

Kuntaliiton VERKKOJULKAISU



Kuntaviestinnän opas

Ohjeet kunnan ja kuntapalveluja tuottavan yhteisön viestintään ja markkinointiin

Kansikuva: Heli Sorjonen

ISBN 978-952-293-390-4 (nid.)

ISBN 978-952-293-391-1 (pdf)

© Suomen Kuntaliitto

Helsinki 2016

Painopaikka: Kuntatalon paino

Myynti:

Suomen Kuntaliiton julkaisumyynti

www.kunnat.net/kirjakauppa


Tilausnumero 509481

Suomen Kuntaliitto

Toinen linja 14, 00530 Helsinki

Puh. 09 7711

www.kunnat.net



Sisältö

Opas lisääntyvään vuorovaikutukseen.....	5
Työryhmä	7
1 Viestintä luo yhteisöllisyyttä ja elinvoimaa	8
Viestintä kuuluu kaikille	10
2 Kuntalaki edellyttää avoimuutta ja vuorovaikutusta	11
Viestinnän on kohdeltava kaikkia tasavertaisesti	12
Laki evästä – menetelmät ja aktiivisuus ratkaisevat	12
3 Kuntaviestintä koskee kaikkea kuntatoimintaa.....	15
Kunta on kuntalaiselle luonteva tietolähde	16
Konserniyhtiön kriisi näkyy kunnan maineessa	16
4 Viestinnän roolit määriteltävä	18
Luottamushenkilöt käyvät arvokeskustelua.....	18
Johdolla vastuu päivittäisestä viestinnästä	19
Viestintävastaava hoitaa käytännön viestinnän	19
Esimiehet ovat sisäisen viestinnän avainhenkilöitä	19
Jokainen viestii omalla paikallaan	20
5 Viestintää ideasta valmisteluun ja päätöksentekoon.....	21
Suunnittele valmistelu- ja päätösviestintä	21
Kerro päätöksistä heti.....	23
6 Vuorovaikutus varmistaa päätösten laatua	25
Vuorovaikutus vaatii suunnittelua	25
Asukkaat ja sidosryhmät mukaan jo alkuvaiheessa.....	26
Kuka huolehtii kuntalaisten osallistumisesta?	27
Viestinnällä tärkeä rooli palveluiden kehittämisessä.....	27
7 Neuvonta ja asiakaspalvelu ovat tehoviestintää	30
8 Brändi vahvistaa elinvoimaa, vetovoimaa ja pitovoimaa.....	32
Viestien, ilmeen ja tekojen on oltava yhdenmukaisia.....	32
Visuaalinen ilme luo ja yhdistää mielikuvia	35
Markkinointiviestintä tuo tunnettuutta ja toimintaa	37
Kohdennettua toimintaa eri ryhmille	38
Markkinoinnin keinot monipuolistuvat	39
9 Digiviestintä aina ajan tasalla	41
Suunnittele palvelu käyttäjälähtöisesti ja kehitä sitä koko ajan	42
Sähköiset asiointipalvelut monipuolistavat verkkopalvelua	43
Verkkopalvelun esteettömyys ja helppokäyttöisyys muistettava.....	44

	Verkkopalvelun uudistus ja hankinta.....	44
	Sosiaalinen media perustuu tasavertaisuuteen.....	45
	Sosiaalisessa mediassa organisaation nimissä.....	47
	Työntekijänä sosiaalisessa mediassa	47
	Avoin data auttaa ja kehittää	48
	Avoin data osallisuuden välineenä	49
10	Painettu sana yhä tarpeen, videot yleistyvät.....	50
11	Mediaviestintä tavoittaa laajasti	51
12	Häiriö- ja kriisiviestintä: varaudu ajoissa, reagoi nopeasti.....	53
	Hyvä ohje on lyhyt ja yksinkertainen	53
	Negatiivinen julkisuus: vaikeneminen ei kannata	54
	Työmarkkinahäiriö edellyttää viestintää	54
13	Muutosviestintä sitouttaa tavoitteisiin.....	56
	Muutosviestinnän kohderyhmät.....	57
	Tarkat viestintämenettelyt lomautuksiin ja irtisanomisiin.....	57
	Yt-laista velvoitteita työnantajille	58
14	Henkilöstöviestintä luo työskentelyedellytyksiä	61
	Henkilöstöviestinnälle on monta kanavaa.....	61
15	Viestinnän seuranta ja arviointi auttavat kehittymään.....	63
	Mittareita on monia	63
	Markkinoinnin tuloksellisuus on aina arvioitava	65
16	Viestijän on tunnettava julkisuuslaki ja paljon muuta.....	66
	Vireilläolo ja vaikuttaminen hallintolaissa	66
	Julkisuutta pitää edistää.....	66
	Henkilötietolaki ulottuu verkkoviestintään	67
	Kielilait turvaavat oikeuksia tietoon	67
	Monet erityislait säätelevät viestintää.....	67
	Tekijänoikeuslaki ja kuvaamisen rajoitukset tunnettava	68
	Keskeiset kuntaviestintään liittyvät säädökset	70
17	Lisätietoja.....	84

Miksi kunta viestii ja markkinoi?



Lähde: Porvoon kaupunki

Opas lisääntyvään vuorovaikutukseen

Viestimisen kulttuuri ja välineet ovat ison murroksen keskellä – ja niin on myös kuntatoiminta.

Uudessa kuntalaissa painotetaan vuorovaikutusta. Kuntalaisille on annettava mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa asioiden valmisteluun. Keskeiseksi viestinnän kanavaksi määritellään tietoverkko (internet). Kuntalain säätelemä viestintävelvollisuus kattaa kunnan kaiken toiminnan, riippumatta siitä, miten toiminta on käytännössä organisoitu.

Julkishallinnon viestintä ei ole vain pakko, vaan ennen kaikkea mahdollisuus. Vuorovaikutuksen tarjoamat ideat, näkökulmat ja resurssit on syytä käyttää yhteiseksi hyväksi. Elinvoiman kehittämisessä tarvitaan viestintä- ja markkinointiosaamista. Johtaminen on entistä enemmän yhteispeliä henkilöstön, luottamushenkilöiden, median ja kumppanien kanssa.

Organisaation viestimiseen vaikuttaa toimintaympäristö, jossa kuka tahansa voi toteuttaa henkilökohtaista joukkoviestintää välittömästi ja koska tahansa. Digitalisaatio tarjoaa uusia mahdollisuuksia viestintään, mutta edellyttää myös osaamista, valmiutta ja panostuksia.

Tämä viestintäopas on koko kuntakentän käsikirja toimivaan vuorovaikutukseen. Opas on kirjoitettu viestinnän uusien mahdollisuuksien ja julkisen hallinnon realiteettien ristiaallokossa: resurssit vaihtelevat, mutta pohjimmiltaan kyse on mahdollisuuksien näkemisestä, tahdosta ja taidoista.

Viestinnän periaatteiden ja toimintatapojen hahmottaminen on tärkeä osa organisaation menestystä. Viestinnän ja markkinoinnin ammattilaisten ohella myös muun organisaation viestintätaitoja ja viestinnän lainalaisuuksien ymmärrystä tarvitaan.

Kunnan viestintäperiaatteet on hyvä tuntea peruskunnan koko kumppaniverkostossa. Kun palvelutarjonnan muutoksia tehdään, on samalla tärkeätä sopia myös viestintävastuut.

Oppaaseen on koottu kuntaviestintään liittyvää lainsäädäntöä ja laaja valikoima asiaan liittyvää aineistoa. Opasta täydentävät tiivistetyt ohjeet ja koulutusmateriaalit. Tämä opas tarjoaa myös opiskelijoille lähtökohdat kuntaviestinnän analyysiin ja kehittämiseen. Kuntaviestinnän oppaan ohella käytettävissä ovat Kuntaliiton tuottamat erilliset ohjeet viestinnän ja markkinoinnin eri osa-alueille.

Opas on tehty laaja-alaisessa yhteistyössä, jossa mukana on ollut suuri joukko kuntakentän ja viestinnän tuntijoita, joilta on pyydetty kommentteja kirjoitustyön eri vaiheissa. Lopullisia tekstejä ovat työstäneet kuntien viestintä- ja markkinointiammattilaisista kootun työryhmän jäsenet Kuntaliiton asiantuntijoiden kanssa. Kiitokset kaikille arvokkaasta panoksesta!

Toivomme avointa ja aktiivista viestintähenkä kaikille kuntatoimijoille, ja edelleen jatkuvaa vuorovaikutusta kuntaviestinnän kehittämiseksi.

Muista ainakin:

- 1. Kaikilla on oikeus tietoon ja vuorovaikutukseen.*
- 2. Viestintä lähtee kuntalaisen tarpeista, ei organisaatiosta.*
- 3. Henkilöstö, luottamushenkilöt ja sidosryhmät on pidettävä ajan tasalla.*
- 4. Viestintä alkaa yhteisestä ideoinnista.*
- 5. Viestintää on suunniteltava ja vastuut on pidettävä kirkkaina.*
- 6. Mediaa palvellaan tasapuolisesti ja aktiivisesti.*
- 7. Perustiedot palveluista ovat verkossa joka hetki kunnossa.*
- 8. Sosiaalinen media on media muiden joukossa – harkitse mitä julkaiset.*
- 9. Maine syntyy arkipäivän teoista – brändityö vahvistaa elinvoimaa.*
- 10. Viestinnän on oltava selkeätä – erityisesti poikkeustilanteissa.*

Työryhmä

Antero Alenius, kunnanjohtaja, Hämeenkyrön kunta
Maria Backman, ma viestintäjohtaja (8/2015 asti), Vaasan kaupunki
Juha Elo, markkinointipäällikkö, Turun kaupunki
Aino-Marja Kontio, viestintäpäällikkö, Porvoon kaupunki
Alina Kujansivu, II kaupunginsihteeri, viestintäjohtaja, Lappeenrannan kaupunki
Antti Leskinen, kuntademokratian kehittämisspäällikkö, Tampereen kaupunki
Saara Malila, viestintäjohtaja, Turun kaupunki
Suvi Markko, viestintäpäällikkö, Vaasanseudun Kehitys Oy VASEK (eri roolissa 9/2015 lähtien)
Anna-Maria Maunu, viestintäjohtaja, Tampereen kaupunki
Senni Moksus, viestintäsuunnittelija, Lahden kaupunki
Helinä Mäenpää, viestintäjohtaja, Jyväskylän kaupunki
Jenni Mäenpää, palvelumuotoilija, Vantaan kaupungin tietohallinto
Eeva Mäntymäki, viestintäpäällikkö, Kainuun liitto ja Kainuun sote
Marie Sandberg, tiedottaja, Raaseporin kaupunki
Kirsi Soininen, markkinointijohtaja, Kuopion kaupunki
Satu Tähtinen, verkkotiedottaja, Oulun kaupunki

Margareta Björklund, tiedottaja, Suomen Kuntaliitto
Tony Hagerlund, verkkoviestintäpäällikkö, Suomen Kuntaliitto
Milla Ikonen, tiedottaja, Suomen Kuntaliitto
Kaisa Koskela, työmarkkinatiedottaja, KT Kuntatyönantajat
Pi Krogell-Magni, tiedotuspäällikkö, Suomen Kuntaliitto
Merja Olari-Sintonen, asiakaspalvelupäällikkö, Suomen Kuntaliitto (eri roolissa 9/2015 lähtien)
Jari Seppälä, viestintäjohtaja, Suomen Kuntaliitto, työryhmän puheenjohtaja
Ida Sulin, lakimies, Suomen Kuntaliitto
Elisa Kettunen, erityisasiantuntija, Suomen Kuntaliitto
Suvi Veramo, viestintäpäällikkö, KT Kuntatyönantajat

1 Viestintä luo yhteisöllisyyttä ja elinvoimaa

Julkisuus,	informaatio	vai vuorovaikutus?
Onko viestinnän tarkoitus täyttää viranomaisen velvollisuudet,	vaikuttaa kuntalaisen toimintaan vai	aktivoida kuntalaista?
Onko kuntalainen alamainen,	asiakas	vai asiantuntija?
Onko viestintä lakisääteinen pakko,	palvelun apuväline	vai osa palvelun kehittämistä?
Määritteleekö viestinnän tarpeen viranomaisen,	palveluorganisaatio	vai kuntalainen?

Yksisuuntaisesta kunnallisesta tiedottamisesta on tultu kaksisuuntaiseen ja vuorovaikutteiseen viestintään, jossa kuntalainen määrittelee viestinnän tarpeen ja on tasavertainen keskustelija ja asiantuntija itseään koskeissa asioissa. Edelleenkin on tärkeä huolehtia palveluviestinnästä, jotta kuntalainen tietää, mitä palveluita hän voi saada, mistä ja milloin. Kaiken ulkoisen viestinnän perustana on toimiva sisäinen viestintä; samalla henkilöstöviestintä parantaa henkilöstön työskentelyedellytyksiä.

Viestintä on strateginen työväline. Se on demokratian ja palvelun edellytys sekä välttämätöntä kaikessa uudistamisessa. Oikea-aikainen viestintä varmistaa asioiden hyvän valmistelun ja päätöksenteon. Viestintä on keskeinen johtamisen väline, ja vuorovaikutuksen merkitys johtamisessa korostuu entisestään. Nykyaikaisia viestintämahdollisuuksia aktiivisesti hyödyntävä julkinen hallinto herättää myös luottamusta kuntalaisissa ja sidosryhmissä.

Kunta on kuntalaisia varten, ja kuntalaisten tulee voida osallistua yhteisten asioiden käsittelyyn. Edustuksellista demokratiaa täydentävät monet suoran osallistumisen keinot. Niillä saadaan kuntalaistietoa ja uusia näkökulmia, ideoita ja jopa innovaatioita. Suunnitelmallinen vuorovaikutus asioiden valmistelijoiden, kuntalaisten ja luottamushenkilöiden kesken rakentaa tervettä pohjaa päätöksenteolle. Lopulta kuntalaisten valitsemat edustajat ottavat vastuun kokonaisuuden kannalta parhaiksi arvioiduista ratkaisuista. Selkeillä

pohjatiedoilla on olennainen merkitys. Tavoitteet, vaihtoehdot ja vaikutukset on pystyttävä esittämään ymmärrettävästi ja havainnollisesti.

Avoim ja kuunteleva viestintä helpottaa kaikkea kunnan johtamista. Ymmärrettävät perustelut helpottavat asioiden käsittelyä ja päätöksentekoa. Selkeä asioiden esittäminen vähentää kyselyjä ja valituksia. Rakentava keskustelu ja väärinkäsitysten välttäminen luovat myönteistä ilmapiiriä ja hyvää kuntakuvaa. Aktiivinen viestintä tukee monipuolista ja asiallista julkista keskustelua.

Kunnalla on entistä suurempi rooli alueensa elinvoiman kehittämisessä. Perinteinen elinkeino- ja matkailumarkkinointi on tärkeää, ja sen rinnalla vahvistuu muiden elinvoiman tekijöiden viestiminen: asuminen, palvelut, liikenne, ympäristö, harrastusmahdollisuudet, kulttuuri ja henkinen ilmapiiri. Tehokkainta viestintää on tyytyväisten kuntalaisten, yritysten ja vieraiden suora puhe omalle lähipiirilleen. Sosiaalinen media on tärkeä paikkakunnan maineen rakentaja, mutta myös ammattimaista markkinointia tarvitaan esimerkiksi alueen vahvuuksien esille nostamiseksi.

**Kaikessa viestinnässä on olennaista pitkäjänteisyys. Jokainen tiedote ei aina päädy heti uutiseksi, eivätkä kaikki tavoitteet toteudu hetkessä. Maine rakentuu monista tekijöistä ja kokemuksista pitkän ajan kuluessa. Johdonmukaisuus ja toisto varmistavat viestin perillemeno, rakentavat uskottavaa mielikuvaa ja luovat luottamusta. Kaiken viestinnän tulee perustua tosi-asioille, ja kielteisetkin ilmiöt on käsiteltävä. Tehokas kriisiviestintä kasvat-
taa hyvää johtamismainetta.**

Viestintä ylläpitää osaltaan asukkaiden hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Onnistunut viestintäilmiö synnyttää myönteisen, itseään vahvistavan kierteen, joka näkyy maineessa ja vetovoimassa. Kunnan maine tukee alueen kehittämistä ja luo elinvoimaa.

Viestintäosaaminen on nykyään välttämätön osa johtavien viranhaltijoiden ammattitaitoa. Mediataitojen hankkiminen kuuluu oman osaamisen kehittämiseen. Julkiseen kuntatyöhön liittyy niin paljon viestintää, että se osaltaan lisää kunta-alan houkuttelevuutta.

Eräessä kaupungissa vastattiin muutamassa minuutissa verkkopalvelussa esitettyyn kysymykseen. Kysyjä vastasi yhtä nopeasti: "Pelkästään näin nopean vastauksen takia olisin valmis muuttamaan sinne!"

Viestintä kuuluu kaikille

Julkisuutta ei voi kukaan hallita. Erityisesti sosiaalisessa mediassa kaikenlaiset puheenvuorot ovat mahdollisia. Kuntaviestijöiden ja -päättäjien on syytä seurata julkista keskustelua herkällä korvalla ja osallistua siihen tarvittaessa asiantiedon oikeellisuuden varmistamiseksi. Mielipidekeskusteluun tulee suhtautua maltillisesti.

Monipuolisen valmistelun, tasapainoisen kehityksen ja yhteisöllisyyden kannalta on tärkeää muistaa erilaiset asukasryhmät sekä muut kunnassa toimivat tahot ja ulkoiset sidosryhmät. Asukkaiden aktiivisuus on vahvuus ja mahdollisuus kunnan kehittämiseksi ja kilpailukyvyllä. Erilaiset vuorovaikutusverkostot täydentävät kunnan omia viestinnän voimavaroja. Viestinnällä myös aktivoidaan kuntalaisia pitämään huolta elinympäristöstään, itsestään ja toisistaan.

Julkishallinnon luonnollisena ja ensisijaisena lähtökohtana on toiminnan julkisuus ja läpinäkyvyys. Toiminta on yhteisten asioiden hoitoa, joka perustuu pääosin verorahoitukseen. Siksi vallankäytön hyväksyttävyyden on toiminnan peruslähtökohta.

Hallinnon on muistettava aina turvata yksilön tietosuoja ja yksityisyyden suoja sekä elinkeinoelämän kanssa toimittaessa yrityksen liikesalaisuuksien säilyminen. Silloin kun kunta itse on kilpailutilanteessa, on tietosuoja myös kunnalla itsellään kilpailutilanteen ajan.

Viestintästrategia – osa kuntastrategiaa

Viestintäohje – yleiset, eri tilanteisiin ja tehtäviin sopivat periaatteet

Viestintäsuunnitelma – yhden asian tai ajanjakson toimenpiteet

Viestintäopas – käytännön ohjeet

2 Kuntalaki edellyttää avoimuutta ja vuorovaikutusta

Uuden kuntalain kaikki säännökset ovat käytössä valtuustokauden alkaessa 1.6.2017. Lain keskeisiä tavoitteita ovat valmistelun avaaminen ja kaksisuuntainen vuorovaikutus. Viestinnän merkittävimmät arvot mainitaan lain perusteluissa: ”Aktiivinen, monikanavainen, riittävä, ymmärrettävä ja oikea-aikainen viestintä luo edellytyksiä osallistumiselle ja vaikuttamiselle”.

Kuntalaki 29 § Viestintä

Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoa 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 verkko- viestinnässään 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.

Viestintäpykälä koskee siis kaikkea kunnan toimintaa. Kunnan toiminta määritellään laissa niin, että se kattaa kaiken, missä kunta on mukana. Tiedottaminen, valmistelun avoimuus ja vuorovaikutus ulottuvat siis myös kuntayhtiöihin, kunnallisiin yhtiöihin ja yhteistyöhankkeisiin.

Vanhaan kuntalakiin verrattuna uudessa laissa korostuu kuntalaisten oikeus osallistua päätösten valmisteluun. Olennainen lähtökohta on, että tiedot kuntalaisten käytettävissä olevista osallistumisen ja vaikuttamisen keinoista pitää olla helposti saatavilla, esimerkiksi selkeästi jäsennehtyinä yleisessä tietoverkossa eli internetissä.

Tehokkainta vuorovaikutus on asioiden valmistelun alkuvaiheissa, jolloin osallistumisella on vielä paljon merkitystä ja vaikutusta. Kuntalaki edellyttää, että viimeistään asian tullessa jonkin toimielimen käsittelyyn ja esityslistan valmistuttua asiasta on annettava tietoa yleisessä tietoverkossa. Tämä on

käytännöllisintä hoitaa julkaisemalla esityslistat liitteineen internetissä osana asianhallinnan sähköistä prosessia. Merkittävimpiä asioita on syytä nostaa erikseen ja näyttävämmiin esille.

Viestinnän on kohdeltava kaikkia tasavertaisesti

Kunnan viestinnässä pitää ottaa huomioon yhdenvertaisuusvaatimukset. Selkeä ja ymmärrettävä kieli on peruslähtökohta, jota tulee jatkuvasti vaalia. Virkakieltä pitää kehittää kohti yleiskieltä, ja varsinaiseen viestintäkäyttöön tekstiä on muokattava ja täydennettävä taustatiedoilla, esimerkeillä ja kuvituksella.

Tekstiä kannattaa myös muokata selkokieliseksi, erityisesti niitä kuntalaisia ajatellen, joilla on vaikeuksia suomen/ruotsin kielen kanssa. Suomessa on noin puoli miljoonaa ihmistä, jotka tarvitsevat selkokieltä arkielämässään ja kymmeniä tuhansia, joiden äidinkieli on viittomakieli.

Laki velvoittaa ottamaan viestinnässä huomioon eri asukasryhmien tarpeet. Tämä tarkoittaa eri ikäryhmiä, asuinalueita, kieliryhmiä, erilaisia yhteisöjä sekä näkö-, kuulo- ja muita vammaisia. Kunnan viestintäohjeessa on hyvä luetella ne ryhmät, jotka kunnan viestinnässä pitää muistaa. Erityisesti tulee muistaa kohdistaa ja tehostaa viestintää silloin, kun viestittävät asiat koskevat nimenomaan erityisryhmiä.

Laki evästä – menetelmät ja aktiivisuus ratkaisevat

Kuntalaki antaa kunnalliselle viestinnälle raamit. Lain henki edellyttää aktiivisuutta ja johdon sitoutumista viestintään. Viestinnälle pitää luoda toimivat menetelmät. Hallituksen esityksessä (268/2014) korostetaan, että ”Yksilöiden kannalta on tärkeää, että hallinto toimii tehokkaasti ja että hallinnollisessa päätöksenteossa noudatettavat viestinnän tavat ovat toimivia, joustavia ja myös läpinäkyviä.”

Kunnan pitää myös kertoa, miten viestintä on toteutettu kunnassa. Kuntalaki antaa paljon evästyksiä viestinnän toteutukseen, mutta harkintavalta viestinnän toteuttamisessa on laaja.

Kuntalain 90 §:n mukaan hallintosääntöön on otettava tarpeelliset määräykset kunnan viestinnän periaatteista. Hallintosäännössä on syytä tarkentaa kunnanhallituksen asemaa viestinnästä vastaavana ja yleisohjeita antavana toimielimenä. Muut toimielimet voivat kuitenkin viime kädessä itse päättää viestinnästä ja valmistelun julkisuuden toteuttamisesta omiin asiakirjoihinsa liittyen. Toimielimen vastuulla on luoda omalla toimialallaan edellytykset läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa.

Kuntalain 47 §:n mukaan myös konserniohjeissa voidaan antaa tarpeelliset määräykset tiedottamisesta.

Kuntalain 84 §:n mukaan johtavilta luottamushenkilöiltä ja viranhaltijoilta kerätään kunnissa sidonnaisuusilmoituksia. Tarkastuslautakunta kerää ja vie ne valtuustolle tiedoksi. Kunnalla on lain nojalla velvollisuus julkaista nämä sidonnaisuusilmoitukset tietoverkossa.

Myös kunnan ilmoitukset keskitetään sähköisesti nähtäville. Kuntalain 108 §:n mukaan kunnan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne yleisessä tietoverkossa, jollei salassapidosta muuta johdu sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla. Ilmoitusten on oltava yleisessä tietoverkossa vähintään 14 vuorokautta, jollei asian luonteesta muuta johdu. Ilmoituksen sisältämät henkilötiedot on joka tapauksessa poistettava tietoverkosta kuten kokousasiakirjojenkin osalta toimitaan. Tehokas viestintä edellyttää kuitenkin, että ilmoituksia julkaistaan tarpeen mukaan myös muissa välineissä ja niiden sisältämiä asioita viestitään muilla tavoilla.

Kuntalain 109 §:n mukaan kunnan järjestämiä palveluja sekä kunnan toimintaa koskevat keskeiset tiedot on julkaistava yleisessä tietoverkossa. Pykälän mukaan ainakin seuraavat tiedot on oltava saatavilla yleisessä tietoverkossa:

- kuntastrategia
- hallintosääntö
- talousarvio ja -suunnitelma
- tilinpäätös
- tarkastuslautakunnan arviointikertomus
- tilintarkastuskertomus
- kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset
- konserniohje
- luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset
- luottamushenkilöiden palkkioiden ja korvausten perusteet
- palveluista perittävät maksut.

Uusi kuntalaki säättää myös päätösviestinnästä. Kuntalain 140 §:n mukaan valtuuston, kunnanhallituksen ja lautakunnan sekä kuntayhtymän ylimmän toimielimen pöytäkirja siihen liitettyine oikaisuvaatimusohjeineen tai valitusosoituksineen julkaistaan yleisessä tietoverkossa, jollei salassapidosta muuta johdu. Jos asia on kokonaan salassa pidettävä, pöytäkirjassa julkaistaan ainoastaan maininta salassa pidettävän asian käsittelystä. Kuntayhtymissä myös muiden toimielinten pöytäkirjoja voidaan julkaista yleisessä tietoverkossa.

Myös päätösviestinnässä täytyy huolehtia siitä, että pöytäkirjassa julkaistaan ainoastaan tiedonsaannin kannalta välttämättömät henkilötiedot. Pöytäkirjan sisältämät henkilötiedot on poistettava yleisestä tietoverkosta oikaisuvaatimus- tai valitusajan päättyessä.

Viestintä ja yksityiselämän suoja

Kuntaliitto on katsonut, että yksityiselämän suoja on perustuslain nojalla kuntalain viestintävelvollisuutta painavampi. Tämä on syytä ottaa erityisesti huomioon silloin, kun valmistelulla tai päätöksillä on yhteyksiä luonnollisiin henkilöihin ja kun esityslistan tai pöytäkirjan teksti sisältää henkilötietoja.

Kunnan yhteisten asioiden hoitoon liittyvistä päätöksistä ja niiden valmistelusta on tiedotettava. Yksityishenkilöitä ja -asioita koskevista päätöksistä ei yleensä ole tarpeellista edes lain viestintävelvollisuuden nimissä tiedottaa, koska näillä päätöksillä ei ole vaikutuksia laajemmin. Poikkeuksia tähän pääsääntöön toki on: esimerkiksi kunnan keskeisiin virkavalintoihin liittyy selkeä tiedottamisintressi.

Kunnan viestintävelvollisuuden ja yksityiselämän suojan suhdetta arvioidaan tapauskohtaisesti.

Verkojulkaiseminen perussääntö

Vaikka asiakirjat tai tiedot ovat julkisia, se ei tarkoita, että ne voi julkaista verkossa. Julkisuuden lisäksi täytyy arvioida asiakirjan tai tiedon merkitys yksityisyyden suojan kannalta.

Henkilötiedon julkaiseminen verkossa

Henkilötieto voi olla julkinen tai salassa pidettävä. Julkisiakaan henkilötietoja ei saa tarpeettomasti julkaista verkossa. Henkilötiedot tulee poistaa julkaistavista asiakirjoista ennen julkaisemista.

Kunnan tiedottamisintressi oikeuttaa julkaisemaan henkilötietoja. Jos tiedottamisintressin kannalta on välttämätöntä julkaista henkilötietoja sisältävä asiakirja verkossa, henkilötiedot kuitenkin poistetaan tehokkaan tiedottamisen jälkeen. Henkilötietoja sisältävät kokousasiakirjat on hyvä poistaa verkosta viimeistään vuoden kuluttua julkaisemisesta.

Henkilörekisterin julkaiseminen verkossa ja muu sähköinen luovutus, esim. sähköpostitse

Henkilörekisteritietojen julkaiseminen verkossa tai lähettäminen avoimessa sähköpostissa on henkilötietojen sähköistä luovuttamista, joka edellyttää joko asianomaisten suostumusta tai henkilötietojen luovuttamiseen oikeuttavaa, laissa säädettyä, perustetta.

3 Kuntaviestintä koskee kaikkea kuntatoimintaa

Uuden kuntalain mukaan ”kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille.” Kunnan toiminnaksi laki määrittelee:

- kunnan ja kuntakonsernin toiminnan
- osallistumisen kuntien yhteistoimintaan
- muun omistukseen, sopimukseen ja rahoittamiseen perustuvan toiminnan.

Kuntien on aiempaa tarkemmin suunniteltava viestintäänsä konsernin ja yhteistyökumppaniensa kanssa ja määritettävä vastuut eri toimijoiden kesken, sillä vaikka kunnan oma rooli palvelujen järjestäjänä ja tuottajana pienenee, kuntalaisten oikeudet tietoon eivät katoa. Viestinnän näkökulmasta kunnan rooli jopa vahvistuu, vaikka se palveluiden tuottamisen näkökulmasta supistuu.

Viestinnän näkökulmasta tärkeitä huomioitavia asioita ovat kuntalain kohdat, joiden mukaan valtuuston hyväksymässä kunnan konserniohjeessa kuuluu muun muassa määrätä:

- tiedottamisesta ja kunnan luottamushenkilöiden tiedonsaantioikeuden turvaamisesta
- kunnan tytäryhteisöjen hyvästä hallinto- ja johtamistavasta.

Kunnan konserniohje on jatkossa pakollinen. Käytännössä tämä merkitsee, että jokaisessa kunnassa on mietittävä, millä tavoin kunnan omistamien yhtiöiden halutaan toimivan viestintäasioissa ja mikä on työnjako kunnan omistamien yhtiöiden ja kunnan välillä esimerkiksi kriisiviestintätilanteessa.

Verkostomaiset rakenteet asettavat suuria haasteita kuntien perinteisille tavoille johtaa konsernia ja viestiä sen toiminnasta. Johtamiseen kuuluu kunnan oikeus saada tietoja palveluja järjestäviltä tytäryhteisöiltään ja kunnalle palveluja tuottavilta yrityksiltä.

Omistajaohjauksella on huolehdittava siitä, että kunnan tytäryhteisön toiminnassa otetaan huomioon kuntakonsernin kokonaisuus. Viestinnän näkökulmasta *kokonaisuus* sisältää sen, että kuntakonsernin yhtiöiden toiminta ja toiminnasta viestiminen ovat linjassa kunnan tavoitteiden kanssa. Käytännössä tämä merkitsee ennakkoon sovittuja toimintatapoja muun muassa siitä,

- miten kunnan strategiaa ja viestinnän periaatteita toteutetaan koko konsernin viestinnässä
- kuka vastaa konserniyhtiön viestinnästä
 - a. konserniyhtiön sisällä
 - b. suhteessa uutisvälineisiin ja muuhun mediaan
 - c. suhteessa yhtiön asiakkaisiin (esim. verkossa, painotuotteissa, sosiaalisessa mediassa)
 - d. suhteessa yhtiön luottamuselimiin ja kunnan luottamuselimiin
 - e. suhteessa sidosryhmiin
 - f. kriisiviestintätilanteissa (kriisit heijastuvat nopeasti emo-organisaation eli kunnan maineeseen)
- kuka määrittää yhtiön visuaaliseen ilmeeseen ja brändiin liittyvät asiat (onko kunnalla jokin koko kuntakonsernia koskeva ohje vai onko yksittäisillä yhtiöillä omat ohjeet).

Ylipäätään tilanteissa, joissa kunnan toimintaa hoitaa jokin muu taho, on tärkeä määrittää jo sopimusvaiheessa viestinnän pelisäännöt ja vastuut eri toimijoiden kesken.

Kunta on kuntalaiselle luonteva tietolähde

Kuntapalvelujen parissa toimivien organisaatioiden toiminnasta on viestittävä asukkaiden eli kuntalaisten näkökulmasta. Palvelun käyttäjän ei tarvitse tuntea taustaorganisaatioiden keskinäisiä järjestelyjä löytääkseen hänelle tarkoitetun palvelun. Tieto kaikesta kunnan toiminnasta pitää löytyä kunnan verkkosivujen kautta. Kaikissa tilanteissa viestinnän vastuista ja yhteistyöstä on sovittava selkeästi.

Viestinnällä on merkittävä rooli osana konsernin toiminnan ohjausta, seuranta ja erityistilanteiden hallintaa. Vaikka kuntakonserniin kuuluvien tytäryhtiöiden yhteiskunnallinen perustehtävä ja liiketoiminnan laajuus voivat vaihdella merkittävästi, on kunnan maineen näkökulmasta tärkeää, että jokainen konsernin osa noudattaa omassa toiminnassaan toimintatapoja, jotka ovat kunnan arvojen mukaisia.

Konserniyhtiön kriisi näkyy kunnan maineessa

Kriisitilanteessa konserniyhtiöiden toiminnan epäkohdat heijastuvat kuntaan ja sen maineeseen. On suositeltavaa, että kuntakonsernissa laaditaan kriisitilanteita varten suunnitelma, jossa otetaan huomioon eri toimijoiden roolit konserniyhtiöissä.

Yllättävää tilannetta voidaan hallita paremmin, jos eri toimijoiden roolit ja yhdessä noudatettavat toimintatavat on määritelty jo ennalta. Sovittavia asioi-

Vaasan kaupungin konserniohje, viestintä

Kaupunkikonsernin toiminnasta on annettava kuntalaisille sellaiset riittävät tiedot, mitkä yhteisön asema ja toimintojen turvaaminen huomioon ottaen voidaan antaa. Tytär- ja osakkuusyhteisön viestinnän on tuettava kaupungin strategian toteutumista.

Yhteisö tiedottaa itse asioistaan asiakkailleen ja sidosryhmilleen. Yhteisöllä tulee olla oma viestintäsuunnitelma ja viestinnän tavoitteet yhteisön toiminnan laajuuden huomioiden.

Kaupungin viestintäyksikkö tukee yhteisön viestintää ja tavoitteita omalla viestinnällään esim. kertomalla yhteisön ajankohtaisista asioista verkkosivuillaan ja muussa tiedotuksessaan.

ta ovat esimerkiksi se, missä tilanteissa kunnan poliittinen tai virkamiesjohto ottaa kantaa konserniyhtiöiden toimintaan tai puhuu yhtiöiden puolesta julkisuudessa ja missä vaiheessa kunnan tai kaupungin viestintähenkilöstö tukee tytäryhtiöiden viestintätoimenpiteitä.

Kuntayhtymät ja tulevat itsehallinnolliset maakunnat vastaavat merkittävistä palveluista, jotka perustuvat demokraattiseen päätöksentekoon ja pääosin verorahoitukseen. Kaikki valmisteluun liittyvä viestintä ja vuorovaikutus, palveluviestintä sekä erityistilanteiden viestintä tulee vastuuttaa ja toteuttaa kuntaviestinnän periaatteiden mukaan.

On myös hyvä sopia viestintävastuut julkishallinnon, yksityisten palveluntuottajien sekä kolmannen sektorin kesken niin paikallisella kuin alueellisellakin tasolla. Alueellisen elinvoiman kehittäminen edellyttää yhteistyötä viestinnässä ja markkinoinnissa. Keskeisten toimijoiden on sovittava yhteisistä perusviesteistä, brändistä ja pelisäännöistä.

On suositeltavaa, että kunnan ja konserniyhtiön viestintäammattilaiset sopivat kunnan ja kunnan yhtiöiden välisestä konkreettisesta työnjaosta valtuuston hyväksymien viestintää koskevien konserniohjeiden pohjalta. Myös kriisiviestinnän pelisäännöistä on sovittava. Jos kunnan yhtiössä ei ole päätoimista viestintäasiantuntijaa, on myös sovittava, kenellä on yhtiön osalta viestintävastuu.

Muista nämä:

- Kuntalaisen pitää saada tietoa palveluista riippumatta siitä, mikä organisaatio ne tuottaa.
- Kun palveluja organisoidaan uudelleen, on sovittava viestintävastuista ja -yhteistyöstä.
- Kuntakonsernilla on oltava yhtenäiset perusviestit, brändit ja viestinnän pelisäännöt.
- Kriisitilanteessa konserniyhtiöiden toiminta ja kaikki kunnan toimintaan liittyvä epämääräisyys heijastuu kunnan maineeseen.

4 Viestinnän roolit määriteltävä

Nykyisessä vuorovaikutuksen maailmassa, jossa jokainen viestii, on entistä tärkeämpää, että organisaatiossa määritellään viestinnän vastuut ja roolijako. Poliittisessa keskustelussa on myös tärkeää hahmottaa faktojen ja mielipiteiden ero. Virkakoneiston on tarjottava faktoja – niin myönteisiä kuin kielteisiäkin – ilman henkilökohtaisia tai poliittisia painotuksia.

Kuntaliiton valmisteleva hallintosääntömalli sanoo viestinnästä:

Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Toimielimet luovat omilla tehtäväalueellaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa.

Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja sekä toimielinten tehtäväalueiden johtavat viranhaltijat huolehtivat siitä, että kunnan asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmistelussa. Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.

Luottamushenkilöt käyvät arvokeskustelua

Kunnassa valtuusto ja muissa organisaatioissa vastaava ylin päättävä elin luovat mahdollisuudet viestintään talousarvion, toimintasuunnitelman sekä strategian ja hallintosäännön avulla. Operatiivisesta toiminnasta vastaava hallitus linjaa viestinnän ja markkinoinnin toteutusta hyväksymällä esimerkiksi viestintäohjelman ja -ohjeet.

Luottamushenkilöiden rooli on tärkeä arvo- ja linjakeskusteluissa sekä avoimen viestintäilmiön aikaansaamisessa. Valmistelu- ja päätösviestinnässä on kuitenkin noudatettava suunnitelmallisuutta, korrektaa ja yhtenäistä linjaa sekä lakeja. Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa.

Poliittisten päättäjien rooliin kuuluu visiointi ja kommentointi heidän omasta näkökulmastaan. Kunta voi avustaa poliittisia valtuustoryhmiä muun muassa viestinnän käytännön järjestelyissä. Luottamushenkilöiden yhteystiedot on julkaistava, kun heillä on esimerkiksi kunnan antamat sähköposti-osoitteet.

On myös hyvä muistaa, että poliittiset luottamushenkilöt toimivat työnantajan roolissa, ja heidän toiminnallaan on merkitystä erityisesti henkilöstön motivoinnissa.

Johdolla vastuu päivittäisestä viestinnästä

Käytännön viestintävastuu on toimivalla johdolla ja viestintähenkilöstöllä. Toimiva johto vastaa viime kädessä päivittäisestä palvelu- ja päätösviestinnästä. Monissa organisaatioissa toimiva johto on käytännössä myös viestinnän toteuttaja. Johtajalla on kuitenkin aina hyvä olla tukena viestintävastaava, joka isommissa organisaatioissa toimii käytännössä hyvin itsenäisesti vastuullisena viestijänä..

Viestintävastaava hoitaa käytännön viestinnän

Jokaisella organisaatiolla on hyvä olla nimetty viestintävastaava, joka voi olla päätoiminen tai sivutoiminen tiedottaja tai kokonaan muuta tehtävää hoitava henkilö. Organisaation tai toimielimen viestintävastaavan on oltava mukana johtoryhmätyöskentelyssä. Näin viestintää voidaan suunnitella hyvissä ajoin jo asioiden valmistelun käynnistyessä, ja myös ajankohtaisiin kysymyksiin voidaan puuttua viestinnän keinoin heti. Viestintävastaavalla tulee olla itsenäinen asema viestinnän linjausten toteuttamisessa, mutta julkiset kannanotot merkittävistä kysymyksistä kuuluvat ylimmälle johdolle. Viestintävastaava on johdon valmentaja ja taustatuki ammattimaisen viestinnän kysymyksissä.

Viestintä kuuluu kaikille organisaation jäsenille. Viestinnän ammattilaisten työ painottuu yhä enemmän itse tekemisestä kouluttamiseen ja sparraamiseen. He valmentavat johtoa ja koko organisaatiota viestimään.

Viestintävastaava huolehtii siitä, että kunnassa on käytössä toimivat ja monipuoliset viestintäkanavat ja riittävästi keskustelufoorumeja. Viestintävastaava on julkaisujen ja verkkosivujen päätoimittaja ja hoitaa käytännön mediayhteyksiä. Viestintävastaava koordinoi ja kehittää organisaation muuta viestintää ja vetää kuntakonsernin viestintäverkostoja.

Esimiehet ovat sisäisen viestinnän avainhenkilöitä

Organisaation sisäisessä viestinnässä esimiehillä on keskeinen ja vaativa rooli. Tässä työssä esimiehet tarvitsevat tukea. Esimies on linkki johdon ja henkilöstön välillä. Rooli vaatii herkkyyttä kuulla ja ymmärtää henkilöstön tarpeita ja viestejä, toisaalta pitää ymmärtää kokonaisuus koko kunnan toiminnan ja johtamisen näkökulmasta. Kasvokkain viestintä, läsnäolo ja vuorovaikutus korostuvat. Vastuu työyhteisöviestinnän kehittämisestä ja koordinoinnista on viestintävastaavalla yhdessä henkilöstöjohton kanssa. Kunkin toimintayksikön esimies vastaa oman yksikkönsä työyhteisöviestinnästä. Henkilökunnalla on oma tärkeä roolinsa ja velvollisuus itse aktiivisesti etsiä, kysellä ja välittää tietoa kollegoilleen.

Jokainen viestii omalla paikallaan

Jokainen organisaation jäsen on viestijä omassa työroolissaan: uutismedian haastateltavana omasta työstään, henkilöstön keskuudessa yhteishengen kehittäjänä, kuntalaisten kanssa asioidessaan, omassa lähipiirissään ja sosiaalisessa mediassa työasioista keskustellessaan.

Jokainen tietystä palvelukokonaisuudesta vastuullinen henkilö huolehtii siitä, että omaa työtä koskevat tiedot ovat ajan tasalla julkisilla ja sisäisillä verkkosivustoilla.

Julkiseen keskusteluun osallistuminen on kaikkien oikeus, mutta oma rooli, sen edellyttämä asenne ja korrekti toimintatapa työnantajaa kohtaan on syytä muistaa. Varsinaiset lausunnot organisaation toiminnasta antaa aina toiminnasta vastaava johto. Viestinnän vastuista ja järjestelyistä voidaan määrätä hallintosäännössä, konserniohjeissa ja viestintäohjeissa.

Muista nämä

- Jokaisella kuntaorganisaation jäsenellä on oma roolinsa kunnan viestinnässä.*
- Viestinnän vastuista ja roolijaosta on tärkeää sopia.*
- Käytännön viestintävastuu on toimivalla johdolla ja viestintähenkilöstöllä.*

5 Viestintää ideasta valmisteluun ja päätöksentekoon

Kuntalaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat osallistua päätösten valmisteluun. Vuoro-vaikutus alkaa jo ideoiden esittämisestä ja vastaanottamisesta.

Mitä hyötyä on varhaisesta julkisuudesta?

- Kuntalainen saa tietoa ja voi vaikuttaa.
- Valmistelija saa uusia ideoita ja näkökulmia.
- Henkilöstö hahmottaa kunnan tilanteen kokonaisuuden.
- Luottamushenkilö saa monipuolista informaatiota ennen päätöksentekoa.
- Kunta on aktiivinen toimija yhteiskunnassa.
- Sidosryhmät pystyvät suunnittelemaan omaa toimintaansa.

Suunnittele valmistelu- ja päätösviestintä

Valmisteluvaiheen yleistä viestintää edellyttävät erityisesti kuntalaisten elämään laajasti vaikuttavat asiat, kuten palveluihin, palveluverkkoon, kaa-voitukseen ja kaupungin kehittämiseen liittyvät päätökset. Luonnollisesti kunkin asian kohdalla on selvitettävä suoraan asiaan osalliset ja informoitava heitä erikseen.

Päätöksentekoa edeltävä julkisuus auttaa luottamushenkilöitä saamaan monipuolista palautetta jo ennen ratkaisujen tekoa, ja heidän tulisi edellyttää valmistelijoilta esitysten tuomista julkisuuteen jo ennen kokouskäsittelyä. Valmistelujulkisuus lisää valmistelun laatua ja luotettavuutta.

Valmisteluvaihe kiinnostaa mediaa ja kuntalaisia enemmän kuin valmiit asiat. Huolellinen valmisteluviestintä saa näkyvyyttä, tekee asiat tutuiksi prosessin kuluessa ja säästää työtä päätösvaiheen viestinnässä.

Osallistumiseen kannustava viestintä alkaa siitä, että kuntalaisten mielihpidettä kysytään ja heille tarjotaan mahdollisuus esittää vaihtoehtoja. Myös pohjatietojen tarjoamista avoimena datana kannattaa harkita valmistelun alkuvaiheissa.

Aktiivista viestintää on ylläpidettävä silloinkin, kun ei ole erityisesti uutta kerrottavaa, jotta huhut eivät täytä tyhjiötä. Nopeatempoisessa mediamaailmassa on syytä pitää valmisteltavien asioiden ja päätösehdotusten viestinnän

aloite omissa käsissä.

Valmisteluvaiheen viestintään on hyvä tehdä viestintä- ja osallistumissuunnitelma, joka sitten jatkuu saumattomasti päätösviestintään. Viestintäsuunnitelmassa hahmotellaan valmistelun, viestinnän ja osallistumisen aikataulu sekä keinot ja erikseen informoitavat tahot sekä viestinnän vastuujako.

Valmisteluviestinnässä on hyvä hyödyntää monia välineitä, jotta kaikki asiasta kiinnostuneet varmasti saavat tiedon työn etenemisestä. Valmisteltavasta asiasta kerrotaan:

- tavoitteet perusteluineen
- valmistelun nykytila ja eteneminen
- vaihtoehtojen vaikutukset
- mahdollisuudet osallistua valmisteluun.

Asukkailla on oikeus saada yhteys valmistelijoihin ja päättäjiin. Palautteen vastaanotosta ja käsittelystä on luonnollisesti myös huolehdittava. Asukastilaisuudet ovat hyvä keino saada aikaan vuoropuhelua, mutta myös sosiaalista mediaa on käytettävä ja seurattava.

Hämeenkyrön kunta tiedotti elokuun alussa 2015 selvittävänsä, onko mahdollista ja tarkoituksenmukaista perustaa jollekin kohderyhmälle tarkoitettu turvapaikanhakijoiden vastaanottoyksikkö Hämeenkyröön. SPR teki esityksen kahden alaikäisyksikön perustamisesta. Henkilökunnalle ja luottamushenkilöille järjestetyn infon jälkeen kunnanhallitus päätti syyskuun alussa suhtautua esitykseen myönteisesti. Yleisölle suunnatun infon jälkeen nuoret muuttivat yksiköihin syyskuun loppupuolella. Valmistelu- ja päätösjulkisuus toteutui paikallislehdessä, maakuntalehdessä ja -radiossa ja kunnan kotisivuilla. Yleisön suhtautuminen oli valtaosaltaan myönteistä.

Valmisteltavien asioiden viestintään voi liittyä erilaista materiaalityöntä, jopa markkinointimateriaalia, videoita jne. Ennen päätöksentekoa on kuitenkin pidettävä huoli siitä, että vaihtoehdot ja niiden vaikutukset kuvataan tasapuolisesti ja että viestintä ei anna mielikuvaa, että asiasta olisi jo päätetty. Aktiivinen, mutta neutraali ja faktoja havainnollisesti ja ymmärrettävästi esiteltävä tiedottaminen antaa kullekin mahdollisuuden muodostaa oma näemyksensä asiasta, ottaa kantaa ja antaa päätöksentekijöille evästystä. Joissain tapauksissa keskusteluvaiheeseen voi olla hyvä liittää kuntalaiskysely.

Esityslista on laadittava erityisen huolellisesti, sillä se on tämän jälkeen pohjana asiasta viestittäessä. Tekstin pitää olla selkeä eikä liian pitkä, ja havainnollistavia kuvia kannattaa käyttää mahdollisuuksien mukaan. Oleellisia asioita ei pidä "piilottaa" liitteisiin.

Valmistelun julkisuudesta säädetään julkisuuslain 17 §:ssä, jonka mukaan tietojen saamista esimerkiksi valmistelusta ei saa rajoittaa ilman asiallista ja laissa säädettyä perustetta eikä enempää kuin suojattavan edun vuoksi on tarpeellista. Tiedon pyytäjiä on kohdeltava tasapuolisesti.

Kerro päätöksistä heti

Päätösviestintä on osa päätöksenteon prosessia. Tiedotusvälineitä kiinnostavista päätöksistä on syytä kertoa heti päätöksenteon jälkeen, vaikka pöytäkirjat valmistuvat ja tarkastetaan myöhemmin. Päätökset voidaan päivittää kokouksessa suoraan asianhallintajärjestelmään ja julkaista internetissä, kunhan verkkosivuilla käy ilmi, että kyse on vielä tarkastamattomasta pöytäkirjasta. Jos päätös koskee yksittäistä henkilöä, hänelle on kohteliasta yrittää ilmoittaa päätöksestä ensimmäisenä.

Uuden kuntalain mukaan kunnan päätökset annetaan kuntalaisille tiedoksi verkossa. Tämä koskee myös viranhaltijapäätöksiä, jos niihin on kunnallisvalitusoikeus. Ilmoitustaulu ei enää ole pakollinen.

Yleisesti merkittävistä viranhaltijapäätöksistä on myös hyvä informoida uutismediaa erillisillä tiedotteilla.

Kunkin toimielimen on nimettävä viestintävastaava, joka hoitaa keskitetysti yleisen tiedottamisen. Luontevimmin hän on päätoiminen tiedottaja, viestintävastaava tai toimielimen sihteeri. Luottamushenkilöt voivat antaa päätöksistä omia haastattelujaan, mutta varsinaisen päätöstiedottamisen hoitaa viestintävastaava. Suljetun kokouksen keskusteluja ei kerrota ulos, mutta mahdollisista äänestyksistä ja pöytäkirjaan merkityistä eriävistä mielipiteistä tiedotetaan päätöksen ohella.

Kunnan on hyvä myös sopia siitä, miten kokouksiin osallistuvat voivat käyttää sähköisiä viestintävälineitään. Kesken kokouksen ei ole korrektaa välittää tietoja ulkopuolelle, vaan päätöksistä on syytä tiedottaa keskitetysti heti kokouksen jälkeen. Suljetun kokouksen keskustelut ovat luottamuksellisia, mutta omista puheenvuoroista saa kertoa.

Kun toimielimen päätös etenee vielä esityksenä ylemmälle päätöksentekotasolle, tämä on tuotava viestinnässä selkeästi esiin. Myös siitä on tiedotettava, jos ylempi toimielin ottaa asian itselleen päätettäväksi.

Siihen saakka, kunnes asia on ratkaistu lopullisesti päättävässä elimessä, keskustelu siitä on avointa ja toivottavaa mahdollisimman laajan näkemyksen muodostamiseksi. Esimerkiksi yhden lautakunnan näkökulma budjettikysymykseen voi olla erilainen kuin kunnan kokonaisbudjetista vastaavan valtuuston näkemys. Poliittiset painotukset ja muut intressit vaikuttavat mielipiteisiin, ja niille tulee antaa tilaa.

Valmistelu- ja päätösviestinnän eteneminen

1. Toimiva johto informoi asiasta suullisesti keskeisille luottamushenkilöille.
2. Kun valmistelun etenemisestä on sovittu, viestintävastaava lähettää tiedotteen tai tiedotustilaisuuskutsun medialle.
3. Henkilöstöviestinnästä vastaava välittää keskeiset tiedot henkilöstölle samanaikaisesti yleisen mediatiedotteen julkaisemisen kanssa.
4. Asian valmistelija ja viestintävastaava julkaisevat verkkosivuilla materiaalia ja avaavat keskustelua sosiaalisessa mediassa.
5. Asian valmistelija avaa yleisen kuulemisen esimerkiksi otakan-taa.fi -palvelussa.
6. Viestintävastaava valmistelee asukastilaisuuden. Sen aika kannattaa ilmoittaa jo mediatiedotteessa.
7. Johto ja valmistelija pitävät sidosryhmät ajan tasalla niille kohdistetuilla tiedoilla.
8. Valmistelun eri vaiheissa tietoja päivitetään verkkosivuilla, mediatiedotteilla ja tarvittaessa esitemateriaalilla ja uusilla asukastilaisuuksilla.
9. Valmistelija tuottaa nähtäville vaihtoehtoja ja niiden vaikutusten esittelyä ennen päätösesitystä.
10. Päätösesitys perusteluineen julkaistaan toimielimen esityslistalla ja esityslista internetissä.
11. Viestintävastaava informoi mediaa päätösesityksestä.
12. Viestintävastaava tiedottaa päätöksestä medialle ja toimielimen sihteeri asianosaisille.
13. Toimielimen sihteeri päivittää esityslistan pöytäkirjaksi verkkosivuille.
14. Valmistelija ja viestintävastaava valmistelevat päätetyn vaihtoehdon pohjalta havainnollista esitysmateriaalia, jota voidaan käyttää mm. asukastilaisuuksissa, sidosryhmätapaamisissa ja verkkosivuilla.

6 Vuorovaikutus varmistaa päätösten laatua

Uusi kuntalaki painottaa entistä enemmän kuntalaisten osallistumista ja vaikuttamista asioiden valmisteluun ja kunnan toimintaan. Kuntalaisten ja kuntalaisryhmien suora osallistuminen täydentää edustuksellista demokratiaa ja julkista palvelutuotantoa. Tavoitteena on saada kuntalaisten aktiivisuus ja osaaminen käyttöön yhteiseksi hyväksi: kunnan asiantuntijoiden ja kuntalaisten vuorovaikutus varmistaa päätösten laadun.

Osallistumisen edellytyksenä on aktiivinen viestintä asioista, joita valmistellaan ja joihin voi vaikuttaa. Osallistuminen vaatii aikaa ja työtä valmisteluvaiheessa, mutta sujuvoittaa päätöksentekoa ja vähentää aikaa vieviä valitusprosesseja.

Kuntalain 22 §:n mukaan osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää erityisesti:

1. järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja;
2. selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa;
3. valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin;
4. järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun;
5. suunnittelemalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa;
6. tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen omaaloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.

Vuorovaikutus vaatii suunnittelua

Vuorovaikutuksen onnistuminen vaatii suunnitelmallisuutta, erityisesti suurissa muutostilanteissa. Hyvä apuväline on viestintä- ja osallistumissuunnitelma. Kuntalaisille on annettava ajoissa tietoa valmisteluun tulevista asioista. Tärkeitä kuntalaisille ovat aikataulu, tiedonsaantikanavat ja osallistumistavat. Alusta lähtien on myös suunniteltava, miten saatu palaute käsitellään ja miten osallistumisen vaikutuksista tiedotetaan. Tämä on tärkeää sekä osallistumisen motivaation että erityisesti luottamuksen luomisen takia. Kuntaorganisaation toiminta vaikuttaa käsillä olevan tilanteen lisäksi kuntalaisten luottamukseen tulevissa tilanteissa.

Osallistumisen tavat tulee valita niin, että kaikilla kuntalaisilla on mahdollisuus vaivattomasti ja vaikuttavasti käyttää niitä. Esimerkiksi nettikysely ei tavoita kaikkia kuntalaisia, mutta on käyttökelpoinen niille, jotka eivät pääse asukastilaisuuksiin. Vanhusten, lasten, vammaisten ja muiden erityisryhmien osallistumismahdollisuudet tulee varmistaa. Esimerkiksi asukasraadeista on saatu hyviä kokemuksia palveluja kehitettäessä.

Kyselyllä voidaan kartoittaa mielipiteitä ja asiakastyytyväisyyttä, mutta syvällisempään ymmärrykseen vaaditaan henkilökohtaisempaa lähestymistä. Jos tavoitteena on selvittää, miksi kuntalaiset eivät ole tyytyväisiä esimerkiksi tiettyyn palveluun, tai miten palvelua tulisi kehittää, on parempi kutsua koolle muutamia kuntalaisia ja keskustella aiheesta.

Erityisryhmien osallistuminen edellyttää kullekin ryhmälle käyttökelpoisia välineitä. Esimerkiksi havainnointi toimii usein tilanteissa, joissa kohderyhmä ei pysty sanoin kuvailemaan tilannetta ja toiveitaan ja tarpeitaan. Palvelumuotoilun menetelmillä pystytään paitsi samastumaan kuntalaisten asemaan myös ideoimaan kehittämistä yhdessä kuntalaisten kanssa.

Osallistaminen vaatii huolellista suunnittelua ja yhteistyötä henkilöstön sekä kuntalaisryhmien kanssa. Aitoon osallistumiseen pitää antaa riittävästi aikaa, ja se kannattaa liittää johdonmukaisesti valmistelun ja kehittämisen eri vaiheisiin.

Kuntaliitto on koonnut osallistumisen työkalupakin (www.kunnat.net > Asiantuntijapalvelut > Kuntakehitys > Palveluiden kehittäminen > Osallistumisen työkalupakki).

Asukkaat ja sidosryhmät mukaan jo alkuvaiheessa

Osallistumismahdollisuuksia voivat suunnitella ja toteuttaa työryhmät, projektit, virastot ja laitokset, toimielimet, kunnan keskushallinto ja myös konsernin ylimmät päättävät elimet. On tärkeää, että valmistelun alkuvaiheessa valmistelijat ja kuntalaiset käyvät konkreettista vuoropuhelua. Erityisen avoin kannattaa olla niille ehdotuksille, joita kuntalaiset ja esimerkiksi seurat ja yhdistykset antavat yhteisten asioiden hoitamisesta.

Periaatteessa kuntalaiset ja sidosryhmät voivat osallistua kaikkiin kunnan valmistelussa oleviin asioihin ja toiminnan kehittämiseen. Poikkeuksena ovat lain määrittelemät salaiset asiat sekä selkeät viranomaispäätökset, kuten rakennusluvat, jotka koskevat vain asianosaisia. Tällaisissa asioissa kuntalaisilla on lähinnä mahdollisuus saada tietoa ja oikeus valittaa.

Henkilöstöön liittyvissä asioissa on kuunneltava henkilöstöä. Kun henkilöstö otetaan mukaan uusien toimintatapojen suunnitteluun, varmistetaan parhaiten muutosten käyttöönotto ja sitoutuminen niihin.

Selkeä kieli ja havainnollinen esitystapa ovat olennaisia vuorovaikutuksen lähtökohtia. Osallistujien pitää ymmärtää, mistä on kyse ja mitä suunnitel-

mista konkreettisesti seuraa.

Hyvä vuorovaikutus auttaa myös siinä, kun arvioidaan, miten eri toimenpiteet vaikuttavat esimerkiksi yrityksiin, ympäristöön sekä eri ikäryhmiin.

Vuorovaikutusta on kehitettävä jatkuvasti. Sekä valmisteluorganisaation, luottamushenkilöiden että kuntalaisten ja erilaisten yhteisöjen valmiuksia voidaan parantaa koulutuksella, yhteisillä työpajoilla ja osallistumisen menetelmien testaamisella.

Kun asioita kehitetään ja tehdään yhdessä, on tärkeää kertoa osapuolille, miten heidän näkemyksensä on otettu huomioon ja perustella tehdyt päätökset.

Kuka huolehtii kuntalaisten osallistumisesta?

Jokaisen kunnan työntekijän, asiantuntijan, virkamiehen ja johtajan vastuulla on mahdollistaa kuntalaisten ja sidosryhmien osallistuminen valmisteltaviin asioihin ja toiminnan kehittämiseen.

Tutumpien osallistumismenetelmien, kuten kyselyiden ja haastatteluiden, organisointi onnistuu usein organisaation omin resurssein. Vaativampien menetelmien, kuten ideointityöpajojen ja havainnoinnin, käyttäminen edellyttää erityisosaamista. Ammattitaitoinen työpajan ohjaaja valmistelee tilaisuuden huolella, valitsee menetelmät, joilla tavoitteet voidaan saavuttaa ja innostaa osallistujia kohti hyödyllistä lopputulosta.

Viestinnällä tärkeä rooli palveluiden kehittämisessä

Kunnan viestinnän vastuuhenkilöiden osallistuminen palveluiden kehittämiseen on tärkeää. Viestintävastaava huolehtii, että kuntalaiset saavat tiedon mahdollisuuksista osallistua, ja viestintää tarvitaan koko palvelukehittämisen ajan.

Viestinnän osaamista tarvitaan, kun palvelun kehittämisestä viestitään, mutta myös itse palvelua muotoiltaessa. Palveluihin sisältyy usein käyttöliittymiä, asiakirjoja, kohtauksia, tiloja ja paikkoja. Palvelun käyttäjä muodostaa näiden perusteella käsityksensä palvelusta ja sen laadusta. Palveluiden kautta viestitään asiakkaille. Esimerkiksi asiakaspalvelun ja asiakirjojen tyylillä sekä tilojen ja paikkojen ulkonäöllä voidaan vaikuttaa myönteisesti – ne ovat kädenojennuksia ja tervetuloitotuksia.

Henkilöstöllä on ratkaiseva rooli palvelujen kehittämisessä. Henkilöstön ideat ja sisäinen vuorovaikutus ovat avain onnistumiseen. Jos palveluiden kehittäminen muuttaa sisäisiä prosesseja, henkilöstöviestintä suunnitellaan yhdessä henkilöstöyksikön kanssa.

Vantaa tekee digipalveluja yhdessä

Vantaa kehittää kuntalaisille digitalisoituja asiointipalveluita, joita asiakas voi käyttää ajasta ja paikasta riippumatta. Vuorovaikutus, yhdessä tekeminen ja avoimuus ovat kehittämisen keskeisiä elementtejä.

Palveluita kehitetään kuntalaisen toiveet ja tarpeet edellä. Henkilöstö ja kuntalaiset osallistuvat palveluiden kehittämiseen alkukartoituksesta aina testaamiseen ja jatkokehittämiseen asti. Käytössä on laaja kirjo palvelumuotoilun ja yhteiskehittämisen menetelmiä. Kuntalaisia kutsutaan mukaan kehittämiseen sekä avoimilla kutsuilla että kohdennetusti. Jotta kuntalaisia saataisiin laajemmin mukaan, perustettiin Vantaan Vakoojat, johon kaikki innokkaat, täysi-ikäiset vantaalaiset voivat liittyä. Ryhmästä kutsutaan tapauskohtaisesti henkilöitä osallistumaan ryhmäkeskusteluihin, ideointityöpajoihin, haastatteluihin ja kyselyihin.

Hankkeesta tiedotetaan mahdollisimman aktiivisesti niin ulkoisesti kuin sisäisesti. Hankkeelle on luotu oma blogi, jossa avataan kehittämistyötä ja kerrotaan ajankohtaisista asioista. Blogissa tai sähköpostitse voi ottaa kantaa ja kertoa omat ideansa. Kaupungin henkilöstölle järjestetään toimialoittain Digipäiviä, joiden tavoitteena on löytää kriittiset kehittämiskohteet, keksiä uusia palveluideoita ja innostaa henkilöstöä ja luoda tekemisen meiningin ilmapiiriä.

Hankkeen tunnetuksi tekeminen sisäisesti vaatii pitkäjänteistä työtä. Hankkeen laajuutta ja merkittävyyttä ei aluksi kaikilla toimialoilla ja tulosalueilla ymmärretty. Innokkaimmat toimialat ja tulosalueet saivat etumatkaa muihin nähden. Edelleen haasteena on päällekkäinen kehittäminen. Digipäivät ovat parantaneet tietoisuutta ja osallistumista merkittävästi.

Toinen haaste on kuntalaisten innostaminen ja osallistaminen kehittämistyöhön. Palveluiden äärestä, kuten neuvolasta, kuntalaisia on helppo saada mukaan palveluiden kehittämiseen. Mukaan halutaan kuitenkin laaja joukko kuntalaisia, myös heidät, joille kunnan palvelut eivät tällä hetkellä ole ajankohtaisia. Vantaan Vakoojat perustettiin tätä varten mutta viestiminen ja markkinointi vaatisivat enemmän tehoja. Viestinnässä on huomioitava myös pitkäjänteinen kehittämistyö.

Kokonaisuus rakentuu pala kerrallaan. Sukkulointi palvelualustan, nettisivujen ja asiakaspalvelun välillä on tehtävä kuntalaiselle mahdollisimman helpoksi.

Lisätietoja:

Kristiina Ahtiainen, projektipäällikkö (kristiina.ahtiainen@vantaa.fi)
digivantaa.wordpress.com

Palvelumuotoiluprosessi ja viestinnälliset tehtävät

Määrittely

Mitä ongelmaa ratkaistaan?
Palvelun tuottajan tavoitteet?

Hankkeesta tai projektista tiedottaminen sisäisesti.

Tutkimus

Ymmärrys käyttäjien tarpeista ja kehitettävistä kohteista.
Tarkennetaan tavoitteet.

Käyttäjien (asukkaat, kolmas sektori, yritykset) ja henkilöstön kutsuminen mukaan kehittämiseen, mm. haastatteluihin, suunnittelutyöpajoihin ja testaustilaisuuksiin.

Suunnittelu

Ideoidaan ja konseptoidaan ratkaisuja sekä testataan ratkaisujen toimivuutta käyttäjien kanssa.

Brändin mukaisuudesta huolehtiminen (mm. käyttöliittymä, asiakirjat, asiakas kohtaamiset, palvelukokemus).
Käyttäjien ja henkilöstön mukaan houuttelemisen jatkuu ...

Tuotanto

Suunnitellaan ja toteutetaan palvelun tuottaminen.
Ratkaisun testaaminen ja kehittäminen.

Palvelun markkinointiviestinnän suunnittelu ja toteutus.
Henkilöstöviestintä, erityisen tärkeää, jos henkilöstön työkuviin tai työntekemisen prosesseihin on tullut muutoksia.

Arviointi

Arvioidaan palvelun onnistuminen ja kehitetään palveluja saatujen kokemusten mukaan.

Tiedottaminen palvelun kehittämiseen liittyvistä toimista, kuten asiakaskyselyistä.

7 Neuvonta ja asiakaspalvelu ovat tehoviestintää

Asiakaspalvelu on viestintää tehokkaimmillaan: suora kontakti yksittäiseen kuntalaiseen hänen omista lähtökohdistaan. Jokainen kohtaaminen on asiakaspalvelua, jossa tarvitaan vuorovaikutustaitoja. Palveluhenkilöstöä on koulutettava ja kannustettava kohtaamaan asiakkaat myönteisellä ja asiakaslähtöisellä asenteella. Kaikkia asiakkaita kohdellaan samanarvoisesti ja heidän tarpeitaan kunnioittaen.

Toimiva palveluviestintä auttaa yksittäistä kuntalaista, helpottaa yleisen viestinnän toteuttamista ja samalla luo tehokkaasti myönteistä mainetta. Ystävällinen, asiantunteva ja kunnan perusviestien mukainen asiakaspalvelu ylläpitää ja levittää parhaalla tavalla myönteistä henkeä ensikohtaamisesta lähtien.

Neuvonta on myös etulinjassa mahdollistamassa osallistumista ja vaikuttamista oman asuin- ja elinympäristön kehittämiseen. Yksittäisten kohtaamisten tukena ovat asukastilaisuudet, avoimet ovet, asukasraadit, kyselyt, aluetoimikunnat ja sosiaalisen median yhteisöt.

Neuvonta ja asiakaspalvelu eivät ole vain myönteinen mahdollisuus, vaan myös lakisääteinen vaatimus. Hallintolain mukaan kunnan on neuvottava ja palveltava asiakkaitaan. Kuntalaisille pitää myös kertoa, miten kysymyksiä ja asiakaspalautetta voi jättää, miten palauteet käsitellään, miten asioita saa vireille, miten palvelupisteet ovat auki ja miten virkamiehet ovat tavoitettavissa.

Palvelun keskittämiseen ja jatkuvaan ylläpitoon sopivat fyysiset neuvontapisteet, verkkosivut, sähköiset palvelualueet, chat- ja videoasiointipalvelut ja puhelinpalvelu. Myös viestintä sosiaalisessa mediassa on asiakaspalvelua. On varauduttava siihen, että missä tahansa palvelukanavassa voidaan kohdata millainen kysymys tahansa. Neuvonnan tietolähteet ja taustaprosessit on pidettävä kunnossa. Kunnan verkkosivut ovat myös asiakaspalveluhenkilöstön tietolähde, joten ajantasainen verkkoviestintä on toimivan asiakaspalvelun edellytys. Neuvonnan tulee olla muun viestinnän tavoin avointa ja nopeaa.

Asiointi voidaan järjestää keskitetysti tai hajautetusti. Keskitetty yhden luukun periaate tulee olla tavoitteena yksittäisen asian hoitamisessa. Hyötyjä syntyy esimerkiksi matkailu- ja asukasneuvonnan yhdistämisestä.

Palveluiden sähköistäminen sekä erilaiset sähköiset palvelukanavat mahdollistavat yhdestä tietolähteestä lähtevän laajan palvelun. Yleisen neuvonnan

ja asioiden liittäminen arkipäivän palveluihin kuten kirjastopalveluihin tai kauppakeskusten asiakasvirtoihin on kaikille hyödyksi. Myös puhelinvaihtelu voi kehittyä kohti palvelukeskusta, josta asiakas saa monipuolista asiakaspalvelua.

Asiakaspalvelulle tulee asettaa tavoitteet, joita myös seurataan. Eri kanavista tuleva palaute on ohjattava systemaattisesti käsittelyyn ja hyötykäyttöön. Parhaimmillaan palvelua voidaan myös muotoilla yhdessä asiakkaiden kanssa, jotta palvelupolku on mahdollisimman sujuva. Tämä parantaa myös palvelusta syntyvää mielikuvaa.

Sähköisten palvelujen määrän kasvaminen korostaa palvelujen ohjeissa ja sisällössä käytettävän kielen selkeyden merkitystä. Sähköisten palvelujen suunnittelussa on alusta alkaen oltava mukana viestinnän ja asiakaspalvelun asiantuntijoita. Erityisen tärkeä asiakasviestinnän alue on kuntalaisille lähetettävä posti: päätökset, asiakaskirjeet, ohjeet ja oppaat tulee kirjoittaa ja mahdollisuuksien mukaan kuvittaa niin selkeästi ja havainnollisesti, että ei synny väärinkäsityksiä tai sellaisia lisäkysymyksiä, jotka työllistävät ja kiristävät tunnelmaa asiakaskontaktin molemmissa päässä.

Selkokielisten perusoppaiden ja verkkosivujen tarve lisääntyy. Usein kysyttyjen kysymysten ja vastausten kokoaminen ja ylläpito helpottaa sekä asiakkaita että palveluhenkilöstöä.

Viestinnässä on huomioitava vammaispalvelulaki, jonka mukaan vammaista henkilöä on palveltava ja palveluja järjestettävä ottaen huomioon hänen äidinkiensä, siis esimerkiksi tasavertainen viittomakielinen tiedonsaantioikeus kaupungin palveluista tai henkilöä koskevista päätöksistä.

8 Brändi vahvistaa elinvoimaa, vetovoimaa ja pitovoimaa

Jokaisella paikalla, kunnalla tai alueella on jonkinlainen maine – positiivinen, negatiivinen tai neutraali. Paikkaan liittyy useita mielikuvia, käsityksiä ja mielipiteitä joko itse koetun tai kuullun perusteella. Paikkoihin liittyy niin ikään tarinoita, kertomuksia ja uskomuksia. Ihmiset kertovat ja välittävät niitä eteenpäin – hyvässä ja pahassa. Mielikuvia syntyy myös ilman, että paikkakunta itse pyrkii niitä luomaan.

Kaikki kunnan teot ja tekemättä jättämiset vaikuttavat maineeseen. Maine rakentuu arkisesta työstä ja kaikesta vuorovaikutuksesta. Maine kasvaa hitaasti, mutta voi romahtaa hyvin nopeasti.

Kunta ja kunnan eri toimijat voivat tehdä paljon, jotta mielikuvat vastaavat todellisuutta ja ovat mahdollisimman positiivisia. Olemalla aktiivinen ja huolehtimalla, että tekeminen on mahdollisimman aitoa ja oikeudenmukaista, maine voi vahvistua positiivisesti. Tietoinen brändityö tähtää maineen kohottamiseen.

Brändi antaa vastaanottajalle tietynlaisen arvolupauksen ja synnyttää odotuksia. Brändin arvolupausta viestitään omaehtoisella toiminnalla toivoen mahdollisimman positiivista mielikuvien summaa ja kokemuksia. Toisaalta brändin arvolupausten vastainen toiminta voi vastaavasti heikentää mielikuvien summaa ja siten myös brändiä. Kun kokemus ylittää odotukset, on lopputuloksena useimmiten hyvä maine ja vahva brändi. Vahva brändi kestää heikkoa paremmin kolhuja. Vahva brändi kestää myös mainekriisejä heikkoa paremmin, sillä sidosryhmillä on taustalla kertynyttä positiivista brändimielikuvaa tai kokemuksia.

Brändi ei ole päälle liimattua markkinointiviestintää, vaan aidoista sisällöistä lähtevää tekemistä. Jokainen paikkakuntalainen tai vierailija on paikkabrändin lähettiläs ja vahvistaa tai heikentää brändiä omalla toiminnallaan. Brändi on niiden mielikuvien summa, joita paikkakunnan sidosryhmillä yhteensä paikasta on. Brändityöllä voidaan tukea mahdollisimman positiivisten mielikuvien ja muistijäljen syntymistä sekä auttaa niitä pysymään mielisä. Työn tulee perustua kunnan strategiaan, ja siihen voivat osallistua kaikki kunnan asukkaat ja toimijat.

Viestien, ilmeen ja tekojen on oltava yhdenmukaisia

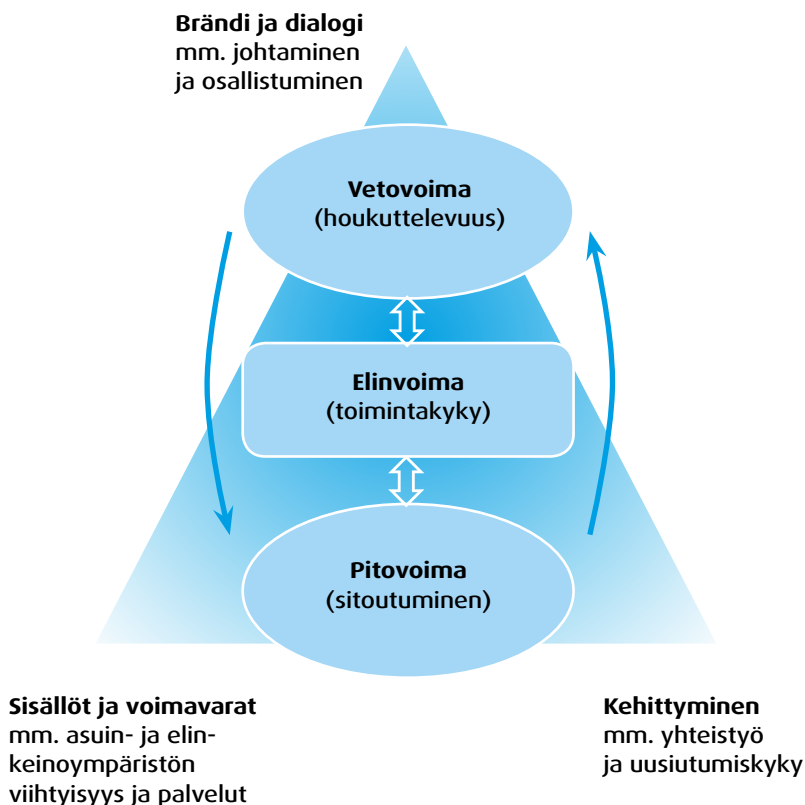
Brändiä rakentava tai vahvistava työ on pitkäjänteistä ja johdonmukaista työtä. Brändi ei ole vain liikemerkki tai logo eikä vain värejä ja kuvia. Kunta

tai yritys voi omistaa liikemerkin, mutta se ei voi omistaa niitä mielikuvia ja kokemuksia, mitä ihmisillä kunnasta on.

Brändityöhön kuuluvat keskeisesti

1. alueen strategiaan ja vahvuuksiin perustuva brändistrategia
2. pääviestit: keskeiset arvolupausta välittävät sanomat tai viestit
3. yhtenäinen visuaalinen ilme: miten arvolupausta luodaan ja viestitään visuaalisesti
4. puhetyyli: miten, millä termeillä ja tyylillä paikkakunnasta kerrotaan
5. päivittäinen toiminta: minkälaiset teot tukevat brändiä ja miten arvolupausta jokapäiväisessä toiminnassa ja päivittäisissä kohtaamisissa lunastetaan

Hyvä maine ja vahva brändi vahvistavat elinvoimaisuutta ja yhteisöllisyyttä. Siten ne tukevat myös paikkakunnan vetovoimaisuutta sekä niin sanottua pitovoimaisuutta. Brändillä on vaikutus myös henkilöstön työtyytyväisyyteen sekä työnantajamielikuvaan.



Elinvoimaisuutta luo ennen kaikkea tekeminen, mutta sitä voidaan tukea dialogilla ja brändityöllä. Elinvoimainen paikkakunta on useimmiten myös vetovoimainen eli houkutteleva – hyvä tekeminen houkuttelee luokseen usein lisää hyvää tekemistä. Brändityötä tehdään useimmiten juuri vetovoimaisuuden vahvistamiseksi – uusien asukkaiden, yritysten, osaajien, investointien tai matkailijoiden houkuttelemiseksi alueelle – mutta sillä on myös vahva sisäinen merkitys.

Pitkäjänteinen brändityö tukee ennen kaikkea paikkakunnan elinvoimaisuutta. Pohjana on hyvä henkinen ilmapiiri, ja työn onnistumisen edellytyksenä on tavoitteen muodostaminen ja toteuttaminen. Brändityöllä voidaan synnyttää positiivista ilmapiiriä, kunhan sanojen eli lupausten takana on tekoja. Moni paikkakunta kiteyttää lupauksen tai ydinviestit nk. sloganeihin tai iskulauseisiin, joita yhdistetään kuvamaailmaan ja visuaaliseen ilmeeseen. Brändityöllä voidaan nostaa esiin paikkakunnan erityisiä vahvuuksia, kärkeä ja erilaisuutta. Brändityö auttaa erottautumaan ja asemoitumaan sidosryhmien mielissä suhteessa toisiin paikkakuntiin.

Brändityöllä voidaan vaikuttaa myös paikkakunnan pitovoimaisuuteen ja henkiseen ilmapiiriin – siihen, kuinka hyvin paikkakunta pystyy pitämään asukkaat, yrittäjät, matkailijat, opiskelijat ja muut sidosryhmät tyytyväisinä ja hyvinvoivina, jotta he myös haluavat pysyä alueella sekä kertoa positiivista tarinaa ja viestejä paikkakunnastaan. Pitovoimaan liittyvät keskeisesti kokemukset ja koettu laatu, kun taas vetovoimaan liittyvät usein mielikuvat ja odotukset. Siten pitovoimaa tukevat myös keskeisesti asukas- ja palveluviestintä sekä päivittäinen asiakaspalvelu, mutta yhtä lailla myös paikkakunnan kehittyminen, kehityshalukkuus ja -aktiivisuus sekä päätöksenteko ja siihen liittyvät asenteet.

Brändityötä on suositeltavaa johtaa keskitetysti ja koordinoida eri toimijoiden kesken. Mielikuvien, maineen, brändin ja siten elinvoimaisuuden vahvistamiseksi on tärkeää, että paikkakunnasta kertovat viestit ja ilme ovat yhdenmukaisesti ja johdonmukaisesti välitettyjä, sillä toisistaan poikkeavat, erilaiset ja jopa keskenään ristiriitaiset viestit hämmentävät vastaanottajaa, syövät luotettavuutta ja siten heikentävät uskottavuutta.

Muista nämä

- Jokaisella kunnalla on maine. Se syntyy tekojen kautta, mutta siihen voi vaikuttaa brändityöllä.
- Brändi tuo esiin kunnan erityisiä vahvuuksia ja auttaa erottumaan muista.
- Brändi koostuu teoista, viesteistä ja ilmeestä.
- Vahva brändi kestää myös kolhuja.
- Brändityö tukee kunnan elinvoimaa, vetovoimaa ja pitovoimaa.
- Brändillä on vahva sisäinen merkitys.

Visuaalinen ilme luo ja yhdistää mielikuvia

Jokaisella kunnalla on lähtökohdat visuaaliseen ilmeeseen, sillä jokaisella kunnalla on oma vaakuna. Vaakuna ilmentää paikkakuntaa ja usein nostaa esiin visuaalisesti jotain paikkakunnalle ominaista tai ainutlaatuista. Lisäksi se viestii värillä tietynlaista luonnetta tai tyyliä.

Vaakunan käyttöä valvoo kunnanhallitus tai hallintosäännössä määrätty kunnan muu viranomainen. Ei ole yhdentekevää, miten ja missä yhteydessä ja kuka vaakunaa saa käyttää. Vaakuna on kunnan virallinen tunnus tai symboli, jota käytetään yleensä erityisesti viralliseen ja hallinnolliseen viestintään.

Vastaavasti moni kunta tai etenkin kuntataustainen toimija on ottanut vaakunan rinnalle liikemerkin ja logon eli tietynlaisen nimen kirjoitusasun typografioineen ja väreineen. Logoa ja liikemerkkiä käytetään useimmiten epävirallisessa viestinnässä ja markkinoinnissa. Brändityö perustuu useimmiten juuri liikemerkin tai logon voimaan visuaalisessa viestinnässä. Useimmiten vetovoimaisuutta pyritään korostamaan paikkakunnan omaperäisillä vahvuuksilla, kärjillä ja mielikuvilla, ei niinkään virallisella hallinnollisella mielikuvalla.

Visuaaliseen ilmeeseen kuuluvat

- värit ja typografia
- graafiset elementit
- kuvien käyttö.

Eri värit viestivät vastaanottajille erilaisia sävyjä ja mielikuvia. Graafisilla elementeillä voidaan visualisoida tekstiä ja lukuja. Erilaisilla kuvilla – piirretyillä tai valokuvilla – taas voidaan viestiä haluttuja mielikuvia tai vedota esimerkiksi erilaisiin ja eri-ikäisiin ihmisiin. Kuvat usein kertovat enemmän kuin sanat ja auttavat nimenomaan mielikuvien syntymisessä.

Brändityön tukena

- graafinen ohjeisto
- brändikäsikirja.

Graafinen ohjeisto kuvaa ja kertoo, miten ja missä yhteydessä sekä minkälaisen värien ja kuvatyökalujen kanssa liikemerkkiä ja logoa käytetään. Graafinen ohjeisto on yksityiskohtainen ja tekninen kuvaus siitä, miten ilmettä kussakin yhteydessä sovelletaan ja miten ilmettä ei saa käyttää. Graafinen ohjeisto ohjaa hankittujen viestintä- ja markkinointipalvelujen toteuttamista.

Usein ohjeisto myös muistuttaa kuvien ja elementtien käyttöoikeuksista, jotka digitalisoitumisen myötä ovat muuttuneet yhä enemmän päivittäiseen työhön liittyviksi. Kuvien ja aineistojen julkaisemista esimerkiksi verkkosivuilla säätelee tekijänoikeuslainsäädäntö. Mobiililaitteiden kehittymisen myötä yhä useampi voi olla todellinen kuvataiteilija, mutta kuvateosten käyttöä, julkaisemista ja etenkin niiden liittämistä brändiviestintään on syytä ohjeistaa. Jos graafisessa ohjeistossa ei kerrota kuvien käyttöoikeuksista ja niihin liittyvästä lainsäädännöstä, on suositeltavaa ohjeistaa käyttöoikeuksista muulla tavoin. Erityisesti kuvausten kohteiden luvat on oltava kunnossa. Kun yhä useampi tavallinen kuntalainen tuottaa sisältöä, kuvia tai videoita kunnan ylläpitämiin medioihin, tulee käyttö- ja julkaisu-oikeuksista ja eettisestä toiminnasta pitää huolta.

Brändikäsikirja kertoo, millainen on paikkakunnan olemus, miten ja minkälaisin ydinviestein paikkakunnasta kerrotaan ja usein myös arvomaailman eli sen, minkälainen toiminta vahvistaa brändiä. Brändikäsikirja sisältää yleensä visuaalisen ilmeen ohjeet eli graafisen ohjeiston. Se myös kuvaa, minkälaisia kokemuksia brändin parissa halutaan syntyvän. Käsikirja (ja usein myös graafinen ohjeisto) ohjeistaa ja suosittelee, miten kuntakonsernin eri toimijat omalla esiintymisellään ja toiminnallaan vaikuttavat alueen vetovoimaisuuteen. Brändikäsikirjassa on hyvä ohjeistaa konsernia keskittämään ja koordinoimaan visuaalista viestintäänsä ja ydinsanomiaan.

Markkinointiviestintä tuo tunnettuutta ja toimintaa

Markkinointi on viime vuosina muuttunut merkittävästi luonteeltaan ja toteutustavoiltaan. Perinteisten markkinointiviestinnän keinojen rinnalle on tullut digitalisoitumisen ja sosiaalisen median myötä joukko uudenlaisia lähestymistapoja. Markkinointi on yhä enemmän eri keinojen ja medioiden yhdistelmä, ja se tarjoaa eri kohderyhmille osallistumismahdollisuuksia.

Markkinointi on myös osa asiakaspalvelua ja yhä useammin monimuotoista ihmisten kohtaamista. Markkinoinnin on myös oltava tuloksellista: sillä tulee saada aikaan tavoiteltua tunnettuutta tai toimintaa.

Markkinoinnin tavoitteet asetetaan sen perusteella, minkälaista vaikutavuutta ylipäättään toiminnalla tavoitellaan. Onnistumista voidaan arvioida esimerkiksi vetovoimaisuuden, elinvoimaisuuden ja pitovoimaisuuden kannalta. Useimmiten tavoitteet liittyvät mielikuva-, tunnettuus- tai bränditavoitteisiin tai esimerkiksi asenne- ja mielipidemuutoksiin. Toinen keskeinen tavoitteenäkökulma on toiminnallinen: markkinointi pyrkii esimerkiksi saamaan aikaan muutosta käyttäytymisessä tai aktivoimaan kohderyhmään kuuluvia.

Tavoitteiden tulee olla riittävän konkreettisia ja realistisia, jotta niitä voidaan mitata. Valitettavan usein tulosten mittaaminen jää kuitenkin markkinoinnin toimenpiteiden määrän, kuten kävijämäärien, huomioarvon, kommentoijien määrän tai vaikkapa yhteydenottojen määrän mittaamiseen. Tärkeää olisi sen sijaan arvioida toiminnan onnistumista ja vaikutuksia vuositasolla. Tätä arviota varten tulisi tunnistaa markkinoinnin ja kaiken toiminnan päämäärät ja avainmittarit, esimerkiksi vetovoimaisuuden, elinvoimaisuuden ja pitovoimaisuuden indikaattorit, jotka kertovat, miten näillä osa-alueilla voidaan onnistua tavoitteellisella toiminnalla.

Muista nämä

- *Markkinointi vaikuttaa mielikuviin ja saa aikaan toimintaa.*
- *Kuntamarkkinoinnin keinot ovat viime vuosina monipuolistuneet.*
- *Keskeistä on valita ja tuntea markkinoinnin kohderyhmä.*
- *Markkinoinnin onnistumista pitää seurata ja mitata.*
- *Markkinointi on pitkäjänteistä.*

Kunnan markkinointiviestintä jakautuu yleisen tason kaupunki- tai kuntakuvan ylläpitämiseen ja tavoitteelliseen kampanjointiin esimerkiksi vetovoiman vahvistamiseksi. Konkreettiseen ja rajattuun kampanjaan on mielekästä suunnata hankerahoitusta, ja myös tulokset ovat helpommin mitattavia kuin yleisessä mielikuvamarkkinoinnissa.

Kohdennettua toimintaa eri ryhmille

Markkinoinnin ja viestinnän kohderyhmät ovat osittain samat. Siinä missä viestintä kertoo tasapuolisesti eri sidosryhmille, markkinointitoimenpiteillä on rajattu kohderyhmä. Viesti on pohjimmiltaan sama, mutta markkinointinäkökulma on tavoitteellisempi. Siinä missä viestintä kertoo tasapuolisesti eri sidosryhmille, markkinointitoimenpiteillä on rajattu kohderyhmä.

Kuntamarkkinoinnin kohderyhmät jaetaan tyyppillisesti kolmeen pääryhmään:

- asukkaat
- yritykset
- matkailijat.

Lisäksi usein omiksi ryhmikseen katsotaan

- opiskelijat ja osaajat, työvoima
- sijoittajat
- kolmas sektori
- muut viranomaiset
- media.

Keskeistä on tuntee valittu ja rajattu kohderyhmä, jotta ydinviesteistä ja visuaalisuudesta saadaan kohderyhmälle mahdollisimman kiinnostava ja houkutteleva. Suositeltavaa on panostaa kohderyhmän tuntemukseen mahdollisimman syvällisesti, sillä rajatulla ja kohdennetulla toiminnalla voidaan saada vaikuttavaa, tuloksellista ja kustannustehokasta jälkeä.

Markkinoinnilla pyritään yleensä saamaan uusia asukkaita ja asiakkaita. Kannattaa kuitenkin muistaa kohderyhmänä myös kunnassa jo toimivat henkilöt ja organisaatiot, jotka on helpompi tavoittaa ja jotka voivat levittää viestiä omilla kanavillaan.

Markkinoinnin keinot monipuolistuvat

Perinteisten markkinoinnin keinojen rinnalle on noussut koko joukko uudentyyppisiä välineitä, kanavia ja keinoja. Digitalisaatio, sosiaalinen media ja palvelukulttuuri ovat juurtuneet myös osaksi kuntamarkkinointia. Perinteisten maksettujen medioiden, kuten lehti-, televisio- ja radiomainnonnalla joukkoviestintävälineinä toimivat tänä päivänä kuntatoimijoiden omat kanavat, kuten vaikkapa verkkosivut. Yhä suuremman aseman myös markkinoinnin joukkoviestintävälineenä on saavuttanut sosiaalinen media.

Kärjistäen eroavaisuuksia näiden kolmen median välillä voisi luokitella seuraavasti:

- maksetulla medialla tavoittaa markkinoiden massoja eli vaikkapa potentiaalisia uusia asiakkaita
- omilla kanavilla tavoittaa hyvin nykyisiä asiakkaita
- sosiaalisella medialla tavoittaa hyvin suosittelijoita: tutun, ystävän tai sukulaisen suositus koetaan usein luotettavammaksi kuin mikään markkinoinnin viesti etenkin maksetuissa kanavissa.

Markkinoinnin tehokkaimpia välineitä ovat asiakaspalvelu ja PR- tai suhdetoiminta. Brändityön ja markkinoinnin synnyttämä lupaus tulisi pystyä lunastamaan päivittäisissä asiakaskohtaamisissa. Asiakaspalvelu on usein kohtaamista kasvotusten ja siten myös tehokas markkinointiviestinnän keino.

Digitaalisuus ja sosiaalinen media ovat tuoneet markkinointiin uudenlaisia mahdollisuuksia sekä osallistaa asiakkaita ja palvelujen käyttäjiä että tuottaa yhdessä sisältöjä myös markkinointiin. Tarinallistaminen – urbaaneista legendoista kirjoitetuiksi viestinnällisiksi kertomuksiksi – on tehokas ja usein vetoava keino saada haluttu viesti perille. Sisältömarkkinointi tekee tuloaan myös kuntamarkkinointiin, ja brändityön tulisikin lähteä toiminnan sisällöistä. Sisältömarkkinointi tuottaa viestinnällistä aineistoa toiminnan kautta. Esimerkiksi kunnan ruokahuollossa terveellisen ruokavalion reseptien jakaminen ja tuottaminen yhdessä asiakkaiden kanssa voisi toimia sisältömarkkinoinnin keinona. Bloggarit ovat jo arkea kuntamarkkinoinnissa etenkin matkailun puolella.

Kunnan markkinointikanavia

- kunnan verkkosivut ja muut verkkopalvelut
- perinteinen media (joukkoviestimet, painotuotteet, ulkomainonta jne.)
- sosiaalinen media
- asiakaspalvelu
- PR- ja suhdetoiminta
- sisältömarkkinointi (esim. bloggarit)

9 Digiviestintä aina ajan tasalla

Digitalisaatiolla ei ole tällä hetkellä vakiintunutta määritelmää, mutta käsitteellä tarkoitetaan toimintamallien merkittävää tai syvällistä muutosta perustuen uusiin teknologioihin. Digitalisaatio pitää sisällään toimintatapojen uudistamista, sisäisten prosessien digitalisointia ja palveluiden sähköistämistä.

Palvelujen digitalisoinnilla tarkoitetaan palvelujen ja prosessien kehittämistä tai palvelukanavien ja sähköisen asioinnin monipuolistamista tieto- ja viestintäteknologiaa hyödyntäen.

Kuntaorganisaatioiden verkkoviestintään vaikuttavat sekä julkishallinnon toimintaa ohjaava lainsäädäntö ja suositukset että yleiset verkkoviestinnän odotukset.

Verkkosivusto tarjoaa kunnalle kanavan ajantasaiseen ja kustannustehokkaaseen tiedonvälitykseen ja vuorovaikutukseen niin kuntalaisten kuin muidenkin sidosryhmien kanssa. Ajantasainen ja sujuva verkkopalvelu on kunnan käyntikortti.

Vaikka sosiaalisen median kanavat ovat nousseet perinteisen verkkoviestinnän rinnalle, tarvitaan edelleen selkeää viestintää kunnan palveluista kunnan sivuilla. Kuntien verkkopalvelun tulisi siis vähimmillään sisältää tietoa kunnan toiminnasta ja palveluista, kertoa tietoa kunnan päätöksenteosta ja sen vaikutuksista sekä mahdollistaa asukkaiden ja sidosryhmien osallistumista ja vaikuttamista.

Verkkopalvelun käyttäjältä ei pidä edellyttää tietämystä kuntaorganisaatiosta, vaan kunnan on osattava neuvoa omilla sivuillaan käyttäjiä oikean tiedon lähteelle asiakaslähtöisesti. Kunnan verkkopalvelu on tunnistettava nimensä, sisältönsä ja graafisen ilmeensä mukaan kunnan palveluksi. Visuaalinen ilme ja käytettävyys on hyvä suunnitella yhtenäiseksi kokonaisuudeksi.

Keskimäärin yli puolet verkkopalveluiden kävijöistä tulee sivuille hakukoneen kautta. Etusivujen merkitys on pienentynyt, hakutulostenäkymien suurentunut. Verkkopalveluiden sisällön toteutuksessa tulee huomioida hakukoneet niin teknisesti kuin sisällöllisesti. Kannattaa myös tarkastella hakutulosia ja käyttää sivuilla kansantajuisia termejä organisaatiokielen sijaan.

Mitä kuntalaki sanoo verkkaviestinnästä?

12 luku 109 § Tietojen saatavuus yleisessä tietoverkossa

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

1. kuntastrategia;
2. hallintosääntö;
3. talousarvio ja taloussuunnitelma;
4. tilinpäätös;
5. tarkastuslautakunnan arviointikertomus
6. tilintarkastuskertomus;
7. kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset;
8. konserniohje;
9. luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset;
10. luottamushenkilöiden palkkioiden ja korvausten perusteet;
11. palveluista perittävät maksut.

Suunnittele palvelu käyttäjälähtöisesti ja kehitä sitä koko ajan

Verkkopalvelu tulee rakentaa asiakaslähtöisesti hyödylliseksi ja helppokäyttöiseksi. Käyttäjälähtöinen suunnittelu tarkoittaa vuorovaikutteista tapaa suunnitella verkkopalveluja käyttäjien tarpeiden ja kykyjen mukaan. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon sekä verkkopalvelun sisällölliset ratkaisut että esteettömyyteen ja käytettävyyteen yleensä liittyvät tekniset ja rakenteelliset ratkaisut.

Verkkopalvelun kehittäminen on jatkuva prosessi, jossa pieniä ja suuria kehitysaskelia otetaan säännöllisesti. Kannattaa pyrkiä eroon mallista, jossa verkkopalvelua kehitetään vain vuosien välein ja teknisen uudistuksen yhteydessä. Tekniikka myös usein mahdollistaa kokeilevan etenemisen: ei vain arvella toimiiko joku, vaan kokeillaan ja tutkitaan toimiiko se.

Verkkopalvelun suunnittelussa on keskeistä määritellä, kenelle ja mihin tarkoitukseen palvelua suunnitellaan. Kohderyhmästä riippuu, miten palvelu toteutetaan. Jo varhaisessa vaiheessa kannattaa myös miettiä ylläpidon prosesseja, sillä palvelu kannattaa suunnitella resurssien mukaan.

Kunnan verkkopalveluja suunniteltaessa tulee ottaa huomioon useita kohderyhmiä. Verkkosivujen oletetaan myös palvelevan useita eri tavoitteita, esimerkiksi tiedonvälitystä, vuorovaikutusta ja markkinointia.

Eri kohderyhmien tarpeita ja toiveita voi selvittää käyttäjätutkimuksilla. Myös kävijäanalytiikkaan ja tietoon palvelun käytöstä kannattaa perehtyä. Usein käytettyjä palveluita on hyvä pitää näkyvästi esillä. Jos tietyillä sivuilla ei ole kävijöitä, täytyy niiden tarpeellisuutta ja paikkaa arvioida kriittisesti.

Selkeyttä verkkoviestintään

- Verkkosivuja käytetään yhä enemmän mobiililaitteilla. Tekstien täytyy olla entistä lyhyempiä.
- Laita tärkein asia ensimmäiseen lauseeseen.
- Kappaleissa saa olla ainoastaan 2–4 riviä tekstiä.
- Käytä väliotsikoita 4–6 kappaleen välein.
- Älä käytä leipätekstissä kursiiivia.
- Älä käytä alleviivausta, koska se mielletään linkiksi.
- Käytä kansantajuista kieltä ja avaa vieraat termit.
- Suunnittele jokainen sivu itsenäiseksi kokonaisuudeksi, sillä et voi tietää, mistä käyttäjä tulee sivulle.
- Mieti, millä hakusanoilla asukkaat etsivät tietoa asiasta. Hakukone-näkyvyyden kannalta keskeisiä ovat sivun pääotsikko, navigaatio-otsikko ja oikein täytetyt metatiedot.

Sähköiset asiointipalvelut monipuolistavat verkkopalvelua

Kuntien verkkosivut tarjoavat tietosisällön lisäksi yhä enemmän sähköisiä asiointipalveluja. Sähköinen asiointi kytkee viestinnän entistä tiiviimmin asiakaspalveluun. Jos palvelu on verkossa ja suunnattu kuntalaisille, on se myös osa kunnan viestintää.

Vaikka kuntalaisten sähköisiä palveluita voivat tarjota eri tahot, kunnan verkkosivujen tulisi olla selkeä tie kaikkiin kuntapalveluihin. Kuntalaisen tulisi hahmottaa, mitä palveluita on ja millaisen kokonaisuuden ne muodostavat. Käyttäjän kannalta on yksinkertaisinta, jos sähköiset palvelut ovat osa verkkosivuja, eivät erillinen kokonaisuus.

Verkkopalvelut ovat aiempaa enemmän asiointikanavia. Jos on mahdollista, yleistä tai yksilöllistä käyttäjätietoa voidaan hyödyntää palveluiden kohdentamiseen.

Palveluiden kohdentamisen voi toteuttaa kahdella tapaa. Ensimmäinen verkkopalveluissa voi olla kirjautuminen, jonka jälkeen sisältöä voidaan jäsentää esimerkiksi käyttäjän valintojen, aiemman toiminnan tai käytettyjen palveluiden pohjalta. Kirjautumisella täytyy olla asiakkaalle merkitystä, se voi olla perusteltua esimerkiksi asiakkaan oman tietosuojan vuoksi. Jos tunnistamista käytetään, tulee huolehtia asiaan liittyvien lakien noudattamisesta.

Toisekseen käyttäjään liittyvää tietoa voidaan käyttää palvelussa ilman kirjautumista. Tällaista tietoa voivat olla esimerkiksi tiedot aiemmista käynteistä. “Sumeaa kohdentamista” voi olla myös tilastoon perustuva palvelun muokkaaminen. Esimerkiksi heinäkuussa uimarantatietoja luetaan aktiivi-

sesti. Vastaavankaltaisia tiettyyn aikaan sidottuja nostoja voi käyttää myös automatisoidusti.

Verkkopalvelun esteettömyys ja helppokäyttöisyys muistettava

Kunnan verkkosivuston käytettävyys ja esteettömyys ovat tärkeitä. Kuntalaisen ikä, sosiaalinen asema tai fyysiset ominaisuudet eivät saa rajoittaa tiedon ja palvelujen saamista. Tämä täytyy ottaa huomioon, kun palvelut yhä enemmän siirtyvät tietoverkkoon. Tietoyhteiskunta tarjoaa myös entistä paremmat mahdollisuudet erityisryhmien palveluun. Saavutettavuudesta ja esteettömyydestä löytyy runsaasti ohjeita ja suosituksia.

Verkkopalvelussa on muistettava sekä tekninen saavutettavuus että saataavuus, joka tarkoittaa palvelun löydettävyyttä ja tavoitettavuutta. Lisäksi on otettava huomioon laiteriippumattomuus, eli miten palvelu toimii eri laitteilla ja käyttötilanteissa. Käytettävyys kuvaa sitä, miten hyvin laite tai palvelu vastaa käyttäjän tarpeita. Tähän pyritään vaikuttamaan ottamalla käyttäjän taidot huomioon jo suunnitteluvaiheessa.

Kuntalaisten oikeudesta käyttää omaa kieltään ja saada tietoa omalla kielellään säädetään laissa. Kunnan verkkotiedottamiseen pätevät samat normit kuin kunnan muuhun tiedottamiseen. Kaksikielisen kunnan tulee kielilain mukaan palvella yleisöä sekä suomeksi että ruotsiksi. Maahanmuuttajien ja matkailijoiden käyttämät kielet on hyvä muistaa keskeisillä verkkosivuilla. Myös vammaisilla on vammaispalvelulain nojalla oikeus saada tietoa palveluista omalla kielellään, kuten viitottuna.

Vaikka kielilaki velvoittaa kaksikielisiä kuntia tiedottamaan molemmilla kielillä, tämä ei tarkoita sitä, että verkkosivujen kieliversioiden täytyisi olla identtiset tai yhtä kattavat. Tärkeää on, että navigointi on luonteva molemmilla kielillä. Kaksikielisten kuntien on kuitenkin huolehdittava sekä suomen- että ruotsinkielisen väestön tiedonsaantitarpeista. Hyvin suunniteltu kaksikielisen sisällön toteutus vähentää ylimääräistä työtä.

Verkkopalvelun uudistus ja hankinta

Verkkopalvelua suunniteltaessa kannattaa jo alkuvaiheessa tutustua suosituksiin ja ohjeistuksiin. Ne auttavat pohtimaan, mitä halutaan ja helpottavat toteutusta, mutta tukevat myös palveluiden tilaamisessa.

Verkkopalveluiden kehittäjille tärkeitä työvälineitä ovat Julkisen hallinnon tietohallinnon neuvottelukunta JUHTAn JHS-suositukset. Niissä kuvataan verkkopalvelun suunnittelun ja toteuttamisen periaatteita. Ohjeet kattavat

koko verkkopalvelun tuottamisprosessin, opastavat hankinnoissa ja antavat lainsäädäntöön liittyvää lisätietoa.

Kannattaa myös perehtyä huolella muiden kuntien toteutuksiin, ja kenties hakea samassa tilanteessa olevia kumppaneita.

Verkkopalvelujen uudistuksessa on noudatettava hankintalain kilpailutussäädöksiä. Neuvontaa antaa Julkisten hankintojen neuvontayksikkö, joka palvelee sivulla www.hankinnat.fi. Kilpailutuksista pitää ilmoittaa www.hankintailmoitukset.fi -palvelussa.

Osana kunnan toimintaa on mietittävä verkkopalvelun tavoitteita sekä organisaation strategian, viestintäsuunnitelmien että tietohallintosuunnitelman/-strategian näkökulmasta. Yhteisistä pelisäännöistä ja tavoitteista kannattaa sopia sisäisesti jo ennen hankintaprosessin aloittamista, jotta kunnalla on tilaajana yksi yhtenäinen tavoite, jota lähdetään toteuttamaan.

On tärkeää myös yhdistää kunnan palveluprosessit ja verkkopalvelut saumattomasti toisiinsa.

Verkkopalvelun konseptointi ja sisällön määrittely voidaan tehdä omana kokonaisuutenaan ja tämän jälkeen erikseen kilpailuttaa tekninen suunnittelu ja toteutus.

Koska verkkopalvelu on entistä keskeisempi asukkaiden palvelukanava, verkkosisältöjä ja verkkopalvelun toteuttamista pitää tarkastella kuntalaisen näkökulmasta. Jo projektin alussa on syytä miettiä, miten kuntalaisten näkemys saadaan mukaan, käytetäänkö asiakasraateja vai miten loppukäyttäjät huomioidaan.

Verkkopalvelujen käytettävyyttä varmistetaan koko palvelun suunnittelu-, kehitys- ja ylläpito-prosessin ajan ja erillisen käytettävyydestaustuksen avulla ennen palvelun lopullista käyttöönottoa. Verkkopalvelu kannattaa nähdä koko ajan muuttuvana ja kehitettävänä palveluna, ei kerran viidessä vuodessa toteutettavana kertaratkaisuna.

Vaikka verkkopalvelun tekninen toteutus ostettaisiinkin organisaation ulkopuolelta, tilaajan on testattava palvelun toimivuutta ja vastaavuutta määriteltyihin tarpeisiin. Sisällön siirto tai sen uudelleenmuotoilu on keskeinen osa projektia. Lisäksi prosessia voi täydentää uudistusta edeltävillä ja sitä seuraavilla käyttäjätutkimuksilla.

Budjetoinnissa kannattaa huomioida, että kyse ei ole vain tekniikan hankinnasta. Myös palvelun määrittely, ulkoasun suunnittelu, käytettävyys, ohjeistus ja koulutus sekä markkinointi pitää huomioida budjetoinnissa.

Sosiaalinen media perustuu tasavertaisuuteen

Sosiaalinen media tarkoittaa käyttäjien itsensä luomaa ja käyttäjien keskenään jakamaa sisältöä tietoverkoissa. Sille ovat ominaisia nopea vuorovaikutteisuus ja tasavertainen osallistuminen.

Muista nämä:

- Suunnittele verkkopalvelu käyttäjälähtöisesti.
- Muista selkeä kieli sekä saavutettavuus ja esteettömyys.
- Verkkopalvelua pitää kehittää jatkuvasti.
- Kunnan verkkosivujen tulee toimia kaikilla päätelaitteilla pöytäkoneista mobiililaitteisiin eli olla ns. responsiiviset.
- Kaksikielisten kuntien on huolehdittava tiedonvälityksestä molemmilla kielillä.
- Muista maahanmuuttajien ja matkailijoiden käyttämät kielet keskeisissä palveluissa.

Sosiaalisessa mediassa toimiminen voi olla esimerkiksi

- asiakaspalvelua ja neuvontaa,
- kohtaamista ja ohjausta,
- asiointia,
- joukkoistamista,
- osallistamista,
- markkinointia ja
- maineen luomista.

Ennen kaikkea sosiaalinen media on vuorovaikutusta asiakkaiden, kunta-laisten, sidosryhmien ja verkostojen kanssa. Se tuottaa lisää sosiaalisuutta, verkottumista ja yhteisöllisyyttä.

Viestinnän näkökulmasta sosiaalinen media on verkossa tapahtuvaa viestintää, eli osa verkkoviestintää. Sosiaalinen media on arkipäiväistynyt osaksi normaalia työntekoa, ja yhä useampi käyttää sosiaalisen median välineitä työnsä osana.

Sosiaalisen median hyödyntäminen kunnan toiminnassa ja viestinnässä edellyttää suunnitelmallisuutta, säännöllistä sisällöntuotantoa, yhteisöjen aktiivointia ja aktiivista osallistumista. Sosiaalisen median palvelujen tulee tukea kunnan strategiaa ja niiden käyttöä pitää pohtia osana kokonaisviestintää ja viestintäsuunnitelmaa. Työntekijä voi toimia sosiaalisessa mediassa kahdessa eri roolissa työnsä puolesta:

1. Sosiaalisessa mediassa voi toimia organisaation nimissä.
2. Henkilö voi viestiä asioista työroolissaan omalla persoonallaan ja omilla kasvoillaan, kunhan perustaa mielipiteensä faktoihin ja omaan asiantuntemukseensa aiheesta.

Nämä kaksi eri tekemisen muotoa ovat loppujen lopuksi melko erilaisia. Siksi näitä käsitellään tässä oppaassa erikseen.

Sosiaalisessa mediassa organisaation nimissä

Suomalaisista kunnista likimain jokainen toimii esimerkiksi Facebookissa, ja noin 40 prosenttia Twitterissä ja/tai Youtubessa. (Kuntien verkkoviestinnän ja sosiaalisen median käyttö, Kuntaliitto 2015)

Kun toimitaan organisaation nimissä, taustalla ovat useimmiten esimerkiksi viestinnän työntekijät tai jotkut muut nimetyt henkilöt. Sosiaalisen median käytön tulee olla suunnitelmallista ja säännöllistä niin, ettei organisaatiotilin ylläpito ole riippuvainen yksittäisestä työntekijästä.

Organisaation nimissä toimiminen asettaa myös rajoituksia: siinä missä kunnanjohtaja voi ehdottaa uusia ideoita ja spekuloida vaihtoehtoilla, organisaation nimissä toimittaessa tekstit eivät ole henkilökohtaisia.

Kunnan tai ylipäätään julkisen hallinnon toiminnan sosiaalisessa mediassa voi jakaa karkeasti viiteen eri luokkaan:

- 1. Kerrotaan omasta toiminnasta.** Tämä on lähellä perinteistä viestintää, kerrotaan esimerkiksi päätöksistä.
- 2. Kampanjoidaan ja markkinoidaan.** Kerrotaan uusista palveluista ja nostetaan esille vanhoja. Luodaan mielikuvia ja ylläpidetään mainetta. Sosiaalisessa mediassa markkinointi voidaan helposti kohdistaa tietylle alueelle tai tietylle käyttäjäryhmälle.
- 3. Osallistutaan aktiivisesti keskusteluun.** Rakennetaan kuntalaisten yhteisöllisyyttä arkipäivän elämässä, osallistutaan ajankohtaiseen keskusteluun tai nostetaan ideoita pohdittavaksi.
- 4. Joukkoistetaan ja osallistetaan.** Keskustellaan valmisteilla olevista asioista tai tulevista päätöksistä. Suunnitellaan ja ideoidaan käyttäen apuna aiempaa avoimempia välineitä.
- 5. Palvellaan ja neuvotaan asiakkaita.** Etenkin yksityisellä sektorilla sosiaalisen median välineet ovat jo merkittävä asiakaspalvelukanava. Normaaliin asiakaspalveluun liittyvät vastuut täytyy siirtää myös sosiaaliseen mediaan. Myös perustyötä voi tehdä sosiaalisessa mediassa. Esimerkiksi nuorisotyöntekijät kohtaavat nuoria verkossa osana arkityötään.

Työntekijänä sosiaalisessa mediassa

Kunnan asiantuntijoiden läsnäolo sosiaalisessa mediassa lisää hallinnon avoimuutta, tuo esiin asiantuntemusta, antaa kasvot kunnan toiminnalle sekä mahdollistaa verkostoitumisen.

Sosiaalisessa mediassa yksityisen ja työminän erottaminen voi olla vaikeaa. Esimerkiksi Twitterissä asiantuntija voi viestiä myös työhönsä liittyvistä

aihealueista luontevasti ja persoonallisesti ilman, että hänellä on erillistä työpöytäprofiilia. Joissakin tapauksissa on perusteltua muodostaa myös erillinen työ- tai virkaprofiili sosiaaliseen mediaan työasioista viestimistä ja työn tekemistä varten.

Vahvat henkilöbrändit ja avainhenkilöiden läsnäolo sosiaalisessa mediassa on kunnalle valtava mahdollisuus ja voimavara. Elävä kuva ja kasvot antavat tekstillä vaikuttavuutta.

Kun viestii verkossa työnantajaansa tai työhönsä liittyviä asioita, poliittisia painotuksia kannattaa välttää. Mielipiteet kannattaa perustella huolellisesti ja pohjata ne faktoihin ja omaan asiantuntemukseen. Sosiaalisessa mediassa toimittaessa lähtökohdaksi kannattaa ottaa oma työ ja sen sisällöt ja valita muutama aihealue, josta viestii ja keskustelee. Huumorin ja epätyyppillisten viestintäkeinojen käyttö on välillä jopa suotavaa, tosin se on myös haastavaa.

Kannattaa muistaa, että kunnan työntekijän ja varsinkaan esimiehen on käytännössä lähes mahdotonta toimia sosiaalisessa mediassa vain yksityishenkilönä, vaan oma kommentointi liitetään vääjäämättä myös ammattirooliin.

Avoim data auttaa ja kehittää

Avoim data on julkista tietoa, joka laitetaan verkkoon saataville koneluettavassa muodossa, avoimin käyttöehdoin ja maksutta. Datan avaaminen tuo kunnan hallussa olevan tiedon organisaation ulkopuolisten tahojen, kuten yritysten hyödynnettäväksi, mutta myös paremmin näkyväksi kunnan omiin tarpeisiin johdon, eri toimialojen ja luottamushenkilöiden käyttöön. Datasta hyötyvät myös oppilaitokset, joille kuntadata saattaa olla käytännönläheistä ja aitoa oppimateriaalia. Kunta voi saada datan käyttäjiltä arvokasta palautetta.

Ihannetilanteessa data avataan suoraan sieltä, missä se syntyy, eli esimerkiksi suoraan asianhallintajärjestelmästä. Datan avaamisen alkuun pääsee avaamalla kiinnostavaksi arvioitua tietoa, jota on poimittu järjestelmästä esim. excel-tilukkaan tai csv-tiedostomuotoon.

Standardimuodossa avattua dataa voi kuka tahansa käyttää haluamallaan tavalla. Käyttäjä voi kehittää sen visualisoimiseksi erilaisia sovelluksia tai hyödyntää dataa lähdeaineistona. Tämä mahdollisuus saattaa tuoda tarjolle uusia palveluita ja sovelluksia, jotka hyödyntävät kunnan avaamaa dataa ilman, että kunta itse osallistuu sen kehittämiseen.

Helsingin Seudun Liikenne HSL on avannut jo vuosien ajan julkisen liikenteen aikataulu- ja reittitietoa avoimena datana. Tämä on poikunut useita vapaaehtoisten kehittäjien toteuttamia eri laitteille ja käyttöjärjestelmille sopivia aikataulu- ja reittioppaita. Näiden kehittämiseen HSL:n ei ole tarvinnut sitoa omia kehittämisresurssejaan. HSL on voinut näin taata laajan palvelukirjon osallistumatta itse sovellusten kehittämiseen. Vapaaehtoisten kehittäjien sovellukset myös tukevat toimijoiden omaa kehittämistä antamalla uusia ideoita ja nostamalla vaatimustasoa. Nyt Liikennevirasto ja HSL kehittävät yhteistä kansallista, älykästä reittiopasta, joka hyödyntää avointa dataa.

Datan avaamisessa on syytä noudattaa yhteisiä periaatteita, joita löytyy esim. JHS-suosituksista ja useista avoimen datan portaaleista. Dataa tulee avata yleisesti käytetyssä teknisessä formaatissa (standardimuodossa) jotta dataa on helpompi hyödyntää erilaisissa sovelluksissa ja vertailla muualla avattuun samankaltaiseen tietoon. Sisällöllisesti data tulisi pyrkiä esittämään mahdollisimman vertailukelpoisella tavalla.

Kunnan avaama data kannattaa keskittää verkkosivuilla yhteen paikkaan helposti saataville. Lisäksi Suomessa on julkisen hallinnon käyttöön tarkoitettu avoimen datan ”kirjastopalvelu” (www.avoindata.fi) jonne kunnat voivat viedä avaamaansa dataa maksutta. Jatkossa sivustolle kootaan myös datan avaamiseen liittyvää ohjeistusta julkisen hallinnon käyttöön.

Avoin data osallisuuden välineenä

Avoin data on myös kuntalaisille uusi väline ajaa omia etujaan, mikä luo uusia asetelmia myös viestinnän näkökulmasta. Virkamiesten ja viestinnän tulisikin harkita, olisiko joissain tilanteissa hyödyllistä kannustaa kansalaisia hyödyntämään avointa dataa esimerkiksi osana asian valmistelua. Näin kansalaiskeskustelua voisi käydä jo asian valmisteluvaiheessa ja hyödyntää kansalaisten paikallistuntemusta varhaisessa vaiheessa.

Valmisteluun liittyvää dataa avaamalla sekä valmistelijoiden ja kuntalaisten yhteistyöllä voidaan luoda uudenlaista osallistavaa päätöksentekoa, josta hyötyy niin kunta kuin kuntalainenkin.

Muista nämä

- Avoin data on tietoa, joka on verkossa koneluettavassa muodossa.
- Sitä voi käyttää kuka tahansa haluamallaan tavalla, maksutta.
- Sen pohjalta voi syntyä uusia palveluita ja sovelluksia myös ilman kunnan osallistumista.
- Se tuo tiedon paremmin myös kunnan omaan käyttöön.

10 Painettu sana yhä tarpeen, videot yleistyvät

Mediamailman yleiset muutokset heijastuvat myös julkishallinnon viestintään. Digitaaliset sisällöt ja sähköiset palvelut korostuvat, kun taas painettujen lehtien määrät ja levikit pienenevät.

Painetun materiaalin korvaaminen sähköisellä on kustannustehokasta, mutta monessa tilanteessa ja monelle kuntalaiselle painettu esite, opas tai tiedotuslehti on edelleen välttämätön. Itse asiassa kotiin jaettavalla kunnan tiedotuslehdellä on entistä suurempi merkitys, kun maksullisten lehtien tilaaminen vähenee. Asukaslehti kannattaa tehdä entistä huolellisemmin ja kiinnostavammin, ehkä entistä laajemman paikallisen yhteistyön turvin. Lehti tai palveluopas on suora ovi paikallisiin palveluihin.

Painettu materiaali pitää tehdä mahdollisimman taloudellisesti ja ekologisesti. Koska tiedot vanhenevat, pitää painettua materiaalia sopivalla tavalla tukea ajantasaisella verkkoaineistolla. Painosmääriin ja jakelutapaan kannattaa paneutua huolella.

Esitteet ja lehdet kannattaa toimittaa niin, että ne ovat helppolukuisia, ymmärrettäviä ja havainnollisia kaikkia asukasryhmiä ajatellen. Painetun aineiston etuna on esimerkiksi mahdollisuus tutkia karttoja ja ilmakuvia tarkasti ajan kanssa ja myöhemmin uudelleen. Esite säilytetään saatavilla kotona, kun taas verkko-osoitteisiin ei aina ole helppo palata.

Markkinointi- ja esittelyaineistoa hankittaessa on syytä paneutua aineiston laatuun.

Jos kunta tai mikä tahansa organisaatio julkaisee omaa tiedotuslehteä, joka ilmestyy säännöllisesti vähintään neljä kertaa vuodessa, tai jos netissä julkaitaan säännöllisesti tietoja organisaation asioista aikakautisen julkaisun tapaan, julkaisijan on määrättävä julkaisulle vastaava toimittaja.

Visuaalisuus on kaikessa viestinnässä vahva tekijä. Sekä verkkoaineistoa että painettua materiaalia kannattaa havainnollistaa kuvilla, piirroksilla ja grafiikalla. Myös videomateriaalin hankinnalle ja käytölle on entistä enemmän perusteita sähköisen viestinnän lisääntyessä.

Tekijänoikeuksista ja kuvausluvista ks. oppaan lakiosiota.

11 Mediaviestintä tavoittaa laajasti

Suuri osa kuntaa koskevista tiedoista välittyy kuntalaisille tiedotusvälineiden kautta. Median rooliin kuuluu tulkita ja havainnollistaa kunnan suunnitelmia ja päätöksiä. Etenkin paikalliset ja alueelliset tiedotusvälineet ovat usein vahvoja mielipidevaikuttajia seuduillaan. Media palvelee ennen kaikkea lukija- ja kuulijakuntaansa.

Media voi olla kunnan tai kaupungin hyvä yhteistyökumppani, jonka avulla saavutetaan suuri yleisö paremmin kuin millään muulla keinolla. Yhteistyön pohja syntyy molemminpuolisesta luottamuksesta, kunnan ja median eri roolien hyväksymisestä sekä median työskentelytapojen tuntemisesta.

Median ajankäyttö on tiukkaa ja käytettävissä oleva tila niukka. Kunta tai mikään muukaan organisaatio ei voi odottaa medialta oman viestinsä kritiikitöntä toistamista, mutta kaikki viestintäapu helpottaa median toimintaa ja auttaa tiedon välittämistä. Hallinnon ja median hyvästä ja ammattitaitoisesta yhteistyöstä hyöttyy aina viime kädessä kuntalainen.

Toimittaja muodostaa käsityksensä kunnasta kaiken sen toiminnan perusteella. Mediaviestinnän tulee perustua kunnan koko toimintaan.

Joukkoviestimien mielipidesivut ja -palstat saavat paljon lukijoita. Asiallisiin lukijoiden kysymyksiin kannattaa aina vastata, sillä kysyjän lisäksi oikeata tietoa saa näin koko lukijakunta.

Mediaviestinnän välineitä:

- tiedotteet
- tiedotus- ja taustatilaisuudet
- muut toimittajatapaamiset
- haastattelut
- kunnan verkkosivut
- sosiaalinen media
- uutiskirjeet
- asiantuntija-artikkelit
- mielipidekirjoitukset

Kunnan mediapalvelun pääperiaatteet

- Tiedotusvälineitä palvellaan tasapuolisesti, joustavasti ja aktiivisesti.
- Toimituksille tarjotaan tietoa kunnan toiminnasta ja tärkeistä vireillä olevista asioista mahdollisimman varhaisessa vaiheessa.
- Toimittajien yhteydenottoopyyntöihin vastataan ripeästi ja annetaan toimittajan tarvitsemat tiedot.
- Kaikille kunnan asioita seuraaville tiedotusvälineille tiedotetaan samanaikaisesti ja erilaiset ilmentymisajankohdat huomioon ottaen.
- Tiedotusvälineellä, joka on itse havainnut uutisaiheen, on etuoikeus sen käyttöön.

Kun toimittaja ottaa yhteyttä:

- Vastaa heti ja ystävällisesti.
- Varmistu siitä, onko kyse haastattelusta vai taustatiedoista ja mikä on toimittajan aikataulu.
- Jos olet oikea henkilö vastaamaan asiasta, anna tietoa asiallisesti ja täsmällisesti. Muista, että kaikki, mitä sanot, voi päätyä julkisuuteen.
- Ohjaa toimittaja tarvittaessa oikean henkilön puheille. Vältä kuitenkin turhaa pallottelua.
- Voit pyytää muutaman minuutin aikaa tietojen etsimiseksi. Mieti tärkeimmät viestit valmiiksi.
- Varmistu faktoista ja etsi toimittajan avuksi materiaalia.
- Pyydä haastattelusi tarkistettavaksi. Journalistin ohjeiden mukaan tarkistusoikeus koskee vain haastateltavan omia lausumia.
- Muista, että puhut aina kunnan edustajana, et yksityishenkilönä.

12 Häiriö- ja kriisiviestintä: varaudu ajoissa, reagoi nopeasti

Poikkeuksellisissa tilanteissa kunnan viestintä nojaa tavanomaisten viestintäkäytäntöjen ja -kanavien tehostettuun käyttöön. Viestintärutiinien pitää siis aina olla kunnossa. Lisäksi voidaan tarvita esimerkiksi vaaratiedotteita ja erillistä puhelinpalvelua. Suunnitelmat pitää olla valmiina myös tavanomaisen viestinnän häiriötilojen kuten sähkön ja tietoliikenteen katkojen varalle.

Kriisiviestintäsuunnitelmassa pitää varautua pieniin palvelukatkoksiin, erilaisiin onnettomuuksiin, mainekriiseihin ja laajoihin häiriöihin. Poikkeusolot astuvat voimaan vain valmiuslainsäädännön kautta.

Valtaosa häiriöistä on niin pieniä, että tavanomainen toimiva viestintä riittää, mutta viestinnän nopeus ja tietojen täsmällisyys korostuvat. Mitä laajempi kriisi on, sitä tärkeämpää on tehostaa ja keskittää viestintää.

Kriisiviestintäsuunnitelmien on oltava kattavia ja ajan tasalla. On tärkeää, että kaikki keskeiset vastuuhenkilöt osallistuvat säännöllisesti valmiusharjoituksiin, joissa myös viestintää simuloidaan.

Huolehdi myös siitä, että palvelusopimuksissa kunnan ja palvelujen tuottajien välillä on selkeästi määritelty viestintävuorot sekä normaali- että poikkeustilanteissa.

Hyvä ohje on lyhyt ja yksinkertainen

Kriisitilanteessa ihmisen tiedontarve lisääntyy, mutta samalla kyky vastaanottaa tietoa heikkenee, joten ohjeiden selkeys on erittäin tärkeää. Poikkeustilanteita koskevat ohjeet on hyvä yksinkertaistaa esimerkiksi muistilistoiksi tai viestintäkorteiksi. Nopeat toimintaperiaatteet tulee olla kaikkien tiedossa.

Alussa tärkeintä on estää lisävahingot, hälyttää pelastusviranomaiset ja varmistaa tiedonkulku. Tiedottaminen käynnistyy esimiehille ja toimivalle johdolle heti annettavasta tilannetiedotuksesta, jonka perusteella johto ja viestintävastaava päättävät tarvittavista toimenpiteistä ja johtoryhmän kokoontumisesta. Kunnan viestinnän tehtävänä on tukea pelastusviranomaisten toimintaa, varmistaa oikean tiedon leviäminen ja tarjota medialle luotettava ja reaaliaikainen tilannetieto ja työskentelymahdollisuudet tilanteen sallimissa puitteissa. Kunnan viestintävastaava organisoii yhdessä eri viranomaisten kanssa yhteiset tiedotustilaisuudet, tiedotteet ja kutsuu median.

Tietoverkkoihin kohdistuvien häiriöiden varalta on suunniteltava organisaation it-järjestelmistä riippumattomat tavat viestiä sekä sisäisesti että

ulospäin. Kunnan verkkosivuston rinnalle voidaan perustaa poikkeustilanteita varten yksinkertainen varasivu, joka latautuu nopeasti ja kestää tavallista suuremman kävijämäärän. Tekstiviestit, mobiililaitteet ja sosiaalinen media ovat kriisitilanteissa hyödyllisiä kanavia. Yhteystiedot ja verkostot on pidettävä ajan tasalla.

Kriisitilanteessa on huolehdittava myös siitä, että kunnan henkilöstö pysyy ajan tasalla. Siksi toimivat sisäisen viestinnän kanavat ovat tärkeitä koko kriisitilanteen keston ajan.

Negatiivinen julkisuus: vaikeneminen ei kannata

Negatiivisen julkisuuden pelko tulee esiin usein vaikeissa asioissa ja erilaisien erehdyksien ja virheiden myötä. Kiusallista asiaa yritetään toisinaan pitää pois julkisuudesta, jotta kunnan maine ei kärsisi. Tällöin kuitenkin annetaan aloite muille, joiden intressit eivät välttämättä ole kunnan edun mukaisia. Ensimmäinen uutinen on aina painavin, oli se sitten minkä sävyinen tahansa. Toisen näkökulman tarjoava on aina altavastaja.

Puolustautumisen sijaan kannattaa olla aktiivisesti tarjoamassa ensimmäistä uutista. Jos kunta tuo kiusallisen asian itse julkisuuteen, se vähentää spekulatioita ja viestinnän yksipuolisuutta. Virheen rehellistä tunnustamista arvostetaan. Parhaimmillaan asian avoin käsittely voi nostaa sen yleiseksi pohdinnaksi ja kehittämisen kohteeksi, ja yksittäistapaus jää taustalle.

Julkisyhteisön puolustautumisen mahdollisuuksia rajoittaa se, että kunta ei voi kertoa julkisuuteen yksilön suojaan kuuluvia asioita, vaikka toinen osapuoli niin tekisi. Yleisellä tasolla ongelmista kuitenkin pitää voida keskustella julkisuudessa.

Työmarkkinahäiriö edellyttää viestintää

Kunnissa ja kuntayhtymissä on syytä laatia etukäteen suunnitelma mahdollisen työtaistelun varalta palvelujen saatavuuden ja toimintojen turvaamiseksi. Suunnitelma pitää laatia, vaikkei työtaistelu-uhkaa olisikaan. Esimerkiksi laitton työtaistelu voi alkaa täysin yllättäen, jolloin valmistautumiseen ei jää aikaa.

Työmarkkinahäiriöiden uhatessa kunnan on hyvä olla yhteydessä KT Kuntatyönantajiin. Viestintäsuunnitelmaan kirjataan, ketkä vastaavat yhteydenpidosta KT:n toimistoon ja KT:n viestintään. KT vastaa valtakunnallisesta työmarkkinaviestinnästä keskusjärjestötasolla.

Kuntalaisille on kerrottava mahdollisimman aikaisin työtaistelun aiheuttamista muutoksista palvelujen tarjontaan. Kuntien ja kuntayhtymien on huolehdittava siitä, että tietoa saavat myös sellaiset viranomaiset ja yhteisöt, joiden toiminta on riippuvaista kunnallisten palvelujen häiriöttömästä jatkumisesta.

HUONEENTAULU (lähde: Porvoon kaupunki)

KRIISIVIESTINNÄN PERIAATTEET

Toimintaohjeet asukkaille: asiallinen tieto rauhoittaa mieltä ja hillitsee paniikkia.

Kriisitilanne edellyttää tehostettua johtamista ja viestintää. Kriisiviestintä voi onnistua vain, jos kaupungin normaaliajan viestintäkäytännöt ja rutiinit ovat kunnossa.

Avoin, nopea ja monikanavainen viestintä vahvistavat asukkaiden luottamusta kaupungin toimintakykyyn poikkeuksellisissakin olosuhteissa.

Kerro itse avoimesti, rehellisesti ja nopeasti, mutta älä spekuloi. Nopeus ei saa ohittaa luotettavuutta.

Peittely, salailu tai valehtelu pahentavat tilannetta.

Tunnusta avoimesti virheet. Kanna vastuu tilanteesta, älä vähättele, älä siirrä vastuuta äläkä syytä muita.

Kuuntele ja osoita myötätuntoa.

ORGANISOINTI JA VASTUUT

Ristiriitainen viestintä lisää rauhattomuutta ja heikentää asukkaiden luottamusta viranomaisten kykyyn ratkaista ongelmat.

Päävastuu tiedottamisesta ja viestinnän sisällöstä kuuluu kriisissä sille viranomaiselle, jolla on tilanteen johtovastuu.

Kunta tiedottaa erityisesti kunnan peruspalveluista ja niiden turvaamisesta. Kunta voi myös avata alueellisen kriisiviestintäsivuston, jonne se linkittää muiden viranomaisten tiedot.

Pienet ongelmatilanteet: Viestintää hoidetaan normaalijärjestelyin kunnan viestintäohjeiden mukaisesti.

Suuret häiriötilanteet: Yhteistyötä ja johtamista tehostetaan. Vastuu ulkoisesta viestinnästä keskitetään kunnan johtoryhmälle.

Poikkeusolot: Viestintää voidaan keskittää myös valtakunnallisesti. Viestintävastuu keskitetään poikkeusolojen johtoryhmälle.

13 Muutosviestintä sitouttaa tavoitteisiin

Muutostilanteessa viestinnällä pyritään saavuttamaan yhteisymmärrys muutoksen tarpeellisuudesta ja tavoitteista. Muutokseen ei sitouduta, jos sen syitä ei ymmärretä. Muutostilanteiden viestintävastuista on sovittava selkeästi. On erityisen tärkeää, että henkilöstö ja luottamushenkilöt ovat muutostilanteessa ajan tasalla uusista suunnitelmista ja päätöksistä. Kuntalaiset, erilaiset sidosryhmät ja media tarvitsevat jatkuvasti tietoa siitä, miten muutos vaikuttaa kunnan toimintaan ja palveluihin.

Muutosviestinnällä pyritään vaikuttamaan asenteisiin ja vakiintuneisiin ajattelutapoihin. Viestinnässä tulee ottaa huomioon ihmisten tunteet. Keskustelun ja vuorovaikutuksen tärkeys korostuu muutostilanteessa. Muutosviestintä on pitkäkestoista. Toisto on tarpeen, mutta on myös oltava valmiutta muuttaa viestin sisältöä tilanteen muuttuessa. Muutoksen tavoitteet voivat pysyä, vaikka keinot muuttuvat.

Muutos voi tarkoittaa palvelujen järjestämistä uudella tavalla, toimipisteiden avaamista, lakkauttamista tai siirtämistä toisaalle tai talouden tasapainottamiseen suuntaavia toimia. Se voi koskettaa ensisijaisesti henkilökuntaa tai palvelujen käyttäjiä. Toimenpiteitä ja viestintäkanavia voi vaihdella sen mukaan, kuinka pitkäkestoisesta ja vaikutuksiltaan mittavasta muutoksesta on kyse.

Viestintä muutostilanteissa vaatii vahvaa otetta muutoksesta vastuussa olevilta tahoilta. Tiedottaminen ja viestintä alkaa jo muutosprosessin alkuvaiheessa, vaikka ratkaisuja ei vielä ole tehty.

Kunnan ylin johto antaa muutokselle kasvot. Johto motivoi, sitouttaa ja näyttää suuntaa esimerkillään ja sekä sanallisella että sanattomalla viestinnällä. Esimiehet viestivät muutoksesta erityisesti henkilöstölle. Henkilökohdainen läsnäolo, vuorovaikutus ja kasvokkain viestintä on erityisen tärkeää. Viestintäammattilaiset toimivat johdon rinnalla. Henkilöstöltä taas odotetaan muutostilanteissa aktiivisuutta, halua osallistua ja kykyä etsiä tietoa myös omaaloitteisesti. Luottamushenkilöt käyvät arvo- ja linjakeskusteluja ja kommunikoivat median, kuntalaisten ja eri sidosryhmien kanssa.

Muutoksen toteutuksesta vastaavien on toimittava yhdessä rintamassa ja osoitettava omalla esimerkillään sitoutumista asiaan. Viestinnän onnistumista ja yleistä ilmapiiiriä on seurattava herkästi ja tarvittaessa reagoitava nopeasti lisäviestinnällä. Muutoksen tavoitteista kertovia perusviestejä on toistettava.

Muutosviestinnän kohderyhmät

Kuntalaiset

Kerro, mitä muutos merkitsee palveluiden ja lähialueen kehityksen näkökulmasta. Mieti, kuinka puhuttelet ja miten tavoitat nuoret, lapsiperheet, erityisryhmät, seniorit ja muut kuntalaisryhmät. Kuntalaisia kiinnostaa ennen kaikkea se, millä tavoin muutos vaikuttaa heidän arkeensa ja elämänsä.

Varmista, että kuntalaisten palaute voidaan ottaa aidosti huomioon osana muutosprosessia. Muista myös kertoa matkan varrella eri kohderyhmille, millä tavoin heidän palautteensa on vaikuttanut muutostyöhön.

Hyödynnä eri viestintäkanavia ja -menetelmiä siten, että tavoitat laajasti erilaiset kuntalaisryhmät. Mieti, onko tarpeen viestiä erikseen eri kieliryhmille ja selkokielellä.

Katko huhuilta siivet ja kokoa verkkoon kunnan omiin kanaviin tieto muutosprosessista. Pidä kokonaisuus ajantasaisena ja helposti löydettävänä.

Sidosryhmät

Muutos voi vaikuttaa monin tavoin kunnan sidosryhmiin, esimerkiksi elinkeinoelämään, yhdistyksiin ja seurakuntiin. Kerro lähtökohdat ja keskustele jo varhaisessa vaiheessa, kuinka muutos vaikuttaa sidosryhmien toimintaan. Kolmannen sektorin toimijat voivat myös auttaa tiedon välittämisessä toisaalta kuntalaisille, toisaalta alueen ja valtakunnan järjestökentälle.

Henkilöstö

Kun henkilöstölle viestitään muutoksista, lähiesimiehellä on keskeinen rooli. Työntekijät haluavat kuulla varsinkin omaa työtään koskevat tiedot kasvatusten. Viestiä on syytä silloinkin, vaikka ei ole mitään uutta kerrottavaa. Muista, että muutosvastarinta on luonnollinen ilmiö.

Tarkat viestintämenettelyt lomautuksiin ja irtisanomisiin

Lomautus- ja irtisanomistilanteet ovat erityisesti henkilöstölle raskaita ja ahdistavia. Avoimella ja aktiivisella tiedottamisella voidaan helpottaa henkilöstön huolta ja ahdistusta. Lomautuksiin ja irtisanomisiin liittyvää päätöksentekoa sekä niiden toimeenpanoa säätelevät lait ja työ- ja virkaehtosopimukset, ja ne vaikuttavat myös viestinnän toteuttamiseen. Viestinnän on tuettava yhteistoimintamenettelyä ja toisaalta yt-prosessissa toimivien on myös suunniteltava prosessiin liittyvä viestintä.

Jos kunnan talousarvioehdotuksessa edellytetään sellaisia toimenpiteitä, joiden toteuttaminen todennäköisesti aiheuttaisi useita tai koko henkilöstöä koskevia lomautuksia tai useita henkilöitä koskevia irtisanomisia, toimenpiteitä on käsiteltävä yt-menettelyssä ennen kuin kunnanhallitus tekee valtuustolle lopullisen talousarvioehdotuksen.

Yt-laista velvoitteita työnantajille

Työnantajan on kerran vuodessa annettava henkilöstölle tiedot kunnan työllisyystilanteesta, toiminnan ja talouden tilasta sekä niiden todennäköisestä kehityksestä.

Työnantajan on käsiteltävä yhteistoimintamenettelyssä henkilöstön asemaan vaikuttavia asioita ennen asian ratkaisemista ainakin niiden viranhaltijoiden ja työntekijöiden ja heidän edustajiensa kanssa, joita asia koskee. Velvoite koskee valmisteilla olevan toimenpiteen perusteita, vaikutuksia ja vaihtoehtoja.

Yhteistoimintalain 6 § käsittelee tietojen antamista. Työnantajan on ennen yhteistoimintamenettelyn aloittamista annettava henkilöstölle tai sen edustajille asian käsittelyn kannalta tarpeelliset tiedot. Tiedottaminen yhteistoimintamenettelyn piiriin kuuluvista asioista on toteutettava siten, että henkilöstö ja heidän edustajansa voivat riittävästi perehtyä ja valmistautua käsiteltävään asiaan.

Täydellinenkin viestintä ei korvaa laissa tarkoitettua yhteistoimintamenettelyä, vaan yhteistoimintamenettelyn laiminlyönti saattaa johtaa jopa sanktioihin.

Kun yhteistoimintamenettelyä esitetään:

- Tiedota henkilöstölle, että kunnanhallitukselle esitetään yt-menettelyn aloittamista.
- Tiedota medialle.
- Käytä myös muita kunnan omia viestintäkanavia.

Kun kunnanhallitus päättää yt-menettelyn aloittamisesta:

- Tiedota henkilöstölle päätös ja kerro, mitä se käytännössä tarkoittaa, esimerkiksi välitön vaikutus sijaisten rekrytointiin tai työllistämistimenpiteisiin.
- Tiedota medialle päätös.
- Tiedota myös kunnan omia viestintäkanavia käyttäen.
- Tässä vaiheessa aloita yt-menettelyprosessista vastaavien kanssa asiaa koskevan viestinnän suunnittelu.

Kun yt-menettely alkaa:

- Tiedota henkilöstölle yt-menettelyjen alkamisesta ja kerro, miten yt-neuvottelujen tiedotus on suunniteltu ja aikataulutettu.
- Kerro myös medialle yt-neuvottelujen tiedotuskäytännöistä ja tiedotuksesta vastaavista henkilöistä.

Kun yt-menettely päättyy:

- Tiedota henkilöstölle yt-menettelyjen lopputulos.
- Tiedota medialle yt-menettelyjen lopputulos.
- Kerro henkilöstölle tukitoimista.

Kun lomautuksista/irtisanomisista päätetään:

- Tiedota henkilöstölle päätös.
- Tiedota medialle päätös.
- Tiedota myös kunnan omia viestintäkanavia käyttäen.

Kun toimet toteutetaan:

- Tiedota henkilöstölle, millä aikataululla irtisanomiset ja/ tai lomautukset sekä muut mahdolliset sovitut vaihtoehdot toteutetaan.
- Esittele henkilöstölle tarjottavat vaihtoehdot ja niiden perustelut selkeästi ja neutraalisti.
- Esimiehet ovat tärkein viestintäkanava. Varmista, että heillä on kaikki tarvittava tieto ja tuki sekä yhtenäinen käsitys asiasta.
- Tiedota asukkaille lomautusten ja/tai irtisanomisten vaikutuksista palveluihin. Yleisen tiedotuksen lisäksi osastot ja yksiköt tiedottavat omille asiakkailleen.

Kun toteutus näkyy käytännössä:

- Kerää systemaattisesti tietoa lomautusten ja/tai irtisanomisten vaikutuksista.
- Lomautuksiin ja irtisanomisiin liittyvän viestinnän suhteen on oltava erityisen huolellinen, jotta se tukisi yt-menettelyprosessia.

Yhteistoimintamenettely

Kunta-alan yhteistoimintalaki on perusta työnantajan ja henkilöstön välisen yhteistoiminnan järjestämiselle kunnissa ja kuntayhtymissä. Yhteistoiminnan osapuolia ovat kunta työnantajana ja sen palveluksessa oleva henkilöstö, jonka edustajina toimivat luottamusmies, työsuojeluvaltuutettu tai muu henkilöstön edustaja. Jokaisessa kunnassa on lisäksi oltava yhteistoimintaelin.

Yt-laissa on määritelty yhteistoiminnan vähimmäistaso. Viestinnän on toimittava yhteistyössä ja samassa aikataulussa yhteistoimintamenettelyn kanssa. Kumpikaan ei kuitenkaan poissulje tai korvaa toista.

Yhteistoimintamenettelyssä on ainakin käsiteltävä:

- Asiat, jotka koskevat henkilöstön asemaan merkittävästi vaikuttavia muutoksia työn organisoinnissa, kunnan palvelurakenteessa, kuntajajossa tai kuntien välisessä yhteistyössä.
- Taloudellisista tai tuotannollisista syistä tapahtuvia irtisanomisia, lomauttamisia ja osa-aikaistamisia.
- Palvelujen uudelleen järjestämisen periaatteita, jos asialla voi olla henkilöstövaikutuksia, kuten ulkopuolisen työvoiman käyttöä tai liikkeen luovutusta.

Laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnassa (13.4.2007/449)

Tietoa yhteistoimintamenettelystä

KT Kuntatyönantajien verkkosivuilta:

www.kt.fi > Työelämän kehittäminen > Yhteistoiminta

Tietoa palvelutuotannon muutoksista:

www.kt.fi > Esimiehille > Palvelutuotannon muutokset

KT Kuntatyönantajien julkaisut:

Henkilöstön asema palvelutuotannon muutoksissa,

Kunnallisen esimiehen virkasuhdeopas ja Kunnallisen esimiehen työsuhdeopas

www.kt.fi > Ajankohtaista > Julkaisut

14 Henkilöstöviestintä luo työskentelyedellytyksiä

Osaamista, johtamista, työkykyä, työolosuhteita ja töiden sisältöä voidaan kehittää vain yhteistyössä henkilöstön kanssa. Hyvä organisaatiokulttuuri rohkaisee keskusteluun sekä työyhteisön sisällä että sidosryhmien kanssa. Oma henkilökunta välittää tehokkaasti tietoa kunnan asioista organisaation ulkopuolelle. Organisaation maineen tai brändin rakentaminen lähtee aina liikkeelle hyvästä sisäisestä tiedonkulusta. Myönteinen työnantajamaie vaikuttaa siihen, saadaanko kuntiin tulevaisuudessa osaavia työntekijöitä. Työyhteisöviestinnässä ja yhteishengen luomisessa myös henkilöstöjärjestöillä on merkittävä rooli.

Kunnan visio, strategia ja tavoitteet toteutuvat käytännössä vasta arkisessa työssä. Hyvin hoidettu henkilöstöviestintä on välttämätöntä tulokselliselle toiminnalle ja työelämän laadun kehittämiseksi. Talousarvioon, kuntasuunnitelmaan tai niiden muutoksiin sisältyvistä, henkilöstön asemaan olennaisesti vaikuttavista asioista on tiedotettava.

On tärkeää, että jokaisessa yksikössä käsitellään sekä kokouksissa että lähiesimiehen ja työntekijän välisissä keskusteluissa sitä, mitä tavoitteet konkreettisesti merkitsevät kunkin omassa työssä. Tätä kautta muodostuu pohja myös tuloksellisuuden arvioinnille.

Kuntalaki korostaa hallituksen vastuuta henkilöstöasioista, myös viestinnällisesti. Käytännön arkityössä esimiesten rooli on oleellinen riittävän, oikean ja motivoivan tiedon välittämisessä ja keskustelun käynnistämisessä. Jokaisella työyhteisöllä on oltava mahdollisuus ja myös vastuu sopia sisäistä viestintäkäytännöistä viestintäkäytännöistä.

Henkilöstöviestinnälle on monta kanavaa

Nykyaikainen teknologia luo uusia mahdollisuuksia henkilöstöviestintään ja mahdollistaa organisaatiokulttuurin kehittymisen avoimemmaksi ja vuorovaikutteisemmaksi. Sisäisen viestinnän onnistuminen on ennen kaikkea kiinni organisaatiokulttuurista, ei niinkään välineistä.

Henkilöstöviestintä voi olla suullista, kirjallista tai verkkoviestintää. Keinoja ovat mm. kehityskeskustelut, työnohjaus, palaute työstä, tiimityö, perehdyttäminen, työpaikka- ja henkilöstökokoukset, tiedotteet, henkilöstölehdet, sähköpostiviestit ja intranetit. Viestejä pitää toistaa eri välineissä. Eri välineiden käytölle on syytä tehdä yhteiset pelisäännöt.

Kasvokkain tapahtuva viestintä, kokoukset ja tiedotustilaisuudet ovat sisä-

sen viestinnän tehokkain muoto, koska ne ovat välitöntä viestintää: kysymyksiä voi esittää ja niihin saa vastaukset heti. Tiedotustilaisuuksien keskeinen viesti on syytä julkaista myös kirjallisesti tiedotteena tai intranetissä.

Intranetissä erilaiset kommentointi- ja keskustelumahdollisuudet arkipäiväistyvät, ja myös sisäinen sosiaalinen media blogeineen ja keskusteluvirtoineen tarjoaa mahdollisuuksia osallistumiseen, oman osaamisen jakamiseen ja yhteistyöhön organisaation sisällä.

Intranet ei ole enää pelkkä viestintäkanava vaan parhaimmillaan digitaalinen työympäristö, joka mahdollistaa arkityön tekemisen sujuvasti nykyaikaisilla toimintatavoilla – päätelaitteesta ja työntekijän toimipaikasta riippumatta. Sitä kannattaa kehittää yhteistyössä kunnan toimialojen, henkilöstöasiantuntijoiden, tietohallinnon ja IT-asiantuntijoiden kanssa.

Säännöllisesti ilmestyvä henkilöstötiedote on uutismainen tietopaketti kunnan henkilöstöä koskettavista asioista. Useissa kunnissa julkaistaan myös laajempia, asioita taustoittavia henkilöstölehtiä, joissa käsitellään kunnan strategioita, visioita, taloutta, työelämän kehittämistä, henkilökunnan harrastusmahdollisuuksia ja työsuhdeasioita. Kunnan eri toimialoilla voi olla erilaisia tapoja järjestää sisäinen viestintä.

15 Viestinnän seuranta ja arviointi auttavat kehittymään

Vuorovaikutus kuntalaisten ja sidosryhmien kanssa edellyttää jatkuvaa julkisen keskustelun seuraamista, perusviestien arviointia ja tarkentamista sekä huomiotta jäävien asioiden viestinnän ja markkinoinnin tehostamista. Asiakaspalaute ja tyytyväisyyskyselyt ovat tärkeä keino kehittää paitsi palvelua itseään, myös viestintää siitä.

Viestinnän ja markkinoinnin arviointi on osa kunnan ja kuntayhteisön strategian toteutumisen seurantaa. Se auttaa kehittämään johtamista ja mainetta. Seurantatiedon kerääminen on tärkeätä myös eri kuntien ja muiden organisaatioiden viestinnän vertailemiseksi ja hyvien käytäntöjen jakamiseksi.

Seurannan pitää olla tavoitteellista, ja sen tulee johtaa toiminnan arviointiin ja kehittämiseen. Etenkin maksullisten kampanjoiden ja muiden toimenpiteiden vaikutukset tulee analysoida ennen uusia panostuksia.

Viestinnän arviointi ei ole yksiselitteistä, koska määrällisen mittaamisen ohella tarvitaan laadullista, viestinnän vaikuttavuuden arviointia, ja ihmisten käyttäytymiseen vaikuttavat aina monet tekijät yhdessä. Siksi viestinnän eri osa-alueiden vaikuttavuutta tulisi seurata kattavasti ja säännöllisesti.

Mittareita on monia

Sisäisen viestinnän toimivuutta on seurattava niin käytävä- ja kehityskeskusteluissa kuin myös säännöllisillä henkilöstökyselyillä. Henkilöstöjärjestöt ovat tärkeä sisäisen viestintäilmapiirin palautekanava. Henkilöstölehden ja intran käyttöastetta voidaan mitata paitsi erilaisten aineistojen lukijamäärillä, myös aktivoivilla kilpailuilla ja muulla vuorovaikutuksella.

Myös julkisten verkkosivujen kävijämäärät ja yksittäisten sivujen keskimääräiset lukuajat ovat hyvä mittari erityyppisten sisältöjen käyttöasteelle. Automatisoituun mittaamiseen sisältyy kuitenkin aina epävarmuustekijöitä, eikä suoria johtopäätöksiä kannata tehdä ilman sisällöllistä analyysia. Verkkosivujen käyttäjäkyselyt antavat syvällisempää tietoa, mutta liian usein toistettuina vähentävät vastausten määrää ja tulosten kattavuutta.

Asukas- ja käyttäjäkyselyitä voidaan tehdä monin eri tavoin. Vihreän tai punaisen napin painaminen asiakastapahtuman jälkeen on helpoin tapa antaa palautetta, mutta myös kaikki suullinen, sähköinen ja puhelimitse tullut palaute on pystyttävä analysoimaan ja välittämään eteenpäin. Asukasraadit, haastattelut ja otokseen perustuvat kyselyt antavat täsmällistä ja vertailukelpoista tietoa niin yleisestä palvelutyytyväisyydestä kuin myös viestinnästä.

Palvelun viestintää on hyvä testata, asiakaspalautetta on syytä kysellä ja kuunnella: viitoitus ja kyltit, käytetyt termit, asioinnin kielen ymmärrettävyys, vuorovaikutuksen mahdollisuudet ja toimivuus. Palvelumuotoilulla voidaan parantaa monia asiakasviestinnän osia.

Viestinnän onnistumista on syytä arvioida myös sidosryhmien ja luottamushenkilöiden keskuudessa. Paitsi yksittäisten asioiden ja henkilökohtaisten viestintäkokemusten kartoittamiseksi, nämä ovat tärkeitä kohderyhmiä erityisesti strategisen viestinnän arvioimiseksi. Kunnan tai muun organisaation toiminnan ja kokonaisviestinnän tulee toteuttaa strategiaa. Strategisen viestinnän kehittäminen on laaja toimintatapakysymys, johon tarvitaan monipuolista ja syvällistä arviointiaineistoa: haastatteluja ja keskusteluja, jotka analysoidaan huolellisesti.

Media on eturintamassa viestinnän arvioinnissa, sekä sisältöjen seurannan että oman ammattitaitonsa puolesta. Mediaseuranta – joko omatoiminen tai ostettu palvelu – on yleisesti käytetty viestinnän seurannan väline. Sähköisesti mediaseurantaa voidaan laajentaa myös muihin kuin tiedotusvälineiden verkkosivuihin sekä sosiaaliseen mediaan. Seurannan kohteet, hakusanat ja analyysityökalut on syytä valita huolella, jotta seurannasta olisi kustannuksia vastaavaa hyötyä. Parhaimmillaan mediaseuranta palvelee välitöntä täydentävää ja oikeaseuraa viestintää sekä elävää keskustelua ja yleisen mielipiteen rakentamista.

Kuntaliitto on yhdessä Helsingin yliopiston kanssa kehittänyt kuntien viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmän (KISA), jonka työkaluja voivat käyttää kaikki kuntapohjaiset yhteisöt ja niiden yksiköt ja osastot omalla toiminta-alueellaan. Järjestelmään kuuluvat seuraavat osat:

1. **Pikatesti:** tarkistuslista itsearviointiin, kehityskeskustelun pohjaksi, vastaavien organisaatioiden keskinäiseen vertailuun ja toistettuna viestinnän kehityksen seurantaan.
2. **Strategisen viestinnän arviointi:** haastattelurunko ja kyselytutkimuksen pohja kokonaisviestinnän suunnittelun ja toimivuuden avuksi, strategian toteutumisen seurantaan.
3. **Työyhteisöviestinnän kysely ja fokusryhmäkeskustelut:** lomakepohjat viestinnän, johtamisen ja työtyytyväisyyden kartoittamiseen erityisesti muutostilanteissa.
4. **Kuntalaiskysely:** lomakepohja viestinnän ja osallistumisen kartoittamiseksi, toteutetaan parhaiten samanaikaisesti useammassa kunnassa.
5. **Media-analyysi:** työväline mediaosumien analysoimiseksi.
6. **Verkkoviestinnän arviointi:** verkkosisältöjen tarkistuslista viestinnän ja osallistumisen näkökulmasta.
7. **Sidosryhmäkartta ja -kysely:** työväline sidosryhmien tunnistamiseen, viestintäodotusten kartoittamiseen ja sidosryhmäsuhteiden kehittämiseen.

Markkinoinnin tuloksellisuus on aina arvioitava

Markkinointiin sijoitetaan usein erillisiä määrärahoja ja tavoitellaan suoraa tai välillistä tuottoa. Päättäjille on kyettävä raportoimaan, mitä markkinointiin sijoitetuilla euroilla saadaan aikaiseksi. Panos–tuotos-suhde kertoo usein myös kustannustehokkuudesta, vaikka syvällisempää laadullista onnistumista sillä ei aina voikaan arvioida.

Mittaamista ei kannata tehdä mittaamisen vuoksi, vaan siksi, että saataisiin tietoa siitä, onko suunta oikea, onko toiminnalla vaikutusta siihen, mitä tavoitellaan. Markkinointi on pitkäjänteistä työtä, joten tuloksia ei voi odottaa heti. Arvioinnilla on tarkoitus saada esiin osviittaa kehittämiseen ja konkreettisia parannusehdotuksia. Vaikka aina ei ole mahdollista eriyttää johonkin kehitykseen tai saavutukseen johtaneita tekijöitä, markkinoinnin osuus kokonaisuudesta on hyvä todeta. Kuitenkaan pelkät kävijämäärät, klikkausten määrät jne. eivät riitä markkinoinnin tuloksiksi, vaan pitää nähdä todelliset tulokset erilaisen aktiivisuuden jälkeen.

Tuloksellisuuden ja vaikuttavuuden arvioinnissa oleellisinta on ensin määrittää, mitä tavoitellaan ja mikä osoittaa onnistumisen. Kun kohderyhmät ovat rajattu ja selvillä, voidaan viestinnälle asettaa konkreettiset tavoitteet. Painotukset eri kohderyhmiin voivat vaihdella eri toimintakausina.

Erilaisia arvioinnin menetelmiä ja mittareita on useita. Pohjaksi on hyvä miettiä eri onnistumisesta kertovat tasot, joiden perusteella kampanjoinnin tai jatkuvan toiminnan ja prosessien onnistumista arvioidaan. Kokonaisvaikuttavuuden indikaattorit antavat viitekehyksen, johon seurattavat asiat asetetaan. Kullekin indikaattorille puolestaan asetetaan mittarit. Yleisiä mittareita ovat:

- erilaiset volyymin, kuten aluetalouden mittarit (esimerkiksi nettomuutot, nettosijoittumiset, matkailuyöpymiset ja tulot alueelle, viennin tai tuonnin määrä, väestönkasvut, työllisyyden luvut jne.)
- asiakkuutta arvioivat mittarit (asiakastyytyväisyys, asiakaskokemus, asiakkuuden tila esimerkiksi elinkaarena, asiakkuuksien määrät ja kehittyminen, hyvinvoinnin tila ja taso)
- brändimielikuvien tai mielipiteiden mittarit (maine, vallitsevat mielikuvat, suosittelut, luottamus)
- toimenpidemittarit ja toimivuuden mittarit.

On hyvä muistaa, että tilastolliset mittarit eivät aina kerro totuutta, vaan kokemuksesta kertova tieto voi kertoa asian oikeamman tilan lukujen takaa: asiakaskokemus, palvelukokemus, yhteistyö ja osallistumisen mahdollisuus jne. Kokemuksia keräämällä voidaan karkeasti mitata markkinoinnin vaikutusta toimintaan, ilmiöön, vuorovaikutukseen, ajatuksiin ja tunteisiin tai käyttäytymiseen.

16 Viestijän on tunnettava julkisuuslaki ja paljon muuta

Kuntaviestintään sovelletaan kuntalain lisäksi mm. julkisuuslakia, henkilötietolakia, hallintolakia ja kielilakia sekä eri hallinnonalojen erityislainsäädäntöä.

Vireilläolo ja vaikuttaminen hallintolaissa

Hallintolain 41 §:ssä säädetään vaikuttamismahdollisuuksien varaamisesta. Hallintolain säännös velvoittaa kunnan ilmoittamaan asian vireilläolosta ja vaikuttamismahdollisuuksien käyttämisestä, jos asian ratkaisulla voi olla huomattava vaikutus muiden kuin asianosaisten elinympäristöön, työntekoon tai muihin oloihin. Hallintolain mukaisen menettelyn noudattamatta jättäminen voi olla menettelyvirhe, johon voi vedota valituksessa ja saada päätöksen kumotuksi.

Julkisuutta pitää edistää

Viranomaisten toiminnan julkisuudesta annetun lain 19 §:ssä säädetään viranomaisen tiedonantovelvollisuudesta keskeneräisissä asioissa. Viranomaisen on, jollei salassapitosäännöksistä muuta johdu, pidettävä saatavissa mm. asiakirjoja, joista selviävät valmisteilla olevia yleisesti merkittäviä kysymyksiä koskevia suunnitelmia, selvityksiä ja ratkaisuja. Säännöksen mukaan viranomaisen on pyydyttävä annettava suullisesti tai muulla sopivalla tavalla tietoja näiden asioiden käsittelyvaiheesta, esillä olevista vaihtoehdoista ja niiden vaikutusten arvioinneista sekä asiaan liittyvistä yksilöiden ja yhteisöjen vaikutusmahdollisuuksista.

Saman lain 20 §:ssä säädetään viranomaisen velvollisuudesta tuottaa ja jakaa tietoa. Säännöksen mukaan viranomaisen on edistettävä toimintansa avoimuutta ja tässä tarkoituksessa tarvittaessa laadittava oppaita, tilastoja ja muita julkaisuja sekä tietoa-aineistoja palveluistaan, ratkaisukäytännöstään sekä yhteiskuntaoloista ja niiden kehityksestä toimialallaan. Säännös lisäksi velvoittaa viranomaisia tiedottamaan toiminnastaan ja palveluistaan sekä yksilöiden ja yhteisöjen oikeuksista ja velvollisuuksista toimialaansa liittyvissä asioissa. Säännös myös velvoittaa huolehtimaan siitä, että yleisön tiedonsaannin kannalta keskeiset asiakirjat tai niitä koskevat luettelot ovat tarpeen mukaan saatavissa kirjastoissa tai yleisissä tietoverkoissa taikka muilla yleisön helposti käytettävissä olevilla keinoilla.

Henkilötietolaki ulottuu verkkoviestintään

Henkilötietolain säännöksiä sovelletaan mm. kunnan henkilörekisteritointaan ja henkilötietojen automaattiseen käsittelyyn. Kunnan oikeutta viestinnässä käsitellä henkilötietoja yleisessä tietoverkossa arvioidaan henkilötietolain yleisten edellytysten mukaisesti. Henkilötietojen käsittelyn tulee olla asiallisesti perusteltua kunnan toiminnan kannalta koko käsittelyn ajan. Ilman asianomaisen henkilön suostumusta henkilötietoja saa käsitellä vain, jos käsittelystä säädetään laissa tai käsittely johtuu rekisterinpitäjälle laissa säädetystä tai sen nojalla määrätystä tehtävästä tai velvoitteesta.

Kielilait turvaavat oikeuksia tietoon

Kielilaissa säädetään viranomaisten velvollisuuksista palvella ja tiedottaa suomen ja ruotsin kielellä. Viranomaisen tulee toiminnassaan oma-aloitteisesti huolehtia siitä, että kielelliset oikeudet toteutuvat käytännössä. Velvoitteet kohdistuvat erityisesti kaksikielisiin kuntiin ja kuntayhtymiin, sekä niihin yhtiöihin, joissa kaksikielisillä kunnilla tai erikielisillä kunnilla on määräämisvalta.

Saamen kielilaissa säädetään vastaavat kielelliset oikeudet saamelaisille saamen kotiseutualueella eli Enontekiön, Inarin, Sodankylän ja Utsjoen kunnissa sekä kuntayhtymissä, joissa on jäsenenä edellä mainittuja kuntia.

Valmisteilla on myös viittomakielilaki, jonka mukaan viranomaisella olisi velvollisuus edistää viittomakieltä käyttävän mahdollisuuksia käyttää omaa kieltään ja saada tietoa viittomakielellä. Internet ja videot ovat tässä hyviä välineitä.

Monet erityislait säätelevät viestintää

Myös monissa erityislaeissa on viestintää koskevia säännöksiä. Esimerkiksi maankäyttö- ja rakennuslain 7 § velvoittaa laatimaan vähintään kerran vuodessa kaavoituskatsauksen.

Laki kuntien ympäristönsuojelun hallinnosta määrää 6 §:ssä, että kunnan ympäristönsuojeluviranomaisen tehtävänä on mm. osallistua kunnassa tarvittavan ympäristönsuojelua koskevan ohjauksen ja neuvonnan järjestämiseen ja huolehtia omalta osaltaan ympäristönsuojelua koskevasta tiedottamisesta, valistuksesta ja koulutuksesta kunnassa.

Terveystieteiden lain 6 §:ssä säädetään, että kunnan on tiedotettava terveydensuojelusta ja järjestettävä terveydensuojelua koskevaa ohjausta ja neuvontaa.

Elintarvikelain 33 §:ssä on kunnan elintarvikevalvonnan tehtävissä neuvonnan lisäksi mainittu tiedottaminen.

Tupakkalain 24 §:ssä kunta veloitetaan mm. huolehtimaan saataville tupakoinnin vähentämiseen tähtäävää aineistoa.

Tekijänoikeuslaki ja kuvaamisen rajoitukset tunnettava

Tekijänoikeuslaki suojaa itsenäisiä ja omaperäisiä henkisen luomistyön tuloksia, mm. valokuvia ja piirroksia. Kuvia ja muita teoksia hankittaessa on hyvä sopia kirjallisesti käyttöoikeuden laajuudesta. Jo julkaistua materiaalia lainattaessa on syytä kääntyä tekijänoikeusjärjestöjen puoleen. Ne myöntävät edustamiensa tekijöiden puolesta käyttöluvan näiden teoksiin. Teoksen suoja-aika on teoksen syntymisestä sen vuoden loppuun, jonka aikana tekijän kuolemasta on kulunut 70 vuotta. Lähioikeudella suojataan mm. äänitallenteita ja tietokantoja, yleensä 50 vuotta niiden syntymisestä.

Tekijänoikeuslaki sallii hyvän tavan mukaisten sitaattien eli lainauksien tekemisen julkistetuista teoksista. Sitaatin tulee toteuttaa vetoamistarkoitus eli sitaatin on tuettava, perusteltava tai valotettava omaa esitystä. Sitaatin laajuuden on oltava tarkoituksenmukainen. Tekijä ja lähde on mainittava hyvän tavan mukaisesti.

Missä ja mitä saa kuvata?

Julkisella paikalla kuvaaminen on yleensä sallittua, jollei tilojen haltija ole sitä erikseen kieltänyt. Julkisella paikalla voi kuvata myös yksittäisiä ihmisiä. Julkisia paikkoja ovat esimerkiksi:

- kadut, puistot ja torit
- kirjastot, kulttuuri- ja liikuntatilat
- ravintolat ja konsertit

Kuvaaminen on sen sijaan kielletty useissa odotustiloissa, ostoskeskuksissa ja joukkoliikennevälineissä. Pyydä kuvauslupa etukäteen yksikön johtajalta, jos haluat kuvata esimerkiksi terveyskeskuksen, sosiaalipalveluiden tai vanhusten palvelutalojen odotustiloissa. Pyydä lisäksi lupa kuvattavilta.

Kuvaaminen päiväkodissa ja koulussa

Sovi päiväkodin johtajan tai koulun rehtorin kanssa, jos haluat kuvata päiväkodin tai koulun sisä- tai ulkotiloissa. Monessa päiväkodissa ja koulussa on pyydetty lasten huoltajien lupa lasten kuvaamiseen. Tarkista käytäntö ja luvat etukäteen.

Tutustu myös ohjeisiin, jotka löytyvät Lastensuojelun keskusliiton sivuilta: Opas lasten haastattelijoille ja kuvaajille.

Pyydä lupa kuvattavalta

Kaikki, mikä tapahtuu julkisella paikalla, ei välttämättä ole julkista. Vaikka valokuvaajalla onkin tekijänoikeus julkisella paikalla otettuihin valokuviinsa, kuvan kohteilla voi olla yksityisyyden suoja koskevan lainsäädännön nojalla oikeus rajoittaa kuvien julkaisemista.

Henkilöä esittävää valokuvaa ei saa julkaista henkilön kunniaa tai yksityisyyttä loukkaavalla tavalla. Henkilön kuvaa ei saa käyttää mainostarkoituksessa ilman henkilön suostumusta.

On varmintaa pyytää kirjallinen lupa ja kertoa, missä kuva julkaistaan. Erityisen tarkka kannattaa olla alaikäisten kuvaamisessa. Lupa tulee pyytää vanhemmilta. On myös huomattava, että kuvausluvista syntyy henkilörekisteri, jota on käsiteltävä lain mukaisesti.

Valokuvaus- ja julkaisulupa

Pyydän lupaa ottaa valokuvia ja julkaista niitä _____ kunnan markkinointimateriaalin yhteydessä (esitteet ja digitaalinen media).

Paikka, aika, valokuvaaja:

Myönnän luvan käyttää valokuvia minusta tai lapsestani/lapsistani maksettua _____ kunnann markkinointimateriaalissa.

Nimi	Allekirjoitus

Taideteosten kuvaaminen

Julkiselle paikalle tai sen välittömään läheisyyteen pysyvästi sijoitetun taide-teoksen saa vapaasti kuvata. Kuvaa teoksesta ei kuitenkaan saa julkaista ansiotarkoituksessa.

Rakennuksen saa vapaasti kuvata.

Keskeiset kuntaviestintään liittyvät säädökset

Suomen perustuslaki

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731>

2 § Kansanvaltaisuus ja oikeusvaltioperiaate, 2 mom.

Kansanvaltaan sisältyy yksilön oikeus osallistua ja vaikuttaa yhteiskunnan ja elinympäristönsä kehittämiseen.

10 § Yksityiselämän suoja, 1-2 mom.

Jokaisen yksityiselämä, kunnia ja kotirauha on turvattu. Henkilötietojen suojasta säädetään tarkemmin lailla. Kirjeen, puhelun ja muun luottamuksellisen viestin salaisuus on loukkaamaton.

12 § Sananvapaus ja julkisuus

Jokaisella on sananvapaus. Sananvapauteen sisältyy oikeus ilmaista, julkistaa ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestejä kenenkään ennakolta estämättä. Tarkempia säännöksiä sananvapauden käyttämisestä annetaan lailla. Lailla voidaan säätää kuvaohjelmia koskevia lasten suojelemiseksi välttämättömiä rajoituksia.

Viranomaisten hallussa olevat asiakirjat ja muut tallenteet ovat julkisia, jollei niiden julkisuutta ole välttämättömien syiden vuoksi lailla erikseen rajoitettu. Jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta ja tallenteesta.

14 § Vaali- ja osallistumisoikeudet, 4 mom.

Julkisen vallan tehtävänä on edistää yksilön mahdollisuuksia osallistua yhteiskunnalliseen toimintaan ja vaikuttaa häntä itseään koskevaan päätöksentekoon.

21 § Oikeusturva, 2 mom.

Käsittelyn julkisuus ja oikeus tulla kuulluksi, saada perusteltu päätös ja hakea muutosta samoin kuin muut oikeudenmukaisen oikeudenkäynnin ja hyvän hallinnon takeet turvataan lailla.

22 §

Julkisen vallan on turvattava perusoikeuksien ja ihmisoikeuksien toteutuminen.

Kuntalaki

<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150410>

22 § Osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet

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:

- 1) järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja;
- 2) selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa;
- 3) valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin;
- 4) järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun;
- 5) suunnittelemalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa;
- 6) tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.

29 § Viestintä

Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille.

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

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

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

47 § Kunnan tytäryhteisöjen toiminta ja konserniohje

Omistajaohjauksella on huolehdittava siitä, että kunnan tytäryhteisön toiminnassa otetaan huomioon kuntakonsernin kokonaisuus.

Kunnan tytäryhteisön hallituksen kokoonpanossa on otettava huomioon yhteisön toimialan edellyttämä riittävä talouden ja liiketoiminnan asiantuntemus.

Konserniohjetta sovelletaan kunnan tytäryhteisöjen sekä soveltuvin osin osakkuusyhteisöjen omistajaohjaukseen.

Konserniohjeessa annetaan tarpeelliset määräykset ainakin:

- 1) kuntakonsernin talouden ja investointien suunnittelusta ja ohjauksesta;
- 2) konsernivalvonnan ja raportoinnin sekä riskienhallinnan järjestämisestä;

- 3) tiedottamisesta ja kunnan luottamushenkilöiden tietojensaantioikeuden turvaamisesta;
- 4) velvollisuudesta hankkia kunnan kanta asiaan ennen päätöksentekoa;
- 5) konsernin sisäisistä palveluista;
- 6) kunnan tytäryhteisöjen hallitusten kokoonpanosta ja nimittämisestä;
- 7) kunnan tytäryhteisöjen hyvästä hallinto- ja johtamistavasta.

64 § Kuntaa koskevien säännösten soveltaminen kuntayhtymässä
Kuntayhtymään sovelletaan, mitä kunnasta säädetään 2, 6, 7, 10, 14, 18, 19, 22, 23 ja 29 §:ssä, 6 luvussa, 39, 40, 46, 47 ja 48 §:ssä sekä 9–16 luvussa.

101 § Kokouksen julkisuus

Valtuuston kokoukset ovat julkisia, jollei kokouksessa käsitellä asiaa tai asiakirjaa, joka on lailla säädetty salassa pidettäväksi tai jollei valtuusto muuten painavan syyn vuoksi jossakin asiassa toisin päättä.

Valtuuston suljetussa kokouksessa esitetyt ja siinä käydyistä keskustelusta laaditut asiakirjat ovat salassa pidettäviä, jos niin laissa säädetään.

Muun toimitelimen kuin valtuuston kokoukset ovat julkisia vain, jos toimitelin niin päättää eikä kokouksessa käsitellä asiaa tai asiakirjaa, joka on lailla säädetty salassa pidettäväksi.

Yleisöllä on oltava mahdollisuus seurata toimitelimen julkista kokousta myös siltä osin kuin kokoukseen osallistutaan sähköisesti.

108 § Kunnan ilmoitukset

Kunnan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne yleisessä tietoverkossa, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu, sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla.

Ilmoitusten on oltava yleisessä tietoverkossa 14 vuorokautta, jollei asian luonteesta muuta johdu. Ilmoituksen sisältämät henkilötiedot on poistettava tietoverkosta edellä mainitun ajan kuluttua.

109 § Tietojen saatavuus yleisessä tietoverkossa

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

- 1) kuntastrategia;
- 2) hallintosääntö;
- 3) talousarvio- ja suunnitelma;
- 4) tilinpäätös;
- 5) tarkastuslautakunnan arviointikertomus;
- 6) tilintarkastuskertomus;
- 7) kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset;

-
- 8) konserniohje;
 - 9) luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset;
 - 10) luottamushenkilöiden palkkioiden ja korvausten perusteet;
 - 11) palveluista perittävät maksut.

140 § Päätöksen tiedoksianto kunnan jäsenelle

Valtuuston, kunnanhallituksen ja lautakunnan sekä kuntayhtymän 58 §:n 1 momentissa tarkoitetun toimieliimen pöytäkirja siihen liitettyine oikaisuvaatimusohjeineen tai valitusosoituksineen pidetään tarkastamisen jälkeen nähtävänä yleisessä tietoverkossa, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu. Jos asia on kokonaan salassa pidettävä, pöytäkirjassa julkaistaan ainoastaan maininta salassa pidettävän asian käsittelystä. Pöytäkirjassa julkaistaan ainoastaan tiedonsaannin kannalta välttämättömät henkilötiedot. Pöytäkirjan sisältämät henkilötiedot on poistettava tietoverkosta oikaisuvaatimus- tai valitusajan päättyessä.

Kunnan ja kuntayhtymän muun kuin 1 momentissa tarkoitetun viranomaisen pöytäkirja pidetään vastaavasti yleisesti nähtävänä, jos asianomainen viranomainen katsoo sen tarpeelliseksi.

Kunnan jäsenen ja 137 §:n 2 momentissa tarkoitetun kunnan katsotaan saaneen päätöksestä tiedon seitsemän päivän kuluttua siitä, kun pöytäkirja on nähtävänä yleisessä tietoverkossa.

Hallintolaki

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030434>

9 § Hyvän kielenkäytön vaatimus

Viranomaisen on käytettävä asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä.

Asiakkaan oikeudesta käyttää omaa kieltään viranomaisessa asioidessaan on voimassa, mitä siitä erikseen säädetään tai mitä johtuu Suomea sitovista kansainvälisistä sopimuksista.

34 § Asianosaisen kuuleminen

Asianosaiselle on ennen asian ratkaisemista varattava tilaisuus lausua mielipiteensä asiasta sekä antaa selityksensä sellaisista vaatimuksista ja selvityksistä, jotka saattavat vaikuttaa asian ratkaisuun.

Asian saa ratkaista asianosaista kuulematta, jos:

- 1) vaatimus jätetään tutkimatta tai hylätään heti perusteettomana;
- 2) asia koskee palvelussuhteeseen tai vapaaehtoiseen koulutukseen ottamista;
- 3) asia koskee hakijan ominaisuuksien arviointiin perustuvan edun myöntämistä;
- 4) kuuleminen saattaa vaarantaa päätöksen tarkoituksen toteutumisen

tai kuulemisesta aiheutuva asian käsittelyn viivästyminen aiheuttaa huomattavaa haittaa ihmisten terveydelle, yleiselle turvallisuudelle taikka ympäristölle;

tai

- 5) hyväksytään vaatimus, joka ei koske toista asianosaista tai kuuleminen on muusta syystä ilmeisen tarpeetonta.

41 § Vaikuttamismahdollisuuksien varaaminen

Jos asian ratkaisulla voi olla huomattava vaikutus muiden kuin asianosaisten elinympäristöön, työntekoon tai muihin oloihin, viranomaisen tulee varata näille henkilöille mahdollisuus saada tietoja asian käsittelyn lähtökohdista ja tavoitteista sekä lausua mielipiteensä asiasta.

Asian vireilläolosta ja vaikuttamismahdollisuuksien käyttämisestä on ilmoitettava asian merkityksen ja laajuuden kannalta sopivalla tavalla.

Asian vireilläolosta ei kuitenkaan tarvitse ilmoittaa, jos se vaarantaa ratkaisun tarkoituksen toteutumisen tai aiheuttaa muuta merkittävää haittaa taikka jos se on ilmeisen tarpeetonta.

Laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990621#L1>

5 § Viranomaisen asiakirja

Asiakirjalla tarkoitetaan tässä laissa kirjallisen ja kuvallisen esityksen lisäksi sellaista käyttönsä vuoksi yhteen kuuluviksi tarkoitetuista merkeistä muodostuvaa tiettyä kohdetta tai asiaa koskevaa viestiä, joka on saatavissa selville vain automaattisen tietojenkäsittelyn tai äänen- ja kuvantoistolaitteiden taikka muiden apuvälineiden avulla.

Viranomaisen asiakirjalla tarkoitetaan viranomaisen hallussa olevaa asiakirjaa, jonka viranomainen tai sen palveluksessa oleva on laatinut taikka joka on toimitettu viranomaiselle asian käsittelyä varten tai muuten sen toimialaan tai tehtäviin kuuluvassa asiassa. Viranomaisen laatimana pidetään myös asiakirjaa, joka on laadittu viranomaisen antaman toimeksiannon johdosta, ja viranomaiselle toimitettuna asiakirjana asiakirjaa, joka on annettu viranomaisen toimeksiannosta tai muuten sen lukuun toimivalle toimeksiantotehtävän suorittamista varten.

Viranomaisen asiakirjana ei pidetä 5 momentissa säädetyin poikkeuksin:

- 1) viranomaisen palveluksessa olevalle tai luottamushenkilölle hänen muun tehtävänsä tai asemansa vuoksi lähetettyä kirjettä tai muuta asiakirjaa;
- 2) viranomaisen palveluksessa olevan tai viranomaisen toimeksiannosta toimivan laatimia muistiinpanoja taikka sellaisia luonnoksia, joita laatija ei ole vielä antanut esittelyä tai muuta asian käsittelyä varten;
- 3) viranomaisen sisäistä koulutusta, tiedonhakua tai muuta niihin

-
- 4) verrattavaa sisäistä käyttöä varten hankittuja asiakirjoja;
 - 4) asiakirjaa, joka on annettu viranomaiselle yksityisen lukuun suorittettavaa tehtävää varten tai laadittu sen suorittamiseksi;
 - 5) viranomaiselle löytötavarana jäänyttä tai toimitettua asiakirjaa.

Lakia sovelletaan viranomaisissa työskentelevien sekä viranomaisten ja niiden lukuun toimivien yksityisten ja yhteisöjen välisiä neuvotteluja, yhteydenpitoa ja muuta niihin verrattavaa viranomaisten sisäistä työskentelyä varten laadittuihin asiakirjoihin vain, jos asiakirjat sisältävät sellaisia tietoja, että ne arkistolainsäädännön mukaan on liitettävä arkistoon. Jos asiakirjat kuitenkin liitetään arkistoon, viranomainen voi määrätä, että tietoja niistä saa antaa vain viranomaisen luvalla.

Mitä asiakirjan salassapidosta tämän lain 24 §:ssä tai muussa laissa säädetään, sovelletaan myös 3 momentin 2 kohdassa ja 4 momentissa tarkoitettuihin asiakirjoihin.

6 § Viranomaisen laatiman asiakirjan julkiseksi tuleminen

Viranomaisen laatima asiakirja tulee julkiseksi, jollei asiakirjan julkisuudesta taikka salassapidosta tai muusta tietojen saantia koskevasta rajoituksesta tässä tai muussa laissa säädetä, seuraavasti:

- 1) jatkuvasti ylläpidettävän diaarin ja muun luettelon merkintä, kun se on tehty; syyttäjän diaarintiedot epäillyistä tulevat kuitenkin julkiseksi vasta, kun epäiltyä koskeva haastehakemus tai syyttäjän haaste on allekirjoitettu tai sitä vastaavalla tavalla varmennettu taikka kun virallinen syyttäjä on päättänyt jättää syytteen nostamatta tai kun asia on jätetty sikseen;
- 2) tarjous-, selvitys- ja lausuntopyyntö sekä esitys, ehdotus, aloite, ilmoitus tai hakemus liiteasiakirjoineen muissa kuin 3 ja 4 kohdassa tarkoitetuissa tapauksissa, kun se on allekirjoitettu tai sitä vastaavalla tavalla varmennettu;
- 3) hankintaa ja urakkaa samoin kuin muuta tarjousten perusteella ratkaistavaa oikeustointia koskeva tarjouksen täydennyspyyntö ja tarjousasian käsittelyä varten laaditut selvitykset ja muut asiakirjat, kun sopimus asiassa on tehty;
- 4) ministeriöiden ja niiden hallinnonalaan kuuluvien virastojen ja laitosten talousarvioehdotukset, kun valtiovarainministeriö on allekirjoittanut ensimmäisen kannanottonsa talousarvioehdotukseksi, ja tämän jälkeen ministeriöiden valtiovarainministeriölle lähettämät ehdotukset sekä muut talousarvioesityksen valmistelua varten laaditut ja siihen sisällytetyt ehdotukset, kun esitys on annettu eduskunnalle;
- 5) tutkimus ja tilasto sekä niihin verrattavissa oleva yleisesti merkittä-

- vän ratkaisun tai suunnitelman esillä olevia vaihtoehtoja, niiden perusteita ja vaikutuksia kuvaava itsenäisen kokonaisuuden muodostava selvitys, silloinkin kun se liittyy muuten keskeneräiseen asiaan, kun se on valmis käyttötarkoitukseensa;
- 6) pöytäkirja, kun se tarkastuksen jälkeen on allekirjoitettu tai sitä vastaavalla tavalla varmennettu, jollei sitä ole laadittu asian valmistelemiseksi tai viranomaisen sisäistä työskentelyä varten;
 - 7) tuomioistuimen päätös ja tuomio, kun ratkaisu on annettu tai kun se on asianosaisen saatavissa;
 - 8) päätös, lausunto, toimituskirja ja viranomaisen sopimusosapuolena tekemä ratkaisu sekä niiden käsittelyä varten viranomaisessa laaditut muistiot, pöytäkirjat ja muut kuin 1–3 tai 5–7 kohdassa tarkoitettut asiakirjat, kun päätös, lausunto, toimituskirja tai sopimus on allekirjoitettu tai sitä vastaavalla tavalla varmennettu;
 - 9) muu kuin 1–3 sekä 5–8 kohdassa tarkoitettu asiakirja, kun asia, jota se koskee, on siinä viranomaisessa käsitelty loppuun.

Komiteanmietintö, selvitys tai muu vastaava yleiseen jakeluun tarkoitettu asiakirja tulee 1 momentista poiketen julkiseksi, kun se on viranomaisen hallussa jakelua varten.

Jos asiassa annetaan toimituskirja tai muu asiakirja, viranomaisen on huolehdittava mahdollisuuksiensa mukaan tarvittaessa siitä, että asianosainen voi saada asiakirjan sisällöstä tiedon ennen sen julkiseksi tulemistä.

7 § Viranomaiselle toimitetun asiakirjan julkiseksi tuleminen

Viranomaiselle asian käsittelyä varten tai muuten sen toimialaan tai tehtäviin kuuluvassa asiassa toimitettu asiakirja tulee julkiseksi, kun viranomaisen on sen saanut, jollei asiakirjan julkisuudesta taikka salassapidosta tai muusta tietojen saantia koskevasta rajoituksesta tässä tai muussa laissa säädetä.

Asiantuntijalausunnot ja muut sellaiset asiakirjat, jotka on päätetty avata tietyssä ajankohtana tai tietyn määräajan jälkeen, tulevat 1 momentissa tarkoitetuilla rajoituksilla julkisiksi, kun ne avataan. Viranomaiselle toimitetut hankinta-, urakka- ja muut tarjouskilpailun perusteella ratkaistavaa oikeustointia koskevat tarjoukset tulevat 1 momentissa mainituilla rajoituksilla julkisiksi vasta, kun sopimus on tehty.

Asiakirja, jonka sisältö on saatavissa selville vain apuvälinein, tulee julkiseksi, jollei salassapitosäännöksistä tai muista tietojen saantia koskevista rajoituksista muuta johdu, aikaisintaan silloin, kun se on viranomaisen tai tämän lukuun toimivan käytettävissä.

9 § Tiedonsaanti julkisesta asiakirjasta

Jokaisella on oikeus saada tieto viranomaisen asiakirjasta, joka on julkinen.

Tiedon antaminen asiakirjasta, joka 6 ja 7 §:n mukaan ei ole vielä julkinen, on viranomaisen harkinnassa. Harkinnassa on otettava huomioon, mitä 17 §:ssä säädetään.

10 § Tiedonsaanti salassa pidettävästä asiakirjasta

Salassa pidettävästä viranomaisen asiakirjasta tai sen sisällöstä saa antaa tiedon vain, jos niin erikseen tässä laissa säädetään. Kun vain osa asiakirjasta on salassa pidettävä, tieto on annettava asiakirjan julkisesta osasta, jos se on mahdollista niin, ettei salassa pidettävä osa tule tietoon.

17 § Tiedonsaantioikeuksien huomioon ottaminen päätöksenteossa

Viranomaisen on tämän lain mukaisia päätöksiä tehdessään ja muutoinkin tehtäviään hoitaessaan velvollinen huolehtimaan siitä, että tietojen saamista viranomaisen toiminnasta ei lain 1 ja 3 § huomioon ottaen rajoiteta ilman asiallista ja laissa säädettyä perustetta eikä enempää kuin suojattavan edun vuoksi on tarpeellista ja että tiedon pyytäjiä kohdellaan tasapuolisesti.

Asiakirjasalaisuutta koskevia säännöksiä sovellettaessa on lisäksi otettava huomioon, onko asiakirjan salassapitovelvollisuus riippumaton asiakirjan antamisesta johtuvista tapauskohtaisista vaikutuksista (vahinkoedellytyslausekkeeton salassapitosäännös) vai määräytykö julkisuus asiakirjan antamisesta johtuvien haitallisten vaikutusten perusteella (julkisuusolettamaan perustuva salassapitosäännös) vai edellyttääkö julkisuus sitä, ettei tiedon antamisesta ilmeisesti aiheudu haitallisia vaikutuksia (salassapito-olettamaan perustuva salassapitosäännös).

Harkittaessa yleisöltä salassa pidettävän tiedon antamista ennalta määritellylle tiedonsaajalle julkisuus- tai salassapito-olettaman sisältävän säännöksen osoittamissa rajoissa on pidettävä huolta siitä, että tiedonsaajalla on tämän lain mukainen vaitiolovelvollisuus ja että tietoja annetaan muille kuin viranomaisille ja niissä toimiville vain, jos tiedon antamiselle on painava yleinen syy.

19 § Viranomaisen tiedonantovelvollisuus keskeneräisissä asioissa

Viranomaisen on, jollei salassapitosäännöksistä muuta johdu, pidettävä saata-
vissa asiakirjoja, joista selviävät tiedot:

- 1) lainsäädännön uudistamista koskevan työn käynnistämisestä, sitä koskevasta toimeksiannosta, asetetusta määräajasta sekä valmistelusta vastaavasta henkilöstä;
- 2) valmisteilla olevista yleisesti merkittäviä kysymyksiä koskevista suunnitelmista, selvityksistä ja ratkaisuista.

Viranomaisen on pyydettyessä annettava suullisesti tai muulla sopivalla tavalla tietoja 1 momentissa mainittujen asioiden käsittelyvaiheesta, esillä olevista

vaihtoehtoista ja niiden vaikutusten arvioinneista sekä asiaan liittyvistä yksilöiden ja yhteisöjen vaikutusmahdollisuuksista.

20 § Viranomaisen velvollisuus tuottaa ja jakaa tietoa

Viranomaisen on edistettävä toimintansa avoimuutta ja tässä tarkoituksessa tarvittaessa laadittava oppaita, tilastoja ja muita julkaisuja sekä tietoaaineistoja palveluistaan, ratkaisukäytännöstään sekä yhteiskuntaoloista ja niiden kehityksestä toimialallaan. Laatimisvelvollisuuden tarvetta arvioitaessa on otettava huomioon, missä määrin viranomaisen toiminnasta on saatavissa tietoja asiakirjojen julkisuuden avulla tai yleisen tilastotuotannon perusteella.

Viranomaisen on tiedotettava toiminnastaan ja palveluistaan sekä yksilöiden ja yhteisöjen oikeuksista ja velvollisuuksista toimialaansa liittyvissä asioissa.

Viranomaisten on huolehdittava siitä, että yleisön tiedonsaannin kannalta keskeiset asiakirjat tai niitä koskevat luettelot ovat tarpeen mukaan saatavissa kirjastoissa tai yleisissä tietoverkoissa taikka muilla yleisön helposti käytettävissä olevilla keinoilla.

21 § Tietoaineiston tuottaminen pyynnöstä

Viranomaisen voi pyynnöstä tuottaa ja luovuttaa eri käyttötarkoituksia varten automaattisen tietojenkäsittelyn avulla ylläpitämäänsä yhteen tai useampaan tietojärjestelmään talletetuista merkeistä muodostetun tietoaaineiston, jos tietoaaineiston luovuttaminen ei sen muodostamisessa käytettyjen hakuperusteiden, tietojen määrän tai laadun taikka tietoaaineiston käyttötarkoituksen vuoksi ole vastoin sitä, mitä asiakirjan salassapidosta ja henkilötietojen suojasta säädetään.

Asiantomaisten viranomaisten luvalla ja 1 momentissa säädetyn edellytyksin tietoaaineisto voidaan tuottaa myös eri viranomaisten ylläpitämistä tietojärjestelmistä.

22 § Asiakirjasalaisuus

Viranomaisen asiakirja on pidettävä salassa, jos se tässä tai muussa laissa on säädetty salassa pidettäväksi tai jos viranomaisen lain nojalla on määrännyt sen salassa pidettäväksi taikka jos se sisältää tietoja, joista on lailla säädetty vaitiolovelvollisuus.

Salassa pidettävää viranomaisen asiakirjaa tai sen kopiota tai tulostetta siitä ei saa näyttää eikä luovuttaa sivulliselle eikä antaa sitä teknisen käyttöyhteyden avulla tai muulla tavalla sivullisen nähtäväksi tai käytettäväksi.

23 § Vaitiolovelvollisuus ja hyväksikäyttökielto

Viranomaisen palveluksessa oleva samoin kuin luottamustehtävää hoitava ei saa paljastaa asiakirjan salassa pidettävää sisältöä tai tietoa, joka asiakirjaan

merkittynä olisi salassa pidettävä, eikä muutakaan viranomaisessa toimiessaan tietoonsa saamaa seikkaa, josta lailla on säädetty vaitiolovelvollisuus. Vaitiolovelvollisuuden piiriin kuuluvaa tietoa ei saa paljastaa senkään jälkeen, kun toiminta viranomaisessa tai tehtävän hoitaminen viranomaisen lukuun on päättynyt.

Mitä 1 momentissa säädetään, koskee myös sitä, joka harjoittelijana tai muutoin toimii viranomaisessa taikka toimii viranomaisen toimeksiannosta tai toimeksiantotehtävää hoitavan palveluksessa taikka joka on saanut salassa pidettäviä tietoja lain tai lain nojalla annetun luvan nojalla, jollei laista tai sen nojalla annetusta luvasta muuta johdu. Asianosainen, hänen edustajansa tai avustajansa ei saa ilmaista sivullisille asianosaisaseman perusteella saatuja salassa pidettäviä tietoja, jotka koskevat muita kuin asianosaista itseään.

Edellä 1 tai 2 momentissa tarkoitettu henkilö ei saa käyttää salassa pidettäviä tietoja omaksi taikka toisen hyödyksi tai toisen vahingoksi. Asianosainen, hänen edustajansa tai avustajansa saa kuitenkin käyttää muita kuin asianosaista itseään koskevia tietoja, kun kysymys on sen oikeuden, edun tai velvollisuuden hoitamisesta koskevasta asiasta, johon asianosaisen tiedonsaanti-oikeus on perustunut.

24 § Salassa pidettävät viranomaisen asiakirjat

ks. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990621#L6P24>

Henkilötietolaki

6 § Henkilötietojen käsittelyn suunnittelu

Henkilötietojen käsittelyn tulee olla asiallisesti perusteltua rekisterinpitäjän toiminnan kannalta. Henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset sekä se, mistä henkilötiedot säännönmukaisesti hankitaan ja mihin niitä säännönmukaisesti luovutetaan, on määriteltävä ennen henkilötietojen keräämistä tai muodostamista henkilörekisteriksi. Henkilötietojen käsittelyn tarkoitus tulee määritellä siten, että siitä ilmenee, minkälaisen rekisterinpitäjän tehtävien hoitamiseksi henkilötietoja käsitellään.

7 § Käyttötarkoitussidonnaisuus

Henkilötietoja saa käyttää tai muutoin käsitellä vain tavalla, joka ei ole yhteensopimaton 6 §:ssä tarkoitettujen käsittelyn tarkoitusten kanssa. Myöhempiä henkilötietojen käsittelyä historiallista tutkimusta taikka tieteellistä tai tilastotarkoitusta varten ei pidetä yhteensopimattomana alkuperäisten käsittelyn tarkoitusten kanssa.

8 § Käsittelyn yleiset edellytykset

Henkilötietoja saa käsitellä ainoastaan:

- 1) rekisteröidyn yksiselitteisesti antamalla suostumuksella;

- 2) rekisteröidyn toimeksiannosta tai sellaisen sopimuksen täytäntöönpanemiseksi, jossa rekisteröity on osallisena, taikka sopimusta edeltävien toimenpiteiden toteuttamiseksi rekisteröidyn pyynnöstä;
- 3) jos käsittely yksittäistapauksessa on tarpeen rekisteröidyn elintärkeän edun suojaamiseksi;
- 4) jos käsittelystä säädetään laissa tai jos käsittely johtuu rekisterinpitäjälle laissa säädetystä tai sen nojalla määrätystä tehtävästä tai velvoitteesta;
- 5) jos rekisteröidyllä on asiakas- tai palvelussuhteen, jäsenyyden tai muun niihin verrattavan suhteen vuoksi asiallinen yhteys rekisterinpitäjän toimintaan (yhteysvaatimus);
- 6) jos kysymys on konsernin tai muun taloudellisen yhteenliittymän asiakkaita tai työntekijöitä koskevista tiedoista ja näitä tietoja käsitellään kyseisen yhteenliittymän sisällä;
- 7) jos käsittely on tarpeen rekisterinpitäjän toimeksiannosta tapahtuvaa maksupalvelua, tietojenkäsittelyä tai muita niihin verrattavia tehtäviä varten;
- 8) jos kysymys on henkilön asemaa, tehtäviä ja niiden hoitoa julkisyhteisössä tai elinkeinoelämässä kuvaavista yleisesti saatavilla olevista tiedoista ja näitä tietoja käsitellään rekisterinpitäjän tai tiedot saavan sivullisen oikeuksien ja etujen turvaamiseksi; tai
- 9) jos tietosuojalautakunta on antanut käsittelyyn 43 §:n 1 momentissa tarkoitetun luvan.

Henkilötietojen luovuttaminen voi tapahtua 1 momentin 5 kohdan nojalla vain, jos henkilötiedon luovuttaminen kuuluu tavanomaisena osana kysymyksessä olevan toiminnan harjoittamiseen edellyttäen, että tarkoitus, johon tiedot luovutetaan, ei ole yhteensopimaton henkilötietojen käsittelyn tarkoituksen kanssa ja että rekisteröidyn voidaan olettaa tietävän henkilötietojen tällaisesta luovuttamisesta.

Arkaluonteisten henkilötietojen ja henkilötunnuksen käsittelystä säädetään 3 luvussa. Henkilötietojen käsittelystä erityisiä tarkoituksia varten säädetään 4 luvussa.

Oikeudesta saada tieto ja muusta henkilötietojen luovuttamisesta viranomaisen henkilörekisteristä on voimassa, mitä viranomaisten asiakirjojen julkisuudesta säädetään.

Maankäyttö- ja rakennuslaki

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990132>

1 § Lain yleinen tavoite

Tämän lain tavoitteena on järjestää alueiden käyttö ja rakentaminen niin, että siinä luodaan edellytykset hyvälle elinympäristölle sekä edistetään ekologis-

ti, taloudellisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävästä kehityksestä.

Tavoitteena on myös turvata jokaisen osallistumismahdollisuus asioiden valmisteluun, suunnittelun laatu ja vuorovaikutteisuus, asiantuntemuksen monipuolisuus sekä avoin tiedottaminen käsiteltävinä olevissa asioissa.

6 § Vuorovaikutus ja kaavoituksesta tiedottaminen

Kaavaa valmisteltaessa on oltava vuorovaikutuksessa niiden henkilöiden ja yhteisöjen kanssa, joiden oloihin tai etuihin kaava saattaa huomattavasti vaikuttaa, siten kuin jäljempänä tässä laissa säädetään.

Kaavoja valmistelevien viranomaisten on tiedotettava kaavoituksesta sillä tavoin, että niillä, joita asia koskee, on mahdollisuus seurata kaavoitusta ja vaikuttaa siihen.

7 § Kaavoituskatsaus

Kunnan tulee vähintään kerran vuodessa laatia katsaus kunnassa ja maakunnan liitossa vireillä olevista ja lähiaikoina vireille tulevista kaava-asioista, jotka eivät ole merkitykseltään vähäisiä (kaavoituskatsaus). Siinä selostetaan lyhyesti kaava-asiat ja niiden käsittelyvaiheet sekä sellaiset päätökset ja muut toimet, joilla on välitöntä vaikutusta kaavoituksen lähtökohtiin, tavoitteisiin, sisältöön ja toteuttamiseen.

Kaavoituskatsauksesta on tiedotettava sen tarkoituksen kannalta sopivalla tavalla.

Kielilaki

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030423>

10 § Yksityshenkilön kielelliset oikeudet viranomaisissa

Valtion viranomaisessa ja kaksikielisessä kunnallisessa viranomaisessa jokaisella on oikeus käyttää suomea tai ruotsia. Viranomaisen on lisäksi järjestettävä asiassa kuultavalle mahdollisuus tulla kuulluksi omalla kielellään, suomeksi tai ruotsiksi.

Yksikielisessä kunnallisessa viranomaisessa käytetään kunnan kieltä, jollei viranomaisen pyynnöstä toisin päätä tai jollei muualla laissa toisin säädetä. Jokaisella on kuitenkin oikeus käyttää omaa kieltään ja tulla kuulluksi omalla kielellään viranomaisen aloitteesta vireille tulevassa asiassa, joka välittömästi kohdistuu hänen tai hänen huollettavansa perusoikeuksiin tai joka koskee viranomaisen hänelle asettamaa velvoitetta.

12 § Asian käsittelykieli hallintoasiassa

Hallintoasian käsittelykielenä on kaksikielisessä viranomaisessa asianosaisen kieli. Jos asianosaiset ovat erikielisiä tai jos kaikki asianosaiset eivät asian vireille tullessa ole viranomaisen tiedossa, viranomaisen päättää käytettävästä

kielestä asianosaisten oikeutta ja etua silmällä pitäen. Jos kielivalintaa ei voida tehdä tällä perusteella, käytetään viranomaisen virka-alueen väestön enemmistön kieltä.

Yksikielinen viranomainen käyttää viranomaisen kieltä käsittelykielenä hallintoasiassa, jollei viranomainen asianosaisten oikeutta ja etua silmällä pitäen päättä toisen kielen käyttämisestä.

23 § Viranomaisen velvollisuus toteuttaa kielellisiä oikeuksia

Viranomaisen tulee toiminnassaan oma-aloitteisesti huolehtia siitä, että yksityishenkilön kielelliset oikeudet toteutuvat käytännössä.

Kaksikielisen viranomaisen tulee palvella yleisöä suomeksi ja ruotsiksi. Viranomaisen tulee sekä palvelussaan että muussa toiminnassaan osoittaa yleisölle käyttävänsä molempia kieliä.

Kaksikielisen viranomaisen tulee yhteydenotoissaan yksityishenkilöihin ja oikeushenkilöihin käyttää näiden kieltä, suomea tai ruotsia, jos se on tiedossa tai kohtuudella selvitettävissä, taikka molempia.

24 § Liikelaitoksen sekä valtion ja kunnan yhtiön kielelliset palvelut

Valtion liikelaitoksen sekä sellaisen palvelua tuottavan yhtiön, jossa valtiolla taikka yhdellä tai useammalla kaksikieliselällä kunnalla taikka erikieliselillä kunnilla on määräämisvalta, on annettava palvelua ja tiedotettava suomeksi ja ruotsiksi toiminnan laadun ja asiayhteyden edellyttämässä laajuudessa ja tavalla, jota kokonaisuutena arvioiden ei voida pitää yhtiön kannalta kohtuuttomana. Valtion liikelaitoksen hoitaessa viranomaistehtävää siihen sovelletaan, mitä tässä laissa säädetään viranomaisesta.

Sen lisäksi, mitä 1 momentissa säädetään, liikelaitosten ja yhtiöiden on noudatettava, mitä niiden harjoittamassa toiminnassa annettavasta kielellisestä palvelusta erikseen säädetään.

29 § Kunnalliset kokouskutsut, pöytäkirjat ja johtosäännöt

Kaksikielisen kunnan valtuuston kokouskutsu ja pöytäkirja on laadittava suomen ja ruotsin kielellä. Kunnan muiden toimielinten kokouskutsujen ja pöytäkirjojen kielestä päättää kunta.

Kaksikielisen kunnan johtosäännöt ja vastaavat säännöt on annettava suomen ja ruotsin kielellä.

32 § Viranomaisten tiedottaminen

Valtion ja kunnallisen viranomaisen yleisölle suunnatussa tiedottamisessa on kaksikielisessä kunnassa käytettävä suomen ja ruotsin kieltä. Asianomaisen ministeriön on huolehdittava siitä, että yksilön hengen, terveyden ja turvallisuuden sekä omaisuuden ja ympäristön kannalta oleellinen tieto annetaan

koko maassa molemmilla kansalliskielillä.

Kaksikielisen viranomaisen ilmoitukset, kuulutukset ja julkipanot sekä muut yleisölle annettavat tiedotteet tulee antaa suomen ja ruotsin kielellä.

Viranomaisten laatimien selvitysten, päätösten tai muiden vastaavien tekstien julkaiseminen ei velvoita kääntämään niitä sellaisinaan. Viranomaisen tulee kuitenkin huolehtia sekä suomen- että ruotsinkielisen väestön tiedonsaantitarpeista.

Laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa

6 § Tietojen antaminen

Ennen yhteistoimintamenettelyn aloittamista työnantajan tulee antaa asianomaisille työntekijöille sekä heidän edustajilleen yhteistoimintamenettelyssä käsiteltävän asian käsittelyn kannalta tarpeelliset tiedot siten, että he voivat riittävästi perehtyä ja valmistautua käsiteltävään asiaan. Salassa pidettäviä tietoja saa kuitenkin antaa vain siinä laajuudessa kuin se on välttämätöntä yhteistoimintamenettelyssä lain mukaan käsiteltäväksi säädetyn asian käsittelyn kannalta. Tietoja henkilön terveydentilasta, henkilökohtaisista oloista tai muista salassa pidettävistä yksityiselämän suojan piiriin kuuluvista tiedoista ei saa kuitenkaan antaa ilman sen henkilön suostumusta, jota tiedot koskevat.

Kunnan tulee kerran vuodessa antaa henkilöstölle tiedot kunnan työolisyys-tilanteesta, toiminnan ja talouden tilasta sekä niiden todennäköisestä kehityksestä. Kunnan on annettava neljännesvuosittain henkilöstön edustajille heidän pyynnöstään kunnan työvoimatilannetta kuvaava selvitys kunnan määräaikaissa ja osa-aikaissa työsuhteissa olevien työntekijöiden määrästä.

Kunnan on vuosittain esitettävä henkilöstöryhmien edustajille heidän pyynnöstään selvitys kunnassa sovellettavista periaatteista tilaajan selvitysvollisuudesta ja vastuusta ulkopuolista työvoimaa käytettäessä annetun lain (1233/2006) 2 §:n 1 momentin 2 kohdassa tarkoitettuun alihankintasopimukseen perustuvan työvoiman käyttämisestä. Selvityksestä tulee käydä ilmi työkohteet, työtehtävät sekä ajanjaksot, joina mainittua työvoimaa käytetään.

<http://www.kuntatyonantajat.fi/fi/tyoelaman-kehittaminen/yhteistoiminta/Sivut/default.aspx>

17 Lisätietoja

Verkkolinkit löytyvät osoitteesta www.kunnat.net/viestintaopas

Viestintään ja markkinointiin liittyvät perusoppikirjat

Aula & Heinonen: M2 – maineen uusi aalto. Talentum 2011.

Davis: Promotional Cultures: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding. Polity 2013.

Elfving & Pajala: Televisioita. Mediakulttuurin muuttuvat muodot. Gaudeamus 2011.

Hakola & Hiila: Strateginen ote verkkoon. WSOYpro 2012.

Hinton & Hjorth: Understanding Social Media. Sage 2013.

Huhtala & Hakala: Kriisi ja viestintä. Yhteiskunnallisten kriisien johtaminen julkisuudessa. Gaudeamus 2009.

Juholin: Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Infor 2010.

Juholin: Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Management Institute of Finland 2013.

Kotilainen (toim.): Suhteissa mediaan. Jyväskylän yliopisto 2009.

Kunelius, Noppari & Reunanen: Media vallan verkoissa. Tampereen yliopisto 2010.

Kuutti: Mediakerrie. Selviytyminen kielteisessä julkisuudessa. Infor 2008.

Leino: Dialogin aika. Markkinoinnin & viestinnän digitaaliset mahdollisuudet. Infor 2010.

Nieminen & Pantti: Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Vastapaino 2012.

Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. Vastapaino 2012.

Pesonen: Viestintäoikeuden käsikirja. Edita 2011.

Seppänen & Välvärrönen: Mediayhteiskunta. Vastapaino 2012.

Suominen ym.: Sosiaalisen median lyhyt historia. Gaudeamus 2013.

Tiilikka: Journalistin sananvapaus. WSOYpro 2008.

Uimonen: Kirjoita kiinnostavasti. Infor 2011.

Välvärrönen (toim.): Journalismi murroksessa. Gaudeamus 2009.

Åberg: Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkiri. Infor 2008.

Pirkko Pesonen: Viestintäoikeuden käsikirja (Lakikokoelmat Edita, 2010)

Laura Ritakari: Journalistin lainsäädäntö (Edilex, Edita, 2010)

Taina Pihlajarinne: Internetvälittäjä ja tekijänoikeuden loukkaus (2012 Lakimiesliiton kustannus)

Julkisen alan viestinnän oppaita ja ohjeita

Viestinnän avaimet kuntien muutostilanteissa. Kuntaliitto 2013.

http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=2856

Työyhteisö viestii jotta olisi olemassa. Kuntaliitto 2013.

http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-viestinta/kuntaviestinnan-ohjeet/Documents/tyoyhteiso_viestii_ebook.pdf

Kuntien verkkoviestintäohje. Kuntaliitto 2010.

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-viestinta/kuntaviestinnan-ohjeet/Documents/Verkkoviestintaopas.pdf>

Varaudu. Opas kunnan viestintään kriisi- ja erityistilanteissa. Kuntaliitto 2009.

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-viestinta/kuntaviestinnan-ohjeet/Documents/Kriisiviestintaopas.pdf>

Kunta viestintäostoksilla. Opas viestintä- ja markkinointipalvelujen hankintaan.

Kuntaliitto 2009.

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-viestinta/kuntaviestinnan-ohjeet/Documents/Kunta%20viestintaostoksilla.pdf>

Ari Sainio (toim.): Viesti perille. Selko-opas kunnille. KAKS – Kunnallisalan kehittämissäätiö 2013.

http://www.kaks.fi/sites/default/files/Selko_opas_net.pdf

Pekka Sauri: Julkishallinto ja sosiaalinen media. KAKS – Kunnallisalan kehittämissäätiö 2015.

http://www.kaks.fi/sites/default/files/Polemia_98_net.pdf

Heidi Lavento: KISA – Kuntien viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmä. Kuntaliitto 2008.

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/seuranta/Documents/KISA-julkaisu.pdf>

Viestinnässä on voimaa – Julkisten ja hyvinvointialojen liiton JHL:n viestintäopas 2010.

<http://www.jhl.fi/files/attachments/oppaat/viestintaopas2010.pdf>

Outi Salo: Viestintää kaikille. Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille.

Kulttuuria kaikille -palvelu, Kulttuuria kaikille tuki ry 2013.

http://www.kulttuuriakaikille.info/doc/tietopaketti_ja_oppaat/Viestintaa_kaikille_Saavutettavan_viestinnan_opas_kulttuuritoimijoille.pdf

Käytännön ohjeita kielilainsäädännön soveltamiseksi verkkopalveluissa. Oikeusministeriö 5.10.2015. http://www.oikeusministerio.fi/material/attachments/om/uusikansio_6/zUiWVhxTl/Kaytannon_ohjeita_kielilainsaadannon_soveltamiseksi_verkkopalveluissa.pdf

Henkilötiedot ja internetin käyttö kunnan tiedottamisessa. Suomen Kuntaliitto

29.9.2014. http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/laki/hallintojuridiikka/julkisuus_tietosuoja/verkkoviestinta/Documents/Muistio-Henkilötiedot-ja-internetin-kaytto-kunnan-tiedottamisessa.pdf

Yhteispalvelupisteen viestintäopas. Valtiovarainministeriö 2010.

[http://www.yhteispalvelu.fi/intermin/hankkeet/yp/home.nsf/files/01_Yhteispalvelu_opas/\\$file/01_Yhteispalvelu_opas.1%20pdf.pdf](http://www.yhteispalvelu.fi/intermin/hankkeet/yp/home.nsf/files/01_Yhteispalvelu_opas/$file/01_Yhteispalvelu_opas.1%20pdf.pdf)

Kuntakentän oppaita suurilta kaupungeilta, sairaanhoitopiireiltä, maakuntaliitoilta, liikelaitoksilta

Helsingin kaupungin viestinnän ohjeet (2009)

<http://www.hel.fi/static/helsinki/johtosaannot/Viestinnanohjeet.pdf>

Espoon kaupungin viestinnän käsikirja (2014)

<http://www.espool.fi/download/noname/%7B240F5043-CF71-465C-B02D-9A3CF531103E%7D/50039>

Espoon kriisiviestinnän muistilista (2009)

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-veistintaohjeet/Documents/Espoon%20muistilista%20kriisiviestinn%C3%A4st%C3%A4%202009.pdf>

Espoon kriisiviestintäohje (2009)

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-veistintaohjeet/Documents/Espoon%20kriisiviestint%C3%A4ohje%202009.pdf>

Vantaan kaupungin viestintästrategia 2008–2010

http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-veistintaohjeet/Documents/Vantaan_viestint%C3%A4strategia.pdf

Vantaan kaupungin kriisiviestintäohjeet (2011)

<https://www.yumpu.com/fi/document/view/48516895/kriisiviestintaohjeet-vantaan-kaupunki>

Tampereen kaupungin viestintäohje (2013)

http://www.tampere.fi/liitteet/v/unnamed_8595/Viestintaohje_paivitetty10042013.pdf

Tampereen kaupungin sosiaalisen median ohje (2013)

http://www.tampere.fi/liitteet/t/69i5KPHYy/Konsernimaarays_sosiaalisen_median_kaytto13.pdf

Osallistumisen järjestäminen. Tampereen kaupungin ohje 2011.

Kuopion viestintäohje (2014)

http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-veistintaohjeet/Documents/Kuopio_DRAFT.pdf

Kouvolan viestintäohje (2011)

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-veistintaohjeet/Documents/Kouvolan%20viestintaohje%202011.pdf>

Uudenmaan liiton viestintästrategia (2009)

http://www.uudenmaanliitto.fi/files/6251/Uudenmaan_liiton_viestintastrategia.pdf

.....

Palveluja elämän tähden – Pirkanmaan sairaanhoitopiirin viestintäohjelma 2013–2016

Satakunnan sairaanhoitopiirin viestintäohje (2011)

<http://www.vsshp.fi/fi/sairaanhoitopiiri/johtaminen-ja-organisaatio/saannot/Documents/Viestint%C3%A4strategia-VSSHHP-2015-2016.pdf>

Etelä-Karjalan sosiaali- ja terveystieteiden viestinnän yleiset periaatteet

<http://www.eksote.fi/eksote/medialle/viestinnan-periaatteet/Documents/Eksoten%20viestinn%C3%A4n%20yleiset%20periaatteet.pdf>

Kainuun sotien viestintäsuunnitelma 2015–2016

<http://sote.kainuu.fi/viestinta>

Pohjois-Savon sairaanhoitopiirin viestintästrategia 2014–2016

https://www.psshp.fi/documents/11427/39248/Viestint%C3%A4strategia+2014_2016.pdf/c7eebc6e-325a-4e68-8cee-17d1fc4d68fb

Oulun kaupungin brändiasiakirja: <http://www.ouka.fi/oulu/viestinta/brandikasikirja>

Valtionhallinnon viestinnän ohjeita ja säädöksiä

Valtionhallinnon viestintäsuositus (Valtioneuvoston kanslia 2010)

<http://vnk.fi/documents/10616/346016/Viestint%C3%A4suositus+2010.pdf/ee276a30-b187-44c2-85ae-9603c699f21a>

Valtioneuvoston strategisen viestinnän linjaukset -suositus (Valtioneuvoston kanslia 2013)

<http://vnk.fi/documents/10616/346016/Strategisen+viestinn%C3%A4n+linjaukset.pdf/f4e925df-2540-48b2-bb41-2f90218062fd>

Valtionhallinnon viestintä häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa -ohje (Valtioneuvoston kanslia 2013)

<http://vnk.fi/documents/10616/346016/Viestint%C3%A4+h%C3%A4iri%C3%B6tilanteissa+ja+poikkeusoloissa.pdf/c60e5772-9acf-4108-9649-18df9e13cf0c>

Laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (621/1999)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990621>

Asetus viranomaisten toiminnan julkisuudesta ja hyvästä tiedonhallintatavasta (1030/1999)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19991030>

Henkilötietolaki (523/1999)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990523>

Kielilaki (423/2003)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030423>

Saamen kielilaki (1086/2003)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20031086>

Tekijänoikeuslaki (404/1961)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404>

.....

Yhdenvertaisuuslaki (1325/2014)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20141325>

Laki sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa ((13/2003)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030013>

Laki vammaisuuden perusteella järjestettävistä palveluista ja tukitoimista (7§)
(380/1981)

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1987/19870380>

Järjestöjä ym.

Julkisen alan tiedottajat JAT ry

<http://jat.fi/>

ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry

<http://procom.fi/>

Viestinnän asiantuntijoiden ammattijärjestö Viesti ry

<http://www.viesti.fi/>

Viestijät.fi – Viestinnän ammattilaisten oma palvelu

<http://viestijat.fi/>

Viestinnän Keskusliitto

<http://www.vkl.fi/>

Mainostajien liitto

<http://mainostajat.fi/>

Mark – Suomen Markkinointiliitto ry

<http://www.mark.fi/>

Markkinoinnin, teknologian ja luovuuden liitto MTL ry (ent. Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto)

<http://mtl.fi/>

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry (TVVK)

<http://antipiracy.fi/>

Visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden järjestö Grafia ry

<http://www.grafia.fi/>

Suomen Journalistiliitto

www.journalistiliitto.fi/

Julkisen sanan neuvosto

<http://www.jsn.fi/>

Aikakauslehtien Liitto ry

<http://www.aikakauslehdet.fi/>

Sanomalehtien Liitto ry

<http://www.sanomalehdet.fi/>

Viestintävirasto

<https://www.viestintavirasto.fi/>

Yleisiä ohjeita

Kuvaajan etiikka: <http://www.valokuvaajaksi.fi/valokuvaajan-tyo/mita-saa-kuvata>

Journalistien erityiskysymyksiä (henkilön valokuva, taideteoksen kuvaaminen):
<http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/tekijanoikeudet/journalistien-erityiskysymyksiä/>

Tutkimuksia

Viestinnän ammattilaiset 2015 -tutkimusraportti. ProCom ry.

<http://procom.fi/wp-content/uploads/2015/11/Viestinn%C3%A4n-ammattilaiset-2015.pdf>

Viestinnän merkitys muutostilanteissa – Mitä virastojen johto odottaa viestinnältä (2013). Julkisen alan tiedottajat ry, Jouni Kivikoski, Pohjoisranta Burson-Marsteller Oy.

http://api.ning.com/files/jY5mCCMi3CQXkxeC3BIom9ge*cbYVKxsHNi*PDcGxs hb7ZpOTIdeet*9XGILhSUF1r4ccbzE7qbUtrUh-QU6yQXWUCuj*Hfb/Viestinnän_merkitys_muutostilanteissa_tutkimus2013.pdf

Johtavien viestijöiden tutkimus 2015. ProCom ry.

<http://procom.fi/wp-content/uploads/2014/01/Johtavien-viestijöiden-tutkimus-2015.pdf>

Vaikuttajaviestintä 2014. ProCom ry.

<http://procom.fi/wp-content/uploads/2014/05/Vaikuttajaviestinta-2014.pdf>

Kriisit ja viestintä 2012. ProCom ry.

<http://procomfi.virtualserver27.hosting.fi/wp-content/uploads/2014/01/Kriisit-ja-aviestinta-syksy-2012-loppuraportti-ProCom.pdf>

ProCom ry:n tutkimukset: <http://procom.fi/viestintaala/tutkimus/>

Elina Kinnunen: Taysin tunnettuustutkimus. Pirkanmaan sairaanhoitopiiri 2013.

Pirkanmaan sairaanhoitopiirin maine ja maineen johtaminen – Maineprojektin loppuraportti 2010