

Viestintäohje

Salon kaupunki

KH 12.5.2025



Sisällysluettelo

1.	Johdanto	5
2.	Viestinnän lähtökohdat.....	5
2.1	Kaupungin strategia ja hallintosääntö	5
2.2	Kuntalaki ja viestintä	6
3.	Viestinnän tavoitteet.....	8
3.1	Päätöksentekoa ja hallintoa koskeva viestintä	8
3.2	Palveluviestintä	8
3.3	Mainetyö	8
4.	Viestinnän vastuut, oikeudet ja organisointi	9
4.1	Työntekijöiden, viranhaltijoiden ja luottamushenkilöiden velvollisuuksista yleensä	9
4.2	Vastuut ja luottamukselliset tiedot.....	9
4.3	Oikeudet	10
4.4	Organisointi.....	11
5.	Sisäinen viestintä	12
5.1	Perusperiaatteet.....	13
5.2	Yhteistoimintamenettely.....	13
5.3	Organisointi.....	14
5.4	Esihenkilöiden vastuu	15
5.5	Sisäisen viestinnän kanavat.....	15
6.	Konserniviestintä.....	16
7.	Ulkoinen viestintä.....	16
7.1	Asioiden valmistelua koskeva viestintä	16
7.1.1	Palaute	17
7.1.2	Kuntalaisaloite	17
7.1.3	Kuntalaiskuulemiset.....	17
7.1.4	Osallistumisalustat	17
7.1.5	Luottamushenkilöt.....	17
7.1.6	Ennakkovaikutusten arviointi	18
7.1.7	Kaavoitus	18
7.1.8	Esityslistat ja listatiedotteet.....	20
7.2	Päätöksentekoa koskeva viestintä	20
7.3	Asukasviestintä.....	20

7.4	Talousviestintä	21
7.5	Rekrytointiviestintä.....	22
7.6	Media- ja sidosryhmäviestintä.....	22
7.7	Hankeviestintä	23
7.8	Muutosviestintä.....	23
7.9	Markkinointiviestintä.....	23
8.	Viestintä sosiaalisessa mediassa.....	24
8.1	Kaupungin eri tavat viestiä sosiaalisen median kanavissa	24
8.2	Miten käytän sosiaalista mediaa työssäni?	29
8.2.1	Yritysprofiili	30
8.2.2	Ammatillinen vs. henkilökohtainen profiili.....	30
8.3	Miten viestin sosiaalisessa mediassa? Mitkä ovat oikeuteni ja velvollisuuteni?	31
8.3.1	Asiahallinta ja henkilötiedot.....	31
8.3.2	Tietoturva	31
8.3.3	Valokuvaus ja videot.....	32
8.3.4	Rekrytointi	32
8.3.5	Sosiaalisen median kanavien omat ohjeistukset ja rajoitukset.....	32
8.4	Viestintäkäytäntöjä sosiaalisessa mediassa.....	33
8.4.1	Hyvän vastauksen ominaisuuksia	33
8.4.2	Virheellisen tiedon korjaaminen	34
8.4.3	Ongelmatilanteet sosiaalisessa mediassa.....	34
8.4.4	Häiriö- ja poikkeustilanteet sosiaalisessa mediassa.....	35
8.5	Luottamushenkilönä sosiaalisessa mediassa	36
9.	Häiriötilanteiden ja poikkeusolojen viestintä.....	36
9.1	Viestintävastuut paikallisella ja alueellisella tasolla	36
9.2	Vaaratiedote	38
9.3	Yleinen ohje viestinnän järjestämiseksi häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa	38
9.3.1	Alkutilanne	38
9.3.2	Tilannearvio	39
9.3.3	Viestintäsuunnitelma	39
9.4	Viestintäkanavat häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa	40
10.	Viestinnän muuta ohjeistusta ja välineitä	41
10.1	Viestinnän linjaukset.....	41
10.2	Graafinen ohjeisto	41

10.3	Kaupungin ilmoituslehdet	41
10.4	Valokuvat ja videot.....	41
10.4.1	Kuviin ja videoihin liittyvät tekijänoikeudet.....	42
10.4.2	Kuvissa ja videoissa näkyvät henkilöt	42
10.5	Tekoäly	43
10.6	Sähköposti	43
10.7	Viestinnän työvälineitä.....	43
11.	Viestinnän arviointi ja mittaus.....	43
12.	Kuntien viestintään liittyvää lainsäädäntöä	44

1. Johdanto

Onnistunut viestintä on menestystekijä, joka rakentaa ja vahvistaa mielikuvaa yhtenäisestä kaupungista sekä tukee yhteisten päämäärien ja tavoitteiden saavuttamista. Viestinnän keinoin luodaan edellytyksiä sille, että kaupungista muodostuu omaleimainen, vahva brändi.

Aktiivisella, suunnitelmallisella ja ennakoivalla viestinnällä varmistetaan, että kaupungin strategiset tavoitteet ymmärretään ja kaikki toimivat yhteisen linjan mukaisesti. Toimiva viestintä edistää asukkaiden ja muiden sidosryhmien mahdollisuuksia osallistua ja vaikuttaa kotikaupunkinsa päätöksentekoon.

Viestintä on osa päivittäistä johtamista, päätösten valmistelua ja tekoa. Viestinnän avulla voidaan sitouttaa ja motivoida sekä saada aikaan parempia tuloksia. Suunnitelmallisuuden avulla tuodaan kaupungin viestintään tehokkuutta, jolloin säästetään sekä aikaa että rahaa.

Tavoitteiden saavuttaminen edellyttää viestimistä kaikille toiminnan kannalta oleellisille kohderyhmille ja viestin kohdentamista vastaanottajan tarpeisiin. Viestintä on vaikuttamista eri sidosryhmiin ja vuoropuhelua sidosryhmien kanssa erilaisin viestinnän keinoin. Sillä, minkälaisen tunteen asia herättää, on ratkaiseva merkitys viestin hyväksymisessä. Viestintä on onnistunutta vasta, kun vastaanottaja on ymmärtänyt viestin ja toimii halutulla tavalla.

Viestintä perustuu aina todellisuuteen. Sillä voidaan vahvistaa tai heikentää haluttuja ominaisuuksia. Siksi kaupungin täytyy varmistaa, ettei sen toiminnassa ole sellaisia epäkohtia, jotka vaikuttavat negatiivisesti mielikuvaan kaupungista. Oikea-aikaisella ja ennakoivalla viestinnällä voidaan valmistautua mahdollisiin yllättäviin tilanteisiin sekä häiriö- ja poikkeusoloihin.

2. Viestinnän lähtökohdat

Salon kaupungin viestintäohje perustuu kaupungin strategiaan ja hallintosäätöön sekä lainsäädännössä määriteltyihin kuntien viestintävelvoitteisiin.

2.1 Kaupungin strategia ja hallintosäätö

Kaupungin strategia ja sen pohjalta päätettävät pitkän ja lyhyen aikavälin tavoitteet antavat raamit kaupungin viestinnälle. Salon kaupunkistrategian (2023 – 2030) yhtenä läpileikkaavana teemana on viestintä, josta todetaan:

Kehitämme aktiivisesti monikanavaista viestintää. Viestinnän osalta kriittisenä menestystekijänämme on maine- ja viestintäpanostaminen ja markkinointi sekä osuva tiedottaminen.

Kaupungin arvojen, **oikeudenmukaisuuden, rohkeuden, vastuullisuuden ja ystävällisyyden** tulee näkyä kaikissa kaupungin viestintätoimenpiteissä.

Salon kaupungin hallintosäännössä määrätään muun muassa kaupungin hallinnon ja toiminnan järjestämisestä. Viestinnän osalta hallintosääntöön on kirjattu:

6 § Kaupungin viestintä

Kaupunginhallitus johtaa kaupungin viestintää, markkinointia ja tiedotusta kaupungin toiminnasta. Kaupunginhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän, markkinoinnin ja tiedotuksen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Toimielimet ja toimialat luovat omilla alueillaan edellytykset asioiden valmistelun ja päätöksenteon läpinäkyvälle viestinnälle.

Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä muut johtavat viranhaltijat huolehtivat, että kaupungin asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua sekä vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun. Kaupungin viestintä on monikanavaista, saavutettavaa ja eri asukas- sekä sidosryhmien tarpeet huomioivaa.

Lisäksi hallintosäännössä määrätään erikseen markkinointiyhteistyöhön liittyvästä päätöksenteosta.

2.2 Kuntalaki ja viestintä

Kuntalain viestintäpykälä (29 §) koskee kaikkea kunnan toimintaa. Kunnan toiminta määritellään laissa niin, että se kattaa kaiken, missä kunta on mukana. Tiedottaminen, valmistelun avoimuus ja vuorovaikutus koskevat myös kuntayhtymiä, kunnallisia yhtiöitä ja yhteistyöhankkeita.

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.

Lisäksi kuntalaissa säädetään erikseen muun muassa seuraavista asioista:

- 22 § Kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Valtuuston on pidettävä huolta monipuolisista ja vaikuttavista osallistumisen mahdollisuuksista. Osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää erityisesti:
 - o järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja
 - o selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa
 - o valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin
 - o järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun
 - o suunnittelemalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa
 - o tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.
- 84 § Tarkastuslautakunta kerää johtavilta luottamushenkilöiltä ja viranhaltijoilta sidonnaisuusilmoitukset ja vie ne valtuustolle tiedoksi. Kunnan velvollisuus on julkaista ilmoitukset tietoverkossa.
- 108 § Kunnan ilmoitukset julkaistaan sähköisesti yleisessä tietoverkossa, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla.
- 109 § Kunnan järjestämiä palveluja sekä kunnan toimintaa koskevat keskeiset tiedot on julkaistava yleisessä tietoverkossa. Ainakin seuraavat tiedot on oltava saatavilla:
 - o kuntastrategia
 - o hallintosääntö
 - o talousarvio ja –suunnitelma
 - o tilinpäätös
 - o tarkastuslautakunnan arviointikertomus
 - o tilintarkastuskertomus
 - o kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset
 - o konserniohje
 - o luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset
 - o luottamushenkilöiden palkkioiden ja korvausten perusteet
 - o palveluista perittävät maksut.
- 140 § Valtuuston, kunnanhallituksen ja lautakuntien sekä kuntayhtymän ylimmän toimielimen pöytäkirjat niihin liitettyine oikaisuvaatimusohjeineen tai valitusosoituksineen julkaistaan yleisessä tietoverkossa, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu.

3. Viestinnän tavoitteet

Salon kaupungin organisaatiossa viestintä- ja markkinointipalvelut kuuluvat yhteisöpalveluihin. Viestintä- ja markkinointipalvelujen tehtävänä on toteuttaa kaupungin strategiaa viestimällä aktiivisesti ja vuorovaikutteisesti kaupungin henkilöstön, asukkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa sekä edistämällä ja ylläpitämällä kaupungin positiivista tunnettuutta.

Lisäksi tehtävänä on tarjota muulle organisaatiolle asianmukaiset viestintäkanavat ja selkeä opastus niiden käyttöön sekä muu organisaation tarvitsema tuki viestintä- ja markkinointitoimenpiteiden toteuttamiseen. Tuki voi olla esimerkiksi neuvontaa tai käytännön apua yksittäisten viestintä- ja markkinointitoimenpiteiden toteuttamisessa tai laajempien kokonaisuuksien suunnittelussa ja toteutuksissa.

3.1 Päätöksentekoa ja hallintoa koskeva viestintä

Toimivan edustuksellisen demokratian edellytyksenä on, että asukkailla ja muilla sidosryhmillä, kuten medialla, on mahdollisuus seurata ja valvoa kaupungin päätöksentekoa sekä hallintoa.

Päätöksenteosta ja hallinnosta on tiedotettava ajantasaisesti, aktiivisesti ja totuudenmukaisesti sekä mahdollisimman ennakoivasti, jotta asianosaisilla on tilaisuus tuoda esille oma näkemyksensä.

Asukkaille ja sidosryhmille on myös tarjottava mahdollisuuksia osallisuuteen ja kansalaisvaikuttamiseen.

3.2 Palveluviestintä

Salon kaupungin perustehtävänä on palveluiden järjestäminen kuntalaisille. Kaupungin on viestittävä saatavilla olevista palveluista monikanavaisesti ja selkeästi. Asukkaille on myös kerrottava heidän oikeuksistaan sekä velvollisuuksistaan kuntalaisina.

Hyvin toimiva palveluviestintä lisää asukastyytyväisyyttä, palvelujen tehokasta käyttöä ja vapauttaa resursseja perustehtävän toteuttamiseen.

3.3 Mainetyö

Mainetyössä pyritään viestinnän ja markkinoinnin keinoin ylläpitämään ja kehittämään positiivisella tavalla erottuvaa kaupunkikuvaa niin nykyisten asukkaiden, henkilöstön ja paikallisten toimijoiden kuin potentiaalisten uusien asukkaiden ja työntekijöiden sekä toimijoiden mielissä. Mainetyön tavoitteena ovat tyytyväiset, kaupunkinsa puolesta puhuvat asukkaat ja henkilöstö sekä monipuolinen, jatkuvasti kehittyvä elinkeinoelämä ja kaupunkiyhteisö.

Mainetyöhön sisältyy monimuotoinen yhteistyö paikallisten toimijoiden kanssa esimerkiksi tapahtumien tai yhteismarkkinoinnin osalta. Yhteistyön toteutuksessa on huolehdittava siitä, että kaikkia toimijoita kohdellaan yhdenvertaisesti ja yhteistyömahdollisuuksia tarjotaan kaikille kiinnostuneille yhteisten periaatteiden mukaisesti.

4. Viestinnän vastuut, oikeudet ja organisointi

Salon kaupunki korostaa, että koko organisaatio viestii ja kaupungin välittömään viestintään osallistuvat kaikki. Kaupungin toimielimillä, luottamushenkilöillä ja henkilöstöllä on erilaisia viestinnän rooleja ja vastuita, joista osa on johdettavissa työ- ja virkasuhdetta koskevasta lainsäädännöstä sekä kuntalaista.

4.1 Työntekijöiden, viranhaltijoiden ja luottamushenkilöiden velvollisuuksista yleensä

- työsopimuslaki 3 luku, 1 §, työntekijän yleiset velvollisuudet. Työntekijän on tehtävä työnsä huolellisesti noudattaen niitä määräyksiä, joita työnantaja antaa toimivaltansa mukaisesti työn suorittamisesta. Työntekijän on toiminnassaan vältettävä kaikkea, mikä on ristiriidassa hänen asemassaan olevalta työntekijältä kohtuuden mukaan vaadittavan menettelyn kanssa (lojaliteettivelvollisuus).
- laki kunnallisesta viranhaltijasta 4 luku 17 §, viranhaltijan yleiset velvollisuudet. Viranhaltijan on suoritettava virkasuhteeseen kuuluvat tehtävät asianmukaisesti ja viivytyksettä noudattaen asianomaisia säännöksiä ja määräyksiä sekä työnantajan työnjohto- ja valvontamääräyksiä. Viranhaltijan on toimittava tehtävässään tasapuolisesti ja käyttäytyttävä asemansa ja tehtävänsä edellyttämällä tavalla. Viranhaltija ei saa vaatia, ottaa vastaan tai hyväksyä sellaista taloudellista tai muuta etua, josta säädetään rikoslain (39/1889) 40 luvussa.
- kuntalaki 69 §, luottamushenkilöiden velvollisuudet. Luottamushenkilön tulee edistää kunnan ja sen asukkaiden parasta sekä toimia luottamustehtävässään arvokkaasti tehtävän edellyttämällä tavalla. Rikosoikeudellisessa vastuussa luottamushenkilöt rinnastetaan viranhaltijoihin.

4.2 Vastuut ja luottamukselliset tiedot

Kaupunginvaltuusto päättää kaupungin strategiasta ja tavoitteista, johon kaupungin viestintä perustuu. Kuntalain mukaan valtuusto vastaa siitä, että kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on edellytykset osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan.

Kaupunginhallitus johtaa kaupungin viestintää ja päättää viestinnän operatiiviseen toimintaan liittyvistä asioista hallintosäännön mukaisesti.

Luottamushenkilöiden rooli on tärkeä arvo- ja linjakeskusteluissa sekä avoimen viestintäilmapiiirin luomisessa. Luottamushenkilöt rakentavat mielikuvaa kaupungista omalla toiminnallaan ja kannanotoillaan.

Kaupunginjohtaja johtaa kaupungin operatiivista viestintää. Viestinnän suunnittelu on osa kaupungin vuosisuunnittelua ja sitä viedään eteenpäin osana kaupungin strategia- ja talousarvioprosessia sekä palvelualueiden vuosisuunnittelua. Viestintä on myös merkittävä osa sisäisten ja ulkoisten hankkeiden suunnittelua ja toteutusta.

Toimialajohtajat, palvelualuejohtajat, palvelupäälliköt ja muut esihenkilöasemassa olevat vastaavat organisaation asiantuntijaviestinnästä. Esihenkilö on vastuussa johtamansa toimialan, palvelualueen, palvelun tai yksikön viestinnästä. (Hallintosääntö 27 §).

Viestintäpäällikkö on vastuussa kaupunkikonsernitason viestinnästä, kaupungin tavoitteita tukevasta viestinnän suunnittelusta ja toteutuksesta ja toimii yhteistyössä eri toimialojen, palvelualueiden, palvelujen ja yksiköiden sekä verkostojen kanssa.

Henkilöstöjohtaja on vastuussa henkilöstö-, työnantaja- ja työhyvinvointiasioita koskevasta viestinnästä ja toimii yhteistyössä eri toimialojen, palvelualueiden, palvelujen ja yksiköiden sekä verkostojen kanssa.

Jokainen kaupungin työntekijä viestii ja vastaa omalta osaltaan kaupunkimielikuvan rakentamisesta omalla asiantuntemuksellaan ja asiakaslähtöisellä toiminnallaan.

Työpaikan luottamukselliset asiat ovat joka tilanteessa luottamuksellisia eikä niitä saa julkaista. Työsopimuslain 3 luvun 4 § mukaan työntekijä ei saa työsuhteen kestäessä käyttää hyödykseen tai ilmaista muille työnantajan ammatti- ja liikesalaisuuksia. Jos työntekijä on saanut tiedot oikeudettomasti, kielto jatkuu myös työsuhteen päättymisen jälkeen.

Tietosuojalain 35 § todetaan, että jos henkilötietojen käsittelyyn liittyviä toimenpiteitä suorittaessaan on saanut tietää jotakin toisen henkilön ominaisuuksista, henkilökohtaisista oloista, taloudellisesta asemasta taikka toisen liikesalaisuudesta, ei saa oikeudettomasti ilmaista sivulliselle näin saamiaan tietoja eikä käyttää niitä omaksi tai toisen hyödyksi tai toisen vahingoksi.

Lisäksi rikoslain 38 luvun 1 § säädetään salassapitorikoksesta. Salassapitorikoksella tarkoitetaan tekoa, jolla lain tai salassapitovelvollisuuden vastaisesti paljastaa salassa pidettävän seikan, josta hän on asemassaan, toimessaan tai tehtävää suorittaessaan saanut tiedon, taikka käyttää tällaista salaisuutta omaksi tai toisen hyödyksi.

4.3 Oikeudet

Sananvapaus on jokaisen ihmisen perusoikeus (perustuslaki 12 § ja Euroopan ihmisoikeussopimuksen artikla 11) eli työntekijällä on kenenkään ennalta estämättä oikeus ilmaista oma mielipiteensä julkisuudessa.

Sananvapaus ei kuitenkaan ole rajoittamatonta ja esimerkiksi työntekijää sitoo lojaliteettivelvollisuus. Sananvapauteen vedoten ei myöskään saa loukata toisen ihmisen kunniaa, yksityisyyttä tai rikkoa kenenkään ihmisoikeuksia.

Mikäli henkilöstö kohtaa työssään epäkohtia, toivotaan, että asiassa otetaan yhteyttä esihenkilöön, työsuojeluun, työterveyshuoltoon tai muuhun tahoon, jonka arvioidaan voivan auttaa asian korjaamisessa.

Mediahaastatteluihin pyydettyäessä toivotaan, että asiasta käytäisiin keskustelua esimerkiksi oman esihenkilön kanssa ja tarkistettaisiin, mitä kyseisestä asiasta on jo viestitty tai liittykö asia esimerkiksi laajempaan kokonaisuuteen. Varsinaista lupaa haastatteluun ei työntekijä esihenkilöltä tarvitse. Omasta työstä ja ammatista voi kertoa yleisellä tasolla vapaasti lojaliteettiperiaate huomioiden.

4.4 Organisointi

Osa kaupungin viestintätehtävistä on hajautettu toimialoille ja osa tehtävistä hoidetaan keskitetysti yhteisöpalveluissa sekä henkilöstöpalveluissa.

Toimialoilla ei pääsääntöisesti ole erillisiä viestinnän ja/tai markkinoinnin toimenkuvia, vaan viestintään ja markkinointiin liittyvät tehtävät hoidetaan osana omaa työtä. Henkilöt, joiden toimenkuvaan viestintä ja markkinointi kuuluvat, koordinoivat niitä omalla vastuualueella yhdessä esihenkilön kanssa sekä yhteistyössä yhteisöpalveluiden kanssa. Yhteisöpalveluissa on myös toimi- ja palvelualueille nimetty omat viestinnän vastuuhenkilöt, jotta yhteistyö olisi mahdollisimman sujuvaa. Vastuujako löytyy kaupungin intranetistä.

Keskitetysti hoidettuja tehtäviä yhteisöpalveluissa

- strategiaviestinnän koordinointi
- päätöksentekaviestinnän koordinointi
- muutos-, häiriö- ja poikkeustilanneviestinnän koordinointi, suunnittelu ja toteutus
- talousviestintä yhteistyössä talouspalvelujen kanssa
- mediaseuranta ja tiedotteiden jakelu pääosin
- kaupungin yleisten verkkosivujen päätoimittajuus ja kehittäminen
- kaupungin verkkopalveluihin liittyvien lainsäädännössä määriteltyjen velvoitteiden (palvelutietovaranto ja saavutettavuus) koordinoitivastuu
- kaupungin intranetin päätoimittajuus ja kehittäminen
- kaupungin yleisten sosiaalisen median kanavien kehittäminen ja sisällöntuotanto
- kaupunkitiedotteen toimittaminen
- yleisesitteiden ja yleisesitysten tuottaminen
- viestinnän linjausten, graafisen ohjeiston ja viestintäohjeiden tuotanto ja jalkautus
- viestintäkoulutukset
- mediapankin ylläpito

- viestintä- ja markkinointipalveluiden, painatuspalveluiden ja ilmoituslehtien puitekilpailutus
- liike- ja mainoslahjat
- messutarvikkeet
- markkinointiyhteistyömallin kehittäminen ja tapahtumiin liittyvä viestintä sekä markkinointi yhteistyössä elinvoimapalveluiden kanssa
- hallintosäännön mukaisesti valmistelu ja päätöksenteko, kun kyseessä on urheiluun ja kulttuurin liittyvät palkitsemiset, urheilijoiden ja urheiluseurojen kanssa tehtävät kilpailutoimintaan liittyvät markkinointiyhteistyösopimukset sekä kaupungin osallistumiset audiovisuaalisiin tai kirjallisiin tuotantoihin
- kaupunkimarkkinointi (sis. asukas-, matkailu- ja mielikuvamarkkinointi)

Keskitetysti hoidettuja tehtäviä henkilöstöpalveluissa

- henkilöstö- ja esihenkilötiedotteet sekä henkilöstölehti
- henkilöstön ja esihenkilöiden tiedotus- ja muut vastaavat tilaisuudet
- työnantaja- ja yhteistoimintamenettelyyn liittyvä viestintä
- työnantajamielikuva- ja rekrytointiviestintä yhteistyössä yhteisöpalvelujen kanssa
- työhyvinvointiviestintä

Hajautetusti hoidettuja tehtäviä toimialoilla

- verkkosivujen sisällöntuotanto oman vastualueen osalta
- sosiaalisen median sisällöntuotanto oman vastualueen osalta
- intranetin sisällöntuotanto oman vastualueen osalta
- oman vastualueen esitteet, ilmoitukset, oppaat ja tiedotteet
- oman vastualueen sisäinen viestintä

Yhteisöpalvelujen päätoiminen viestinnän ja markkinoinnin henkilöstö sekä toimialojen, palvelualueiden, palveluiden ja yksiköiden viestintävastaavat muodostavat viestintätiimin, joka kokoontuu säännöllisesti käsittelemään kaupungin viestintään ja markkinointiin liittyviä ajankohtaisia asioita.

5. Sisäinen viestintä

Sisäisen viestintä tukee kaupungin toimintaa, tiedottaa toiminnasta, taustoittaa sitä, välittää kaupungin tavoitemielikuvaa henkilöstön keskuudessa ja tukee vuorovaikutusta sekä keskustelua organisaatiossa. Sisäisen viestinnän tavoitteena on organisaation toiminnasta monipuolisesti, avoimesti, oikea-aikaisesti ja taustoittavasti informoitu, osallistuva ja sitoutunut henkilöstö.

5.1 Peruseriaatteet

Sisäisen viestinnän tulee olla aktiivista, ennakoivaa, avointa ja riittävää sekä vuorovaikutteista ja oikea-aikaista kaikilla organisaation tasoilla.

Avoin viestintä tarkoittaa, että toiminnasta kerrotaan totuudenmukaisesti, realistisesti ja objektiivisesti. Onnistumisten lisäksi myös ongelmallisista asioista kerrotaan ja siitä, miten ne on suunniteltu ratkaistaviksi.

Oikea ja olennainen tieto ehkäisee huhujen ja väärrien käsitysten syntymistä. Työntekijöiden tulee voida luottaa siihen, että heille kerrotaan avoimesti heidän työhönsä ja erityisesti muutostilanteisiin liittyvistä asioista. Hyvä tiedon kulku lisää henkilöstön luottamusta siihen, että heille kerrotaan ajoissa työhön liittyvistä asioista.

Vuorovaikutteinen viestintä tarkoittaa, että viestintä ei ole yksisuuntaista tiedottamista vaan se on yhteisön sisällä tapahtuvaa viestien kulkua ja vaihtoa kaikkiin suuntiin. Toimintaa voidaan yhdessä muuttaa, korjata ja parantaa palautteen, keskustelun ja siitä syntyvän yhteisen ymmärryksen avulla.

Vuorovaikutus organisaation sisällä edistää yhteisten tavoitteiden määrittelyä, niiden saavuttamista ja toteuttamista. Keskusteluun osallistuminen lisää toiminnan ja tavoitteiden ymmärtämistä ja edistää sitoutumista yhteisöön. Vuorovaikutuksesta syntyy kehittämisideoita ja se tuottaa palautetta valmistelun ja suunnittelun tueksi.

Oikea-aikainen viestintä tarkoittaa sitä, että tiedottaminen hoidetaan poikkeuksetta riittävän ajoissa, jotta tiedottaminen henkilöstölle on hyödyllistä ja se myös koetaan sellaiseksi.

Keskeisistä kaupungin toimintaa koskevista asioista henkilöstön tulee saada tieto ensimmäisenä tai vähintään samanaikaisesti asiaa koskevan ulkoisen tiedottamisen kanssa. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi merkittävät suunnitelmat ja muutokset organisaatiossa, toiminnassa tai palveluissa.

5.2 Yhteistoimintamenettely

Työnantajalla on myös lakiin työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa perustuva velvoite tiedottaa henkilöstölle. Yhteistoimintalaki luo puitteet työnantajan ja henkilöstön yhteistoiminnalle. Yhteistoiminta on osa laajempaa osallistumisjärjestelmää, johon kuuluvat myös luottamusmies- ja työsuojelutoiminta.

Lain tarkoituksena on työnantajan ja henkilöstön välisen yhteistoiminnan edistäminen, henkilöstön vaikutusmahdollisuuksien turvaaminen sekä kunnallisen palvelutuotannon tuloksellisuuden ja henkilöstön työelämän laadun edistäminen. Lain perusteluissa korostetaan avointa vuorovaikutusta, osapuolten välistä luottamusta sekä esihenkilöiden ja alaisten välisessä vuorovaikutuksessa päivittäin tapahtuvaa yhteistyötä.

Yhteistoiminta on jokapäiväinen toimintatapa, jolla työyhteisön asioita hoidetaan. Sen perustana on keskinäinen luottamus ja avoin vuorovaikutteinen ilmapiiri. Yhteistoiminta voi olla sekä välitöntä että edustuksellista.

Yksittäistä työntekijää koskeva asia käsitellään työntekijän ja esihenkilön välillä. Välitöntä yhteistoimintaa on myös yhteistoimintamenettelyn piiriin kuuluvien asioiden käsittely esimerkiksi työpaikkakokouksessa.

Edustuksellisessa yhteistoiminnassa käsitellään henkilöstöä laajasti tai yleisesti koskevia yhteistoimintamenettelyn piiriin kuuluvia asioita esimerkiksi palvelualueiden yhteistoimintaryhmissä tai kaupungin yhteistoimintaelimessä.

Koska yhteistoimintaan liittyvät asiat ovat usein laajoja ja koskevat monia henkilöstöryhmiä, ovat toimiala- sekä palvelualuejohtajat keskeisessä roolissa toteuttamassa ja varmistamassa yhteistoimintalain toteutumista oman vastuualueensa yksiköissä.

Yhteistoimintalain mukaan työnantajan tulee ennen yhteistoimintamenettelyyn ryhtymistä antaa henkilöstölle tai sen edustajille asian käsittelyn kannalta tarpeelliset tiedot siten, että he voivat riittävästi perehtyä ja valmistautua asiaan. Tiedottamisvelvollisuus yhteistoimintamenettelyn piiriin kuuluvissa asioissa tulee lisäksi toteuttaa siten, että henkilöstön vaikuttamismahdollisuudet turvataan.

Hyvän tavan mukaista on, että yhteistoimintamenettelyn piiriin kuuluvista asioista tiedotetaan henkilöstölle jo silloin, kun asia tulee ensimmäistä kertaa julkiseksi esimerkiksi jonkin toimielimen esityslistalla. Menettelyn piiriin kuuluvista organisaatio- ja henkilöstömuutoksista on kerrottava myös suullisesti niille, joita muutos koskee. Yhteistoiminnan tavoitteena on antaa henkilöstölle mahdollisuus yhteisymmärryksessä työnantajan kanssa osallistua toiminnan kehittämiseen ja vaikuttaa omaa työtä ja työyhteisöä koskevien päätösten valmisteluun.

Yhteistoimintalain mukaan yhteistoiminnassa käsitellään ainakin asiat, jotka koskevat:

- henkilöstön asemaan merkittävästi vaikuttavia muutoksia työn organisoinnissa, kunnan palvelurakenteesta, kuntajaossa tai kuntien välisessä yhteistyössä
- palvelujen uudelleen järjestämisen periaatteita, jos asialla voi olla olennaisia henkilöstövaikutuksia
- henkilöstöön, henkilöstön kehittämiseen ja tasa-arvoiseen kohteluun sekä työyhteisön sisäiseen tietojenvaihtoon liittyviä periaatteita ja suunnitelmia
- taloudellisista tai tuotannollisista syistä toimeenpantavaa osa-aikaistamista, lomauttamista tai irtisanomista. Työnantaja neuvottelee tällaisen valmisteilla olevan toimenpiteen perusteista, vaikutuksista ja vaihtoehtoista ainakin niiden henkilöiden kanssa, joita asia koskee, ennen kuin ratkaisee asian. Neuvottelut on aloitettava niin ajoissa kuin mahdollista.

5.3 Organisointi

Kaupungin sisäisestä viestinnästä henkilöstö-, työnantaja- ja työhyvinvointiasioiden osalta vastaa henkilöstöjohtaja. Viestintäpäällikkö vastaa sisäiseen viestintään käytettävän intranetin toimivuudesta viestintäkanavana ja intranetin sisällöntuotantoon liittyvistä koulutuksista sekä muusta mahdollisesta sisäisestä viestinnästä. Toimialojen, palvelualueiden, palveluiden ja yksiköiden sisäisestä viestinnästä vastaa asianomainen esihenkilö. Toimialojen,

palvelualueiden, palveluiden ja yksiköiden viestintävastaavat, henkilöstöjohtaja ja viestintäpäällikkö toimivat esihenkilöiden tukena kaikissa sisäiseen viestintään liittyvissä asioissa.

5.4 Esihenkilöiden vastuu

Työn sujuminen ja hyvä esihenkilötyö perustuvat toimivaan viestintään työyhteisössä. Vastuu riittävästä, avoimesta ja oikea-aikaisesta sisäisestä viestinnästä sekä keskustelevan toimintakulttuurin edistämisestä kuuluu kaikille esihenkilöille.

Esihenkilön tehtävänä on kertoa toimialan, palvelualueen, palvelun tai yksikön toiminnasta ja tavoitteista sekä siitä, mitä ne konkreettisesti henkilöstölle merkitsevät. Toimialan, palvelualueen, palvelun ja yksikön sisäinen viestintä rakentuu keskustelulle ja vuorovaikutukselle, johon kaikkien työyhteisön jäsenten toivotaan osallistuvan.

Esihenkilön vastuulla olevaan sisäiseen viestintään kuuluu myös uuden työntekijän perehdyttäminen.

5.5 Sisäisen viestinnän kanavat

Lähiesihenkilöä pidetään useimmissa organisaation asioissa ensisijaisena tiedonlähteenä. Tehokkaimpia sisäisen viestinnän kanavia ovat usein henkilökohtaiseen osallistumiseen ja vuorovaikutukseen perustuvat tilaisuudet, esimerkiksi työpaikkakokoukset, työryhmätapaamiset ja muut henkilöstön vuorovaikutus- ja keskustelufoorumit. Kokoukset ja keskustelut mahdollistavat henkilökohtaisen ja reaaliaikaisen vuorovaikutuksen, jossa voidaan välittömästi vaihtaa tietoa, näkemyksiä ja saada palautetta. Mitä vaikeampi käsiteltävä asia on, sitä henkilökohtaisempi on viestintäkanavan syytä olla.

Kaupungin intranet on tarkoitettu koko henkilöstön yhteiseksi sisäisen viestinnän kanavaksi. Viestinnällisen intranetin rinnalla kehitetään Teamsin käyttöä muun muassa työtilana.

Muita sisäisen viestinnän kanavia ja tiedonlähteitä ovat esimerkiksi tiedotteet, esityslistat, muistiot, sähköpostit, pikaviestimet ja sosiaalisen median suljetut ryhmät tietosuoja ja -turva huomioiden sekä yhteiset kalenterit ja kansiot.

Koska kaikilla ei aina ole mahdollisuutta osallistua yhteisiin työpaikkakokouksiin, tulee niistä kirjoittaa muistio, joka on kaikkien asianosaisten luettavissa tai kokouksista käsitellyistä asioista on tiedotettava muulla tavoin. Kuka työyksikkö päättää itse omasta toimintatavastaan työpaikkakokousten tiedottamisessa.

6. Konserniviestintä

Kuntalain mukaan jokaisella kunnalla oltava konserniohje. Kunnan konserniohjeessa kuuluu määrätä muun muassa tiedottamisesta ja kunnan luottamushenkilöiden tiedonsaantioikeuden turvaamisesta sekä kunnan tytäryhteisöjen hyvästä hallinto- ja johtamistavasta.

Salon kaupungin konserniohjeissa on määrätty tiedotuksesta seuraavaa:

”Kuntalain 29 §:n mukaan kunnan on sopivin tavoin tiedotettava asukkailleen yhteisön tai säätiön toiminnasta silloin, kun se hoitaa kunnallista tehtävää.

Tytäryhteisöjen tiedottamisen tulee olla avointa ja aktiivista sekä konsernin asettamia tavoitteita ja toimintapolitiikkaa tukevaa. Tytäryhteisöt ovat omalta osaltaan velvollisia noudattamaan tiedottamisessa ja tietojen antamisessa kuntalakia, kaupungin viestintäohjetta sekä julkisuus- ja salassapitosäännöksiä.

Tytäryhteisön tai säätiön on annettava tiedotusta varten kaupungille sen tarvitsemat tiedot. Tytäryhteisöjä koskevasta tiedotuksesta vastaa yhteisön puolella hallitus ja toimitusjohtaja sekä kaupungin puolella kaupunginhallitus ja kaupunginjohtaja sekä konsernijohtoon kuuluvat viranhaltijat toimialueeseensa liittyvien tytäryhteisöjen osalta.”

Kaikissa tilanteissa, joissa kunnan toimintaa hoitaa jokin muu taho, esimerkiksi yritys tai yhdistys, on tärkeää kirjata yhteistyösopimukseen viestintävastuut, pelisäännöt sekä toimintamalli häiriö- ja poikkeustilanteissa.

7. Ulkoinen viestintä

Kaupungin ulkoisen viestinnän keskeisenä tehtävänä välittää asukkaille, yrityksille, yhteisöille ja muille sidosryhmille tietoa valmistelussa olevista asioista, päätöksenteosta sekä kaupungin järjestämistä palveluista. Viestinnän tehtävänä on myös edistää asukkaiden ja muiden toimijoiden osallisuus- ja vaikutusmahdollisuuksia asioiden valmistelussa sekä kunnan toiminnassa.

7.1 Asioiden valmistelua koskeva viestintä

Olennainen osa päätöksentekoon tulevien asioiden valmistelua on tapauskohtaisesti miettiä millä tavoin kuntalaisten ja muiden sidosryhmien asiantuntemus, ehdotukset ja mielipiteet otetaan huomioon. Osallistumisen ei tulisi rajoittua vain tilanteisiin ja asioihin, joissa laki sitä vaatii (esimerkiksi maankäytön ja rakentamisen suunnittelu). Osallistumista tulee edistää kaikissa yleisen edun kannalta merkittävissä asioissa. Jotta valmistelussa olevat asiat tulevat kuntalaisten, luottamushenkilöiden ja sidosryhmien tietoon, on niistä viestittävä ajoissa ja kattavasti ja kerrottava milloin ja miten valmistelussa oleviin asioihin voi vaikuttaa.

7.1.1 Palaute

Kaupungille voi lähettää palautetta sähköisellä lomakkeella kaupungin verkkosivujen kautta joko nimettömänä tai yhteystietojen kanssa. Palautteisiin vastataan aina, jos palautteen antaja on jättänyt yhteystietonsa.

Palautetta voi antaa myös ottamalla suoraan yhteyttä asianomaiseen viranhaltijaan tai työntekijään tai lähettämällä palautteen kaupungin kirjaamoon, josta se ohjataan eteenpäin oikealle henkilölle.

Kaupunki kerää palautetta toiminnastaan myös erilaisten kyselyjen kautta ja tutkimusten avulla.

7.1.2 Kuntalaisaloite

Kunnan asukkaalla on kuntalain mukaan oikeus tehdä kunnalle aloitteita sen toimintaa koskevissa asioissa. Aloite lähetetään kaupungin kirjaamoon sähköpostitse tai postitse. Aloitteen voi tehdä myös oikeusministeriön ylläpitämän kuntalaisaloite.fi -sivuston kautta. Nimettömiä aloitteita ei pääsääntöisesti käsitellä, ellei siihen ole perusteltua syytä.

7.1.3 Kuntalaiskuulemiset

Kuntalaiskuulemiset ovat foorumi, jossa asiaa valmistelevat viranhaltijat, luottamushenkilöt ja kuntalaiset voivat keskustella valmistelussa olevista asioista. Tavoitteena on, että kysymyksiin olisi mahdollista saada vastauksia jo kuntalaiskuulemisten aikana. Kuulemiset pyritään järjestämään niin, että kuntalaisilla on riittävästi aikaa perehtyä käsiteltävään asiaan ja lähettää ennakkoon asiaa koskevia kysymyksiä postitse tai sähköisesti.

Kuulemisia voidaan järjestää myös vain tietyillä alueilla tai tietyille ryhmille esimerkiksi laajoihin hankintoihin liittyen.

7.1.4 Osallistumisalustat

Markkinoilla on tarjolla runsaasti erilaisia maksullisia osallistumisalustoja, joita voidaan hyödyntää esimerkiksi strategiatyössä tai kehittämishankkeissa.

Otakantaa.fi-verkkopalvelu on valtiohallinnon hanke, joka tarjoaa monipuolisia työkaluja osallistumiseen, keskusteluun ja kansalaisten, järjestöjen sekä hallinnon väliseen vuorovaikutukseen. Palvelussa ei ole ennalta määrättyjä keskusteluja tai aihealueita, vaan esimerkiksi kunta tai järjestö voi nostaa asioita yhteiseen käsittelyyn luomalla hankkeen.

7.1.5 Luottamushenkilöt

Osana asioiden valmistelua ovat luottamushenkilöille järjestettävät tilaisuudet, esimerkiksi iltakoulut ja valtuustoseminaarit, joissa käydään läpi päätöksentekoon tulevia asioita.

Kuntalaisten edustajina luottamushenkilöt ovat myös kanava, jonka kautta kuntalaisten kysymyksiä ja mielipiteitä voi tulla valmistelijoiden tietoon.

7.1.6 Ennakkovaikutusten arviointi

Salossa käytetään asioiden valmistelussa päätösten ennakkovaikutusten arviointimenettelyä sekä lautakunnissa että kaupunginhallituksessa. Arvioinnin tekemisestä vastaavat päätösehdotuksen valmistelijat sekä kunkin toimielimen esittelijä.

Ennakkovaikutusten arviointi tulee tehdä silloin, kun

- päätöksellä on välittömiä ja/tai pitkän aikavälin vaikutuksia kuntalaisten hyvinvointiin ja terveyteen, eri sukupuolille, eri ikäryhmille, eri ihmisryhmille (mm. maahanmuuttajat, vammaiset, liikuntaesteiset), kaupungin eri alueille tai väestöryhmien välisiin terveyseroihin
- päätöksellä on välittömiä ja/tai pitkän aikavälin suoria vaikutuksia tai merkittäviä epäsuoria vaikutuksia yritystoimintaan (esim. palvelurakenteeseen, alueen vetovoimaisuuteen, yksittäisiin yrityksiin ja/tai yritysilmapiiriin) tai
- päätös on toiminnallisesti tai taloudellisesti merkittävä tai kyseessä merkittävä muutos palveluissa tai uusi palveluiden järjestämistapa (esim. jos lautakunta päättää palvelua koskevasta suunnitelmasta).

Ennakkovaikutusten arvioinnin tavoitteena on tunnistaa, vertailla ja arvioida erilaisia päätösvaihtoehtoja. Päätösvaihtoehdot ja niiden vaikutukset kirjataan ja ne liitetään päätösesityksen liitteeksi.

7.1.7 Kaavoitus

Kaavoitus on lainsäädännössä määritelty suunnittelu- ja päätöksentekoprosessi, jonka lopputuloksena on lainvoimainen kaava. Kaavoituksen avulla kaupunki ohjaa rakentamista ja maankäyttöä omalla alueellaan. Kaavoitus on kaupungin kehittämisen merkittävin työväline ja kaavoitukseen liittyvät kuntalaisen vaikutusmahdollisuudet on myös erikseen määritelty.

Oheinen kaavio kuvaa yksinkertaistetusti kaavan laatimisen eri vaiheet. Kaavion keskellä on kerrottu, kuinka ja missä vaiheissa osalliset voivat vaikuttaa kaavaan. Kuulemisesta tiedotetaan tarkemmin kunkin kaavan osallistumis- ja arviointisuunnitelmassa.

Asemakaavat

Milloin ja miten voin osallistua?

Aloitusvaihe

- kaavoituksen käynnistäminen
- osallistumis- ja arviointisuunnitelman laatiminen
- vireilletulosta ilmoittaminen

Tiedottaminen

kaavoituskatsaus, tarvittaessa kuulutus sekä kirje maanomistajille ja naapureille

Mielipiteen antaminen osallistumis- ja arviointisuunnitelmasta kaavan valmistelijalle

Laatimisvaihe

- kaavaluonnoksen valmistelu
- elinvoimajaoston käsittely
- luonnosvaiheen kuuleminen

Tiedottaminen

kirje maanomistajille ja naapureille, kuulutus alustavasta nähtävilläolosta

Mielipiteen esittäminen kaavaluonnoksesta kaavan valmistelijalle nähtävilläoloaikana

Ehdotusvaihe

- kaavaehdotuksen valmistelu
- kaupunginhallituksen käsittely
- kaavaehdotuksen virallinen nähtävilläolo (30 päivää)

Tiedottaminen

kuulutus virallisesta nähtävilläolosta

Muistutuksen jättäminen kaavaehdotuksesta kaupunginhallitukselle nähtävilläoloaikana

Hyväksymisvaihe

- kaupunginhallituksen käsittely tarvittaessa
- kaupunginvaltuusto hyväksyy kaavan

Tiedottaminen

kuulutus hyväksymisestä

Hyväksymispäätöksestä 30 päivän valitusaika Turun hallinto-oikeuteen ja edelleen korkeimpaan hallinto-oikeuteen

Tiedottaminen

kuulutus voimaantulosta

7.1.8 Esityslistat ja listatiedotteet

Valtuuston, hallituksen, lautakuntien ja jaostojen esityslistat liitteineen ovat nähtävillä kaupungin verkkosivuilla. Lisäksi valtuuston kokouskutsu julkaistaan lehtikuulutuksena ja pidetään nähtävillä kaupungin virallisella sähköisellä ilmoitustaululla ja kaupungintalon ilmoitustaululla (Tehdaskatu 2, 24100 Salo).

Esityslistoilla olevista asioista tehdään myös erillisiä ennakkotiedotteita kaupungin verkkosivuille ja medialle sekä nostoja esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

7.2 Päätöksentekoa koskeva viestintä

Kaupunginvaltuuston kokoukset ovat julkisia ja kaikille avoimia tilaisuuksia. Kokoukset myös videoidaan ja kokouksia voi seurata suorana lähetyksenä tai katsoa myöhemmin tallenteina.

Kaupunginvaltuuston päätöksistä tiedotetaan tarvittaessa suoraan medialle, pääsääntöisesti kokouksen sihteerin tai viestintäpäällikön toimesta. Viestintä koostaa päätöksistä tiedotteen, joka julkaistaan kaupungin kanavissa.

Kaupunginhallituksen päätöksistä medialle tiedottaa pääsääntöisesti kokouksen sihteeri. Viestintä koostaa tarvittaessa päätöksistä tiedotteen, joka julkaistaan kaupungin kanavissa ja lähetetään medialle.

Lautakuntien ja jaostojen päätöksistä medialle tiedottaa pääsääntöisesti toimielimen esittelijä. Viestintä koostaa tarvittaessa päätöksistä tiedotteen, joka julkaistaan kaupungin kanavissa ja lähetetään medialle.

Kaikkien toimielinten henkilöstöä koskevista päätöksistä laaditaan tarvittaessa erillinen tiedote, joka julkaistaan intranetissä ja joka voidaan lähettää henkilöstölle myös sähköpostitse.

Tarpeen vaatiessa voidaan järjestää myös toimielinten päätöksiä koskevia tiedotustilaisuuksia henkilöstölle, medialle ja muille sidosryhmille.

Toimielinten tarkastetut pöytäkirjat ovat luettavissa kaupungin verkkosivuilla. Pöytäkirjat saa luettaviksi myös kaupungintalolla.

Tarkoituksenmukaisen viestinnän hoitaminen edellyttää, että viestintätehtäviä hoitavilla on mahdollisuudet tarpeellisten tietojen saamiseen ja asioista tiedottamiseen sekä oikeus tarvittaessa osallistua toimielinten kokouksiin. Eri toimielimille kuuluvaa päätösvaltaa on delegoitu viranhaltijoille, joille kuuluu myös tiedotusvastuu omaan päätöksentekoonsa kuuluvissa asioissa.

7.3 Asukasviestintä

Asukasviestinnän toteuttamisessa tulee erityisesti huomioida eri asukasryhmien tarpeet. Kaupungin palveluista ja toiminnasta tiedottamiseen tulee käyttää useita kanavia sekä tarpeen vaatiessa myös useita kieliä rinnakkain.

Asukasviestinnän keskeiset välineet ovat kaupungin verkkosivut ja jokaiseen jakelupisteeseen jaettava kaupunkitiedote. Sosiaalisen median kanavista asukasviestintään käytetään pääsääntöisesti Facebookia ja Instagramia.

Päävastuu kaupungin verkkosivuista, kaupunkitiedotteesta ja yleisistä sosiaalisen median kanavista on yhteisöpalveluissa, mutta vastuu sisällöntuotannosta ja siitä, että asukkaille on tarjolla ajantasainen ja oikea tieto, on koko organisaatiolla. Tämä edellyttää, että toimialoilla, palvelualueilla, palveluissa ja yksiköissä on selkeästi sovittu sisällöntuotannon ja tietojen päivityksen työjaosta ja vastuista sekä siitä, miten keskeinen ja mahdollisesti koko organisaatiota ja kaupunkiyhteisöä koskeva tieto välittyy oikea-aikaisesti yhteisöpalveluille ja sieltä edelleen julkisuuteen.

Toimialat, palvelualueet, palvelut ja yksiköt toimittavat omia palvelukohtaisia esitteitä ja oppaita, joita jaetaan joko postin välityksellä ja/tai kaupungin esitejakelupisteissä kirjastoissa, palvelupisteissä sekä muissa kaupungin toimipisteissä.

Kaupungin palveluista tiedottamiseen voidaan käyttää myös erilaisia yleisötilaisuuksia, kuten esimerkiksi asukasilloja ja avoimia ovia tai verkkotilaisuuksia.

Asiakaspalvelun ja neuvonnan merkitys palvelutiedottamisessa on keskeinen. Henkilökohtaisen palvelutilanteen tulee aina olla vuorovaikutteinen ja tilanteessa on varmistuttava siitä, asiakas saa palvelun tai vastauksen saman tien tai hänelle vastataan myöhemmin, kun asia on selvitetty.

Sähköinen asiointi lisääntyy jatkuvasti ja se on siirtymässä perinteisestä sähköposti- ja verkkosivuasioinnista yhä monipuolisempiin ja kattavimpiin palveluihin, mikä edellyttää myös kaupungin viestintäkanavien jatkuvaa kehittämistä ja monipuolistamista.

7.4 Talousviestintä

Kaupungin talousviestinnästä vastaa kaupunginjohtaja yhdessä talousjohtajan kanssa. Talousviestinnän materiaalityönnöstä vastaa talouspalvelut yhteisöpalvelujen tukemana.

Talousarvio ja tilinpäätös ovat talousviestinnän keskeisimmät julkaisut. Kaupunginjohtajan esitys talousarvioksi julkaistaan yleensä marraskuussa ja julkaisusta järjestetään tiedotustilaisuus. Kaupunginvaltuuston hyväksymä talousarvio on luettavissa kaupungin verkkosivuilla.

Tilinpäätös ja henkilöstöraportti valmistuvat maaliskuussa ja kaupunginvaltuusto hyväksyy ne yleensä kesäkuussa. Tilinpäätökset ja henkilöstöraportit ovat luettavissa kaupungin verkkosivuilla.

Kaupunginvaltuustolle raportoidaan talouden ja keskeisten tavoitteiden toteutumisesta maaliskuun, kesäkuun sekä syyskuun tilanteen mukaan. Kaupunginhallitukselle raportoidaan puolestaan kuukausittain talouden toteumasta ja muissa toimitelmissä toteumaa seurataan pääsääntöisesti kuukausittain.

Kaupunki on myös avannut ostolaskunsa kuntalaisten tutustuttavaksi Avoindata-verkkopalvelussa.

7.5 Rekrytointiviestintä

Kaupungin rekrytointiviestinnästä vastaa henkilöstöpalvelut yhteistyössä yhteisöpalvelujen kanssa. Kaupunki käyttää rekrytoinnissa pääasiallisesti sähköistä kuntarekry.fi-palvelua, jossa avoimet työpaikat ovat nähtävillä. Lisäksi rekrytointi-ilmoituksia julkaistaan kaupungin omissa viestintäkanavissa. Tarpeen vaatiessa ilmoituksia julkaistaan myös muissa medioissa kuten ammattilehdissä tai kaupallisissa rekrytointiportaaleissa.

Positiivinen työnantajamielikuva vaikuttaa olennaisesti rekrytointien onnistumiseen ja jokainen voi omalta osaltaan olla vaikuttamassa siihen, minkälaiseksi työnantajaksi ja työpaikaksi Salon kaupunki koetaan.

Tarkempi rekrytointiviestinnän ohjeistus löytyy kaupungin rekrytointiohjeesta.

7.6 Media- ja sidosryhmäviestintä

Kaupungin viestinnässä kaikkia tiedotusvälineitä palvellaan yhtä hyvin ja sama tieto annetaan kaikille. Mediakutsut ja tiedotteet jaetaan sähköisesti sillä laajuudella mikä kulloinkin on tarpeen. Haastattelupyyntöihin pyritään aina vastamaan ja löytämään juuri oikeat haastateltavat sen hetkiseen tilanteeseen. Myös taustatietoa annetaan, mikäli sen hankinta ei aiheuta kohtuutonta vaivaa ja haittaa kaupungin perustehtävää.

Poikkeuksena tästä tasapuolisuuden periaatteesta on viestinten omien uutisten kunnioittaminen. Kun tiedotusväline on valmistelemassa juttua oman uutishankintansa pohjalta, sen oikeutta uutiseen on kunnioitettava eikä esimerkiksi vesitettävä uutista jakamalla tieto kaikille välineille. Tästä käytännöstä poikkeuksena ovat kaupungin toimintaan liittyvät häiriö- ja poikkeustilanteet.

Uutisoinnin ja juttujen sisältöön voidaan kaupungin puolelta vaikuttaa vain antamalla tietoja ja saattamalla tosiasiat toimittajat tietoon. Haastateltavilla on myös mahdollisuus pyytää juttu nähtäväksi mahdollisten asiavirheiden oikaisua sekä suorien lainausten tarkistusta varten. Journalistiset ratkaisut, muun muassa uutisen tai artikkelin näkökulman, tekee vain toimitus.

Salon kaupungilla on laaja joukko sidosryhmiä ja yhteistyökumppaneita, joille viestitään monilla eri tavoilla. Usein sidosryhmäviestintä on suhdetoimintaa, virallisia ja epävirallisia tapaamisia sekä verkostoitumista. Viestintään liittyvistä asioista voidaan myös sopia yhteistyösopimuksissa.

Palvelusopimuksissa kunnan ja palvelun tuottajan välillä on selkeästi määriteltävä viestintävastuut sekä normaali- että häiriö- ja poikkeustilanteissa. Viestintäyhteistyötä on säännöllisesti päivitettävä ja tarpeen mukaan harjoitettava.

7.7 Hankeviestintä

Moniin kansallisella ja EU-rahoituksella toteutettuihin hankkeisiin liittyy myös viestintävelvollisuus. Myös poikkihallinnolliset ja seudulliset sekä muut yhteistyöhankkeet edellyttävät viestintäsuunnitelman laatimista jo hankkeen suunnitteluvaiheessa. Viestintäsuunnitelman tulee huomioida ulkoisen viestinnän lisäksi myös sisäinen viestintä.

Päävastuu hankeviestinnän toteutumisesta hankkeen vetäjällä, mutta kaupungin viestintä- ja markkinointipalvelut ovat hankkeen käytössä. Hankkeen päätyttyä on myös varmistettava, että hankkeen viestintä päätetään asianmukaisesti tai hankkeessa syntynyt viestintämateriaali siirretään pysyvään käyttöön ja sen päivityksestä huolehditaan hankkeen päätyttyä.

7.8 Muutosviestintä

Kaupunkiin, sen asukkaisiin ja muihin sidosryhmiin voi kohdistua monenlaisia muutoksia. Muutokset voivat liittyä esimerkiksi palveluiden uudelleen järjestämiseen, hallinnollisiin uudistuksiin tai talouden tasapainottamiseen. Muutoksen vaikutukset voivat kohdistua laajasti koko kuntaan tai vain tiettyyn ryhmään tai alueeseen.

Muutosviestinnästä vastaa pääsääntöisesti kaupungin ylin johto. Muutosviestinnän suunnittelu ja toteutus on yhteisöpalvelujen vastuulla.

Muutosviestinnässä on huomioitava muun muassa seuraavia seikkoja:

- mitä on päätetty ja miksi muutos on välttämätön
- mitä vaihtoehtoja on edessä
- mihin muutos vaikuttaa, mihin se ei vaikuta
- miten muutos etenee
- huhujen ja väärien tietojen oikaisu
- viestintävastuista sopiminen
- yhdenmukaisista perusviesteistä sopiminen
- viestinnän seuranta.

7.9 Markkinointiviestintä

Salon kaupungin markkinoinnin tavoitteena on kasvattaa kaupungin vetovoimaisuutta asuinpaikkana, matkailu- ja vierailukohteena sekä yritysten sijoittumisalueena. Kaupungin markkinoinnista vastaa yleisen mielikuva-, asukas- ja matkailumarkkinoinnin osalta yhteisöpalvelut ja elinkeinomarkkinoinnin osalta kaupungin elinkeinoyhtiö Yrityssalo.

Toimialat, palvelualueet, palvelut ja yksiköt markkinoivat myös suoraan omia tapahtumiaan ja muuta toimintaansa.

Markkinointi toimii tiiviissä yhteistyössä erityisesti elinkeinoyhtiö Yrityssalon, paikallisten yrittäjien ja yhteisöjen kanssa.

8. Viestintä sosiaalisessa mediassa

Salon kaupunki viestii sosiaalisessa mediassa useassa eri kanavassa. Kaupunkitasoiset (Salon kaupunki), yhteisöpalvelujen ylläpitämät sosiaalisen median tilit löytyvät Facebookista, Instagramista, LinkedInistä, YouTubea ja X:stä (ent. Twitter). Tällä hetkellä kaupunki ei tuota aktiivisesti sisältöä X:aan, mutta seuraa kanavaa ja hyödyntää tiliään tarpeen vaatiessa esimerkiksi häiriötilanteista viestittäessä. Näiden lisäksi Facebookista ja Instagramista löytyvät kaupungin matkailumarkkinoinnin tilit (VisitSalon). Kaupunkitasoisten tilien lisäksi useita palvelukohtaisia tai -hankekohtaisia tilejä.

8.1 Kaupungin eri tavat viestiä sosiaalisen median kanavissa

Sosiaalisen median kanavat ja niiden ominaisuudet palvelevat eri kohderyhmiä eri tavoin, ja viestinnän tehokkuus riippuu siitä, kuinka hyvin näiden kohderyhmien tarpeet ja mieltymykset otetaan huomioon viestinnän suunnittelussa. Sosiaalisen median kanavien ominaisuudet ovat tärkeitä eri kohderyhmille seuraavista syistä:

Käyttötavat. Esimerkiksi nuoret suosivat sosiaalisen median kanavia, joissa painotetaan visuaalisuutta, nopeaa ja reaaliaikaista viestintää sekä viihteellistä sisältöä (TikTok, Snapchat, Instagram, WhatsApp, Discord, YouTube), kun taas aikuiset käyttävät Facebookia ja LinkedIniä tiedonhakuun ja verkostoitumiseen.

Viestinnän perillemeno. Esimerkiksi LinkedIn on tehokas yrittäjille ja ammattilaisille, kun taas Facebook tavoittaa paikallisia asukkaita ja keskusteluryhmiä.

Sisällön muoto. Esimerkiksi Instagramin visuaalinen sisältö on houkuttelevaa nuorille, kun taas LinkedIn sopii asiantuntevammalle, tekstipainotteiselle sisällölle.

Vuorovaikutus. Esimerkiksi nuoret osallistuvat aktiivisesti Instagram Stories -kyselyihin, kun taas päättäjät arvostavat keskusteluja Facebook-ryhmissä ja LinkedInissä.

Sisällön löydettävyyys. Esimerkiksi hashtagit ja paikannus ovat tärkeitä paikallisille asukkaille ja matkailijoille, kun taas ammatilliset verkostot LinkedInissä auttavat löytämään asiantuntevaa sisältöä ja kontakteja.

Kaupunkitason ja VisitSalon sosiaalisen median kanavat palvelevat hieman eri tarkoituksia ja kohdeyleisöjä, mikä heijastuu myös niiden sisällöissä. Salon kaupungin kanavat on suunnattu paikallisille asukkaille ja toimijoille, ja keskittyvät kaupungin järjestämiin palveluihin sekä toimivat tiedotuskanavina. VisitSalon tavoitteena on tavoittaa ensisijaisesti matkailijoita ja tehdä Saloa tunnetuksi niin kotimaan matkailijoiden kuin kansainvälisten vierailijoiden keskuudessa.

Seuraavissa taulukoissa on listattu Salon kaupungin käyttämät sosiaalisen median pääkanavat (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, X). Kunkin kanavan kohdalla kerrotaan yleisellä tasolla kanavien tyypillisistä kohderyhmistä, ominaisuuksista ja kanavakohtaisista viestintätavoista. Muista sosiaalisen median kanavista esitellään Snapchat ja TikTok.

	Facebook (FB) @salonkaupunki @visitsalo
Asukkaat	Laaja tavoitavuus & vuorovaikutteisuus: FB tavoittaa suuren osan ja eri-ikäisiä kaupungin asukkaita ja mahdollistaa suoran vuorovaikutuksen asukkaisiin kommenttien ja viestien kautta. Paikalliset ryhmät ja yhteisöt: Keskustelu, tiedon jakaminen ja pysyminen ajan tasalla kaupungin tapahtumista ja uutisista, vahvistavat yhteisöllisyyttä ja helpottavat vuorovaikutusta kaupungin ja asukkaiden välillä. Tapahtumamarkkinointi: FB:n tapahtumaominaisuus mahdollistaa kaupungin järjestämien tapahtumien tehokkaan mainostamisen ja jakamisen sekä ohjauksen esimerkiksi kaupungin tapahtumakalenteriin. Häiriö- ja poikkeustilanneviestintä: Häiriö- ja poikkeustilanteissa FB toimii nopeasti ja tehokkaasti tiedon jakamiseen. Kaupungin tiedotteet voidaan julkaista laajalle yleisölle reaaliajassa. Monipuolinen sisältö: FB tukee monenlaista sisältöä, kuten tekstiä, kuvia, videoita ja live-lähetyksiä. Monipuolisuus mahdollistaa kuntaviestinnän kohdentamisen eri asukasryhmille kiinnostavilla tavoilla.
Vapaa-ajan asukkaat ja matkailijat	Tapahtumien ja nähtävyyksien esittely: FB:n tapahtumaominaisuudet mahdollistavat vapaa-ajan asukkaille ja matkailijoille suunnattujen tapahtumien tehokkaan mainostamisen. Mainonnan kohdentaminen: FB:n mainostyökalut tarjoavat mahdollisuuden kohdentaa mainoksia valitulle kohderyhmälle esimerkiksi kiinnostuksen kohteiden, sijainnin ja demografian perusteella. Matkailija- ja vierailijakokemusten jakaminen: Matkailijoiden ja vierailijoiden itsensä luoma sisältö, kuten arvostelut, kuvat ja videot, joita he jakavat FB:ssa, voivat toimia tehokkaana markkinointina kaupungille. Kannustamalla matkailijoita jakamaan kokemuksiaan kaupunki voi hyötyä ilmaisesta ja autenttisesta markkinoinnista.
Yritykset ja elinkeinoelämä	Kuntabrändin rakentaminen ja imago: FB tarjoaa mahdollisuuden rakentaa ja vahvistaa kaupungin imagoa yrityksille houkuttelevana sijoittautumispaikkana. Kaupunki voi jakaa menestystarinoita paikallisista yrityksistä, esitellä elinkeinoelämän tukipalveluita ja korostaa kunnan vahvuuksia liiketoiminnan tukena. Sisältömarkkinointi ja tiedon jakaminen: FB:n avulla voidaan jakaa hyödyllistä sisältöä, kuten oppaita, webinaareja tai artikkeleita, jotka liittyvät yritystoimintaan ja yrittäjyyteen kaupungissa. Tämä auttaa rakentamaan kaupungin asemaa arvostettuna ja luotettavana kumppanina elinkeinoelämän silmissä. Yhteistyön mahdollistaminen: FB:n avulla kaupunki edistää yhteistyötä eri toimijoiden välillä esimerkiksi tuomalla esille yhteisiä kehittämishankkeita.
Päättäjät ja luottamushenkilöt	Tiedottaminen ja päätöksenteon tukeminen: FB toimii nopeana ja laajana tiedotuskanavana, jolla voi välittää ajankohtaisia uutisia, raportteja ja päätöksiä. Keskustelu ja vuorovaikutus: FB tarjoaa mahdollisuuden suoraan vuorovaikutukseen päättäjien ja luottamushenkilöiden kanssa kommenttien ja viestien kautta. Tämä mahdollistaa reaaliaikaisen palautteen saamisen sekä keskustelun esimerkiksi kuntastrategiasta tai ajankohtaisista projekteista ja hankkeista. Kuntabrändin rakentaminen ja imago: Kaupungin FB-sivujen kautta voidaan vahvistaa kuntabrändiä ja tuoda esiin strategisia tavoitteita auttaen ymmärtämään paremmin kaupungin pitkän aikavälin visiota ja prioriteetteja. Läpinäkyvyyden lisääminen: FB:n avoimuus mahdollistaa sen, että kaupungin toiminnasta ja päätöksenteosta viestitään laajasti ja läpinäkyvästi. Tämä vahvistaa kuntalaisten luottamusta päätöksentekoprosessiin ja helpottaa päättäjien vastuullisuuden ylläpitämistä.

Instagram (IG) @salonkaupunki @visitsalo	
Asukkaat	Visuaalinen viestintä: Instagram on visuaalinen alusta, joka keskittyy kuviin ja videoihin. Kaupunki voi käyttää tätä tehokkaasti näyttääkseen paikallisia maisemia, tapahtumia, palveluita ja kunnallisia projekteja, mikä houkuttelee asukkaita ja herättää ylipöytä omasta alueesta. Stories-ominaisuus: IG:n Stories mahdollistaa nopean ja ajankohtaisen viestinnän. Kaupunki voi käyttää Stories-ominaisuutta tiedottaakseen päivän tapahtumista, ajankohtaisista ilmoituksista tai jakamalla kulissien takaisia hetkiä, kuten valmisteluja tai henkilöstön esittelyjä. Instagram-live -ominaisuus: Instagramin live-lähetykset tarjoavat mahdollisuuden reaaliaikaiseen vuorovaikutukseen asukkaiden kanssa. Live-lähetyksiä voidaan käyttää esimerkiksi tiedotustilaisuuksiin, kyselytunteihin tai kaupunginvaltuuston kokousten seuraamiseen. Aihetunnisteet ja paikannus: Hashtagit, kuten #SalonKaupunki auttavat sisällön löydettävyyden parantamisessa ja mahdollistavat asukkaiden osallistumisen. Paikannusominaisuuksien avulla kunta voi merkitä sijainteja, kuten puistoja, toimipisteitä tai tapahtumapaikkoja, mikä helpottaa asukkaiden löytämään kiinnostavat paikat ja tapahtumat. Käyttäjien luoma oma sisältö: Asukkaiden luoma sisältö, kuten kuvat ja videot paikallisista tapahtumista tai kauniista paikoista, voidaan jakaa uudelleen kaupungin Instagram-tileillä. Tämä vahvistaa yhteisöllisyyttä ja antaa asukkaille äänen kunnan viestinnässä. Kyselyt ja vuorovaikutus: IG:n tarinoissa voi käyttää kyselyjä, äänestyksiä ja kysymyslaatikoita, jotka rohkaisevat asukkaita osallistumaan ja antamaan palautetta. Tämä lisää vuorovaikutusta ja antaa kaupungille mahdollisuuden saada suoraa palautetta asukkailta. Nuorten asukkaiden tavoittaminen: IG on erityisen suosittu nuorempien ikäryhmien, kuten nuorten aikuisten ja teini-ikäisten, keskuudessa. Kaupunki voi käyttää Instagramia tavoittaakseen nuoret asukkaat esimerkiksi nuorisopalveluiden, urheilutapahtumien ja kulttuuritoiminnan viestintään. Kampanjat ja tietoisuus: Kaupunki voi käyttää Instagramia tiedottaakseen kampanjoista, kuten ympäristönsuojelusta, liikenneturvallisuudesta tai terveydestä. Lyhyet ja visuaaliset tietoisuus ovat erityisen tehokkaita, ja ne voidaan suunnitella houkutteleviksi ja informatiivisiksi. Kuntabrändin rakentaminen ja yhteisöllisyys: IG:n avulla kaupunki voi rakentaa ja vahvistaa brändiään asukkaiden keskuudessa. Julkaisemalla säännöllisesti positiivisia ja yhteisöllisiä viestejä kunta voi luoda yhteenkuuluvuuden tunnetta ja lisätä asukastyytyväisyyttä.
Vapaa-ajan asukkaat ja matkailijat	Visuaalinen sisältö: IG:n visuaalinen luonne on erinomainen matkailukohteiden, luonnon nähtävyyksien ja vapaa-ajan aktiviteettien esittelemiseen. Kaupunki voi jakaa korkealaatuisia kuvia ja videoita paikallisista kohteista ja aktiviteeteista, mikä houkuttelee matkailijoita ja vapaa-ajan asukkaita. Stories-ominaisuus: IG:n Stories on kätevä työkalu ajankohtaisen tiedon jakamiseen, esimerkiksi tapahtumiin tai säätilaan liittyen. Stories-ominaisuudella voidaan jakaa reaaliaikaisia päivityksiä ja vinkkejä matkailijoille. Aihetunnisteet ja paikannus: Hashtagit ja paikannusominaisuus auttavat matkailijoita löytämään kiinnostavaa sisältöä ja kohteita. Ne mahdollistavat myös sen, että kaupungin sisältö tavoittaa laajemman yleisön ja rohkaisee matkailijoita jakamaan omia kokemuksiaan. Käyttäjien luoma sisältö: Asukkaat ja matkailijat voivat jakaa omia kuvia ja kokemuksiaan kunnan alueelta. Kunta voi jakaa ja korostaa näitä käyttäjien luomia sisältöjä, mikä luo aitoutta ja luottamusta sekä houkuttelee muita matkailijoita ja vapaa-ajan asukkaita. Tapahtumien ja aktiviteettien esittely: IG:n avulla voi mainostaa paikallisia tapahtumia, kuten markkinoita, konsertteja ja festivaaleja. Visuaalisesti houkuttelevat julkaisut ja tapahtumasivut voivat kannustaa matkailijoita suunnittelemaan vierailuja näihin tapahtumiin. Sisällön suunnittelu ja ajastus: IG:n ajastusominaisuudet ja sisällön suunnittelu auttavat varmistamaan, että julkaisut ovat ajoitettuja parhaaseen mahdolliseen aikaan, jolloin matkailijat ja vapaa-ajan asukkaat ovat aktiivisimmillaan, esimerkiksi lomakausina tai viikonloppuisin.

	LinkedIn (LI) Salon kaupunki
Asukkaat	Ammatillinen viestintä: Työllisyysasioihin, ammatilliseen kehittymiseen, paikalliseen elinkeinoelämään ja koulutukseen liittyvä viestintä. Paikallisen työelämän kuulumiset: LinkedIn tarjoaa mahdollisuuden jakaa uutisia ja päivityksiä, jotka liittyvät paikalliseen työelämään, kuten avoimiin työpaikkoihin, ammatillisiin tapahtumiin tai koulutusmahdollisuuksiin kaupungissa Kaupunkilaisten ammatillinen verkostoituminen: Kaupunki tukee asukkaidensa ammatillista verkostoitumista luomalla ja ylläpitämällä LinkedIn-ryhmiä, joissa kunnan asukkaat voivat keskustella ammatillisista asioista, jakaa kokemuksia ja verkostoitua keskenään. Asiantuntijasisältö: Asiantuntijasisältöjen ja artikkeleiden jakaminen; ne kiinnostavat erityisesti ammatillisesti suuntautuneita asukkaita. Näitä voivat olla esimerkiksi paikalliseen talouteen, koulutukseen tai työllisyyteen liittyvät analyysit ja katsaukset. Päättäjien ja asiantuntijoiden profiilit: Kaupungin päättäjien ja asiantuntijoiden (viranhaltijat ja muut vaikuttajat) profiilien kautta asukkaat voivat tutustua heidän taustoihinsa ja seurata heidän ammatillisia näkemyksiään. Verkostoituminen paikallisten yritysten kanssa: LinkedIn alustana edistää vuorovaikutusta paikallisten yritysten ja asukkaiden välillä. Tämä auttaa kaupunkia luomaan yhteyksiä elinkeinoelämän ja asukkaiden välille, tukien siten paikallista työllisyyttä ja yritysten menestymistä.
Yritykset ja elinkeinoelämä	Ammatillinen verkostoituminen: LinkedIn on alusta verkostoitumiselle paikallisten yritysten, yrittäjien ja elinkeinoelämän toimijoiden kanssa. Kaupunki voi luoda ja ylläpitää yhteyksiä paikalliseen elinkeinoelämään, tarjoten foorumin yrityksille ja kaupungin päättäjille keskustella yhteisistä tavoitteista ja haasteista. Yritysten tukeminen: Kaupunki jakaa tietoa paikallisista yrityksille suunnatuista tukimuodoista, rahoitusmahdollisuuksista, koulutuksista ja tapahtumista. Tämä auttaa yrityksiä pysymään ajan tasalla siitä, miten kaupunki voi tukea niiden toimintaa ja kasvua. Paikallisten yritysten esittely: LinkedInin avulla kaupunki korostaa ja esittelee paikallisia menestystarinoita, startup-yrityksiä tai yritysten saavutuksia. Tällaiset päivitykset voivat toimia inspiraationa muille yrityksille ja edistää paikallisen elinkeinoelämän positiivista imagoa. Tiedotus: Kaupunki tiedottaa ajankohtaisista asioista, kuten kaavoituksesta, infrastruktuurihankkeista, elinkeinoelämän strategioista ja päätöksistä, jotka vaikuttavat paikallisiin yrityksiin. Tämä lisää yritysten tietoisuutta ja valmistautumista muutoksiin. Asiantuntijasisältö: Kaupunki julkaisee ja jakaa asiantuntijasisältöä ja ajankohtaisia artikkeleita, jotka käsittelevät elinkeinoelämää ja yritysten toimintaympäristöä. Tämä sisältö voi toimia resurssina ja tiedonlähteenä paikallisille yrityksille. Vaikuttajaviestintä ja päätöksenteko: LinkedIn tarjoaa alustan, jossa kunnan päättäjät voivat kommunikoida suoraan yritysjohtajien kanssa. Tämä vahvistaa avointa vuoropuhelua ja auttaa yrityksiä vaikuttamaan kunnan päätöksentekoon elinkeinoelämää koskeissa asioissa.

	YouTube (YT) City of Salo – Salon kaupunki
Asukkaat	Tapahtumat ja suorat lähetykset: YouTubeen suorien lähetysten avulla kaupunki voi striimata tärkeitä tapahtumat, julkiset kuulemiset, valtuustokokoukset ja tiedotustilaisuudet, jolloin asukkaat voivat osallistua reaaliajassa. Ohjeistus sekä häiriö – ja poikkeustilanneviestintä: Kaupunki voi tuottaa videoita, jotka opastavat asukkaita käyttämään kaupungin palveluita, kuten kirjastopalveluita, terveydenhuoltoa tai kierrätyspisteitä. Kriisitilanteissa YouTube voi toimia tehokkaana kanavana jakaa tärkeää tietoa ja ohjeistusta. Visuaalinen ja tarinallinen viestintä: YouTube mahdollistaa monipuolisen ja visuaalisesti houkuttelevan sisällön tuottamisen. Videoiden kautta kaupunki voi esitellä erilaisia hankkeita, palveluita, tapahtumia ja kaupunkielämää asukkaille helposti ymmärrettävässä muodossa. YouTubeen avulla voidaan kertoa tarinoita, kuten asukkaiden kokemuksia kaupungin palveluista, menestystarinoita tai kaupungin historiaa, mikä lisää paikallisyhteisön yhteenkuuluvuutta. Monikielinen viestintä: YouTube mahdollistaa tekstitysten lisäämisen eri kielillä, mikä auttaa tavoittamaan kaupungin monikulttuurista asukasjoukkoa.

	YouTube (YT) City of Salo – Salon kaupunki
Vapaa-ajan asukkaat ja matkailijat	Visuaalinen tarinankerronta ja vaikuttajamarkkinointi: YouTube mahdollistaa korkealaatuisten, visuaalisesti houkuttelevien matkailuvideoiden luomisen, jotka esittelevät kaupungin nähtävyyksiä, luontokohteita, kulttuuria ja tapahtumia. Vaikuttajayhteistyössä YouTube on yksi keskeisimpiä kanavia. Monikielinen viestintä: Tekstitysten ja monikielisten versioiden avulla videoilla on mahdollisuus tavoittaa yleisöä myös kansainvälisesti. Videoiden sisällön mukauttaminen eri kulttuurien tarpeisiin ja kiinnostuksen kohteisiin auttaa tavoittamaan erityyppisiä matkailijoita.
Päättäjät ja luottamushenkilöt	Informatiiviset ja koulutukselliset sisällöt: YouTube mahdollistaa erilaisten koulutusvideoiden ja webinaarien jakamisen, jotka voivat käsitellä esimerkiksi yritystoiminnan kehittämistä, rahoitusmahdollisuuksia tai paikallisia liiketoimintaympäristön trendejä.

	X (ent. Twitter) @salonkaupunki
Asukkaat	Nopea viestintä: X on nopea ja ajankohtainen viestintäkanava, joka mahdollistaa välittömän yhteydenpidon asukkaisiin. Tämän avulla voidaan tiedottaa nopeasti esimerkiksi häiriö- ja poikkeustilanteista, tapahtumista tai muista ajankohtaisista asioista. Vuorovaikutteisuus: X mahdollistaa kaksisuuntaisen viestinnän, jossa asukkaat voivat helposti reagoida, kysyä ja antaa palautetta kaupungin toiminnasta tehden viestinnästä vuorovaikutteista ja osallistavaa. Laajan yleisön saavuttaminen: X tavoittaa laaja ja monimuotoinen yleisö, mukaan lukien eri-ikäiset ja taustaiset asukkaat. Tägäys- ja hakutoiminnot auttavat levittämään tietoa tehokkaasti myös kuntarajojen ulkopuolelle. Häiriö- ja poikkeustilanneviestintä: X on erittäin tehokas työkalu häiriö- ja poikkeustilanneviestintään. Häiriö- ja poikkeusoloissa kaupunki käyttää tätä kanavaa tiedottaakseen asukkaille nopeasti ja laajasti.
Yritykset ja elinkeinoelämä	Nopea tiedottaminen: X on erinomainen työkalu nopeaan viestintään, mikä on tärkeää yrityksille ja elinkeinoelämälle. Mahdollisuus välittää ajankohtaisia tietoja, kuten ilmoituksia uusista hankkeista, taloudellisista mahdollisuuksista, kilpailutuksista tai sääntelymuutoksista, nopeasti ja laajasti. Ajankohtaiset talous- ja yritysuutiset: Mahdollisuus jakaa ajankohtaisia uutisia ja päivityksiä, jotka koskevat paikallista taloutta, yritystoimintaa ja elinkeinoelämää. Tämä auttaa yrityksiä pysymään ajan tasalla tärkeistä tapahtumista ja päätöksistä. Verkostoituminen ja yhteistyö: X mahdollistaa suoran yhteydenpidon ja verkostoitumisen kaupungin, paikallisten yritysten ja elinkeinoelämän toimijoiden välillä. Kaupunki voi käyttää alustaa rakentamaan suhteita ja edistämään yhteistyöprojekteja. Kumppanuuksien korostaminen: Kumppanuudet paikallisten yritysten kanssa, yhteisten projektien ja onnistumisten esittely. Tämä voi inspiroida uusia yhteistyömahdollisuuksia.
Päättäjät ja luottamushenkilöt	Nopea viestintä ja päätöksenteon tuki: X mahdollistaa nopean tiedottamisen tärkeistä päätöksistä, kokouksista ja muista ajankohtaisista asioista. Kaupunki jakaa ajankohtaisia päivityksiä, jotka tukevat päättäjien ja luottamushenkilöiden päätöksentekoa ja pitävät heidät ajan tasalla kaupungin toiminnasta. Ajankohtaisten uutisten jakaminen: Mahdollisuus jakaa ajankohtaisia uutisia, jotka koskevat paikallispolitiikkaa, talousarviota, kaavoitusta tai muita tärkeitä teemoja, jotka vaikuttavat päätöksentekoon. Tämä auttaa kuntalaisia pysymään ajan tasalla kaupungin ajankohtaisista asioista. Vaikuttajaviestintä: Mahdollisuus käyttää X:ää vaikuttajaviestintään, korostaen tiettyjä aloitteita tai kampanjoita, jotka ovat tärkeitä kunnan poliittisille tavoitteille. Tämä voi auttaa rakentamaan tukea ja konsensusta tärkeissä asioissa. Läpinäkyvyys: Mahdollisuus lisätä läpinäkyvyyttä jakamalla tietoa päätöksenteon prosesseista, kokousten tuloksista ja muista hallinnollisista toimista.

	Snapchat
Asukkaat	Monipuolinen tarinankerronta: Kaupunki voi SnapChatissa julkaista tarinoita, jotka ovat saatavilla 24 tuntia. Tarinat voivat sisältää tietoa esimerkiksi tapahtumista ja uutisista tavoittaakseen asukkaitaan, erityisesti nuorempia ikäryhmiä. Geosuodatin: Snapchatiin voi luoda kaupungille omia geosuodattimia, jotka ovat käytettävissä tietyllä alueella. Näitä voi hyödyntää mm. tapahtumien yhteydessä tai kampanjoiden tukena. Snap Map: Snapchatiin voi lisätä paikkamerkintöjä Snap Mapiin, jolloin kaupungin tapahtumat tai tärkeät kohteet näkyvät kartalla. Paikalliset voivat nähdä, mitä omassa kaupungissa tapahtuu, ja kaupunki voi kohdistaa tietoa juuri tiettyyn sijaintiin. Snapchat-yhteistyöt ja vaikuttajat: Kaupunki voi tehdä yhteistyötä paikallisten vaikuttajien tai tunnettuja nimiä hyödyntävien tilien kanssa, jotka jakavat kaupungin viestejä omille seuraajilleen. Tämä voi toimia erityisen hyvin nuorten ja aktiivisten käyttäjien tavoittamiseksi. Live-lähetykset ja Q&A-tunnit: Snapchatin tarinoiden kautta kaupunki voi tehdä live-lähetyksiä tai kysymys-vastaus -sessioita (Q&A), joissa asukkaat voivat esittää kysymyksiä reaaliajassa. Tämä voisi olla hyödyllistä esimerkiksi kaupunkisuunnittelun esittelyssä tai tärkeiden hankkeiden tiedottamisessa. Pelit ja interaktiiviset sisällöt: Snapchat tarjoaa mahdollisuuden luoda AR (lisätty todellisuus) -filttereitä ja pelejä, joita asukkaat voivat käyttää. Kaupunki voisi luoda hauskoja ja informatiivisia AR-kampanjoita, kuten ympäristötietoisuuden lisäämiseen tai kulttuuriperintökohteiden esittelyyn.
Vapaa-ajan asukkaat ja matkailijat	Monipuolinen tarinankerronta: Tarinat ovat erinomainen tapa jakaa päivittäisiä päivityksiä, jotka voivat olla matkailijoille ja vapaa-ajanasukkaille hyödyllisiä. Tarina-aiheita voivat olla esim. tapahtumakalenteri ja vinkit, kohdevinkit ja nähtävyydet sekä paikalliset suositukset. Erikoiskampanjat ja interaktiiviset sisällöt: AR-filtterit ja pelilliset elementit Snapchatissa voivat tehdä matkakokemuksesta hauskemman ja osallistavamman. Kaupunki voi luoda AR-filttereitä, joiden avulla matkailijat voivat nähdä historiallisia rakennuksia, luontokohteita tai muita nähtävyyksiä uudella tavalla.

	TikTok (TT)
Asukkaat	Luova sisällöntuotanto ja trendit oikealle kohderyhmälle: Kanavan käyttö mahdollistaa nopean, visuaalisen ja vuorovaikutteisen viestinnän, joka voi parantaa asukkaiden sitoutumista, yhteisöllisyyden tunnetta ja kaupungin viestinnän tehokkuutta erityisesti nuorelle kohderyhmälle.
Vapaa-ajan asukkaat ja matkailijat	Houkutteleva, inspiroiva ja osallistava sisältö: Kanavan tarjoamat mahdollisuudet auttavat kaupungin vetovoiman lisäämisessä ja matkailijoiden houkuttelemisessa tarjoamalla inspiroivaa ja osallistavaa sisältöä.
Päättäjät ja luottamushenkilöt	Kaupungin hallinnon sisällöstä kiinnostavaa ja helposti lähestyttävää: TikTokin visuaalisesti houkuttelevat ja interaktiiviset muodot auttavat tekemään kaupungin hallintoon liittyvästä sisällöstä kiinnostavaa ja helposti lähestyttävää asukkaille.

8.2 Miten käytän sosiaalista mediaa työssäni?

Salon kaupungilla sosiaalisen median käytön kokonaisvastuu on viestintäpäälliköllä ja koordinointi yhteisöpalveluilla. Sosiaalisen median tehokas hyödyntäminen edellyttää yksikkö-, palvelualue- tai hankelähtöistä lähestymistapaa, joten henkilöstön ja luottamushenkilöiden on hyvä tuntea ohjeistuksen reunaehdot.

Sosiaalisen median sovellukset kehittyvät jatkuvasti, joten parhaat käytännöt löytyvät kokeilemalla rohkeasti ja pitämällä osaaminen ajan tasalla koulutusten ja verkostoitumisen kautta. Kuten kaikkien muidenkin kaupungin viestintäkanavien kohdalla, myös sosiaalista mediaa käytetään lainsäädännön asettamien reunaehtojen mukaisesti.

Sosiaalinen media elää jatkuvasti ja sen tehokas käyttö edellyttää jatkuvaa oppimista. Mikäli et ole aiemmin käyttänyt sosiaalista mediaa, kysy tukea yhteisöpalveluilta. Vaikka käyttäisit sosiaalista mediaa runsaastikin yksityishenkilönä, tarkista, että ymmärrät, miten toimit sosiaalisessa mediassa Salon kaupungin edustajana. Jos et ole varma jostain asiasta, kysy aina ensin yhteisöpalveluilta. Jotta yhteisöpalveluilla olisi kokonaiskuva kaupunkiorganisaation käyttämisestä sosiaalisen median kanavista, niin ilmoita aina kanavien perustamisesta ja sulkemisesta yhteisöpalveluihin.

Sosiaalisessa mediassa on mahdollista olla läsnä eri tavoin. Työajalla sosiaalisen median käytön tulee aina liittyä työtehtäviin ja niiden hoitoon. Keskustele siis aina esihenkilösi kanssa viestinnän tarpeista ja siitä, miten sosiaalinen media voisi edistää juuri oman työtehtäväsi hoitoa ja yksikkösi, palvelualueesi tai hankkeittesi tavoitteita.

8.2.1 Yritysprofiili

Yksikkö, palvelualue tai hanke voi olla sosiaalisessa mediassa omalla ns. yrityssivullaan tai organisaationa (esim. Salon liikuntapalvelut, Salon lukio). Kuten missä tahansa viestinnän suunnittelussa, kannattaa miettiä jo ennen sivuston perustamista lyhyesti tulevaa tarvetta ja käyttöä. Suosituksena on, että viestinnän aloittamista mietitään yhteisesti vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Tavoite: Mitä halutaan saavuttaa?
- Kohderyhmä: Kenet/keitä halutaan tavoittaa?
- Sisältö: Mitä kohderyhmälle halutaan tarjota?
- Resursointi: Kuka suunnittelee, kuka toteuttaa, kuka valvoo? Millä ajalla? Millä rahalla?
- Analysointi: Kuinka sitouttavaa sisältö on? Miten tuloksia mitataan ja analysoidaan?

Yleensä lyhyelläkin pohdinnalla saa paremman käsityksen siitä, missä kanavassa voi parhaiten täyttää asetettuja tavoitteita ja mitä sivuston ylläpito vaatii. Myös resursointi kannattaa miettiä kuntoon, sillä sivustolla tulisi olla useampia päivittäjiä. Sivuston avaaminen on aina lupaus läsnäolosta.

Sivustoa perustettaessa kannattaa miettiä huolellisesti tuleva nimi ja ulkoasu. Organisaation nimi ei välttämättä aina ole asiakkaan ja kohderyhmän kannalta paras ratkaisu, ja asiakasta kiinnostaa aina organisaatiota enemmän sen antama palvelu ja tieto. Kohderyhmä kannattaa pitää tarkasti mielessä ja tehdä kanava alusta lähtien kahdensuuntaiseksi viestinnän välineeksi palvelemaan tulevaa kohderyhmää. Viestimällä kaikille kaikkea ei viesti tehokkaasti kenellekään.

8.2.2 Ammatillinen vs. henkilökohtainen profiili

Mikäli kaupungin työntekijä toimii sosiaalisessa mediassa yksilönä ammattiroolissa ja asiakasrajapinnassa, niin siihen käytetään ammatillista, ainoastaan työkäyttöön luotua sosiaalisen media profiilia. Kaupungin organisaatiossa on jo palveluja, joilla on käytössä ammatillinen profiili sosiaalisessa mediassa (esim. IG:ssä "nuortensalo_anni"). Ammatillisen

profiilin perustamista puoltavat monet seikat kuten tietosuoja- ja työsuojelunäkökulmat. Myös työsuhteen muuttuessa tai päättyessä on ammatillisen profiilin hallinnointi helpompaa.

Vaikka et henkilökohtaisessa profiilissa kertoisikaan missä työskentelet, moni sosiaalisen median käyttäjä saattaa kuitenkin sen tietää ja myös tulkita viestejäsi tästä näkökulmasta, vaikka kertoisitkin, että kyseessä on henkilökohtainen mielipiteesi. Olet myös tässä tapauksessa yhteisön viestijä ja kaupungin markkinoija ja samat lainalaisuudet sitovat sinua niin työaikana kuin vapaallakin.

Esihenkilön on hyvä pitää mielessä asemansa ja työtehtävänsä ollessaan sosiaalisessa mediassa ja kohdella alaisiaan tasavertaisesti myös siellä (esimerkiksi alaisten kaveripyynnöt). Myös muiden kaupungin työntekijöiden tulee muistaa työtehtäviinsä liittyvät erityispiirteet ja toimia tasavertaisesti sosiaalisessa mediassa (esimerkiksi opettajien kohdalla oppilaiden ja huoltajien kaveripyynnöt).

8.3 Miten viestin sosiaalisessa mediassa? Mitkä ovat oikeuteni ja velvollisuuteni?

Sosiaalisessa mediassa jokainen kaupungin työntekijä edustaa työnantajaansa aivan samoin kuin sosiaalisen median ulkopuolellakin. Ohessa tärkeimpiä vaatimuksia viestinnälle sosiaalisessa mediassa. Tämän ohjeistuksen merkitys korostuu arvioitaessa mahdollisia ristiriitatilanteita ja on osa työnantajan ohjeita työntekijälle.

8.3.1 Asiahallinta ja henkilötiedot

Sosiaalista mediaa koskevat samat ohjeet ja säännöt, joita kaupunki noudattaa muissakin viestintävälineissä. Sosiaalisessa mediassa julkaistava materiaali rinnastetaan mihin tahansa muuhun viranomaisen tuottamaan asiakirja-aineistoon ja sitä koskevat samat ohjeet ja säännöt kuin kaupungin muuta asiakirja-aineistoa. Ainoastaan sosiaalisen median keskusteluketjut poikkeavat tästä, sillä niiden arkistointi asiakirjoina on haasteellista.

Sosiaalisessa mediassa, ei edes sen suljetuissa ryhmissä, saa käsitellä tai välittää luottamuksellista tietoa kuten henkilötietoja. Erityistä huomiota tulee kiinnittää alaikäisten kanssa asiointiin.

8.3.2 Tietoturva

Käytä ja hallinnoi kaupungin sosiaalisen median tilejä ainoastaan työpuhelimellasi tai työkoneellasi. Sosiaalisen median sovellus hyödyntää puhelimessasi tai koneellasi olevia tietoja, kuten sähköposteja ja yhteystietoja, joten sosiaalisen median sovellusta ei saa ladata työpuhelimeen tai -koneeseen itsenäisesti. Varmista yhteisöpalveluista/tietohallinnosta oikea menettelytapa.

Käytä sosiaalisen median kanavillesi kirjautuessasi kaksivaiheista tunnistautumista. Kaksivaiheinen tunnistautuminen (2FA/two-factor authentication) tarkoittaa nimensä mukaisesti, että sisäänkirjautumisen yhteydessä käyttäjä antaa tunnuksen ja salasanan lisäksi toisen tietoturvaa lisäävän kriteerin, kuten tekstiviestillä lähetettävän koodin.

Valitse vahva salasana, huolehdi, ettei se joudu väärin käsiin ja vaihda se riittävän usein. Jos salasana unohtuu tai epäilet sen joutuneen väärin käsiin, vaihda se välittömästi ja ota tarvittaessa yhteyttä yhteisöpalveluihin tai tietohallintoon. Älä klikkaa sosiaalisessa mediassa epäilyttäviä linkkejä, hyväksy tuntemattomia henkilöitä kaveriksi tai muutenkaan toimi tavalla, joka saattaa olla riski tietoturvalle.

Varmista myös aina, että kommentoit ja vastaat sosiaalisessa mediassa oikealta tililtä, jos sinulla oikeudet käyttää esimerkiksi useampia yritystilejä ja/tai jos sinulla on sekä ammattiprofiili että henkilökohtainen profiili.

Mikäli työsuhteesi loppuu, varmistathan, että poistat sosiaalisen median kirjautumistiedot työpuhelimesta ja -tietokoneelta ja palautat tehdasasetukset.

8.3.3 Valokuvaus ja videot

Valo- ja videokuviin liittyvä ohjeistus löytyy kohdasta 11. Viestinnän muuta ohjeistusta ja välineitä.

8.3.4 Rekrytointi

EU:n tietosuojatyöryhmän tulkinnan mukaan työnantajalla tulee olla lakiin perustuva syy tutkia työnhakijoiden sosiaalisen median profiileja. Profiileista kerättyjen tietojen tulee olla tarpeellisia ja oleellisia työssä suoriutumisen kannalta.

Työnantajan tulee myös selkeästi jo ennen hakemusten lähettämistä ilmoittaa, että tulee rekrytointiprosessissaan hyödyntämään hakijoiden sosiaalisen median profiileja. Työnhakijalta ei tämänkään jälkeen voi edellyttää työnantajan kaveripyynnön hyväksymistä.

8.3.5 Sosiaalisen median kanavien omat ohjeistukset ja rajoitukset

Käyttäessäsi sosiaalisen median kanavia ja työkaluja huolehdi, että noudatat myös kanavien omia sääntöjä. Esimerkiksi Facebookilla on käytössä omat hyvinkin laajat kampanjointi- ja mainontasäännöt, joita yritysten ja organisaatioiden on noudatettava. Voit tarkistaa ajan tasalla olevat säännöt kyseessä olevasta palvelusta tai kaupungin yhteisöpalveluista.

Facebook: https://www.facebook.com/policies_center/pages_groups_events

Instagram: <https://help.instagram.com/478745558852511>

X: <https://help.x.com/fi/rules-and-policies/x-rules>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/legal/user-agreement>

YouTube: <https://www.youtube.com/static?template=terms>

TikTok: <https://www.tiktok.com/legal/page/eea/terms-of-service/fi>

8.4 Viestintäkäytäntöjä sosiaalisessa mediassa

Kun yksikkö, palvelualue tai hanke luo käyttäjätunnuksen tai sivuston sosiaaliseen mediaan, on se aina lupaus läsnäolosta. Tämä tarkoittaa säännöllistä sivuston seuraamista, aktiivista sisällöntuotantoa sekä vastaamista kysyttyihin kysymyksiin ja reagointia kommentteihin sekä asiattomien viestien moderointia. Tilien ylläpitäjien on ymmärrettävä, että käyttäjät olettavat saavansa vastauksia myös sivuston kautta, joten sosiaalisen median kautta tuleviin viesteihin ja kyselyihin aina reagoitava. Tilanne kuitenkin kannattaa nähdä ennen kaikkea mahdollisuutena, jopa työtä nopeuttavana viestintäkeinona. Sosiaalinen media mahdollistaa nopean ja välittömän asiakaspalvelun, ja sitä kautta se voi toimia erinomaisena lisäresurssina.

Kaupunkitasoisten sosiaalisten median kanavien vastuuhenkilöt seuraavat jatkuvasti keskusteluja eri foorumeissa ja kanavissa. Mikäli kysymykseen vaaditaan tarkempaa vastausta, eikä vastuuhenkilö voi tähän itse vastata, pyritään viesti välittämään joko kaupungin yhteisöpalvelujen tai kirjaamon toimesta asiasta parhaiten tietävälle henkilölle. On tärkeää, että kysymyksen saaja tarttuu asiaan, ja välittää vastauksen mahdollisimman nopeasti takaisin, jotta asiakaspalvelutilanne saadaan hoidettua ripeästi. Kaupungilla on vastuu ja velvollisuus sekä ennen kaikkea halu palvella asiakkaita myös sosiaalisessa mediassa.

Alla suosituksia ja käytäntöjä eri asiakaspalvelutilanteisiin:

8.4.1 Hyvän vastauksen ominaisuuksia

1. Tunnista asiakkaan oikea syy olla yhteydessä. Pitkän viestin taakse voi usein kätkeytyä hyvinkin yksinkertainen kysymys.
2. Ota kysyjän kysymys aina ainutlaatuisena – älä ole kone. Kiitä yhteydenotosta ja/tai kysymyksestä. Pyydä anteeksi, mikäli tilanne vaatii.
3. Pohdi, onko kysymykseen mahdollista antaa yleinen vastaus. Jos ei, niin ohjaa keskustelu sellaiseen kanavaan, jossa voit turvallisesti käsitellä luottamuksellisia tietoja. Sosiaalisen median yksityisviestit tai sähköposti eivät sovellu luottamuksellisten tietojen käsittelyyn. Muista, että esimerkiksi työllisyyspalveluiden asiakkuus on luottamuksellinen henkilötieto.
4. Pyri aina itse olemaan yhteyshenkilö. Älä siis pompota kysyjää tai ohjaa ottamaan suoraan yhteyttä johonkin toiseen. Auta kysyjää siis niin pitkälle kuin voit itse ja pyri mieluummin saamaan organisaatiosta joku asiantuntija ottamaan asiakkaaseen pikaisesti yhteyttä.
5. Muista, että kukaan ei halua keskustella logon kanssa. Mikäli siis mahdollista, liitä niin julkiseen kuin yksityiseen vastaukseen mukaan allekirjoitus, esimerkiksi Teija/Viestintä, Hanna/Kaupungintalon info. Hyvä muistisääntö on, että laita mukaan nimesi ainakin tilanteissa, kun vastaat asiakkaalle jotakin.

6. Sinulla on lupa olla oma itsesi. Asiakaskokemuksessa asiakkaalle tärkeintä on tunne – voit siis myös lisätä vastaukseesi annoksen persoonaasi, kunhan noudatat yleisiä sosiaalisen median pelisääntöjä.

8.4.2 Virheellisen tiedon korjaaminen

Kaupunki vastaa siitä, että kaupungin oma viestintäsisältö on virheetöntä ja luotettavaa. Sosiaalisen median luonteesta johtuen lähdekritiikki on erityisen tärkeää ja sisällöntuotannossa sekä jakamisessa tulee aina arvioida tiedon alkuperä ja oikeellisuus sekä viestijän motiivit. Mikäli virhe kuitenkin tapahtuu, on se korjattava viipymättä.

Olenainen asiavirhe on korjattava viipymättä ja niin, että se tavoittaa mahdollisimman kattavasti virheellistä tietoa saaneen yleisön. Korjaus julkaistaan kanavassa, jossa virhe on alun perin ollut. Joissakin tapauksissa on aiheellista julkaista korjaus myös verkkosivuilla tai muissa sosiaalisen median kanavissa.

Jos julkaistussa tekstissä on useita asiavirheitä tai jos virheestä voi aiheuta suurta vahinkoa, tulee julkaista uusi sosiaalisen median julkaisu, jossa virheellinen tieto yksilöidään ja korjataan. Verkossa olennaisen virheen korjaamiseksi ei riitä virheellisen tiedon tai jutun poistaminen ja vaihtaminen uuteen, vaan yleisölle on kerrottava virheestä sekä miten ja milloin se on korjattu. Kaupunki haluaa olla avoin ja läpinäkyvä myös virhetilanteissa, myöntää tehdyt virheet ja tehdä tarvittavat oikaisut. Virhettä ei saa peitellä käyttämällä termejä edit, muokattu tai täsmennetty. Oikaisu on aina oikaisu. Tarvittaessa linkitetään virheellinen ja korjattu juttu toisiinsa.

8.4.3 Ongelmatilanteet sosiaalisessa mediassa

Usein yksi syy olla käyttämättä sosiaalista mediaa, on pelko negatiivisesta palautteesta. Sosiaalinen media pitäisi kuitenkin nähdä tilaisuuksia täynnä olevana palvelupaikkana. Hyvällä suunnittelulla, yhdessä sovituilla käytännöillä ja järjestelmällisellä asiakaspalveluohjeistuksella on mahdollista välttää ongelmatilanteita tai niiden laajentumista. Muista myös, että sosiaalisessa mediassa et voi vaikuttaa keskustelunaiheisiin, mutta voit vaikuttaa keskusteluun.

Yleisempiä ongelmatilanteita sosiaalisessa mediassa muodostavat esimerkiksi huonosti hoidetut asiakaspalvelutilanteet, organisaation omat mainonnan virheet, copyright-materiaali, niin sanotut trollit (tahallaan keskustelua provosoivat tai häiritsevät toimijat), syrjintään liittyvät asiat sekä yleinen tyytymättömyys. Usein nopealla reagoinnilla ja hyvällä viestinnällä ongelma on mahdollista hoitaa ennen kuin se muuttuu kriisiksi.

Muista ongelmatilanteissa:

1. Älä panikoi. Vaikka haluat hoitaa tilanteen pois mahdollisimman nopeasti, pysähdy hetkeksi ja rauhoitu. Nopea reagointi on valttikortti, mutta kiireen kustannuksella ei kannata tehdä hätiköityjä tekoja.

2. Älä missään tilanteessa poista postauksia tai estä kommentteja, pois lukien loukkaavat, syrjivät tai muuten sopimattomat kommentit. Dokumentoi poistamasi kommentit, mutta muuten anna keskustelun pyöriä.
3. Selvitä rauhassa mikä on ongelman ydin. Usein purkaus saattaa olla pitkä, ja itse ongelma hyvinkin yksinkertainen. Pyri tunnistamaan tahallinen trollaus, älä provosoidu tai provosoi.
4. Yksi ihminen vastaa tilanteesta, usean työntekijän samanaikainen tilanteeseen puuttuminen aiheuttaa usein vain lisää hämmennystä.
5. Pyri vastaamaan keskustelun aloittajalle mahdollisimman nopeasti. Mahdollisuuksien mukaan siirrä keskustelu yksityisviestin puolelle ja pyri itse palvelemaan niin pitkälle kuin pystyt. Älä siis pyydä soittamaan eteenpäin tai pompota asiakasta.
6. Mikäli tarpeen, tiedosta juridiset oikeudet, mutta harkitse tarkoin niiden käyttöä. Lakitoimilla uhkailulla on usein huonot seuraukset. Usein tilanne laantuu kevyemmillä keinoilla.
7. Ole rehellinen ja pyydä anteeksi. Anteeksipyyntöissä muista välttää näennäistä anteeksipyyntöä, esimerkiksi "Olemme pahoillamme, että koit tilanteen..., olemme pahoillamme, että mielestäsi..."). Pyri käyttämään sanamuotoja "Pyydämme anteeksi, että..., olemme pahoillamme, koska..., Tästä eteenpäin teemme...". Muista, että mitä vakavampi aihe ja ongelma, sitä korkeammalta taholta vastauksen on hyvä tulla.
8. Anteeksipyyntöön ja vastaamisen jälkeen keskustelu varmasti vielä jatkuu. Usein on riittävää vastata kerran ja antaa keskustelun hiljalleen hiipua. Toki käytä aina harkintaa tapauskohtaisesti.

8.4.4 Häiriö- ja poikkeustilanteet sosiaalisessa mediassa

Kaupungin viestinnän näkökulmasta oma kokonaisuutensa ovat häiriö- ja poikkeustilanteet, jotka ovat luonteeltaan vakavia ja uhkaavat esimerkiksi ihmisten henkeä, omaisuutta tai turvallisuutta. Näitä voivat esimerkiksi olla laajamittainen sähkökatko, vesikriisi tai tulipalot. Näihin tilanteisiin kuuluvat myös kaupungin yksittäisen edustajan, edustajien tai toiminnan aiheuttama mainekriisi. Näissä tapauksissa sosiaalista mediaa käytetään viestintäkanavana muiden viestintäkanavien rinnalla.

Salon kaupungin organisaatiossa häiriö- ja poikkeustilanneviestintää johtaa kaupunginjohtajan johtoryhmä. Toimintaohjeita häiriö- ja poikkeustilanteisiin löydät kohdasta 10.

8.5 Luottamushenkilönä sosiaalisessa mediassa

Sosiaalinen media luottamushenkilöille erinomainen kanava pitää yhteyttä kuntalaisiin. Yhtä lailla kuin kaupungin henkilöstö, voivat luottamushenkilöt toimia kaupungin maineystekijöinä.

Luottamushenkilönä muista:

- Luottamushenkilönä olet merkittävä kuntakuvan luoja, yhteiskunnallinen vaikuttaja, jonka toiminta kiinnostaa. Kannanotoillasi on siten yleistä merkitystä. Tämä erityisasema on hyvä muistaa myös sosiaalisen median keskusteluissa.
- Suojele omaa ja muiden yksityisyyttä. Kerran verkkoon julkaistu asia on siellä aina, ja sen voi kuka tahansa löytää milloin tahansa.
- Luottamushenkilöllä voi olla omia ja muista poikkeavia mielipiteitä, mutta faktat ovat yhteisiä.
- Älä provosoi tai provosoidu.

9. Häiriötilanteiden ja poikkeusolojen viestintä

Kansainvälistynyt, digitalisoitunut ja verkottunut yhteiskunta on altis häiriöille. Häiriö- ja poikkeustilanteita aiheuttavat erilaiset yhteiskunnan perusrakenteita ja toimintakykyä vaarantavat häiriöt, kuten esimerkiksi sähkökatkokset, tulipalot, myrkyjen leviäminen, tulvat tai pandemia sekä ääritilanteissa terrorismi, sodat ja niiden seuraukset. Kriisin voi aiheuttaa myös tapahtuma kaupungin omassa organisaatiossa tai toimintaympäristössä. Hyvin suunniteltu ja toteutettu viestintä on osa häiriö- ja poikkeustilanteiden hallintaa sekä niihin varautumista.

9.1 Viestintävastuut paikallisella ja alueellisella tasolla

Poikkeustilanteissa toimintaa johtava toimivaltainen viranomainen vastaa myös tilanteen edellyttämästä viestinnästä. Muut viranomaiset tukevat viestintävastuussa olevaa viranomaista.

Poikkeustilanteessa välitön johtovastuu ja samalla myös viestintävastuu on usein alueellisella pelastuslaitoksella, joka johtaa toimintaa onnettomuustilanteissa tai useimmissa ihmisille tai omaisuudelle uhkaa aiheuttavissa tilanteissa, kuten myrskyissä ja tulvissa. Toinen poikkeustilanteissa toimintaa johtava viranomainen on poliisi, joka puolestaan johtaa toimintaa rikostapahtumisissa sekä rikosuhkaan liittyvissä tilanteissa.

Onnettomuustilanteissa ja rikostapahtumisissa kaupunki tukee pelastuslaitoksen ja poliisin viestintää tilanteen edellyttämässä laajuudessa ja tilannetta johtavien viranomaisten tarpeiden mukaisesti. Kaupungin vastuulla on viestintä poikkeustilanteen mahdollisista vaikutuksista kaupungin palvelujen tarjontaan ja asukkaiden elämän sujumiseen kaupungin alueella.

Poikkeustilanteissa korostuu viranomaisten välisen tiedonkulun merkitys. Tilannekuvan ja kansalaisille annettavien toimintaohjeiden on oltava yhdenmukaisia. Samoin kaupungin

toimialojen, palvelualueiden, palveluiden ja yksiköiden väliset viestintävastuut ja vastuuhenkilöt on sovittava etukäteen.

Varautumisen kannalta on ensiarvoisen tärkeää, että jokaisella työntekijällä on käytössään ajantasaiset yhteystiedot ja että hän tietää oman esihenkilönsä sijaiset sekä ns. komentoketjun kaupunginjohtajan johtoryhmään saakka.

Salon kaupungin häiriö- ja poikkeustilanteiden aikaisesta johtamisesta vastaa kaupunginjohtaja tai hänen sijaisensa apunaan kaupunginjohtajan johtoryhmä. Viestinnän koordinoinnista ja järjestämisestä vastaa viestintäpäällikkö, joka on myös johtoryhmän jäsen.

Kaupunginjohtajan johtoryhmän tehtävänä on varmistaa, että olennaiset tiedot välitetään tarvittaessa myös liikelaitos Salon Vedelle ja konsernin jäsenyhteisöille sekä muille sidosryhmille. Johtoryhmää voidaan myös täydentää toimialojen ja konsernin asiantuntijoilla, viranomaisten edustajilla tai muilla asiantuntijoilla häiriötilanteesta riippuen.

Viestinnän tehtävänä häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa on

- auttaa viestinnän ja tiedottamisen käytännön hoitamisessa kaupungin konsernihallintoon kuuluvia toimijoita sekä vastata viestinnästä sovittujen periaatteiden ja vastuiden mukaan mm:
 - o varoittamalla tapahtuneesta
 - o antamalla toimintaohjeita lisävahinkojen estämiseksi
 - o antamalla totuudenmukainen ja yhtenäinen kuva tilanteesta
 - o estämällä huhujen leviäminen
 - o tiedottamalla palveluista
 - o auttamalla organisaatiota palautumaan normaalitilaan
- omalta osaltaan seurata tilanteen kehittymistä ja päivittää tilannekuvaa pitämällä yhteyttä muiden viranomaisten viestinnästä vastaaviin ja seuraamalla tiedotusvälineitä sekä kaupungin omia viestintäkanavia.
- tuoda kaupungin hallinnoimat viestintäkanavat häiriötilanne- ja poikkeusoloviestinnän käyttöön.
- huolehtia viestinnän saavutettavuudesta kaikkien sidosryhmien osalta (mm. kieliversiot ja monikanavaisuus)
- auttaa kuntalaisten palautteen ja kysymysten vastaanottamisessa ja niihin vastaamisessa.

Kaupungin palvelujen ja tietojärjestelmien yksittäisistä häiriöistä viestittäessä ensisijainen vastuu on palvelusta tai järjestelmästä vastaavalla taholla viestinnän tukemana. Tietoturvapoikkeamatilanteiden hallitsemiseen on erillinen hallintamalli.

Paikallisten ja alueellisten toimijoiden kuten esimerkiksi pelastuslaitoksen, poliisin, hyvinvointialueen välillä on oltava toimivat viestinnälliset yhteydet. Useamman kunnan alueella tapahtuvassa tilanteessa on tärkeää, että viestintä hoidetaan koordinoitusti. Toimintaa johtavan viranomaisen vastuulla on myös viestinnän koordinointi.

Alueellisessa viestinnässä on otettava huomioon viestintää koskevat säädökset sekä ministeriöiden hallinnonaloilleen antamat ohjeet ja suositukset. Keskushallinnon, kuten ministeriöiden ja keskusvirastojen, toiminnallinen ja viestinnällinen tuki alue- ja

paikallishallinnolle on tärkeää. Ministeriö tai valtioneuvosto voi laajassa tilanteessa ottaa viestinnän koordinaation hoidettavakseen.

9.2 Vaaratiedote

Viranomainen voi antaa vaaratiedotteen tilanteissa, joissa väestöä on varoitettava hengen- tai terveysvaarasta tai kun ilmenee vaara merkittävälle omaisuuden vaurioitumiselle tai tuhoutumiselle. Vaaratiedote voidaan antaa myös, kun vaaratilanne on ohi.

Vaaratiedote välitetään väestölle tiedoksi radiossa ja myös televisiossa, jos vaaratiedotteen antanut viranomainen niin päättää.

Vaaratiedote annetaan aina suomeksi ja ruotsiksi. Jos vaaratilanne tai sen seuraukset kohdistuvat saamelaisten kotiseutualueelle, tiedote on annettava myös saamen kielellä.

Yleisradiolla sekä osalla kaupallisista radio- ja televisioyhtiöistä on velvoite välittää vaaratiedotteita.

Vaaratiedotteita voivat antaa pelastusviranomaiset, poliisi, rajavartiolaitos, Hätäkeskuslaitos, Säteilyturvakeskus, Ilmatieteen laitos, Väylävirasto, Liikenne- ja viestintävirasto Traficom, Ruokavirasto, Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira, Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea, kaikki ministeriöt ja Ahvenanmaan valtionvirasto.

Vaaratiedotelaki tuli voimaan 1.6.2013. Vaaratiedote korvaa aiemmin käytössä olleet termit hätätiedote ja muu viranomaistiedote.

9.3 Yleinen ohje viestinnän järjestämiseksi häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa

9.3.1 Alkutilanne

Kun onnettomuus tai muu poikkeustilanne havaitaan, suoritetaan tilanteen edellyttämät toimenpiteet (esim. hätäilmoitus, tilasta poistuminen, ensiapu). Varsinkin välillisissä kriiseissä tieto saattaa tulla kaupungille muiden viranomaisten tai tiedotusvälineiden kautta. Tilanteen havainneen tai viestin vastaan ottaneen henkilön velvollisuus on ilmoittaa omalle esihenkilölleen poikkeuksellisesta tilanteesta mahdollisimman pian. Mikäli esihenkilöä ei tavoiteta, ilmoitetaan tilanteesta hänen esihenkilölleen jne. Pelkkä ilmoitus tekstiviestillä tai sähköpostilla ei riitä, vaan on varmistuttava siitä, että viesti on otettu vastaan ja luettu.

Esihenkilön vastuulla on arvioida pikaisesti ongelman/kriisin laajuus, vakavuus ja vaikutukset sekä ilmoittaa tilanteesta omalle esihenkilölleen tai sille esihenkilölle, joka edustaa toimialaa/palvelualueetta kaupunginjohtajan johtoryhmässä sekä viestintäpäällikölle.

Johtoryhmän jäsen arvioi tilanteen, tiedottaa asiasta johtoryhmälle tai kutsuu johtoryhmän suoraan kokoukseen.

9.3.2 Tilannearvio

Tilannearviossa voi käyttää apuna esimerkiksi seuraavia kysymyksiä:

- Mitä on tapahtunut? Mitä **EI** ole tapahtunut?
- Missä tapahtumapaikka sijaitsee, mitä on välittömässä läheisyydessä, keitä kaikkia asia koskee välittömästi ja välillisesti?
- Mikä oli tapahtuman ajankohta?
- Miksi on tapahtunut (tiedossa olevat syyt)?
- Uhkaako tapahtuma jonkun terveyttä tai turvallisuutta?
- Mitä seurauksia tapahtumasta on asukkaille, henkilöstölle, asiakkaille, organisaatiolle, maineelle?
- Onko kuolleita tai loukkaantuneita, mitä tuhoja on syntynyt?
- Mitä tilanteen korjaamiseksi ja normalisoimiseksi tehdään ja millä aikataululla (suojaustoimenpiteet)?
- Millaisia toimintaohjeita tilanteesta tulee antaa ja keille kaikille?

9.3.3 Viestintäsuunnitelma

Tilanteesta riippuen viestintäsuunnitelma laaditaan joko kaupunginjohtajan johtoryhmässä tai toimialan/palvelualueen johdon ja viestinnän yhteistyönä. Viestintäsuunnitelman tavoitteena on valita tilanteeseen sopivat viestintätoimenpiteet ja sopia työnjaosta. Sovitaan kuka tekee, mitä, milloin, missä kanavissa ja mille kohderyhmille.

Viestintäsuunnitelman teossa voi käyttää apuna esimerkiksi seuraavia kysymyksiä:

- Kuka vastaa, ohjeistaa ja koordinoi viestinnän?
- Mikä on tärkein viesti?
- Miten viestitään häiriötilanteen mahdollisille uhreille esimerkiksi tietoturvaloukkaustilanteessa tai uhrien omaisille onnettomuustilanteessa?
- Mitkä ovat sisäisen viestinnän kohderyhmät tärkeysjärjestyksessä? Esimerkkejä:
 - o Toimenpiteisiin ryhtyvät vastuuhenkilöt
 - o Yksikköjen/henkilöstön, jota asia koskee, on alusta alkaen oltava perillä siitä, mitä on tapahtunut ja miten se vaikuttaa oman organisaation toimintaan. Henkilöstö on avainasemassa estettäessä väärin huhujen leviäminen ja tiedotettaessa väestölle tilanteen aiheuttamista mahdollisista poikkeusjärjestelyistä.
 - o Viranhaltijajohto (riittävän ylös asti) ja henkilöt, joita asia koskee
 - o Työsuojaus
 - o Luottamushenkilöjohto
 - o Henkilöstö
 - o Työterveyshuolto
- Millä välineillä viestitään sisäisesti?
- Mitkä ovat ulkoisen viestinnän kohderyhmät tärkeysjärjestyksessä?

- Miten kohderyhmät tavoittaa parhaiten: radio, tv, lehdistö, verkkosivut tai erillinen kriisisivusto, sosiaalinen media, sähköposti, kotiin jaettava tiedote, onko tarpeen harkita vaaratiedotetta?
- Miten laajasti mediatiedotetta jaetaan?
- Onko tiedotustilaisuus tarpeellinen?
- Mitkä asiat ovat lainsäädännön tai muiden normien vuoksi ei-julkisia?
- Ketkä vastaavat henkilöstön, asukkaiden ja median kyselyihin ja miten?

Häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa viestintä on hoidettava niin, ettei se häiritse toimia tilanteen korjaamiseksi tai sen seurausten lieventämiseksi. Onnettomuustilanteissa on huolehdittava uhrien ja omaisten tieto- ja yksityisyydensuojasta ja heitä on suojeltava tilanteessa, jossa heidän arvostelukykynsä on loukkaantumisen tai mielentilan vuoksi tilapäisesti heikentynyt; onnettomuuksien uhreilla ja heidän omaisillaan on oikeus kieltäytyä julkisuudesta.

Mikäli asia on viranomaisen (esim. poliisi- tai pelastusviranomaisen) hoidossa tai selvitettävänä asiasta antaa lausuntoja ja tiedotteita kyseinen viranomainen. Tällöin kaupungin tehtävänä on yhdessä tilannetta johtavan viranomaisen kanssa sopia viestinnän linjauksista. Kaupunki tiedottaa omien palvelujensa sen hetkisestä tilanteesta ja jatkuvuudesta. Yhteistyöstä ja työnjaosta sovitaan viranomaisten kesken tapauskohtaisesti.

9.4 Viestintäkanavat häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa

Kaikkia kaupungin perusviestinnässään käyttämiä viestintäkanavia käytetään mahdollisuuksien mukaan myös häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa sekä sisäiseen että ulkoiseen viestintään. Näiden viestintäkanavien rinnalla voidaan käyttää myös häiriötilanteisiin ja poikkeusoloihin tarkoitettuja erityisiä viestintäkanavia kuten viranomaispuhelinta.

Mikäli sähköisten viestintäkanavien käyttö ei ole mahdollista esimerkiksi pitkittyneestä sähkökatkosta johtuen varaudutaan asukkaille ja sidosryhmille tiedottamiseen jaettavalla ja näkyville paikoille kiinnitettävällä paperimateriaalilla ja tilanteen niin vaatiessa myös jalkautumalla.

Tietosuojaan ja tietoturvan osalta on keskeistä muistaa, että sekä normaalioloissa että häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa kaikki luottamuksellista tietoa sisältävä materiaali lähetetään käyttämällä siihen tarkoitukseen soveltuvia viestintäkanavia kuten turvapostia. Erilaiset pikaviestimet (esim. Whatsapp) ja/tai sosiaalisen median yksityisviestipalvelut (esim. Messenger) on tarkoitettu ainoastaan jo julkisen tiedon jakamiseen kuten esimerkiksi medialinkkien välittämiseen ja yleisen tason viestintään.

Yleisesti sosiaalisen median kanavien ja pikaviestinten työkäytössä on aina noudatettava työnantajan ohjeita ja tarvittaessa on oltava yhteydessä tietohallintoon, tietosuojavastaavaan ja/tai yhteisöpalveluihin lisäohjeiden saamiseksi.

10. Viestinnän muuta ohjeistusta ja välineitä

10.1 Viestinnän linjaukset

Salon kaupungin viestinnän linjaukset perustuvat kaupunginvaltuuston hyväksymään kaupunkistrategiaan. Yhteiset viestinnän linjaukset auttavat kertomaan Salosta omaleimaisesti ja yhtenäisellä tavalla. Linjaukset kertovat Salon kaupungin tarinan, tärkeimmät ominaisuudet, kohderyhmät ja äänensävyyn sekä keskeiset strategiset tavoitteet. Salon kaupungin brändilupaus on Avaimet omaan Saloon.

10.2 Graafinen ohjeisto

Salon kaupungin graafinen ohjeistus määrittelee reunaehdot kaupungin vaakunan, logon ja muiden visuaalisten elementtien käytölle. Kaikki kaupungin viestintä- ja markkinointimateriaali tulee merkitä niin, että sen tunnistaa kaupungin tuottamaksi materiaaliksi.

10.3 Kaupungin ilmoituslehdet

Kuntalain 108 §:n mukaan kunnan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne yleisessä tietoverkossa eli kunnan verkkosivuilla. Tehokkaan viestinnän edellytys kuitenkin on, että kunta käyttää tarvittaessa myös muita ilmoituskanavia, esimerkiksi lehtiä. Kaupungin ilmoituslehdet kilpailutetaan säännöllisesti. Ajan tasalla oleva ilmoitusohjeisto löytyy intranetistä.

10.4 Valokuvat ja videot

Yksityisiä henkilöitä, organisaatioita ja mediaa koskevat säädökset esimerkiksi valo- ja videokuvauksen osalta poikkeavat toisistaan, joten se mikä on luvallista ja mahdollista yksityiselämässä tai mediassa ei välttämättä ole sitä kaupungille.

Kaupunki käyttää viestinnässään ainoastaan sellaisia kuvia ja videoita, joiden käytöstä on asianmukaisesti sovittu sekä kuvaajien että kuvissa ja videoissa esiintyvien henkilöiden kanssa. Kaupunki voi kuvata ja videoida itse tai tuottaa kuvat ja videot ulkopuolisella toimijalla, ostaa aineistoa kuvapankeista tai käyttää muiden organisaatioiden, kuten esimerkiksi yhteistyökumppaneiden aineistoa.

Kaupunki on vastuussa omissa viestintäkanavissaan julkaisemista kuvista siinäkin tapauksessa, että kuva tai video on alun perin jonkin toisen toimijan aineistoa. Esimerkiksi verkkosivuille ladattavissa yhteistyökumppaneiden esityksissä saattaa olla kuvamateriaalia, joiden käyttöoikeus on vanhentunut. Tällaisessa tapauksessa myös julkaisija eli kaupunki on korvausvelvollinen.

10.4.1 Kuviin ja videoihin liittyvät tekijänoikeudet

Kuvan tai videon tekijänoikeus kuuluu sille, joka on ottanut kuvan tai tehnyt videon. Kuvaaja päättää, mitä kuvalla tai videolla saa tehdä. Kuvia ja videoita hankittaessa sovitaan aina kirjallisesti minkälaiset käyttöoikeudet tekijä kaupungille luovuttaa. Kuvia ostettaessa kuvat suositellaan hankittavaksi aina kaikilla oikeuksilla ja mahdollisimman suurina, jotta kuvaa voidaan käyttää monipuolisesti. Samassa yhteydessä kannattaa myös sopia saako esimerkiksi kuvaa rajata tai videota editoida sosiaalisen median käyttötarkoituksia varten.

Kaupungilla ei ole automaattista lupaa käyttää kaupungin työntekijän ottamaa valokuvaa tai videota, vaikka se olisi otettu työajalla. Silloin jos kuvien ottamisesta kaupungin käyttöön on sovittu jo toimenkuvassa ja/tai se on keskeinen osa työntekijän työtehtäviä, niin voidaan olettaa, että kaupungilla on käyttöoikeudet kuvaan tai videoon. Tekijänoikeudet pysyvät silti kuvan ottajalla.

Työntekijöiden ottamien kuvien käytöstä olisi hyvä olla minimissään jokin kirjallinen jälki, esimerkiksi sähköpostiviesti.

Salon kaupunki suosittelee käyttämään kaupungin oman mediapankin kuvia, joilla on julkaisulupa. Mediapankkiin liittyvissä asioissa auttaa yhteisöpalvelut.

10.4.2 Kuvissa ja videoissa näkyvät henkilöt

Valokuvat ja videot, joissa on tunnistettavia henkilöitä, sisältävät henkilötietoja. Valokuvia ja videoita kuvatessa sekä niitä julkaistaessa tulee ottaa huomioon tietosuojalainsäädännön vaatimukset sekä kuvamateriaalin että kuvauslupien käsittelyssä, säilyttämisessä ja julkaisussa. Lisätietoa aiheesta saat tietosuojavastaavalta ja yhteisöpalveluista.

Kirjallinen kuvauslupa tulee pyytää kaikilta kuvassa tai videossa tunnistettavilta henkilöiltä. Yleisen kuvauslupalomakepohjan saa yhteisöpalveluista. Alaikäisen kuvattavan kohdalla tarvitaan huoltajan suostumus ja 15-17 -vuotiaan kohdalla suostumus sekä kuvattavalta että huoltajalta. Erityisesti koulujen ja päiväkotien tulee huomioida valokuvien ja videoiden käsittelyyn liittyvät vaatimukset. Tilaisuuksissa, joihin ilmoittaudutaan ennakkoon, voidaan ilmoittautumisen yhteydessä pyytää lupa kuvaukseen. Vaikka kuvauslupa olisikin annettu, on kuvatulla henkilöllä myös aina oikeus pyytää kuvansa poistamista esimerkiksi sosiaalisen median kanavista.

On myös huomattava, että kuvausluvista syntyy henkilörekisteri, jota on käsiteltävä lain mukaisesti. Yhteisöpalvelujen ylläpitämän mediapankin osalta kuvauslupien henkilörekisteristä vastaa yhteisöpalvelut.

10.5 Tekoäly

Kaupungin viestinnässä tekoälyä käytetään esimerkiksi verkkosivujen käännöstoiminnoissa ja sisällöntuotannon ideoinnissa. Tekoälyn avulla tehty aineisto tai toiminto merkitään aina selkeästi näkyviin. Julkisesti saatavilla oleviin tekoälytyökaluihin syötetään vain julkiseksi soveltuvaa tietoa.

10.6 Sähköposti

Sähköposti on henkilökohtainen, kirjeeseen verrattavissa oleva viestintäväline ja kuuluu kirjesalaisuuden piiriin. Salon kaupungin ylläpitämä @salo.fi tai @edu.salo.fi-päätteinen sähköposti on tarkoitettu vain työkäyttöön. Myös luottamushenkilöiden käytössä on @salo.fi-sähköpostiosoite. Kaupunki käyttää tätä osoitetta viestittäessään asioita luottamushenkilöille ja on suositeltavaa, että luottamushenkilöt käyttävät tätä osoitetta luottamustoimen hoitamiseen liittyvässä viestinnässä.

Sähköposti ei ole asia- ja asiakasrekisteri eikä arkisto. Huolehdi siitä, että sähköpostissa käsitellyt asiat ja asiakirjat on tallennettu oikeisiin järjestelmiin kuten asianshallintajärjestelmään tai arkistoon, ja poista ne sähköpostista heti kun mahdollista.

10.7 Viestinnän työvälineitä

Yhteisöpalvelut kehittävät, tuottavat ja ylläpitävät erilaisia viestinnän ja markkinoinnin työvälineitä. Näitä ovat muun muassa mainos- ja liikelahjojen verkkokauppa, mediaseuranta- ja tiedotejakelupalvelut, uutiskirjepalvelu, markkinointiviestintätoimistojen ja painatuspalveluiden puitekilpailutukset sekä sähköinen tapahtumakalenteri.

Tiedot kaikista viestinnän ja markkinoinnin sisäisesti tarjoamista palveluista löytyvät kaupungin intranetistä.

Intranetistä löytyvät myös kaikki viestinnän ja markkinoinnin ohjeet sekä ladattavat materiaalit.

11. Viestinnän arviointi ja mittaus

Viestinnän ja markkinoinnin onnistumista on tärkeää seurata säännöllisesti, jotta nähdään niiden tuloksellisuus ja kehittämistoimenpiteet. Mittaamisen keinoja ovat esimerkiksi vaihtuvat kyselyt ja palautekyselyt verkossa, palautteen ja kehitysehdotusten kerääminen, käsittely ja hyödyntäminen, mediaseuranta ja mielikuva- sekä tunnettuustutkimukset.

Arvioinnissa ja mittauksessa seurattavia asioita voivat muun muassa olla:

- Tyytyväisyys viestintään ja yhteistyöhön
- Tiedon tarve, saaminen ja ymmärtäminen
- Tiedon sisältö ja ilme

- Viestinnässä käytettyjen keinojen ja välineiden toimivuus
- Tavoitteiden toteutuminen organisaatiossa tai hankkeessa
- Tiedotteiden läpimeno
- Verkkosivujen käyttäjämäärät
- Sosiaalisen median seuraajamäärä, sitoutumisaste, tavoitettavuus, klikkaussuhde

Kaupunki tekee säännöllisestä sähköistä mediaseuranta, joka kattaa sähköiset lehdet ja sosiaalisen median kanavat.

Tavoitteena on toteuttaa yksi viestintää ja markkinointia koskeva tutkimus vuorovuosittain niin, että joka toinen vuosi tehdään viestinnän toimivuutta koskeva tutkimus ja joka toinen vuosi mielikuvaa mittaava tutkimus. Sisäisen viestinnän arvioinnit toteutetaan yhdessä henkilöstöpalvelujen kanssa. Laajoista mielikuva- ja tunnettuustutkimuksista päätetään erikseen. Lisäksi tutkitaan säännöllisesti verkkopalvelujen saavutettavuutta.

12. Kuntien viestintään liittyvää lainsäädäntöä

Perustuslaki

Kuntalaki

Hallintolaki

Laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta

Tietosuoja laki

Tietosuoja-asetus

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta

Tekijänoikeuslaki

Kielilaki

Laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnassa ja hyvinvointialueella

Alueiden käyttö laki