupunginjohtajalla.

Ulkoisessa viestinnässä merkittävää on aktiivisuus ja nopea reagointi. Kommentteihin ja kysymyksiin vastataan mielellään 24 tunnin sisällä, ja asiakkaita neuvotaan kuten kasvotustenkin. Julkaisun kommentteihin vastaa se henkilö, joka julkaisun on luonut. Päätöksentekoa kyseenalaistaviin tai kritisoiiviin kommentteihin vastaa se henkilö, jolla asiasta on eniten tietoa.

Henkilökohtaisia profiileita käytettäessä on hyvä muistaa, että kaupungin viranhaltijan rooli säilyy sosiaalisessa mediassa myös vapaa-ajalla. Kuhmon kaupungin työntekijöiden tulee ymmärtää, että heillä organisaation jäsenenä on vastuu myös omasta organisaatiosta ja siitä, minkälaisen kuvan omasta organisaatiosta ulkopuolelle antaa.

Facebook, Twitter, Instagram ja Youtube

Kuhmon kaupungin sosiaalisen median kanavat ovat kaupungin virallista ja puolivirallista tiedottamista varten. Aiheina ovat päätöksenteko, tapahtumat, luonto, kulttuuri, puurakentaminen ja arjen elämä. Tavoitteena on tiedottaa kuhmolaisia, ulkopaikkakuntalaisia ja matkailijoita ikään katsomatta. Jokaisen kanavan käyttäjäkunta poikkeaa hieman toisistaan, ja kussakin kanavassa tyyli on eri.

Facebookissa suurin seuraajakunta koostuu kuhmolaisista keski-ikäisistä ja työssäkäyvistä ihmisistä. Facebookissa Kuhmon kaupungin rooli tiedottajana korostuu. Facebook tavoittaa myös ”Kuhmon ystäviä” ja matkailijoita, joten palveluista ja erilaisista vapaa-ajan mahdollisuuksista kannattaa tiedottaa Kuhmon Facebook-sivuilla hyvin.

Twitterissä asiantuntijoiden osuus seuraajissa on erikoisuus muihin kanaviin verrattuna. Tiedottamisen tehtävän lisäksi houkuttelevuuden tavoitteet painottuvat Twitterissä viestittäessä. Twitterissä pystymme saavuttamaan asiantuntijoita, mielipidevaikuttajia, yrittäjiä, mahdollisia paluumuuttajia ja tulevia Kuhmon asukkaita. Lisäksi Twitterin viestintäkulttuurissa keskustelun herättämisen, vuorovaikutuksen ja kommentoinnin merkitys on suuri. Sen takia Twitterissä kannattaa viestiä aktiivisemmin kuin esimerkiksi Facebookissa. Uudelleentwiiittäminen ja muiden käyttäjien merkitseminen kannattaa ottaa haltuun alusta saakka.

Instagram eroaa aiemmin mainituista nuorella käyttäjäkunnallaan. Instagramin kautta Kuhmon kaupungilla on parhaat mahdollisuudet tavoittaa nuoriso, iältään 13–20-vuotiaat, jotka ovat jo poistuneet Facebookista. Instagramissa satsataan visuaalisuuteen, mielenkiintoisiin kuviin ja rennompaan kirjoitustyyliin. Instagramiin kannattaa julkaista päivittäin. Siellä on myös mahdollisuus järjestää äänestyksiä, joissa nuorten äänet saadaan kuuluviin.

Youtube, eli Kuhmon telkkari, on markkinointivideoita, tapahtumakuvauksia ja kuhmolaisen elämänmenon näyttämistä varten. Kuhmon kaupungin Youtube-kanavalla kannattaa kertoa kaikista mahdollisuuksista, joita paikkakuntamme tarjoaa. Youtube tavoittaa kaiken ikäisiä ja kaikkiin kohderyhmiin kuuluvia ihmisiä. Sen takia sisältöä kannattaa suunnitella mahdollisimman monipuoliseksi. Youtube-kanavalla kannattaa huomioida myös videoiden laatu – huonolaatuisia ja heikosti toteutettuja videoita ei valitettavasti katsota kovin kauaa.

Tarkempia ohjeita Kuhmon kaupungin sosiaalisen median kanavilla julkaisemiseen löytyy kanavakohtaisista ohjeista, jotka ovat liitteenä Kuhinassa. Ohjeista löytyvät myös kustakin kanavasta vastuussa olevat henkilöt, joiden puoleen voi kääntyä hankalissa tilanteissa.

Snapchat

Kuhmon kaupungilla ei ole omaa virallista Snapchat-tiliä. Snapchat on käytössä joillakin Kuhmon kaupungin palvelualoilla, kuten nuorisotoimijoilla. Snapchat on hyvä keino tavoittaa nuoret, joten sen käyttöä kannattaa ylläpitää yksittäisten henkilöiden ja palvelualojen voimin. Snapchatissa viestintätyyli on vapaamuotoista ja rentoa, ja viestintä painottuu kuviin. Snapchatissa kannattaa kertoa tapahtumista, palveluiden aukioloajoista (esim. Nuorisotila Yläkerta) ja kutsua osallistujia mukaan.

Whatsapp

Whatsapp on helppokäyttöinen viestintäpalvelu, joka on niin nuorten kuin aikuistenkin käytössä. Palvelu on korvannut tekstiviestit, sillä se tarjoaa ilmaisen vaihtoehdon viestittelylle.

Whatsapp on hyvä sisäisen ja ulkoisen viestinnän väline. Ulkoiseen viestintään se tarjoaa reaaliaikaisen viestipalvelun, jolla voi tavoittaa yksittäisiä henkilöitä tai kokonaisia ryhmiä.

Kuhmon kaupunki käyttää tällä hetkellä Whatsappia ulkoisessa viestinnässään melko rajoitetusti. Kesällä 2018 kokeiltiin ensimmäistä kertaa työhakemusten vastaanottamista Whatsappin kautta. Kokemus oli myönteinen.

5.2.4 Päätöstiedottaminen

Kokoukset ja esityslistat

Kuhmon kaupunginvaltuuston, kaupunginhallituksen sekä lautakuntien esityslistat julkistetaan ennen kokousta verkkosivuilla ja kokouspäätökset viedään kaupungin verkkosivuille kokouksen jälkeen. Kokouspykälien alussa tulee olla kokousasian valmistelijan yhteystiedot, jolta kuka tahansa voi kysyä lisätietoa.

Kaupunginvaltuuston kokoukset ovat julkisia tilaisuuksia, joihin kuka tahansa voi osallistua. Toimielinten kokousten sihteerit toimittavat sähköpostilla kokouspöytäkirjan medialle.

Mikäli kaupunginvaltuustossa, kaupunginhallituksessa tai lautakunnassa oleva asia herättää merkittävää julkista keskustelua, on esityslistatekstiä syytä avata jo valmisteluvaiheessa erillisellä tiedotteella.

Kaupunginhallituksen ja lautakuntien kokoukset ovat suljettuja kokouksia. Keskustelut, jotka on käyty näissä kokouksissa, eivät ole julkisia. Näistä kokouksista tiedotetaan ainoastaan päätökset, mahdollinen äänestysmenettely sekä äänestysmenettelyyn liittyvä mahdollinen eriävä mielipide tai muutoin kokouksessa erikseen tiedotettavaksi sovittu asia.

Kuulutukset ja ilmoitukset

Ilmoituksilla tarkoitetaan virallisia kuulutuksia, joita lainsäädäntö edellyttää:

- kuulutukset kokouksista (valtuuston kokous, kuntalaki 94 §)
- kuulutukset pöytäkirjojen nähtävänä pitämisestä
- kuulutukset vaaleista
- kaavoituksesta annettavat tiedoksiannot
- kuulutus haettavana olevasta virasta (viranhaltijalaki 4 §)
- muut lainsäädännön edellyttämät kuulutukset

Kunnan ilmoitukset julkaistaan yleisessä tietoverkossa ja tarpeen mukaan muulla kunnan päättämällä tavalla, jolleivät salassapitoa koskevat säännökset tai lainsäädäntö sitä estä.

Yleisen linjan mukaisesti ilmoitusten tulee olla julkisessa tietoverkossa 14 vuorokautta, ellei asian luonteesta muuta johdu. Tilanne voi kuitenkin olla sellainen, että ilmoitus voi olla verkossa 14 vuorokautta lyhyemmän tai pidemmän ajan.

Henkilötietojen käsitteleminen yleisessä tietoverkossa vaatii erityistä huolellisuutta. Vain ilmoituksen sisältämän asian tiedonsaannin kannalta välttämättömät henkilötiedot on syytä julkaista tietoverkossa.

Tiedot on poistettava verkosta heti, kun ilmoituksen tarkoittama asia ei tietojen verkossa olemista enää vaadi. Myös ilmoitusten kohdalla on muistettava viestinnän ajantasaisuuden vaatimus.

Kuhmon kaupunki julkaisee valtuuston kokouskutsut ja kuulutukset vaaleista lisäksi paikallislehdessä. Lehdissä julkaistavien tiedotteiden, ilmoitusten ja kuulutusten tulee olla graafisen ilmeen mukaisia. Kuulutuksien ja kokousasioiden päivityksestä huolehtivat ne henkilöt, jotka tietävät päätöksistä eniten, eli henkilöt, jotka ovat mukana kokouksissa ja jäseninä lautakunnissa.

Rekrytointi

Kuhmon kaupungissa avoinna olevat työpaikkailmoitukset julkaistaan www-sivujen lisäksi myös Kuhmon kaupungin sosiaalisessa mediassa ja tarpeen mukaan valtakunnallisissa tai maakunnallisissa lehdissä. Rekrytointiviestintää tehdään aktiivisesti erilaisten kanavien kautta, messuilla ja yhteistyössä muiden työnantajien kanssa.

5.2.5 Paperiset tiedotteet ja kirjeet

Sähköisiin palveluihin entistä enemmän siirryttäessä on tärkeää muistaa myös perinteisten paperisten tiedotteiden ja viestien rooli kaupungin viestinnässä. Kuhmon asukkaista suuri osa on eläkeläisiä ja vanhuksia, ja kaikki heistä eivät ole omaksuneet käyttöönsä sähköisiä viestintävälineitä ja -palveluita. Myös omalle henkilöstölle on tarpeen tehdä joitain tiedotteita paperisina.

Paperisissa kirjeissä noudatetaan Kuhmon kaupungin graafisen ilmeen ohjeistusta. Kuhmon kaupungin virallisten muotoilujen, tunnusten, värien ja fonttien käyttö on välttämätöntä.

5.2.6 Mediayhteistyö

Mediayhteistyön avulla kaupunkiorganisaation viestit saavat mahdollisimman suuren yleisön. Erityisesti paikallislehdet ovat vahvoja mielipidevaikuttajia, joiden kanssa yhteistyötä kannattaa pitää aktiivisesti yllä. Kuhmon kaupungin yhteistyö esimerkiksi Kuhmolaisen ja Kainuun Sanomien kanssa on tärkeää.

Medioille pyritään tarjoamaan tietoa kaupungin toiminnasta mahdollisimman aktiivisesti, tasapuolisesti ja kattavasti. Tieto tulee jakaa mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Toimittajille annetaan kaikki heidän tarvitsemansa julkinen tieto mahdollisimman ripeästi, mikäli yhteydenottoja tulee.

Mediayhteistyötä tapahtuu haastatteluiden, tiedotteiden ja mahdollisten lehdistötilaisuuksien kautta. Lisäksi mediat käyttävät kaupungin verkkosivuja ja sosiaalista mediaa tietolähteinään. Isoissa hankkeissa ja projekteissa sovitaan mediayhdyshenkilö/viestintävastaava.

Haastattelut

Toimittajien puhelinsoittoihin on hyvä suhtautua kuin haastattelupyyntöön. Haastatteluihin ei ole pakko suostua, mutta se on kuitenkin suositeltavaa. Haastatteluun suostuttaessa on ensin hyvä tarkistaa, mihin tarkoitukseen haastattelua käytetään ja tullaanko sitä siteeraamaan suoraan, vai käytetäänkö sitä taustamateriaalina. Julkaisuaikataulun puitteissa on mahdollista pyytää toimittajalta jutun teksti tarkistettavaksi. Mahdollisia korjauksia tehdään asiavirheisiin. Toimittajan näkemyksiin tai tyyliin ei ole syytä puuttua. Hankkeen ja projektin mediayhdyshenkilö/viestintävastaava on henkilö, joka vastaa median kysymyksiin asiaan liittyen. Johtoryhmää on hyvä informoida tehdyistä haastattelusta valtakunnan medioihin. Koko kaupunkia koskevat tai kaupunginhallitusta koskevat haastattelut on syytä ohjata kaupunginjohtajalle.

Tiedotustilaisuudet

Tiedotustilaisuus on syytä järjestää, kun medialta on odotettavissa kysymyksiä tai kun medialle halutaan näyttää jotain paikalla olevaa. Avajaiset, vihkiäiset, merkittävien hankkeiden aloittaminen, kaupungin myöntämät palkinnot ja muut kunnianosoitukset ovat tiedotustilaisuuden arvoisia tapahtumia.

Laajat kriisi- ja muutostilanteet, kuten onnettomuus, tulipalo, lomautus, irtisanomiset ja palvelutason heikennys, vaativat tiedotustilaisuuden.

Tiedotustilaisuuden järjestämisestä päättää johto. Järjestämisaikataulu pyritään sovittamaan median julkaisuaikatauluun. Tiedotustilaisuuteen varataan jaettava materiaali. Materiaali lähetetään tilaisuuden jälkeen medialle. Tilaisuudessa on aina etukäteen sovittu puheenjohtaja. Tilaisuuden kesto aika on noin tunti. Toimittajille varataan aikaa kysymyksiin.

Mediatiedotteet

Yleensä medialle riittää tiedote. Keskeisten asioiden lisäksi tiedotteessa tulee olla lisätietojen antajan yhteystiedot ja tarvittaessa kuva. Lisätietojen antajan tulee olla saavutettavissa tiedotteen julkaisun aikaan. Tiedotteen laatii se henkilö, joka asiasta eniten tietää yhdessä viestintäassistentin kanssa. Kuhmon kaupunki pyrkii aktiiviseen ja avoimeen tiedottamiseen kaupunkia, sen palvelualueita ja yksiköitä koskeissa ajankohtaisissa uusissa ja tulevaisuutta koskeissa asioissa.

Sähköpostin osoitteistosta löytyy yhteystieto KU Tiedotusvälineet, jonka kautta tiedotteita voi lähettää.

Hyvän tiedotteen ominaisuudet:

- huomion kiinnittävä ja informatiivinen otsikko
- kiteyttää asiat taustat ja faktat
- selkeä, kieliopin mukainen ja hyvä yleiskieli, vaikeaa ammattisanastoa ja lyhenteitä vältetään
- kunnan asioista tiedotetaan neutraaliin sävyyn, markkinoinnillista sisältöä voi elävöittää
- maksimipituus yksi A4-arkki
- väliotsikoita käytetään jo puolen liuskan pituisissa teksteissä
- tarvittaessa mainitaan julkaisuvapaudesta
- yhteyshenkilöiden tiedot mukana
- asiaan tai tilanteeseen liittyvä kuva mukana

Oikaisut

Joukkoviestimissä olevat virheet ja harhaanjohtavuudet korjataan viivytyksettä. Samoin lehtien yleisönosastojen kysymyksiin ja verkkosivuilla oleviin tiedusteluihin vastataan viipymättä. Faktatiedot oikaistaan, mutta mielipiteisiin ei puututa.

5.2.7 Neuvonta ja asiakaspalvelu

Asiakaspalvelu on yksi näkyvimmistä viestinnän muodoista kunnassa. Asiakaspalvelu auttaa kuntalaisia ja on tärkeä osa kaupungin imagonluontia. Palveluhenkilöstön tulee kohdata asiakkaat myönteisesti, asiakaslähtöisesti ja tasapuolisesti. Lyhyet kohtaamiset asiakkaiden kanssa luovat mielikuvaa kaupunkiorganisaation toiminnasta.

Neuvonta on asiakaspalvelun ytimessä. Neuvonnassa annetaan apua kuntalaisille, vapaa-ajanasukkaille ja matkailijoille. Palvelun tulee olla helposti saavutettavissa. Kuntalaisille tulee kertoa, miten kysymyksiä ja asiakaspalautetta voi jättää. Vuorovaikutus kasvokkain on välttämätöntä, sillä se voidaan kokea helpoimmaksi tavaksi ja jopa ainoaksi mahdollisuudeksi, jos sähköiset palvelut ja sosiaalinen media eivät ole asiakkaiden käytössä. Matkailuneuvonta on keskitetty kaupungin

Neuvonnan lisäksi asiakaskohtaamiset asukastilaisuuksissa, tempauksissa, kampanjoissa, erilaisissa tapahtumissa, toimikunnissa ja sosiaalisen median yhteisöissä ajatellaan asiakaspalveluksi. Näissä tilanteissa ja ympäristöissä asiakkaiden kysymyksiin täytyy vastata yhtä ystävällisesti kuin neuvonnassakin.

Sähköisistä palveluista täytyy asiakaspalvelun yhteydessä tiedottaa selkeästi. Kaupungintalon neuvonnan lisäksi apua löytyy puhelinpalvelusta, www.kuhmo.fi -nettisivuilta ja lukuisilta palveluntarjoajilta lupapiste.fi'stä soten palveluihin. Sähköisten palvelujen käyttäjäkokemuksia täytyy seurata, sillä palvelujen sujuvuus tai sujumattomuus näyttäytyy asiakkaalle Kuhmon kaupungin onnistumisena tai epäonnistumisena. Jos ohjaamme asiakkaita tietyn palvelun käyttöön, meidän täytyy sitoutua auttamaan heitä haastavissa tilanteissa.

Hyvään asiakaspalveluun kuuluu myös verkkosivujen ajantasaisuus. Nettisivuiltamme ja sosiaalisen median tileiltämme ei saa löytyä vanhaa tai väärää tietoa – jos löytyy, se tulee korjata pikimmiten.

Neuvonnan yhdeksi työvälineeksi voidaan harkita Whatsapp-palvelua. Näin asiakkaat voisivat ottaa suoraan yhteyttä neuvontaan viestien välityksellä sellaisissa asioissa, jotka eivät vaadi neuvomista

kasvokkain. Whatsappilla kysytyt kysymykset olisivat luultavasti myös kiireettömämpiä kuin puhelimitse tai kasvokkain kysytyt asiat.

6. KRIISIVIESTINTÄ JA MUUTOSVIESTINTÄ

Kriisiviestintä ja muutosviestintä ovat tehostettua perusviestintää. Kriisiviestinnän ja muutosviestinnän periaatteet ovat samat kuin muussakin kaupungin viestinnässä. Mitä laajempi kriisi, sitä tehostetumpaa viestinnän tulee olla.

Kriisin tai muutoksen kohdatessa viestinnän täytyy olla **ajantasaista, luotettavaa, tasapuolista, avointa ja mahdollisimman informatiivista**. Keskeistä tiedottamisessa on johdonmukaisuus – ristiriitaiset viestit lisäävät rauhattomuutta. Esimiesten rooli tiedottamisessa korostuu. Kaupungin virallinen kriisiviestintä kulkee ylhäältä alas, tasapuolisesti kaikille.

Kriisitilanteissa ihmisten tiedontarve kasvaa. Kriisi- ja muutosviestinnässä olennaista on, että tilannetta ja tapahtumia ei kielletä, vaan niihin reagoidaan. Hiljentyminen avointa viestintää vaativissa tilanteissa on suurin mahdollinen virhe, joka organisaation puolelta voidaan tehdä. Kriisi- ja muutosviestinnässä ympärivuorokautinen valmius on tärkeää.

Jos huomaat jotakin tavallisesta poikkeavaa, ilmoita siitä välittömästi esimiehelle. Niin pientä asiaa ei olekaan, jota ei voi ilmoittaa!

6.1 Kriisiviestintä

Kaupungin näkökulmasta kriisiviestinnän toimenpiteitä tarvitaan useissa tilanteissa. Kriisitilanteiksi lasketaan esimerkiksi:

- ☐ kaupunkia ja asukkaita sivuavat vakavat onnettomuudet ja uhkatilanteet (mm. tulipalot, metsäpalot, tartuntatautiepidemiat, kolarit, terrorismiuhka, vakava henkilöjoukkoon kohdistuva väkivaltatilanne)
- ☐ myrskyt ja lumikuormatilanne ja siitä aiheutuva laaja sähkönjakelun häiriö.
- ☐ talouteen ja rahoitukseen liittyvät ongelmat
- ☐ organisaation toimintaan liittyvät häiriötilanteet (mm. häiriöt veden-, sähkön- ja lämmönjakelussa)
- ☐ oman organisaation virheet ja siitä aiheutuva negatiivinen julkisuus
- ☐ omaan organisaatioon tai henkilöstöön kohdistuvat sosiaalisen median kohut
- ☐ muu negatiivinen julkisuus

Kuhmon kaupungin kriisiviestinnän ohjelista on liitteenä Kuhnassa, ja löytyy jokaisen Kuhmon kaupungin ja sen palvelualueiden työyhteisöjen seinältä kriisitilanteita varten.

6.1.1 Kriisiviestinnän periaatteet

Kriisiviestinnän tärkeimmät periaatteet ja toimintatavat ovat **nopea reagointi, selkeys ja rauhallisuus**. Kriisiviestinnän päätehtävänä on varoittaa tapahtuneesta, antaa toimintaohjeet lisävahinkojen välttämiseksi, estää huhujen leviäminen ja auttaa organisaatiota palautumaan normaalitilaan.

Kriisitilanteissa ensimmäinen tunti on tärkein viestinnän onnistumisen kannalta. Tilanteesta kerrotaan kaikki tiedossa olevat tosiasiat. Jos asioista ei ole tietoa, puuttuvia tietoja ei korvata arvailulla. Kriisiviestinnän tulee olla faktoihin perustuvaa ja selkeää, ja viestien vastaanottajille täytyy tilanteesta antaa mahdollisimman rauhallinen kuva. Faktapitoinen ja nopea viestintä ehkäisee lisävahinkojen syntymistä. Nopea reagointi antaa organisaatiolle mahdollisuuden esittää ensimmäisenä oma näkemyksensä tapahtuneesta, mikä vähentää spekulatiota ja väärän tiedon leviämistä.

Viestien yhteydessä kannattaa ilmoittaa ratkaisumahdollisuuksista, jotta vältetään toistuvilta yhteydenotoilta ja rauhoitetaan yleisöä.

Kun huomaat tai saat tiedon kriisitilanteesta tai sen uhkasta, toimi heti seuraavasti:

- turvaa tilanne ja tee akuutit toimenpiteet vahingon laajenemisen estämiseksi
- hälytä tarvittaessa apua, 112
- ilmoita esimiehellesi ja vastuuhenkilöille yksikössä sovitun toimintamallin mukaan
- varmista aina, että joku jatkaa asian hoitamista

Laita aina nämä tiedot kriisiviestinnän tiedotteeseen:

- mitä on tapahtunut
- missä on tapahtunut
- mitä on tehty ja tehdään tilanteen korjaamiseksi
- miten tapahtuma vaikuttaa ihmisten normaaliin elämään
- toimintaohjeet, jos ne ovat tarpeen
- mistä, milloin ja keneltä saa lisätietoja

Hyvä kriisiviestinnän tiedote on lyhyt ja yksinkertainen.

Mikäli kriisitilanteessa tilannekuva on vielä epäselvä, tiedotetaan siitä, milloin kaupunki antaa tilanteesta ensimmäisen tiedotteen.

6.1.2 Kriisiviestinnän organisointi ja vastuu

Viestintää hoitaa häiriötilanteessa sama henkilöstö kuin normaalitilanteissa, mutta tarvittaessa on varauduttava vahvistamaan viestintää tilanteen vaatimalla tavalla. Laajoissa häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa kutsutaan koolle Kuhmon kaupungin johtokeskus. Kuhmon kaupungin kriisitilanteen johtamisesta vastaa kaupunginjohtaja tai hänen sijaisensa apunaan kaupungin johtoryhmä.

Onnettomuus- ja muissa äkillisissä tilanteissa viestintävastuu on aina tilanteita johtavalla viranomaisella. Heidän kanssaan on sovittava kunnan viestinnän rooli tilanteessa. Onnettomuuden uhreista antavat tietoa vain pelastusviranomaiset. Yksityisyydensuojan tullessa vastaan, asioista puhutaan julkisesti vain yleisellä tasolla. Onnettomuuksissa ja häiriötilanteissa toimittajat ottavat yhteyttä yleensä kaupunginjohtajaan.

Myös kriisitilanteissa sisäinen viestintä hoidetaan aina ensin. Oman henkilökunnan pitää tietää tapahtuneesta niin paljon, että se osaa toimia tilanteen vaatimalla tavalla. Yksi ensimmäisistä sisäisen viestinnän kohteista on puhelinvaihde. Mitä tahansa onkin tapahtunut, tiedonhaluiset koettavat todennäköisesti saada ensin lisätietoa puhelinvaihteen kautta. Puhelinvaihteen ruuhkautumisen estämiseksi voidaan johtokeskuksen johtoryhmän päätöksellä ottaa käyttöön erillinen palvelupuhelin. Puhelinsoittoihin vastaavat vain kaupungin työntekijät, jotka on koulutettu tehtävään.

Tehokas ja toimiva kriisiviestintä edellyttää yhteystietojen ajantasaisuutta. Kuhmon kaupunginviraston johtoryhmän yhteystiedot ml. henkilökohtaiset puhelinnumerot löytyvät kaupungin käytössä olevasta 16100 -numeropalvelusovelluksessa, jonne on muodostettu valmis tekstiviestiryhmä johtoryhmän jäsenistä. Sovelluksessa on myös lukuisia muita valmiita tekstiviestiryhmiä.

Ulkoisessa viestinnässä viestintäkanava valitaan tilanteen ja kohderyhmän mukaan. Viestinnän tulee olla monikanavaista, sillä eri kohderyhmät käyttävät eri viestimiiä. Käytettävissä olevia kanavia ovat esimerkiksi sähköposti, tekstiviestit, kaupungin verkkosivut, sosiaalinen media, mediatiedote, tiedotustilaisuus, keskusradio ja kaiutinautot.

Kaikki asukkaita tai suurta kohderyhmää koskevista kriisitilanteista kannattaa tiedottaa mahdollisimman nopeasti sosiaalisessa mediassa, sillä siellä tiedot leviävät nopeimmin. Sosiaalisessa mediassa myös spekulatio leviää nopeasti, mitä on hyvä ehkäistä viestimällä organisaation kanta ensimmäisenä.

6.2 Muutosviestintä

Kaupungin näkökulmasta muutosviestinnän toimenpiteitä tarvitaan useissa tilanteissa. Muutostilanteiksi lasketaan esimerkiksi:

- uusien toimipisteiden avaaminen, olemassa olevien toimipisteiden lakkauttaminen tai siirtäminen
- talouteen ja rahoitukseen liittyvät muutokset
- henkilöstön rekrytoinnit, lomautukset ja irtisanomiset, yhteistoimintamenettelyt

Muutokset voivat koskettaa laajasti koko kuntaa tai vain rajattua kohderyhmää tai aluetta. Kullekin muutostilanteelle olisi tarpeellista sopia omat viestintämenettelynsä.

6.2.1 Muutosviestinnän periaatteet

Muutosviestinnässä tavoitteena on saavuttaa yhteisymmärrys muutoksen tarpeellisuudesta ja päämääristä. Muutosviestinnän tärkeimmät peruseriaatteen ja toimintatavat ovat **selkeys, informatiivisuus, vuorovaikutteisuus ja tasapuolinen tiedonjako**.

Muutosviestintä eroaa kriisiviestinnästä erilaisella vuorovaikutteisuudellaan. Muutosviestinnässä olennaista on aidosti kuulla heitä, joihin muutokset vaikuttavat. Muutosviestinnän osapuolten, esimerkiksi Kuhmon kaupungin ja sen asukkaiden, täytyy käydä muutosten ympärillä tasapuolista keskustelua. Kuntalaisia kiinnostaa erityisesti, miten muutokset vaikuttavat heidän arkeensa. Muutosviestinnässä kaupunkiorganisaatiota voivat tukea sidosryhmät, esimerkiksi järjestöt, yritykset ja seurakunnat.

Laaja, tasapuolinen ja avoin tiedonjako kuuluu muutosviestintään elimellisesti. Reilu ja monikanavainen tiedonjako henkilöstölle ja kuntalaisille auttaa hyväksymään muutoksia. Vastarinta on kuitenkin luonnollista.

Muutosviestinnän toimijoiden kannattaa sopia etukäteen johdonmukaisista perusviesteistä, joita käytetään koko prosessin ajan.

Laita aina nämä tiedot muutosviestinnän tiedotteeseen:

- mitä on päätetty ja miksi muutos on välttämätön
- mitä vaihtoehtoja meillä on, miksi valittu juuri tämä
- mihin ja kehen muutos vaikuttaa, mihin se ei vaikuta
- miten muutoksessa edetään

Hyvä muutosviestinnän tiedote on lyhyt ja yksinkertainen.

6.2.2 Muutosviestinnän organisointi ja vastuu

Muutosviestinnässä esimiesten ja luottamusmiesten rooli korostuu erityisesti, koska he ovat yleensä olleet päättämässä muutoksista kaupunkiorganisaatiossa. Heidän täytyy viestinnällään ja omalla toiminnallaan vakuuttaa, motivoida ja sitouttaa kohderyhmät muutokseen. Kuhmon kaupunkiorganisaation kokonaisuutta ja enempiä kuin yhtä palvelualueita koskevasta muutosviestinnästä on vastuussa kaupunginjohtaja tai hänen sijaisensa apunaan kaupungin johtoryhmä. Muutostilanteissa toimittajat ottavat yhteyttä yleensä kaupunginjohtajaan.

Muutosviestinnässä sisäinen viestintä hoidetaan aina ensin. Esimiehet ovat vastuussa oman palvelualueensa muutosviestinnästä. Esimiehet viestivät ensisijaisesti henkilöstölleen. Palvelualueen sisäiset muutokset tulee käydä läpi johtoryhmissä etukäteen - päätöstä ei tehdä yllättäen.

Luottamushenkilöt ovat mukana viestinnässä tilanteesta riippuen. Luottamushenkilöiden osallistuminen kaupunkiorganisaation tai palvelualueen viralliseen muutosviestintään riippuu siitä, miten he ovat muutokseen osallistuneet tai miten paljon he siitä tietävät. Hyvä perussääntö muutosviestinnässä on se, että aktiivisimmin viestivät ne henkilöt, jotka asiasta eniten tietävät.

Ulkoisessa viestinnässä viestintäkanava valitaan tilanteen ja kohderyhmän mukaan. Viestinnän tulee olla monikanavaista, sillä eri kohderyhmät käyttävät eri viestimiä. Käytettävissä olevia kanavia ovat esimerkiksi sähköposti, tekstiviestit, kaupungin verkkosivut, sosiaalinen media, mediatiedote, tiedotustilaisuus, keskusradio ja kaiutinautot.

Kaikki asukkaita koskevista muutostilanteista kannattaa tiedottaa mahdollisimman nopeasti sosiaalisessa mediassa, sillä siellä tiedot leviävät nopeimmin. Sosiaalisessa mediassa myös spekulatio leviää nopeasti, mitä on hyvä ehkäistä viestimällä organisaation kanta ensimmäisenä.

7. GRAAFINEN ILME

Kuhmon kaupungin graafisen ilmeen yhtenäisyyteen on olemassa tarkka ohjeistus. Graafiset ohjeet antavat viitekehyksen myös markkinoinnissa ja mediassa käytettäviin materiaaleihin. Yhtenäisyys kaikissa kanavissa on olennaista tuttuuden ja tunnettuuden näkökulmasta – Kuhmon tunnuksen ja tietyt värit nähdessään pystyy lukija helposti tunnistamaan, mistä on kyse.

7.1 Graafiset ohjeet

Ohjeistuksen tärkein tehtävä on auttaa viestimään yhtenäisesti ja tehokkaasti. Graafinen ohjeistus määrittää käytettävät fontit, tunnuksen ja vaakunan käytön. Tarkemmat graafiset ohjeet löytyvät Kuhinasta.

Logot, vaakuna, tunnukset ja fontit

Logoja, tunnuksia ja sovittuja fontteja käytetään lomakkeissa, painatusmateriaaleissa, tiedotteissa, julisteissa ja mainoksissa. **Vaakuna on tarkoitettu vain kaupungin viralliseen käyttöön.** Ohjeistuksessa on selvitetty vaakunan ja siihen liitetyn tekstityksen käyttö. Muissa tapauksissa käytetään pääsääntöisesti tunnusta. Kuhinasta ja nettisivuilta on ladattavissa logoja eri väreillä. Värillisten logojen käytöstä ja mittasuhteista on ohjeissa tarkat tiedot ja mitat.

Valmiita graafisen ohjeen mukaisia lomakkeita löytyy Kuhinasta. Valmiiksi on painettu mm. kirjekuoria ja lomakkeita. Malleja painatteille, lomakkeille ja tiedotteille löytyy Kuhinasta. Fonttien käytöstä on ohjeet graafisessa ohjeistuksessa.

Suunniteltaessa uuden materiaalin tekemistä tulee graafinen ohjeistus huomioida. Kaupungin tunnusta voivat myös yhteistyökumppanit käyttää viestinnässä. Kuhmon www-sivulla on tästä ohje sekä ladattavat logot. Yhteistyökumppaneiden käytössä on Kuhmon tunnus kaikissa väreissä.

7.2 Markkinointiviestintä ja -materiaali

Kuhmon kaupunki perustaa julkisen kansion Kuhinan tai yleiskansioiden yhteyteen, jossa jaetaan kaikille avoin materiaali kaupunkiorganisaatioon liittyen. Materiaalia voivat kaupungin työntekijät ja edustajat käyttää markkinointiviestintään, kuten Kuhmon esittelyyn ulkopaikkakuntalaisille ja vierailijoille. Markkinointiviestintää voi tehdä myös kaupungin sosiaalisessa mediassa ja nettisivuilla, joiden sisällöissä kannattaa hyödyntää yhteistä markkinointimateriaalia.

Markkinointimateriaalin tulee olla kaupungin sisällä luotua tai sille ostettua. Materiaalia hankittaessa siitä tehdään luovutus- ja käyttösopimukset. Materiaalien julkista käyttöä ohjaa tekijänoikeuslain säädäntö. Kaupungin materiaalia ei saa myydä eteenpäin kolmannelle osapuolelle, vaan kolmas osapuoli voi käyttää niitä ainoastaan markkinointitarkoituksiin.

Yhteisiä markkinointimateriaaleja ovat paperiset ja sähköiset esitteet, Powerpoint-esitykset ja Prezi-esitykset. Materiaaleissa toistuvat graafisten ohjeiden mukaiset elementit, eli Kuhmon kaupungin tunnuksat ja viralliset värit. Materiaaleissa esiintyvät tiedot ja kuvat tulee varmistaa paikkaansa pitäväksi ennen jokaista esitystä, ja päivittää sen mukaan, kun muutoksia tulee. Kuhmon kaupungin markkinointiviestinnän tulee olla ajantasaista.

Medialle avoin markkinointimateriaali julkaistaan nettisivujen (www.kuhmo.fi) yhteydessä. Materiaalissa tulee löytyä graafisten ohjeiden mukaiset Kuhmon kaupungin tunnuksat, Kuhmon mainosvideo ja laadukkaita kuvituskuvia.

7.3 Valokuvat ja videot

Kuhmon kaupunki perustaa toimivan ja jatkuvasti päivittyvän kuvapankin. Kuvapankki sisältää monipuolisesti valokuvia tapahtumista ja kaupungin työntekijöistä, kuvituskuvia ja mainoskuvia. Kuvapankista tulee löytyä myös Kuhmon kaupungin nettisivuilla ja Youtube-kanavalla julkaistut videot. Kuvapankin sisältöä voivat kaupungin työntekijät ja edustajat käyttää kaikkeen organisaation viestintään. Kuvia kannattaa hyödyntää erityisesti kaupungin tiedotteissa, sosiaalisessa mediassa ja nettisivuilla.

Kuvamateriaalin tulee olla kaupungin sisällä luotua tai sille ostettua. Kuvia hankittaessa siitä tehdään luovutus- ja käyttösopimukset. Kuvien julkista käyttöä ohjaa tekijänoikeuslainsäädäntö. Kaupungin kuvia ei saa myydä eteenpäin kolmannelle osapuolelle, vaan kolmas osapuoli voi käyttää niitä ainoastaan markkinointitarkoituksiin.

Kuvapankki saadaan toimivaksi, kun jokainen työntekijä kuvien ottamisen jälkeen valikoi kuvista kaupungin käyttöön soveltuvat kuvat ja lisää ne heti kuvapankkiin. Kuvapankista kuvat löytyvät vuosikansioista ja oikein nimettyinä. Kuvat sijoitetaan sopiviin kansioihin ja nimetään asianmukaisesti (esimerkiksi yksittäinen kuva: Kuvituskuva_Pajakkakoski_20.7.2018; kokonainen kansiollinen kuvia:

Luontokuvia_Kuhmo_20.7.2018). Kuvanoton päivämäärä täytyy ilmetä tiedoston nimestä – näin pysytään kartalla siitä, onko kuvankäyttö ajankohtaista ja milloin kuva on liian vanha käytettäväksi.

Kaupungin toimipisteet voivat tehdä omia videoita jaettavaksi kaupungin sivuilla ja Youtube-kanavalla. Vastuu videoiden sisällöstä on sillä organisaatiolla joka niitä julkaisee. Videoita julkaistaessa on otettava huomioon muun muassa musiikin tekijänoikeuslainsäädäntö.

Kuvattavat kohteet

Julkisella paikalla (kadut, puistot, kirjasto, kulttuuri- ja liikuntatilat) kuvaaminen on yleensä sallittua, jollei tilojen haltija ole sitä erikseen kieltänyt. Kuvien kohteilta on hyvän tavan mukaista pyytää lupa ja kertoa kuvan käyttökohteesta. Oppilaitoksissa ja päiväkodeissa on omat ohjeistukset kuvien ottamisesta ja julkaisemisesta.

LÄHTEET

Kuhmon kaupungin viestintäohje (2016)

Kuntaliitto: Kuntaviestinnän opas (2016)

Alueellinen riskiarvio Kainuu (2018)