

PUDASJÄRVEN KAUPUNGIN ULKOISEN VIESTINNÄN
VIESTINTÄSUUNNITELMA

Milla Harju

Kaupan ja kulttuurin osaamisala
Liiketalouden opinnäytetyö
Tradenomi

TORNIO 2014

Liiketalouden koulutusohjelma
Tradenomi

Tekijä	Milla Harju	Vuosi	2014
Ohjaaja	Seija Salo-oja		
Toimeksiantaja	Pudasjärven kaupunki		
Työn nimi	Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelma		
Sivu- ja liitemäärä	29 + 24		

Opinnäytetyöni aiheena on Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelma. Pudasjärven kaupungilla ei ole aikaisemmin ollut kirjallista viestintäsuunnitelmaa, vaan on toimittu suullisesti annettujen ohjeiden mukaan. Työn tavoitteena on tehdä toimiva ja Pudasjärven kaupungin tarpeita vastaava viestintäsuunnitelma. Tavoitteena on, että Pudasjärven kaupunki pystyy hyödyntämään viestintäsuunnitelmaa arkiviestinnässä sekä tarpeen vaatiessa viestintäsuunnitelma on helposti päivitettävissä.

Työn teoreettinen viitekehys on yhteisöviestinnän suunnittelu. Opinnäytetyössä tarkastelen myös kuntaviestintää sekä kuntien viestintään liittyviä lakeja ja määräyksiä. Aineisto kerätään aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta, Suomen Kuntaliiton aineistosta sekä internet lähteistä.

Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö ja prosessissa syntyy kaksi erillistä tuotosta, opinnäytetyöraportti ja produkti eli Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelma. Viestintäsuunnitelman aineisto kerätään puolistrukturoituina teemahaastatteluin kaupungin työntekijöitä haastatteleamalla. Suunnitelmaa varten käytän myös benchmarkingia eli vertaan ja analysoin muiden kaupunkien viestintäsuunnitelmia sekä tutkin Pudasjärven kaupungin ulkoiseen viestintään liittyviä virallisia dokumentteja.

Opinnäytetyöprosessin tuloksena syntyy Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelma, jossa on eritelty ulkoisen viestinnän kohderyhmät, käytettävät viestintäkanavat, viestinnän vastuut ja työnjaot sekä kaupungilla valmiina olevat viestintäprosessit. Tätä viestintäsuunnitelmaa kokeilemalla sekä viestintää ja sen suunnittelua seuraamalla, on Pudasjärven kaupungilla mahdollisuus päivittää viestintäsuunnitelmaa ja kehittää ulkoista viestintää tehokkaampaan ja toimivampaan suuntaan.

Avainsanat yhteisöviestintä, viestintäsuunnitelma, ulkoinen viestintä, kuntaviestintä

School of Business and culture
Bachelor of Business Administration

Author	Milla Harju	Year	2014
Supervisor(s)	Seija Salo-oja		
Commissioned by	City of Pudasjärvi		
Subject of thesis	Communication plan for external communication for the municipality of Pudasjärvi		
Number of pages	29 + 24		

The topic of this thesis is a communication plan for the municipality of Pudasjärvi to use for their external communication. Pudasjärvi did not have written communication plans and, therefore, they only followed the unwritten rules and guidelines. The objective of this thesis is to devise a functional communication plan to meet the needs of Pudasjärvi. The objective is to devise a plan that Pudasjärvi can use as a tool in their everyday external communication. Additionally, the plan is to be easy to update when necessary.

The theoretical framework of this thesis is built on the concept of organisational communication. Moreover, communication of municipalities and the laws and regulations which influence the communication of municipalities are under analysis. Literature on communication, material by Suomen Kuntaliitto and relevant electronic material are used.

This thesis is practice-based and there are two different final results, i.e. this thesis reporting the compilation of the communication plan and the communication plan for external communication for the municipality of Pudasjärvi. Semi-structured theme interviews were conducted to collect the information for the communication plan. I interviewed employees of Pudasjärvi. I also used benchmarking, i.e. I compared and analysed communication plans from the other municipalities and used the official documents of Pudasjärvi which are related to their external communication.

The concrete result of this practice-based thesis is the communication plan for external communication for the municipality of Pudasjärvi. This plan will specify the focus groups and tools for their external communication, responsibilities and division of work between the employees and unwritten rules and processes in external communication. By using this communication plan and monitoring how the communication and the communication plan are working, the municipality of Pudasjärvi can upgrade and improve their external communication and update this communication plan to be more effective and practical.

Key words organisational communication, communication plan, external communication, municipality communication

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaus	5
1.2 Tutkimusmenetelmä	6
1.3 Opinnäytetyöprosessin toteuttaminen	8
2 YHTEISÖVIESTINNÄN SUUNNITTELU.....	10
2.1 Yhteisöviestintä	10
2.2 Yhteisöviestinnän suunnittelu.....	11
3 PUDASJÄRVEN KAUPUNGIN VIESTINTÄ.....	15
3.1 Kunta viestijänä	15
3.2 Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän nykytila ja tavoitteita.....	17
4 PUDASJÄRVEN KAUPUNGIN ULKOISEN VIESTINNÄN VIESTINTÄSUUNNITELMAN LAATIMINEN.....	19
4.1 Taustaa	19
4.2 Toteutus	20
4.3 Sisältö	21
5 POHDINTA	25
LÄHTEET.....	27
LIITTEET.....	29

1 JOHDANTO

Yksi asukastyytyväisyyden tekijöistä on kunnan onnistunut tiedottaminen ja viestintä. Kunnalla on jo lain mukaan velvollisuus tiedottaa kuntalaisia vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuksista ja niiden vaikutuksista. On kunnan oma etu, jos kunta viestii avoimesti ja oma-aloitteisesti kuntalaisia koskevista asioista. Kuntalaisille on vastaavasti varattava ja annettava mahdollisuus kommentoida vireillä olevia asioita.

Vuoden 2011 lopussa Pudasjärven kaupunki hyväksyi uuden kuntasuunnitelman vuosille 2012–2018, jossa painotetaan viestintää kunnan ja kuntalaisten välillä. Kuntasuunnitelman pohjalta Pudasjärven kaupungin viestintätyöryhmä laati viestintästrategian vuosille 2012–2018, jonka kaupunginhallitus hyväksyi toukokuussa 2012. Viestintästrategiassa (Pudasjärven kaupungin viestintästrategia 2012–2018.) määritellään strategian yhteys viestintäsuunnitelmaan. Tavoitteena on, että Pudasjärven kaupunki tekee vuosittain viestintäsuunnitelman, jossa määritellään kyseisen vuoden osalta pääviestit, tarkennetut kohderyhmät ja valitaan kunkin kohderyhmän osalta tehokkaimmat viestinnän kanavat ja välineet. Viestintäsuunnitelmaan sisällytetään myös Pudasjärven kaupungilla jo valmiiksi olemassa olevat viestintäprosessit sekä viestinnän työnjaot ja vastuut.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaus

Opinnäytetyöni tavoite on tehdä toimiva ja Pudasjärven kaupungin tarpeita vastaava ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelma. Aikaisemmin kaupungilla ei ole ollut käytössään vastaavanlaista viestintäsuunnitelmaa, vaan on toimittu annettujen ohjeiden mukaan. Viestintäsuunnitelmaan sisällytetään myös viestintävastuiden järjestäminen. Kuka viestii, mitä viestii ja miten viestii? Viestintäsuunnitelma pyrkii vastaamaan näihin kysymyksiin siten, että kaupungin organisaatiossa pystyttäisiin välttämään päällekkäisyyksiä ja epätietoisuutta

sekä kuntalaisten että kunnan työntekijöiden keskuudessa. Viestintäsuunnitelmaan on dokumentoitu myös kaupungilla olemassa olevat suulliset viestinnän ohjeistukset ja prosessit. Viestintäsuunnitelman tavoitteena on aktivoida Pudasjärven kaupunkia viestimään suunnitteilla tai vireillä olevista asioista siten, että kuntalaisille varataan mahdollisuus kommentoida ja osallistua aiheesta käytävään keskusteluun.

Opinnäytetyöni viitekehys on yhteisöviestinnän suunnittelu. Opinnäytetyön teoriaosuus liittyy yhteisöviestinnän suunnittelun lisäksi myös kuntaviestintään yleensä sekä kuntien viestintään kohdistuviin lakeihin ja määräyksiin.

Opinnäytetyöprosessin tuloksena syntyy kaksi erillistä tuotosta, opinnäytetyöraportti ja viestintäsuunnitelma. Itse opinnäytetyöraportissa keskitytään suunnitelmaa tukeviin toimiin, kuten tutkimusongelman määrittämiseen, tutkimusmenetelmiin, yhteisö- ja kuntaviestintään ja viestintäsuunnitelman toteutukseen. Viestintäsuunnitelma tehdään Pudasjärven kaupungin ulkoasun mukaiseksi, ja se sisältää viestintästrategiassa määritellyn ulkoisen viestinnän. Viestintästrategiassa ulkoisen viestinnän kohderyhmiksi on määritelty kuntalaiset, paikkakunnalla viipyvät, paikkakunnalla toimivat erilaiset organisaatiot ja toimijat kuten poliittiset ryhmittymät, seurakunta ja media.

1.2 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö, koska lopputuloksena syntyy opinnäytetyöraportti ja produkti eli Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelma.

Toiminnallisella opinnäytetyöllä tavoitellaan ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjeistämistä tai järjestämistä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin. Toteutustapoja voivat olla esimerkiksi kirja, kansio, vihko, opas tai järjestetty näyttely tai tapahtuma. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9, 57, 154.)

Toiminnallisen opinnäytetyön raportti on teksti, josta selviää, mitä, miksi ja miten on tehty, millainen työprosessi on ollut sekä millaisiin tuloksiin ja johtopäätöksiin on päädytty. Raportissa oppija myös arvioi omaa oppimistaan ja tuotostaan. Toiminnalliseen opinnäytetyöhön kuuluu lisäksi itse produkti eli tuotos, joka on usein kirjallinen. Opinnäytetyöraportilta ja produktilta vaaditaan erilaisia tekstuaalisia ominaisuuksia. Produktin on tarkoitus puhutella suoraan kohde- ja käyttäjäryhmää, kun taas raportissa selostetaan prosessia ja oppimista. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 65.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä pyritään usein laadullisesti kehittämään jotain tutkittavaa kohdetta tutkimalla ihmisten kokemuksia ja ajatuksia. Laadullisessa tutkimusmenetelmässä kyselyjen ja haastatteluiden tulokset käsitellään eri tavoin kuin määrällisessä. Määrällisessä tutkimuksessa lasketaan määriä, kun taas laadullisessa tutkimus pyrkii ymmärtämään ilmiötä (Kananen 2008, 10–11). Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen ja siinä aineisto kerätään luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 157–160).

Laadullisen tutkimusmenetelmän tiedonkeräämistapoja ovat Vilkan (2010, 28) mukaan kyselylomake, haastattelulomake, systemaattinen havainnointi, osallistuva havainnointi, tarkkaileva havainnointi, piilohavainnointi, yksilö- tai ryhmähaastattelu ja kokemalla oppiminen.

1.3 Opinnäytetyöprosessin toteuttaminen

Viestintäsuunnitelman tekemiseen kuuluu kaksi eri vaihetta, tiedonkeruu vaihe eli teemahaastattelut ja produktin eli viestintäsuunnitelman laatiminen. Viestintäsuunnitelman aineiston keräämiseksi käytän laadullisen tutkimusmenetelmän yksilöhaastattelua. Yksilöhaastattelut toteutetaan teemahaastatteluina, jossa haastattelu on kohdennettu tiettyihin teemoihin, joita haastattelussa käydään läpi. Haastattelu toteutetaan puolistrukturoituna, joka tarkoittaa, että haastattelun teemat ovat etukäteen tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat (Hirsjärvi & Hurme 1991, 35–36).

Teemahaastattelujen haastateltaviksi valitaan kaupunginjohtaja Kaarina Daavittila sekä vastuualueiden johtajat Juha Holappa, hyvinvointi- ja sivistystoiminta, Mikko Kälkäjä, kehittämistoiminta, Seija Turpeinen hallintotoiminta ja Eero Talala, tekninen ja ympäristötoiminta sekä webmaster Juha Nyman. Haastateltaviksi henkilöiksi valitaan vastuualueiden johtajat, koska heillä on tieto vastuualueidensa ulkoisesta viestinnästä kokonaisuutena.

Teemahaastatteluja varten teen haastattelurungon, jonka tarkoituksena on ohjata keskustelua haastateltavien kanssa. Haastattelujen teemoina ovat ulkoisen viestinnän kohderyhmät, viestintäkanavat, sisältö, vastuut, seuranta sekä valmiina olevat ohjeistukset ja prosessit. Toteutan haastattelut teemahaastatteluina yksittäin kunkin haastateltavan kanssa. Haastattelun teemat lähetän haastateltaville etukäteen ja kukin haastattelu tallennetaan nauhurille. Haastattelujen jälkeen litteroin viestintäsuunnitelman kannalta olennaisen tiedon haastatteluista, koska Vilka & Airaksisen (2003, 63) mukaan toiminnallisessa opinnäytetyössä usein riittää niin sanottu suuntaa antava tieto, joten haastattelujen sanasta sanaan litterointi ei ole tarpeellista.

Teemahaastattelujen tarkoitus on selvittää vastuualueiden päätehtävät ja mistä kukin vastuualue ulkoisessa viestinnässä viestii. Haastatteluilla pyrin selvittämään myös ulkoisen viestinnän kohderyhmät, käytetyt ja toimivat viestintäkanavat sen, miten viestinnän vastuut on jaettu ja miten viestintää ja sen

onnistumista seurataan. Viestintäsuunnitelmaan on myös tarkoitus sisällyttää kaupungin valmiit suulliset ohjeistukset sekä viestintäprosessit. Näiden valmiiksi mietittyjen teemojen lisäksi pyrin kannustamaan haastateltavia tuomaan esille omia mielipiteitään ja ideoita ulkoisesta viestinnästä, sen suunnittelusta ja kehittämisestä.

Viestintäsuunnitelman eli toiminnallisen opinnäytetyön produktin tekemisen apuna käytän myös benchmarkingia eli vertaan ja analysoin muiden kaupunkien viestintäsuunnitelmia sekä tutkin alan kirjallisuutta sekä viestintäsuunnitelmaa että raporttia varten. Lisäksi käyn ideointikeskusteluja Pudasjärven kaupungin edustajien kehittämisjohtaja Mikko Kälkäjän ja projektipäällikkö Marianne Mäntylehdon kanssa.

2 YHTEISÖVIESTINNÄN SUUNNITTELU

2.1 Yhteisöviestintä

Viestinnällä tarkoitetaan vuorovaikutusta ihmisten välillä. Tähän prosessiin kuuluu viestin lähettäminen, sen vastaanottaminen ja tulkinta. Viestintää voi olla vaikea erottaa yhteisön muusta toiminnasta, sillä viestintä liittyy kaikkeen ja on siten yritysten ja yhteisöjen elinehto. Viestintä on keino, jolla yhteisö pyrkii saavuttamaan tavoitteensa. Se on suhteiden rakentamista ja ylläpitämistä yhteisölle tärkeiden kohderyhmien kanssa. Viestintä ei ole itsetarkoitus, vaan sen avulla on tarkoitus saavuttaa haluttuja päämääriä. Toimiva viestintä luo yhteisöllisyyttä ja osallistaa ihmisiä vaikuttamaan päätöksentekoon. (Siukosaari 2002, 11.)

Viestinnästä voidaan erottaa yhteisöviestinnän osa-alue, jolla tarkoitetaan tiedonvaihiantaa, vuorovaikutusta ja yhteisöllisyyttä, jotka tapahtuvat organisaation tai muun yhteisön sisällä ja sen toimiessa sidosryhmien kanssa (Juholin 2009, 21). Yhteisöviestintä voidaan määritellä myös suunnitelluksi, tavoitteelliseksi ja johdetuksi toiminnaksi, jolla Siukosaaren (2002, 11–12) mukaan on tarkoitus rakentaa yhteisökuvaa, tukea yhteisön toimintaa sekä varmistaa vuorovaikutteinen tiedonvälitys. Yhteisöviestinnällä tarkoitetaan siis kaikkea sitä vuorovaikutteista viestintää ja yksipuolista tiedottamista, joka tapahtuu yhteisön sisällä sekä yhteisön ja ulkopuolisen maailman välillä. (Siukosaari 2002, 11–12; Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 13.)

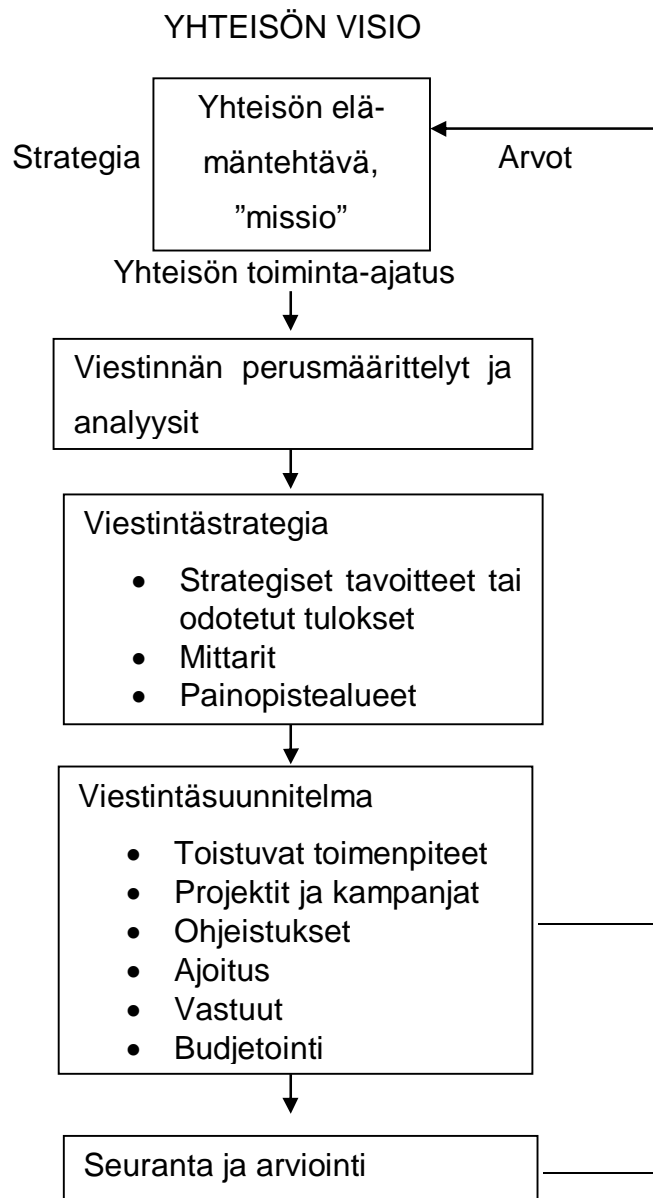
Lohtaja ja Kaihovirta-Rapo (2007,13) määrittelevät yhteisöviestinnän koostuvan sekä viestinnästä että tiedottamisesta. Viestintä määritellään kaksisuuntaiseksi vuorovaikutteiseksi toiminnaksi, kun taas tiedottaminen on yksisuuntaista asioista kertomista. Yhteisöllä on tarkoituksena ja tavoitteena kertoa itsestään ja toiminnastaan sekä tarve kommunikoida ympäristönsä kanssa. (Siukosaari 2002, 15.)

ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry (2012) jakaa yhteisöviestinnän tehtävät viiteen eri osa-alueeseen. Kaiken yhteisöviestinnän pohjalla on tavoitteellinen ja vuorovaikutteinen strategiatyö, jossa vuoropuhelun kautta rakennetaan ja toteutetaan yhteisön strategiaa. Yhteisön tulee havaita toimintansa kannalta olennaiset ulkoiset ja sisäiset muutoksen ajoissa, jotta ne voidaan ottaa huomioon viestinnän suunnittelussa ja päätöksenteossa. Viestinnän avulla yhteisöä tehdään näkyväksi sekä tuodaan esille yhteisön tavoitteita, toimintaa, palveluita, päätöksiä sekä niiden taustoja. Neljäs ProComin listaama tehtävä on yhteydenpito ja verkottuminen. Sen mukaan ammattimainen, laaja-alainen ja vuorovaikutteinen viestintä auttaa luomaan yhteisiä näkemyksiä yhteisön ja sen yleisön välille. Viimeisenä mainitaan viestinnän ammattilaisten tarjoama neuvonta ja opastus, joiden avulla yhteisö voi kehittää viestintäänsä.

2.2 Yhteisöviestinnän suunnittelu

Organisaation perustehtävät ja tavoitteet antavat lähtökohdat viestinnän suunnittelulle. Samoin organisaation arvot sekä tulevaisuuden näkymät vaikuttavat suunnitteluun. Nämä pitkän aikavälin strategiset suunnat auttavat päivittäisessä toiminnassa ja erityisesti silloin, kun tilanteisiin ei ole valmista toimintamallia. Viestintäsuunnitelma on tarkempi ja käytännönläheisempi kuin viestintästrategia, koska se sisältää operatiivisen suunnitelman eli lyhyen aikavälin toiminnan ja vastuut. (Juholin 2013, 86–87.)

Kuviossa 1 (Juholin 2006, 69) on esitelty viestinnän suunnittelun tasot.



Kuvio 1. Viestinnän suunnittelun tasot (Juholin 2006, 69.)

Viestintä suunnitellaan yhteisön strategian pohjalta. Viestinnän suunnittelu käynnistyy nykytilan ja kohderyhmien selvittämisellä, tavoitteiden asettamisella ja keinojen valinnalla. (Kunnan viestintä 2004, 15.) Viestintästrategiassa määritellään toiminnot ja tavoitteet, joita käyttämällä tuetaan koko organisaation tavoitteita. Viestintästrategialle on tärkeää, että se sisältää organisaatiolle tärkeät tavoitteet.

Laaja viestintästrategia sisältää viestinnän:

1. lähtökohdat
2. periaatteet ja arvot
3. sidosryhmät
4. perusviestit
5. viestinnän tavoitteet
6. mittarit ja seuranta
7. vastuut
8. resurssit (Juholin 2006, 108–109).

Viestintästrategiaan pohjautuvan viestintäsuunnitelman avulla selkiytetään organisaation viestintää tietyn ajanjakson aikana. Viestintäsuunnitelma sisältää viestinnän tavoitteet ja keinot, joilla tavoitteisiin päästään, aikataulut, toteuttajat ja viestintään käytettävissä olevat resurssit, kuten esimerkiksi työajan ja käytettävissä olevat välineet. (Siukosaari 2002, 23; Juholin 2006, 108–109.) Viestintäsuunnitelman pohjaksi on hankittava tietoa viestinnän nykytilasta. Viestinnän nykytilan kartoituksen jälkeen viestintäsuunnitelmaan kirjataan tarpeelliset toimenpiteet, joilla tiedottaminen ja viestintä hoidetaan kohderyhmille. Lisäksi viestintäsuunnitelmaan sisällytetään organisaation jokapäiväiseen viestintään kuuluvat yhteisesti sovitut pelisäännöt ja ohjeistukset. (Ylenius & Keränen 2007.)

Käytännössä viestintäsuunnitelma on eri viestintätoimenpiteiden ideointia ja järjestelyä. Viestintäsuunnitelmaa tehtäessä on tärkeä tietää, mitkä ovat tarpeelliset kohderyhmät sekä, millainen tiedontarve kullakin kohderyhmällä on organisaatiosta ja sen toiminnasta. Viestintäsuunnitelmaan kirjataan kuvaukset eri viestinnän tuotoksista suunnitelman kattavalla aikavälillä. Tällaisia tuotoksia ovat esimerkiksi tiedotteet, tilaisuudet ja esitteet. (Ylenius & Keränen 2007.)

Valmiista viestintäsuunnitelmasta löytyy työyhteisön ja sen nykytilan kuvaus, visio tulevaisuudesta, määritellyt keinot, joilla tavoitteet toteutetaan, viestinnän kohderyhmät, viestinnän kanavat, aikataulut, suunniteltujen toimenpiteiden toteuttajat, seuranta ja resurssit. Yksi viestintäsuunnitelman laatimisen tavoite on varmistaa se, että tarvittavat toimenpiteet tehdään oikea-aikaisesti ja viestintä

kohdistuu oikeille sidosryhmille. Viestintävastuiden jakaminen viestintäsuunnitelmassa on tärkeää. Suunnitelmassa on selkeästi määriteltävä toimenpiteiden tekijät, vastuuhenkilöt sekä seurannan järjestäminen. Viestintäsuunnitelma on myös hyvä olla helposti päivitettävä. (Juholin 2006, 108–109; Ylenius & Keränen 2007.)

Kun viestinnälle asetetaan tavoitteet, on tärkeää, että viestintää ja sen onnistumista seurataan. Seurannan avulla tutkitaan, onko tavoitteisiin päästy ja mitä uusia tavoitteita pitäisi asettaa. Seurannassa voidaan käyttää apuna seuranta, arviointia, auditointia, mittausta ja tutkimusta. Seuranta ja arviointi voidaan tehdä itse, kun tutkimuslaitokset ja tutkijat tekevät tutkimukset. (Juholin 2006, 334.)

Seuranta on yleensä jatkuvaa, kun taas arviointi on kertaluontoista, mutta usein toistuvaa. Arviointia tehdään tavoitteiden asettamiseksi ja samalla seurataan, kuinka hyvin tavoitteet ovat toteutuneet. Tätä tavoitteiden toteutumisen seuranta voidaan tehdä viiden eri ulottuvuuden kautta:

1. Viestinnän operatiivinen taso. Selvitetään, mitä sovituihin asioista toteutettiin, esimerkiksi julkaistiinko henkilöstölehdessä neljä numeroa niin kuin oli suunniteltu
2. Välietapit. Tarkastellaan, mitä asetetuista välietapeista on saavutettu, esimerkiksi mediasuhteiden osalta
3. Vaikutukset eli viestinnän strateginen taso. Selvitetään, mitä mittareita tarvitaan organisaation tunnettavuuden mittaamiseen
4. Organisaation kokonaistavoitteet. Tarkastellaan, auttavatko viestinnässä saavutetut tavoitteet organisaation kokonaistavoitteiden toteutumista
5. Viestinnän kehittäminen. Selvitetään, miten viestinnän osaamista on kehitetty. Tätä samaa kohtaa arvioidaan myös resurssianalyyseissä. (Juholin 2006, 337–339.)

Viestinnän arviointi auttaa kehittämään organisaation strategista johtamista, viestinnän suunnittelua ja toteutusta sekä vuorovaikutusta sidos- ja kohderyhmien kanssa (Kuntien viestinnän seuranta ja arviointi 2014).

3 PUDASJÄRVEN KAUPUNGIN VIESTINTÄ

3.1 Kunta viestijänä

Kuntalain mukaan kuntien toiminnan tarkoituksena on edistää asukkaiden hyvinvointia ja kestävästä kehitystä alueella. Kunta tuottaa ja järjestää hyvinvointipalveluita asukkailleen. Lisäksi kunnan tehtäviin kuuluu kehittää alueellaan toimintoja ja edistää kilpailukykyä. (Kunnan viestintä 2004, 7.) Kunta on viranomaisen, jonka toimintaa ohjaavat erilaiset lait. Lainsäädäntö voi antaa oikeuksia joihinkin tiettyihin toimintoihin, mutta vastavuoroisesti antaa myös rajoituksia, kieltoja ja velvollisuuksia, joita on noudatettava. Kun kunnan viestintää suunnitellaan ja toteutetaan, on otettava huomioon nämä vaatimukset, joita viranomaiset ja lainsäädäntö ovat viestinnälle asettaneet. (Siukosaari 2002, 221.)

Kuntalaki tuli voimaan 17.3.1995. Kuntalain 27 § koskee kunnan asukkaiden ja palvelujen käyttäjien osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia. Viestinnän näkökulmasta lailla edistetään erityisesti osallistumista tiedottamalla kunnan asioista ja järjestämällä kuulemistilaisuuksia. Kuntalain 29 § ohjeistaa kuntia näin: ”Kunnan on tiedotettava asukkailleen vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuksista ja niiden vaikutuksista. Kunnan on laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristönsuojelua ja maankäyttöä koskevista asioista. Asukkaille on myös tiedotettava, millä tavoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjiille.”

Kunnan on tiedotettava toiminnastaan ja palveluistaan sekä lisäksi kuntalaisten oikeuksista ja velvollisuuksista. Julkisuuslain mukaan kunnan on edistettävä toimintansa avoimuutta ja tätä tarkoitusta varten tarvittaessa laadittava oppaita, tilastoja ja muita julkaisuja sekä tietoaaineistoa palveluistaan. (Kuntien tiedottamisvelvollisuus 2013.)

Kunnan on hankittava oikeutus toiminnalleen kuntalaisilta. Tämä tapahtuu paitsi kunnallisvaalien myös avoimen vuoropuhelun kautta. Kunnan asukkailla on oikeus tietää, miten kunta hoitaa yhteisiä asioita, sekä oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Asukkaiden viestejä on kuunneltava aidosti ja uskottavasti ja asioista pitää keskustella jo varhaisessa valmisteluvaiheessa. Luottamuksen vuoksi päätökset on aina perusteltava. (Kunnan viestintä 2004, 7.)

Kunnan aktiivinen ja aikaisessa vaiheessa tapahtuva tiedottaminen ja vuorovaikutus luovat kuntalaisille edellytykset vaikuttaa yhteisiin asioihin ja toimia kunnan jäsenenä. Viestintä myös edistää asukkaiden hyvinvointia ja tukee kunnan kehitystä. (Kunnan viestintä 2004, 7.)

Yhä enemmän kunta viestii ja tiedottaa internetsivuillaan. Siksi kuntien internetsivut tulee suunnitella käyttäjälähtöisiksi huomioiden käyttäjien tarpeet ja kyvyt. Verkkopalveluiden suunnittelussa tulee huomioida sekä verkkopalvelun sisällölliset ratkaisut että esteettömyyteen ja käytettävyyteen yleensä liittyvät tekniset ratkaisut. Kunnan verkkopalveluja ei ole mahdollista rakentaa vain yhden kohderyhmän mukaan, vaan siinä tulee huomioida useampia kohderyhmiä, kuten lapsiperheitä, opiskelijoita, matkailijoita ja yrityksiä. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 12.)

Internetsivujen oletetaan lähtökohtaisesti palvelevan myös useita eri tavoitteita, kuten esimerkiksi tiedonvälitystä, vuorovaikutusta ja markkinointia. Ensisijaisesti kävijä hakee tietoa kunnan tarjoamista palveluista, joten kunnan verkkopalvelun käyttäjälähtöisen suunnittelun yksi peruslähtökohdista on, että verkkosivujen sisältö tuotetaan kuntalaisten näkökulmista. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 12–13.)

Viestinnän eri kohderyhmät tulee ottaa huomioon kaikessa kunnan viestinnässä ja sen suunnittelussa. Hyvä viestintämateriaali on selkeää ja vastaanottajan tarpeista lähtevää. Viranomaisen on käytettävä asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä. Tämä on osa hyvää hallintoa, ja koskee sekä suullista että kirjallista ilmaisutapaa. Viesti tavoittaa kuntalaiset varmimmin, kun viestinnässä käytetään

useita eri viestintäkanavia. Kunnilla on koko ajan tarve kehittää uusia kanavia ja panostaa ammattimaiseen viestintään, hallittuun visuaaliseen ilmeeseen, asiakaspalveluanalyysihin sekä sanoman kohdentamiseen. Myös viestinnän vaikutuksia on syytä arvioida säännöllisesti ja tehdä tarvittavia muutoksia. (Kunnan viestintä 2004, 19.)

3.2 Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän nykytila ja tavoitteita

Pudasjärven kaupungin viestintää ohjaa viestintästrategia, jossa on määritelty viestinnän peruseriaatteen. Strategiassa yleisiksi viestinnän tavoitteiksi kaupunki on määritellyt oikean tiedon välittämisen oikea-aikaisesti oikeille kohderyhmille sekä kaupungin oman aktiivisuuden lisäämisen viestinnässä. Tavoitteena on myös uusien arvojen (Uusi, ennakkoluuloton ja elinvoimainen Pudasjärvi) välittäminen päivittäisessä viestinnässä. (Pudasjärven kaupungin viestintästrategia 2012–2018.)

Viestintästrategiassa määritellään tarkoin viestinnän kohderyhmät. Kohderyhmät on jaettu sisäisen viestinnän, ulkoisen viestinnän, sidosryhmäviestinnän ja kansainvälisen viestinnän kohderyhmiin. Tähän viestintäsuunnitelmaan on otettu mukaan ulkoisen viestinnän kohderyhmät eli kuntalaiset, paikkakunnalla viiptyvät, paikkakunnalla toimivat erilaiset organisaatiot ja toimijat, seurakunta ja media. (Pudasjärven kaupungin viestintästrategia 2012–2018.)

Pudasjärven kaupungilla ei ole aikaisemmin ollut käytössään kirjallista viestintäsuunnitelmaa, vaan pääasiassa on toimittu suullisesti annettujen ohjeiden mukaisesti. Erillisiä viestinnän työntekijöitä Pudasjärven kaupungilla ei ole, vaan jokainen hoitaa viestinnän tehtäviä oman toimensa ohella.

Kaupunki jakaa toimintansa neljään päävastuualueeseen, jotka ovat hyvinvointi- ja sivistystoiminta, kehittämistoiminta, hallintotoiminta sekä tekniset palvelut ja ympäristötoiminta. Ulkoinen viestintä on jakautunut näiden vastuualueiden ja kaupunginjohtajan välille. Kaupunginjohtaja tiedottaa ja viestii koko kaupungin

organisaatiota koskevasta toiminnasta. Usein myös vastuualueiden johtaja ja kaupunginjohtaja yhteistyössä julkaisevat kaupungin toimintaa koskevia tiedotteita. Vastuualueet puolestaan viestivät itsenäisesti toiminnastaan. Osa vastuualueiden viestinnästä on ainoastaan suullisesti organisoitua, joten päällekkäisyyksien ja epätietoisuuden vähentämiseksi nämä suulliset ohjeistukset tulisi saada koottua kirjalliseen muotoon, kaikkien käytettäväksi.

Vastuualueen johtajat ovat vastuussa oman vastuualueensa viestinnästä ja usein sekä vastuualueen johtaja että vastuualueen työntekijät tietävät, kenen työnkuvaan ulkoista viestintää kuuluu. Vastuualueen sisällä työntekijöiden vastuut ja velvollisuudet ovat suhteellisen selkeät ja kaikkien tiedossa, mutta, koska suuri osa tästä tiedosta on ainoastaan suullista eikä siitä ole olemassa kirjallista ohjetta, on vastuualueen ulkopuolisten lähes mahdotonta tietää, kuka mistäkin on vastuussa. Tämän vuoksi Pudasjärven kaupunki tarvitsee kirjallisen viestintäsuunnitelman, jotta koko organisaatio tietää, kuka mitäkin tehtävää hoitaa ja kellenä on vastuu mistäkin viestinnän toimesta. Lakisääteisten ilmoitusten ja kuulutusten tiedottaminen sujuu rutiinilla ja yleisesti on tiedossa, kuka tiedottamisesta on vastuussa. Suunnitteilla ja vireillä olevista asioista viestiminen tarvitsee enemmän aktivointia ja sitä tulisi kehittää rutiininomaiseksi toiminnaksi.

Viestintäkanavia käytetään monipuolisesti ja pääsääntöisesti yksipuolinen tiedottaminen kulkee vastaanottajille sanomalehtien ja internetsivujen välityksellä. Kehittämistä löytyy kuitenkin vuorovaikutteisessa viestinnässä. Ulkoisen viestinnän kohderyhmiä, etenkin kuntalaisia, tulisi rohkaista palautteen antamiseen ja heille on myös siihen annettava mahdollisuus.

4 PUDASJÄRVEN KAUPUNGIN ULKOISEN VIESTINNÄN VIESTINTÄSUUNNITELMAN LAATIMINEN

4.1 Taustaa

Kokonaisuudessaan Pudasjärven kaupungin viestintäsuunnitelmaprosessi on lähtenyt käyntiin Kuntasuunnitelma 2012–2018 myötä. Kuntasuunnitelman johtavana ajatuksena on, että kunnan tehtävänä on elinvoiman vahvistaminen ja siirtyminen elinkeinopolitiikasta elinvoimapolitiikkaan. Kuntasuunnitelmatyössä on yhteistyöllä etsitty ja valmisteltu toimenpide-ehdotuksia, jotka tekevät Pudasjärvestä halutun paikan asua, elää ja työskennellä. Kuntasuunnitelmassa on kuntalaispalautteen pohjalta laadittu kuntalaispalautteiden toteutusohjelma. Kuntalaispalautteissa on toivottu tiedottamisen parantamista, jonka toteuttamiseksi Pudasjärven kaupunki on päättänyt laatia viestintäsuunnitelman. (Kuntasuunnitelma 2012–2018.)

Ennen viestintäsuunnitelman tekemistä on kaupunki laatinut viestintästrategian, jonka tarkoitus on toimia suuntaa-antavana ohjenuorana organisaation viestinnälle. Se luo pohjan käytännön viestinnän suunnittelulle eli viestintäsuunnitelman tekemiselle, määrittelemällä viestinnän peruslinjat. (Ylenius & Keränen 2007.) Pudasjärven kaupungin viestintästrategiassa on määritelty viestinnän yleisiksi tavoitteiksi oikean tiedon välittäminen oikea-aikaisesti oikealle kohderyhmälle. Kaupungin viestinnässä pääviestit puolestaan pohjautuvat kuntasuunnitelmassa määriteltyihin arvoihin, jotka on kiteytetty sloganiiin ”Uusi, ennakkoluuloton ja elinvoimainen Pudasjärvi”. Sekä kuntasuunnitelmassa että viestintästrategiassa on esitelty edellä mainitun sloganin arvot ja kuinka niihin sitoudutaan käytännössä. Viestintästrategiassa on määritelty strategian yhteys viestintäsuunnitelmaan seuraavasti: ”Pudasjärven kaupunki tekee vuosittain viestintäsuunnitelman, jossa määritellään sen vuoden osalta pääviestit, tarkennetut kohderyhmät ja valitaan kunkin kohderyhmän osalta tehokkaimmat viestinnän kanavat ja välineet.” (Pudasjärven kaupungin viestintästrategia 2012–2018.)

4.2 Toteutus

Aloitin viestintäsuunnitelman tekemisen yhdessä toimeksiantajan eli Pudasjärven kaupungin kanssa keväällä 2012. Pudasjärven kaupungin puolelta yhdyshenkilönä toimii viestintästrategiatyöryhmän vetäjä Marianne Mäntylehto.

Aluksi keskustelimme toimeksiantajan kanssa siitä, millaisiin tarpeisiin viestintäsuunnitelman tulisi vastata. Päätimme, että tutkin eri lähteitä, yhteisö- ja kuntaviestintään liittyvää kirjallisuutta ja muiden kaupunkien viestintäsuunnitelmia, joiden pohjalta laadin Pudasjärven kaupungin viestintäsuunnitelman. Sain suhteellisen vapaat kädet viestintäsuunnitelman laatimiseksi. Sovimme, että esittelen tekemäni suunnitelman toimeksiantajalle, jonka jälkeen muokkaan viestintäsuunnitelmaa toimeksiantajan ehdotusten ja toiveiden mukaan.

Viestintäsuunnitelmaa tehdessäni käytin apuna muiden kaupunkien viestintäsuunnitelmia ja viestintäohjeita. Benchmarkingia käyttäen tutkin Oulun ja Kouvolan viestintäsuunnitelmien ja -ohjeiden sisältöjä. Alan kirjallisuutta ja benchmarkingia käyttäen syntyi ensimmäinen versio Pudasjärven kaupungin viestintäsuunnitelmasta. Tämä suunnitelma käytiin läpi kaupungin edustajien Mikko Kälkäjän ja Marianne Mäntylehdon kanssa läpi ja todettiin, että suunnitelma on vielä liian yleisellä tasolla ja sitä tulisi kehittää enemmän Pudasjärven kaupungin tarpeita vastaavaksi.

Kälkäjä ja Mäntylehto ehdottivat, että haastattelen viestintäsuunnitelmaa varten kaupunginjohtaja Kaarina Daavittilaa, webmaster Juha Nymania sekä päävastualueiden johtajia Juha Holappa, hyvinvointi- ja sivistystoiminta, Mikko Kälkäjä, kehittämistoiminta, Seija Turpeinen hallintotoiminta ja Eero Talala, tekninen ja ympäristötoiminta. Näiden haastattelujen avulla viestintäsuunnitelmaan saataisiin lisättyä kaupungilla valmiina olevat viestintätoimet.

Sovin haastattelut edellä mainittujen kaupungin päävastuualueiden johtajien kanssa ja yhdessä opinnäytetyön ohjaajan kanssa laadimme haastattelukysymykset. Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituina teemahaastatteluina, joissa haastattelu jaoteltiin teemoittain. Tavoitteena oli kerätä kultakin vastuualueen johtajalta kaikki valmiina olevat viestintäohjeet, ulkoisen viestinnän toimet ja mahdolliset kehittämiskohteet. Haastattelukysymykset lähetettiin haastateltaville sähköpostitse ennen haastatteluja, jotta heillä oli aikaa tutustua aiheeseen ja valmistautua haastatteluun.

Kaikki haastattelut äänitettiin sekä tein haastatteluista muistiinpanoja. Kun kaikki haastattelut oli tehty, kirjoitin ne valikoiduin osin puhtaaksi. Toiminnallisessa opinnäytetyössä litterointi keskitetään sisällön tuottamisessa tarvittavaan tietoon, joten nauhoilta haastattelun litterointi sanasta sanaan ei ollut tarpeen.

Haastattelujen avulla saatu tieto kaupungin valmiina olevista viestintäprosesseista lisättiin viestintäsuunnitelmaan. Webmaster Juha Nymanin avulla viestintäsuunnitelmalle saatiin Pudasjärven kaupungin graafisen ohjeiston mukainen ulkoasu. Samalla suunnitelma lähetettiin toimeksiantajan uudelle yhdyshenkilölle, edellisten vaihtaessa työnantajaa, kehittämisjohtaja Jorma Pietiläiselle.

4.3 Sisältö

Pudasjärven kaupungin viestintäsuunnitelma alkaa johdannolla, jossa on kerrottu viestintäsuunnitelman taustat ja toteutus. Johdannossa myös kerrotaan, mitä lähteitä suunnitelman tekemisessä on käytetty sekä ketä kaupungin työntekijöitä haastateltu. Viestintäsuunnitelman lopusta löytyy yksityiskohtaisempi lähdeluettelo käytetyistä lähteistä sekä versiointitiedot.

Viestintäsuunnitelmalle on asetettu tavoitteet. Sen tavoitteina on selventää viestinnän vastuita, tehtävänjakoa sekä konkreettisesti helpottaa käytännön viestintää. Pudasjärven kaupungin viestintästrategiassa on kerrottu, että viestintäsuunnitelmalle valitaan pääviesti, joka ilmenee kaupungin päivittäisessä viestinnässä.

Pääviestin lisäksi viestintäsuunnitelmaan on listattu keinoja, jolla pääviesti saadaan välitettyä viestinnän kohderyhmille.

Pudasjärven kaupunki on viestintästrategiassaan määrittellyt ulkoisen viestinnän kohderyhmät. Viestintäsuunnitelmassa nämä kohderyhmät eritellään sekä kullekin kohderyhmälle valitaan sopivimmat viestintäkanavat, joilla tieto parhaiten saavuttaa kunkin kohderyhmän.

Yksi viestintäsuunnitelman tärkeimmistä kohdista on viestintävastuiden ja tehtävien määrittäminen. Suunnitelmassa avataan viestinnän vastuiden hierarkia. Kokonaisuudessaan tiedottamista johtaa kaupunginvaltuusto, mutta käytännön tiedottamisesta vastaa kaupunginjohtaja. Kaupunginjohtajalla on vastuu koko kaupungin organisaatiota koskevasta viestinnästä, kun taas jokaisen vastualueen johtaja vastaa oman vastualueensa viestinnästä. Viestintäsuunnitelmaan on haastattelujen ja kaupungin organisaatiokaaviota käyttäen kirjattu viestinnän vastuut ja tehtävänjaot mahdollisimman tarkasti.

Viestintäsuunnitelmassa esitellään myös ulkoisen viestinnän viestintäkanavat. Kaupunki käyttää viestinnässään monia eri kanavia ja viestintäsuunnitelmassa lähdetään liikkeelle lakisääteisestä viestinnästä. Kokoustiedottaminen eli kokouskutsut ja esityslistat sekä pöytäkirjat ovat yksi kaupungin viestintätehtävistä. Suunnitelmassa on kerrottu, milloin ja miten kokouskutsut ja esityslistat on lähetettävä sekä missä ja milloin kokosten pöytäkirjat ovat nähtävillä. Myös virallisten kuulutusten julkaiseminen on kerrottu viestintäsuunnitelmassa.

Tiedote on yksi yleisimmästä Pudasjärven kaupungin käyttämistä viestintämenetelmistä. Viestintäsuunnitelmassa käydään yksityiskohtaisesti läpi, milloin tiedote kirjoitetaan, missä ja miten se julkaistaan sekä miten muotoillaan huomiota herättävä tiedote. Myös tiedotustilaisuus ja haastattelut kuuluvat olennaisena osana Pudasjärven kaupungin ulkoiseen viestintään. Suunnitelmassa on myös kerrottu näiden viestintäkanavien käytön peruseriaatteet, joita kaupungin tulisi ulkoisessa viestinnässään noudattaa. (Siukosaari 2002, 167–169.)

Sanomalehdet ovat perinteinen, mutta silti hyvin toimiva viestintäkanava. Sanomalehdet- kappaleessa eritellään Pudasjärven kaupungin käyttämät viralliset ilmoituslehdet sekä annetaan ohjeistusta, kuinka tehdä yhteistyötä toimittajien kanssa.

Internetsivut ja sosiaalinen media ovat viestinnän nykypäivää. Viestintäsuunnitelma kertoo, mitä tietoja ja palveluita kaupungin internetsivut tarjoavat sekä sen, kuka niitä päivittää ja ylläpitää. Kun internetsivut pääasiassa jakavat tietoa, sosiaalisen median on tarkoitus olla vuorovaikutteinen. Kuten viestintäsuunnitelmassa käy ilmi, sosiaalista mediaa ei saa pitää virallisen viestinnän kanavana, vaan enemmänkin vapaamuotoisempana ideoiden ja mielipiteiden vaihtopaikana sekä lisävälineenä muualla julkaistun tiedon jakamiseen.

Ilmoituksia, mainoksia ja esitteitä voidaan pitää sekä markkinoinnin että ulkoisen viestinnän keinoina. Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelmassa ne ovat mukana tiedon jakamisen apuvälineinä.

Kuten aiemmin jo mainittiin, on viestintäsuunnitelmassa kerrottu ulkoisen viestinnän kohderyhmät sekä ryhmille parhaiten sopivat viestintäkanavat. Viestintäsuunnitelman kuvio 1 esittelee kullekin kohderyhmälle kolme sopivinta viestintäkanavaa. Internetsivut ja sosiaalinen media löytyvät melkein jokaisen kohderyhmän kohdalta, mutta myös perinteiset sanomalehdet toimivat yhä.

Viestintäsuunnitelmassa on myös otettu kantaa viestintätoimiston palveluiden ostamiseen ja käyttämiseen sekä mahdollisten koulutusten järjestämiseen ulkoista viestintää hoitaville työntekijöille. Suunnitelmassa myös kerrotaan, kuinka graafinen ohjeisto auttaa kaupungin viestinnän yhtenäistämässä ja siten helpottaa arkiviestintää valmiiden asiakirjamallien avulla.

Erillishankkeet hoitavat itse viestintänsä ja sen suunnittelun. Hankkeetkin tarvitsevat hyvää viestinnän suunnittelua, jotta päällekkäisyyksiltä ja epätietoisuudelta vältytään monien eri osapuolten yhteistyönä toteuttamissa hankkeissa.

Viestintäsuunnitelmassa korostetaan viestinnän seuranta ja sen tärkeyttä viestinnän kehittämisessä. Viestinnän seurannalla saadaan selville sekä viestinnän vahvuudet että sen heikkoudet. Kattavalla ja pitkäjänteisellä viestinnän seurannalla viestintää pystytään kehittämään parempaan ja toimivampaan suuntaan. (Kuntien viestinnän seuranta ja arviointi 2014.)

5 POHDINTA

Pudasjärven kaupungin viestintäsuunnitelma oli haastava opinnäytetyönaihe. Benchmarkingia käyttäen löytyi muutamien muiden kaupunkien viestintäsuunnitelmia. Nämä suunnitelmat toimivat hyvinä esimerkkeinä Pudasjärven kaupungin viestintäsuunnitelmalle, mutta haasteeksi muodostui se, miten saada viestintäsuunnitelma yleiseltä tasolta juuri Pudasjärven kaupunkia koskevaksi. Päävastualueiden johtajia haastatteleamalla löydettiin kaupungilla valmiina olevat viestintäprosessit, joiden dokumentointi muodostui olennaiseksi osaksi kaupungin viestintäsuunnitelmaa. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina ja mielestäni sain kerättyä laajasti tietoa valmiina olevista viestintäprosesseista.

Minulle annettiin suhteellisen vapaat kädet viestintäsuunnitelman tekemiseen, mikä puolestaan auttoi opinnäytetyöprosessia, mutta toisaalta hankaloitti, koska alkuun kumpikaan osapuoli ei oikein tiennyt, mitä tavoitellaan ja miten lähteä eteenpäin. Ensimmäiset versiot viestintäsuunnitelmasta olivat hyvin yleisellä tasolla, mutta toimeksiantajalta saadun palautteen myötä suunnitelma alkoi muoutua enemmän Pudasjärven kaupungin näköiseksi.

Tulevaisuuden viestinnässä ja viestinnän suunnittelussa Pudasjärven kaupungin tulisi ottaa huomioon viestintävälineiden kehittyminen. Sekä tieto että ihmiset ovat siirtyneet yhä enemmän verkkoon ja sosiaalisesta mediasta onkin tullut monen hyvä kaveri. Ehkä jossain vaiheessa perinteiset sanomalehdet siirtyvät kokonaan verkkoon ja paperiset asiakirjat sähköisiksi. Myös sosiaalinen media kehittyy ja trendit muuttuvat, ja voi olla, että pian meille kaikille tuttu Facebook, on historiaa ja tilalle tulee jokin uudempi ja trendikkäämpi palvelu. Sosiaalista mediaa voitaisiin hyödyntää entistä enemmän kuntalaisten aktivoinnissa. Sosiaalisen median kommentoijia, tykkääjiä ja uusien ideoiden kehittäjiä voitaisiin kannustaa aktiivisuuteen, esimerkiksi arpomalla edellä mainittujen kesken jokin palkinto tai lahjakortti.

Myös viestinnän organisointia tulee kehittää koko ajan. Esimerkiksi viestintäsuunnitelma olisi hyvä päivittää parin vuoden välein. Tällöin käytäisiin läpi, toimiiko nykyisen viestintäsuunnitelman työnjako, onko joitain toimintoja jäänyt pois tai vastaavasti, millaista uutta viestintää ja tiedottamista Pudasjärven kaupungin toimintaan kuuluu. Suunnitelman päivittämisen yhteydessä myös huomataan, jos jokin viestintäkanava ei enää saavuta kohderyhmiä.

Mielestäni tämä viestintäsuunnitelma on alkua Pudasjärven kaupungin viestinnän kehittämiseksi. Viestinnän suunnittelu, toteuttaminen ja seuranta ovat pitkäjänteistä ja siihen tarvitaan resursseja. Tämä viestintäsuunnitelma toimii alkusysäyksenä aktiivisemmalle ja vuorovaikutteisuuteen tähtäävälle viestinnälle. Viestinnän kehittämisen apuvälineinä toimivat viestintäsuunnitelma sekä toteutuneen viestinnän seuranta ja arviointi. Viestinnän toteutumista tulee seurata ja tutkia. Tällöin saadaan todellinen kuva siitä, mikä viestinnän keino toimii ja mikä ei. Seurannan tuloksena saatu palaute ja ideat sisällytetään uuteen päivitettyyn viestintäsuunnitelmaan. Tätä kaavaa noudattamalla viestintää saadaan kehitettyä entistä tehokkaampaan ja toimivampaan suuntaan.

LÄHTEET

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 1991. Teemahaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uudistettu painos. Keuruu: Tammi.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. painos. Porvoo: WS Bookwell.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. painos. Helsinki: Infor.

Juholin, E. 2013. Communicare!: Kasva viestinnän ammattilaiseksi. 7. painos. Helsinki: MIF.

Kananen, J. 2008. Kvantti: kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kunnan viestintä. 2004. Suomen kuntaliitto. Viitattu 17.11.2014.
http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-viestinta/kuntaviestinnanohjeet/Documents/kunnan_viestinta_2004.pdf

Kuntalaki 17.3.1995/365.

Kuntasuunnitelma 2012-2018. Sopimus Pudasjärven kaupungin elinvoimaisuuden kehittämisestä. 2013. Pudasjärven kaupunki.

Kuntien tiedottamisvelvollisuus. 2013. Suomen kuntaliitto. Viitattu 28.11.2013.
<http://www.kunnat.net/fi/palvelualueet/demokratia/osallistuminen/vallakas/osallisuuslaeissa/tiedottamisvelvollisuus/Sivut/default.aspx>

Kuntien verkkoviestintäohje. 2010. Suomen kuntaliitto. Viitattu 16.11.2014.
<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-viestinta/kuntaviestinnan-ohjeet/Documents/Verkkoviestintaopas.pdf>

Kuntien viestinnän seuranta ja arviointi. 2014. Suomen kuntaliitto. Viitattu 17.11.2014
<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/seuranta/Sivut/default.aspx>

Laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta 21.5.1999/621.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. Juva: WS Bookwell Oy.

ProCom. 2012. Kohti vuotta 2020 – strategista viestintää ja leimahtavia julkisuuksia. Viitattu 17.11.2014.

<http://procom.fi/viestintaala/ohjeet-ja-periaatteet/yhteisoviestinnan-periaatteet/>

Pudasjärven kaupungin viestintästrategia 2012-2018. 2012. Pudasjärven kaupunki.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Tietosanoma

Vilka, H. 2010. Toiminnallinen opinnäytetyö. Viitattu 28.11.2013.
http://vilka.fi/hanna/Toiminnallinen_ont.pdf

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Ylenius, J. & Keränen, T. 2007. Opas: Viestintästrategia ja viestintäsuunnitelma. Viitattu 14.8.2013.
<http://www.viestintatoimistodeski.fi/pdf/viestintastrategia.pdf>

LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset

Liite 2. Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelma

Pudasjärven kaupungin ulkoinen viestintä/Kysymyksiä vastualueiden vetäjille

Tehtävät

1. Mihin vastualueenne **tehtäviin** kuuluu ulkoista viestintää?

Kohderyhmät

Mitkä ovat vastualueenne ulkoisen viestinnän **kohderyhmät**?

Kanavat

Mitä ulkoisen viestinnän **kanavia** vastualueenne käyttää? Mihin ja miten eri kanavia käytetään?

- www-sivut
- esitteet
- tiedotustilaisuus
- haastattelut
- kokoustiedottaminen: esityslistat ja pöytäkirjat
- viralliset kuulutukset
- ilmoitukset ja mainokset
- Mitkä muut?

Oheistus

Onko vastualueellanne ulkoisen viestintää liittyviä **ohjeita** tai **prosessikuvauksia**? Millaisia?

- painetut tekstit
- tiedotustilaisuudet
- verkkoviestintä
- mediaviestinä
- sosiaalinen media
- Mitkä muut?

Vastuut/Tehtävienjako

- 1 Kuka hoitaa vastualueenne ulkoisen viestinnän eri alueet? Millainen on tehtävienjako?
- 2 Millaista yhteistyötä teette muiden vastualueiden kanssa? Miten yhteistyö toimii?
- 3 Hoitaako vastualueesi ulkoisen viestinnän vai käyttääkö se ostopalveluja? Mitä palveluja ja keneltä ostatte?

Seuranta

Miten vastualueellanne seurataan ulkoisen viestinnän onnistumista? Palaute?

Ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelma

- 1 Millainen Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelman pitäisi olla?
- 2 Mitä asioita siinä pitää olla?
- 3 Mitä vastualueesi tai kaupungin ulkoiseen viestintään liittyviä asioita pitää ohjeistaa? Miten?

PUDASJÄRVEN KAUPUNGIN ULKOISEN VIESTINNÄN VIESTINTÄSUUNNITELMA



SISÄLTÖ

JOHDANTO.....	3
1. TAVOITTEET.....	4
2. PÄÄVIESTI.....	4
3. VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT.....	5
4. VASTUUT.....	6
5. VASTUUALUEIDEN TEHTÄVÄT JA NIIHIN LIITTYVÄ ULKOINEN VIESTINTÄ.....	6
5.1. Hyvinvointi- ja sivistystoiminta.....	6
5.2. Kehittämistoiminta.....	8
5.3. Hallintotoiminta.....	9
5.4. Tekniset palvelut ja ympäristötoiminta.....	9
5.5. Kaupunginjohtaja.....	12
6. ULKOISEN VIESTINNÄN VIESTINTÄKANAVAT.....	12
6.1. Kokoustiedottaminen: esityslistat ja pöytäkirjat.....	12
6.2. Viralliset kuulutukset.....	13
6.3. Tiedotteet.....	13
6.4. Tiedotustilaisuus.....	14
6.5. Haastattelut.....	14
6.6. Sanomalehdet.....	15
6.7. Internetsivut.....	15
6.8. Sosiaalinen media.....	17
6.9. Ilmoitukset ja mainokset.....	17
6.10. Esitteet.....	18
7. SOPIVIMMAT VIESTINTÄKANAVAT KOHDERYHMILLE.....	18
8. VIESTINTÄTOIMISTO.....	19
9. GRAAFINEN OHJEISTO.....	20
10. ERILLISHANKKEET.....	20
11. KOULUTUS.....	20
12. VIESTINNÄN SEURANTA.....	21
LÄHTEET.....	22

JOHDANTO

Yksi asukastyytyväisyyden menestystekijöistä on kunnan onnistunut tiedottaminen ja viestintä. Kunnilla on jo lain mukaan velvollisuus tiedottaa kuntalaisille vireillä olevista asioista ja niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. Pudasjärven kaupungille on eduksi, jos kaupunki viestii avoimesti ja oma-aloitteisesti kuntalaisia koskevista asioista. Kuntalaisille on vastavuoroisesti varattava ja annettava mahdollisuus kommentoida vireillä olevia asioita.

Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän viestintäsuunnitelman tarkoitus on eritellä ulkoisen viestinnän kohderyhmät, esitellä viestintäkanavat, valita kullekin kohderyhmälle sopivimmat viestintäkanavat ja eritellä jo valmiina olevat viestintäprosessit vastuualueittain. Viestintäsuunnitelma on tarkoitettu Pudasjärven kaupungin työntekijöille ohjaamaan ja selkeyttämään jokapäiväistä viestintää sekä niihin liittyviä vastuita.

Viestintäsuunnitelma on syntynyt Lapin ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelija Milla Harjun opinnäytetyönä. Opinnäytetyöhön tiedot on hankittu haastattelemalla Pudasjärven kaupungin kaupunginjohtaja Kaarina Daavittilaa, webmaster Juha Nymania sekä seuraavia vastuualueiden johtajia:

- Seija Turpeinen, hallintotoiminta
- Juha Holappa, hyvinvointi- ja sivistystoiminta
- Mikko Kälkäjä, kehittämistoiminta
- Eero Talala, tekniset palvelut ja ympäristötoiminta.

Viestintäsuunnitelmaa varten käytiin keskustelua kehittämisjohtaja Mikko Kälkäjän sekä Marianne Mäntylehdon kanssa. Kaupungin viestintästrategia on toiminut viestintäsuunnitelman pohjana. Lisäksi viestintäsuunnitelmaa varten on myös analysoitu muiden kaupunkien viestintäsuunnitelmia sekä tutkittu alan kirjallisuutta.

Tässä viestintäsuunnitelmassa Pudasjärven kaupungin viranhaltijoista, johtavista viranhaltijoista ja työntekijöistä käytetään nimitystä työntekijä. Pudasjärven kaupungin virallisiksi tiedotuskanaviksi on kaupunginvaltuusto valinnut paikallislehdet Iijokiseutu ja Pudasjärvi-lehti, joihin tässä viestintäsuunnitelmassa useasti viitataan.

1 TAVOITTEET

Viestintäsuunnitelman tavoitteena on, että suunnitelmaa käytetään jokapäiväisen viestinnän apuvälineenä. Tavoitteena on kerätä kaikki suullinen viestinnän ohjeistus ja valmiit prosessit kirjalliseen viestintäsuunnitelmaan, jota on helppo päivittää tilanteiden ja tarpeiden muuttuessa.

Viestintäsuunnitelman tavoitteena on

- sisällyttää pääviesti päivittäiseen viestintään
- selventää viestinnän vastuita, tehtävänjakoa ja helpottaa käytännön työtä
- kehittää viestintää, sen suunnittelua, toteutusta ja seuranta.

2 PÄÄVIESTI

Pudasjärven kaupunki keskittyy ulkoisessa viestinnässään vireillä olevista asioista tiedottamiseen alkaen jo suunnittelu- ja valmisteluvaiheesta. Tämä kertoo kohderyhmille, että kaupunki aktiivisesti kannustaa kohderyhmiä vuorovaikutteiseen viestintään kaupungin kanssa.

Jotta tämä vuorovaikutteinen ja keskusteleva viestintä toteutuu, on Pudasjärven kaupungin ulkoisen viestinnän oltava

Avointa

Kaupunki viestii avoimesti ja oma-aloitteisesti kaupungissa meneillä olevista asioista. Kysymyksiin vastataan avoimesti, viivyttämättä ja faktoissa pitäytyen. Viestinnässä kerrotaan selkeästi, keneltä asiasta voi kysyä lisätietoja samalla rohkaisten vuorovaikutukseen.

Yhtenäistä ja selkeää

Ulkoisen viestinnän tavoitteena on viestinnän yhtenäisyys. Viestinnän ulkoasun tulee olla yhtenäinen. Viestinnässä on hyvä välttää kapulakieltä eli vaikeatajuista virkakieltä ja sen sijaan suositaan selkeää ja yksinkertaista yleiskieltä, jossa ei käytetä vaikeita asiantuntijatermejä.

Vuorovaikutteisuuteen kannustavaa.

Ulkoisessa viestinnässä pyritään vuorovaikutteisuuteen, eikä se ole pelkästään yksipuolista tiedottamista kunnalta kuntalaisille. Viestin vastaanottajille tulee varata mahdollisuus kommentoida tiedotettavaa asiaa ja heitä tulee myös tähän kannustaa. Yhteyshenkilön nimi ja yhteystiedot, aina kun se on mahdollista, tulee esittää selkeästi viestittävän asian yhteydessä.

Oikeaan aikaan tapahtuvaa

Viesti tulee olla vastaanottajan saavutettavissa oikeaan aikaan. Peruseriaatteena on, mitä aikaisemmin, sen parempi. Viestittävästä asiasta täytyy kuitenkin olla tiedossa riittävästi faktaa, jotta siitä voidaan tiedottaa. Jo suunnitteluvaiheessa tulee asiasta viestiä ulospäin, jos katsotaan, että asialla on vaikutusta ulkoisen viestinnän kohderyhmiin tai vastaanottajien on asiasta hyvä tietää.

3 VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT

Viestintää ja tiedottamista suunniteltaessa on mietittävä, kuka on viestin vastaanottaja. Kaikki eivät ole kiinnostuneet samasta tiedosta, joten tiedon vastaanottajat on hyvä jakaa omiin ryhmiinsä. Tätä varten Pudasjärven kaupunki on viestintästrategiassaan jakanut viestinnän kohderyhmiin ja eritellyt, ketä mihinkin kohderyhmään kuuluu.

Ulkoisen viestinnän kohderyhmät ovat

- kuntalaiset
- matkailijat (läpikulku)
- paikkakunnalla viipyvät (mökkiläiset, vapaa-ajan asukkaat, muualla asuvat pudasjärveläiset)
- paikkakunnalla toimivat erilaiset organisaatiot (kuten kyläyhdistykset), toimijat kuten esimerkiksi poliittiset ryhmittymät, seurakunta
- media (paikallinen, alueellinen, kansallinen ja kansainvälinen).

4 VASTUUT

Tiedottamista johtaa kaupunginhallitus, joka hyväksyy yleiset ohjeet kaupungin tiedottamisen periaatteista. Käytännön tiedottamisesta kokonaisuutena vastaa kaupunginjohtaja. Kaupunginjohtajalla on vastuu koko Pudasjärven kaupungin organisaatiota koskevasta viestinnästä, kun taas jokaisen vastualueen johtajalla on vastuu oman vastualueeseensa liittyvästä viestinnästä. Jokaisella työntekijällä on velvollisuus viestiä omaan tehtäväalueeseensa liittyvistä asioista faktoissa pitäytyen. Myös ero oman mielipiteen ja kaupungin asioiden tiedottamisen välille on tehtävä selväksi.

5 VASTUUALUEIDEN TEHTÄVÄT JA NIIHIN LIITTYVÄ ULKOINEN VIESTINTÄ

Vastuualueiden johtajat vastaavat kokonaisuudessaan vastualueensa viestinnästä muun muassa kirjoittamalla tiedotteita ja antamalla vastualueeseensa liittyviä haastatteluja.

5.1. Hyvinvointi- ja sivistystoiminta

Hyvinvointi- ja sivistystoiminnan tehtäväalueeseen kuuluvat päivähoito, esi- ja peruskoulu, lukio, kansalaisopisto, kirjasto sekä kulttuuri- ja vapaa-ajanpalvelut. Hyvinvointi- ja sivistystoiminnan tavoitteina ovat kuntalaisten hyvinvoinnin varmistaminen ja lisääminen yhteistyössä muiden kunnan vastuulla olevien tehtäväkokonaisuuksien kanssa.

Hyvinvointi- ja sivistystoiminnan vastuu tiedottamisesta on jaettu yksiköiden ja sivistystoimiston kesken. Jo asiakkaina olevien kuntalaisten kanssa viestinnän hoitavat kunkin yksikön työntekijät. Sivistystoimisto puolestaan hoitaa laajempien kokonaisuuksien ja kaikille yhteisistä asioista tiedottamisen. Sivistystoimisto hoitaa esikouluun, peruskouluun ja lukioon ilmoittautumisesta tiedottamisen maaliskuussa paikallislehdille sekä kaupungin internetsivuille. Sivistystoimiston vastuulla ovat myös työpaikkahakuilmoitukset sekä henkilövalinnoista tiedottaminen.

Päivähoidon ohjaajat hoitavat päivähoiton viestinnän ja tiedottamisen. Ohjaajilla on vastuu konkreettisista päivähoitotoimintoihin liittyvästä viestinnästä, kuten päivähoitopaikkojen tilanteesta, asiakasmaksuista ja lakisääteisistä maksuperusteista viestiminen.

Esikoulujen ja peruskoulujen työntekijät hoitavat oppilaiden koteihin suunnattua viestintää pääsääntöisesti itsenäisesti. Viestittävä asia voi olla joko koulu- tai luokkakohtainen. Esi- ja peruskoulussa vastuu viestinnästä on rehtoreilla ja opettajilla. Opettajat ovat vastuussa luokkakohtaisesta viestinnästä, kun taas rehtorit viestivät koko koulua koskevista asioista. Lukiossa ulkoisen viestinnän voidaan katsoa olevan enemmän markkinoinnillista. Tämän markkinointiviestinnän tavoite on Pudasjärven lukion brändäys. Lukion markkinoinnista ovat pääasiassa vastuussa rehtori ja opinnonohjaajat.

Kansalaisopisto puolestaan tiedottaa meneillä olevista ja tulevista kursseistaan sekä tapahtumista paikallislehdissä ja kaupungin internetsivuilla. Kansalaisopisto julkaisee opinto-oppaan kerran vuodessa syksyllä, mutta tavoitteena on julkaista opinto-opas kaksi kertaa vuodessa. Kansalaisopiston viestinnästä ovat vastuussa rehtori, päätoimiset työntekijät, päätoimiset opettajat sekä koulutussuunnittelija. Rehtorin vastuulla on koko kansalaisopistoa ja sen toimintaa koskeva viestintä. Päätoimiset työntekijät, opettajat ja koulutussuunnittelija puolestaan viestivät toimialueeseensa, kuten kursseihin, liittyvistä asioista.

Hyvinvointi- ja sivistystoimeen kuuluvat myös kirjasto, kulttuuritoimi ja vapaa-aikatoimi. Nämä kolme yksikköä hoitavat kukin oman ulkoisen viestintänsä itsenäisesti. Kirjaston viestintä koostuu kirjaston aukioloaikojen, kirjastoauton reittien ja aikataulujen, tapahtumien ja kirjailijavierailujen tiedottamisesta paikallislehdissä ja kaupungin internetsivuilla. Kirjasto viestii myös sosiaalisen median, Facebookin, välityksellä. Kirjaston viestinnästä vastaa kirjastonjohtaja.

Kulttuuriohjaaja hoitaa kulttuuritoimen ulkoista viestintää. Kulttuuritoimi tiedottaa tapahtumista, kuten esimerkiksi elokuvanäytännöistä, lehti-ilmoituksilla paikallislehdissä, kaupungin internetsivuilla sekä julisteilla.

Vapaa-aikatoimi jaetaan nuorisopalveluihin ja liikuntapalveluihin. Molempien yksiköiden työntekijät viestivät toiminnastaan paikallislehdissä sekä kaupungin internetsivuilla.

5.2. Kehittämistoiminta

Kehittämistoiminnan tehtävinä ovat kaupungin elinvoiman strateginen kehittäminen, elinkeinohankkeiden ja maahanmuuttotyön koordinointi, kuntamarkkinointi, asumisen edistäminen, yritystoiminnan kehittäminen, työllistyminen ja liikenteen logistiikka. Kehittämistoiminnan tavoitteena on asukkaiden ja yritysten toimintaedellytysten varmistaminen ja toimintamahdollisuuksien monipuolinen aktivointi sekä pitkäjänteinen alueen elinvoimaisuuden varmistaminen.

Kehittämistoiminnan ulkoinen viestintä keskittyy kuntamarkkinointiin sekä imagon ja kuntakuvan rakentamiseen. Kehittämisjohtaja vastaa kehittämistoimintaa kokonaisuudessaan koskevasta tiedottamisesta, kuten esimerkiksi matkailuelinkeinon kehittämiseen, Pudasjärven elinkeinoelämään ja suuriin investointeihin liittyvät tiedotteet. Erillishankkeista viestiminen kertoo, että Pudasjärven kaupunki on aktiivinen toimija, jolla on ajatuksia. Hankkeissa on usein mukana useampi toimija, joten hankkeet määrittelevät ja hoitavat oman viestintänsä itsenäisesti.

Webmasterilla eli verkkovastaavalla on suuri rooli Pudasjärven kaupungin viestinnässä. Webmaster vastaa internetsivujen kehittämisestä, päivittämisestä ja ylläpidosta. Suuri osa kaupungin internetsivuilla julkaistavasta tiedosta kulkee webmasterin kautta. Sisältö internetsivuille, ilmoituksiin ja mainoksiin tulee vastuualueilta ja niiden työntekijöiltä, mutta webmaster muokkaa sisällöt Pudasjärven kaupungin graafisen ulkoasun mukaisiksi ja siten julkaisukelpoisiksi. Webmaster vastaa myös kaupungin graafisesta ulkoasusta ja sen päivittämisestä. Kaikki Pudasjärven kaupungin graafisen ohjeiston mukaiset pohjat löytyvät intranetistä ja webmasterilta. Webmaster huolehtii myös sosiaalisen median viestinnästä.

5.3. Hallintotoiminta

Hallintotoiminta toimii kaupunginjohtajan alaisuudessa. Sen tehtävinä on kaupunginvaltuuston, kaupunginhallituksen ja tarvittaessa muiden toimielinten suunnittelu-, valmistelu- ja täytäntöönpanotehtävistä sekä muista hallintotehtävistä huolehtiminen. Lisäksi hallintotoiminta avustaa kaupunginjohtajaa kaupungin ja sen eri toimialojen johtamisessa sekä huolehtii muun muassa henkilöstö-, talous- ja tietopalveluista sekä työsuojeluun ja työhyvinvointiin liittyvistä toimista. Hallintotoiminnan tavoitteena on kaupungin vastuulla olevien tehtävien hallinnollisten tukitoimien koordinointi ja kokonaisuuden hallinta.

Keskustoimiston vastuulla on kaupunginvaltuuston ja -hallituksen kokouskutsujen ja esityslistojen laatiminen ja julkaisu. Keskustoimisto julkaisee kaupunginvaltuuston kokouskutsut ja esityslistat vähintään viikkoa ennen kokousta paikallislehdissä, lijkiseudussa ja Pudasjärvi-lehdessä sekä kaupungin internetsivuilla. Valtuuston esityslistassa määritellään, milloin pöytäkirja on allekirjoitettu ja tarkastettu sekä milloin ja kuinka pitkään pöytäkirja on nähtävillä. Yleensä pöytäkirja on nähtävillä viikon kuluttua kokouksesta. Kaupunginhallituksen kokouskutsu ja esityslista julkaistaan vähintään viisi päivää ennen kokousta henkilökohtaisesti lähetettynä ja kaupungin internetsivuilla. Hallituksen pöytäkirjan esilläpitoaika päätetään hallituksen toimikauden alussa.

Kaupungin asiakaspalvelupisteellä on suuri osa ulkoisessa viestinnässä. Asiakaspalvelupiste hoitaa myös kirjaamon tehtäviä. Sen kautta kulkee se osa viestinnästä ja asiakirjoista, jotka eivät mene suoraan viranhaltijoille tai jotka vaativat laajempaa jakelua organisaation sisällä. Kirjaamo hoitaa postittamisen ja postin jakelun. Myös henkilökohtainen viestintä kuuluu asiakaspalvelupisteen työntekijöiden työnkuvaan. Asiakaspalvelupiste ottaa vastaan vierailijat ja ohjaa heidät oikean henkilön luo.

5.4. Tekniset palvelut ja ympäristötoiminta

Teknisten palveluiden tehtäviä ovat yhdyskuntasuunnittelupalvelut, kunnallistekniset palvelut, vesi- ja lämpöhuolto, tilapalvelut, puhtaus- ja ruokapalvelut, kaupungin omaisuudesta huolehtiminen, rakentajien palvelut sekä kaavoitukseen ja kaupungin maankäyttöpoliikkaan liittyvien päätösten valmistelu ja

täytäntöönpano. Teknisten palveluiden tavoitteena on pitää kaupungin vastuulla oleva toimintaympäristö turvallisena ja hyvin toimivana kokonaisuutena. Ympäristötoimen asioista vastaa Oulunkaari.

Teknisten palveluiden ulkoinen viestintä on pääasiassa yksisuuntaista asioista tiedottamista kuntalaisille. Kaikki yhteisistä asioista tiedottaminen tapahtuu paikallislehtien ja kaupungin internetsivujen kautta.

Tekninen toimi tiedottaa eniten kaavoituksesta ja sen etenemisestä. Kaupunginhallituksen päätöksellä kunta lähtee kaavoittamaan jotain tiettyä aluetta, ja ensimmäisten kaavaluonnosten ollessa valmiit, kaavoituspalvelut ilmoittaa niiden nähtävillä olopaikasta ja -ajasta sekä mahdollisesta yleisötilaisuudesta kaupungin ilmoitustaululla, internetsivuilla ja kaavan laajuudesta riippuen myös molemmissa paikallislehdissä.

Jos kaava on vaikutukseltaan iso, kaupungin kaavoituspalvelut ilmoittavat kaavan nähtävillä olopaikasta ja -ajasta myös maakunnallisissa sanomalehdissä, kuten Kalevassa ja Suomenmaassa. Jos kaavan ensimmäinen luonnosvaihe saa paljon vastineita, on kaava nähtävillä myös toisessa luonnosvaiheessa. Kaavan toisen luonnosvaiheen ilmoittaminen toimii kuten ensimmäisessäkin vaiheessa. Seuraavassa vaiheessa, ehdotusvaiheessa, kaava on taas nähtävillä, ja sitä voidaan mahdollisesti korjata ja pitää toinen ehdotusvaihe. Kaupunginhallitus ja -valtuusto päättävät kaavan hyväksymisestä. Jos valtuuston päätöksestä ei valiteta, astuu kaava voimaan.

Jätehuollon palveluntarjoaja ja tekniset palvelut tiedottavat kuntalaisia jätehuollon toiminnasta 2–3 kertaa vuodessa paikallislehtien kautta annetuilla täsmäohjeilla. Tulevaisuuden tavoitteena on julkaista vuosittain ilmestyvä kaupungin oma jäteopas, johon on kerätty kaikki saatavilla oleva tieto jätehuollosta ja sen toiminnasta. Teknisten palveluiden osastosihteeri ja yhdyskuntatekniikan päällikkö vastaavat kaupungin osalta jätehuollon viestinnästä. Rakennusvalvonta rakennustarkastajien ja osastosihteerin toimesta tiedottavat ympäristön yleisestä siisteydestä ja turvallisuudesta. Yhdyskuntatekniikan päällikkö vastaa liikenteeseen ja sen turvallisuuteen liittyvien asioiden tiedottamisesta (kuten teiden katkaisemisesta tilapäisesti, siltaremontit ja teiden peruskorjaukset). Tosin yhdyskuntatekniikan päällikön erikseen näin sopiessa tiedottamisvastuuta teiden ja katujen kunnossapidosta voidaan siirtää projektikohtaisesti urakoitsijalle. Kaupunki organisoii teknisten palveluiden vetämänä yleisiä talkoita kaupunkikuvan siistinä pitämistä varten. Näistä talkoista ja roskien siivouksesta tekniset palvelut ilmoittaa paikallislehdissä.

Vesi ja kaukolämmön häiriöistä toimipisteiden työntekijät ilmoittavat suoraan kohderyhmille henkilökohtaisesti puhelimitse tai käymällä henkilökohtaisesti paikan päällä ilmoittamassa. Suuremmista katkoksista tekninen toimi tiedottaa paikallislehdissä.

Tilapalveluilla on olemassa prosessi kaupungin tiloissa ilmenevien ongelmien ratkaisemiseksi. Prosessin mukaan tilan käyttäjiä informoidaan jokaisessa vaiheessa ongelmanratkaisun etenemisestä. Kun kaupungin tilassa havaitaan ongelma, tieto välittyy kiinteistöhoitajalle kaupungilla käytössä olevan ohjelman kautta. Kiinteistöhoitaja käy paikan päällä katsomassa tilanteen ja ensisijaisesti hoitaa ongelman. Jos kiinteistöhoitaja ei pysty ongelmaa hoitamaan, ilmoittaa hän asiasta kiinteistöpäällikölle, joka tarkistaa tilanteen ja päättää tarpeellisista jatkotoimenpiteistä. Kiinteistöpäällikkö voi harkintansa mukaan kutsua koolle työryhmän, joka pohtii ongelman laajuutta ja selvityksen tarvetta. Esimerkiksi sisäilmatyöryhmän päätettävissä on, otetaanko yhteyttä asiantuntijoihin ja pyydetäänkö tilanteeseen ulkoinen arvio. Sisäilmatyöryhmä tekee toimenpideesityksen ongelman ratkaisemiseksi ja sisäilmatyöryhmä lähettää tiedon tästä toimenpide-esityksestä myös tilan käyttäjälle. Tilapalveluiden tehtäviin kuuluu myös myytävistä kiinteistöistä ilmoittaminen paikallislehdissä.

Ruokapalvelupäällikkö tiedottaa mahdollista ruokapalveluiden tuotantokatkeamista ja ateriahintojen muutoksista suoraan palvelun käyttäjiä henkilökohtaisesti. Rimminkankaan keskuskeittiö lähettää ruokalistat yhteistyökumppaneille, ja ne ovat myös palvelun käyttäjien nähtävillä. Kaupunki on ulkoistanut puhtaanapitopalvelut, ja palveluntarjoajat hoitavat viestinnän suoraan käyttäjien kanssa. Puhtaanapitopalveluiden laatua tarkkaillaan myös asiakaskyselyjen avulla. Kaupunki ja palveluntarjoaja käyvät keskustelua palautteiden pohjalta käyttäjien ja palveluntarjoajien sekä kaupungin välillä.

Rakentajien palvelut viestivät aktiivisesti kohderyhmiensä kanssa. Käytännön viestintää hoitaa rakennusvalvontatoimiston asiakassihteeri. Kerran vuodessa järjestetään koulutustilaisuus, johon rakentajien palvelut kutsuu vastaavat työnjohtajat ja pääsuunnittelijat. Rakennusvalvonnalla on myös säännöllinen asiakaspalautteen keräämisjärjestelmä ja analysointimalli. Asiakaspalautteiden varten rakennusvalvonnan asiakassihteeri kerää joka toinen vuosi tammikuun alusta kesäkuun loppuun nimilistan henkilöistä, jotka ovat rakentaneet saunan, loma-, rivi- tai omakotitalon kyselyn kohderyhmäksi. Rakennusvalvonnan asiakassihteeri seuloa määräaikaan mennessä vastaanotetun aineiston ja aineistosta tehdään yhteenveto. Yhteenvedosta rakennusvalvonta näkee, miten mikäkin osa-alue on pärjännyt. Kyselyssä arvioidaan muun muassa

asiakaspalvelua ja tiedottamista. Vastaajien houkuttelemiseksi rakennusvalvonta järjestää arvonnalla kaikille kyselyyn osallistuneille, ja voittaja saa puolet rakennuslupamaksusta takaisin.

5.5. Kaupunginjohtaja

Kaupunginjohtaja on vastuussa kuntaorganisaation toiminnasta ja päätöksenteosta kokonaisuutena. Hallinnollisesti kaupunginjohtajan tehtävänä on vastata koko kunnan toiminnasta ja tiedottamisesta kuntalaisille ja muille tahoille. Kaupunginjohtajan ulkoinen viestintä koostuu artikkeleiden kirjoittamisesta asiantuntijalehtiin, puheiden pitämisestä eri tilaisuuksissa, seminaariesiintymisistä ja koko kunnan organisaatiota koskevien tiedotteiden laatimisesta. Kaupunginjohtaja julkaisee vapaamuotoisempaa blogia ajankohtaisista aiheista kaupungin internetsivuilla ja paikallislehdissä vuorovaikutteisen keskustelun motivoimiseksi kaupungin ja kuntalaisten välille.

6. ULKOISEN VIESTINNÄN VIESTINTÄKANAVAT

6.1. Kokoustiedottaminen: esityslistat ja pöytäkirjat

Keskustoimisto toimittaa kaupunginvaltuuston, -hallituksen ja lautakuntien esityslistat liitteineen paikallislehdille, heti kun ne ovat valmiit. Jos käsiteltävä asia on vaikutuksiltaan laaja tai kiinnostava, keskustoimisto lähettää esityslistat myös maakunnallisille tai valtakunnallisille tiedotusvälineille. Esityslistat viedään samaan aikaan myös kaupungin internetsivuille ja ne löytyvät seuraamalla muropolkua Kaupunki-info → Päätöksenteko → Kaupungin pöytäkirjat ja esityslistat.

Välittömästi kokousten jälkeen pöytäkirjanpitäjä tiedottaa kaupunginhallituksen ja lautakuntien päätökset medioille. Tarpeen vaatiessa kaupunginvaltuuston päätöksistä on pöytäkirjanpitäjän hyvä tiedottaa, koska yleensä tiedotusvälineet osallistuvat valtuuston kokouksiin

Heti pöytäkirjojen tarkastuksen jälkeen keskustoimisto julkaisee ne kaupungin internetsivuilla Kaupungin pöytäkirjat ja esityslistat -osiosta.

6.2. Viralliset kuulutukset

Asiakaspalvelupisteen työntekijät julkaisevat kaikki lakisäätteiset ilmoitukset kaupungin virallisella ilmoitustaululla osoitteessa Puistotie 2. He myös vastaavat koko ilmoitustaulun ylläpidosta ja päivittämisestä.

Lisäksi lakisäätteen ilmoituksen laatija julkaisee ilmoituksen Pudasjärven internetsivuilla sekä Pudasjärven paikallislehdissä, Iijokiseudussa ja Pudasjärvi-lehdessä.

6.3. Tiedotteet

Tiedotteet julkaistaan kaupungin palveluja, päätöksentekoa ja hallintoa koskevista asioista. Vastuualueen johtajat vastaavat tiedotteiden sisällöstä ja sen lähettämisestä. Samalla tiedotteen laatija lähettää tiedotteen myös webmasterille, jotta tieto saadaan kaupungin internetsivuille.

Pääasiassa tiedotteet ovat lehdistötiedotteita, jotka vastuualueen johtaja lähettää tiedotusvälineille uutisten pohjiksi. Lehdistötiedotteen jakelun vaihtoehdot ovat paikalliset, maakunnalliset tai valtakunnalliset tiedotusvälineet. Lehdistötiedotteen jakelun laajuus määritellään tiedotettavan asian laajuuden ja vaikuttavuuden mukaan. Tiedotusvälineiden sähköpostiryhmät löytyvät työntekijöiden sähköpostin osoitteistosta.

Lehdistötiedotteissa asiat kerrotaan lyhyesti, selkeästi ja yksinkertaisesti. Tiedotteesta käy ilmi, mitä on tapahtunut tai tapahtumassa sekä missä ja mitkä ovat asian vaikutukset. Tiedotteen otsikko on informoiva ja kiinnostava. Tiedotteen ensimmäiselle riville kirjoitetaan aina tärkein asia.

Tiedotteesta käy ilmi päivämäärä, laatija ja lisätietojen antajan yhteystiedot. Lisätietojen antaja ei välttämättä ole tiedotteen laatija, vaan se joka asiasta todellisuudessa vastaa. Tiedotusvälineille tarkoitetuissa tiedotteissa on mainittava päivämäärä ja tarpeen vaatiessa kellonaika, jona tiedon saa julkaista.

Hyviä vinkkejä tiedotteen lähettämiseen ovat

- Jos tiedotteen sisältämä asia ei ole kiireellinen, valitse tiedotteen lähettämisaikajankohdaksi uutisköyhä ajankohta, jolloin tiedotteella on paremmat mahdollisuudet mennä läpi.
- Kirjoita tiedotteelle kiinnostusta herättävä otsikko sekä ytimekäs lähete.
- Älä lähetä tiedotetta liitetiedostona, vaan suoraan sähköpostiin.

6.4. Tiedotustilaisuus

Tiedotustilaisuus on tarpeellinen, kun tiedote ei yksin riitä asian uutuuden, monimutkaisuuden tai laajuuden vuoksi sekä silloin, kun asia sisältää jotain paikan päällä esiteltävää. Vastuualueen johtaja lähettää kutsun tiedotustilaisuuteen vähintään viikkoa ennen tilaisuutta. Kutsussa mainitaan tarkasti tilaisuuden aika, paikka, aihe sekä asian esittelevät henkilöt. Tiedotustilaisuuden järjestäjä jakaa medialle lyhyen tiedotteen, jossa asiat selvitetään kirjallisesti sekä tarpeen mukaan muuta lisämateriaalia.

6.5. Haastattelut

Haastattelu on toimittajan tiedonhankkimismenetelmä, jonka avulla toimittajat pyrkivät saamaan tietoja ja faktoja käsiteltävästä aiheesta. Haastattelun avulla myös taustoitetaan ja syvennetään jo olemassa olevia tietoja. Pääsääntö on, että pyydettyyn haastatteluun suostutaan ja toimittajien puhelinsoittoon suhtaudutaan kuten haastatteluun.

Haastattelun tarkoituksena voi olla uutisten taustoittaminen, kaupungin kannanoton esiintuominen, asiantuntijan mielipiteen kertominen, vastauskommentin antaminen jonkun toisen haastatteluun ja henkilökuvan tekeminen. Vastuualueen johtaja vastaa tiedotusvälineille annetuista haastatteluista ja siitä, kuka haastatteluja saa antaa. Pääsääntönä on, että haastatteluja annetaan ainoastaan omaan toimenkuvaan liittyvistä asioista. Haastateltavan täytyy tällöin informoida muita asianosaisia, jotta he osaavat valmistautua mahdollisiin lisätiedusteluihin.

Haastateltavan on hyvä valmistautua haastattelua varten hankkimalla tarpeellinen materiaali ja varaamalla rauhallinen tila. Haastateltavan tulee tietää ja tarpeen vaatiessa selvittää, mihin mediaan haastattelua käytetään ja miten hänen lausuntoja käytetään. Haastateltavalla on oikeus tarkistaa juttu omien lausumiensa osalta.

6.6. Sanomalehdet

Suuri osa tiedonvälityksestä Pudasjärven kaupungin ja asukkaiden välillä tapahtuu sanomalehtien välityksellä. Siksi sanomalehtiä on kohdeltava ammattimaisesti, aktiivisesti ja ystävällisesti. Kielteisistä asioista on myös tiedotettava, jos katsotaan niillä olevan yleistä merkitystä.

Joustavan tiedonkulun kannalta molemminpuolinen luottamus on tärkeää. Sanomalehtiä kohdellaan tasapuolisesti ja niille annetaan tiedot samanaikaisesti ja samansisältöisenä. Lehdellä, joka on ensin havainnut uutisaiheen, on etuoikeus. Suhtautumalla avoimesti toimittajan työhön syntyy paras lopputulos.

Kaupungin virallisiksi tiedotuskanaviksi on kaupunginvaltuusto valinnut paikallislehdet Iijokiseudun ja Pudasjärvi-lehden. Maakunnallisesti kiinnostavien asioiden tiedottamisessa käytetään Kalevaa, kun taas valtakunnallisessa tiedottamisessa käytetään aiheeseen sopivia asiantuntijalehtiä tai muuta valtakunnanlaajuisesti julkaistavia lehtiä.

Kaupungin on hyvä tiedottaa keskeneräisistäkin asioista ja innostaa kuntalaisia aktiivisesti kommentoimaan ja keskustelemaan tiedotettavasta asioista. Tämä lisää asukkaiden luottamusta kaupungin toimintaan.

6.7. Internetsivut

Pudasjärven kaupungin internetsivuilta on tarkoitus löytyä laajasti tietoa eri kohderyhmille. Internetsivut jaetaan seuraaviin pääaihealueisiin: Kaupunki-info, Asukkaille, Mökkiläisille, Matkailijoille, Työ ja yrittäminen ja Yhteystiedot. Otsikoiden alta kohderyhmät odottavat löytävänsä ajankohtaista ja luotettavaa tietoa kaupungista ja sen palveluista.

Internetpalveluiden tärkein kohderyhmä on kaupungin asukkaat. Internetsivuilla on tarkoitus julkaista kaikki oleellinen tieto kaupungista ja sen palveluista vähintäänkin suomen kielellä. Kaupungin yleisesittelyjä julkaistaan lisäksi myös englanniksi, venäjäksi, ruotsiksi, saksaksi ja ranskaksi.

Internetsivuilla kävijä odottaa löytävänsä ajankohtaisen ja luotettavan tiedon lisäksi vuorovaikutteisia palveluita. Kaupungin internetsivuilta on hyvä löytyä kotikoneelta käytettäviä palveluita, kuten esimerkiksi kansalaisopiston kursseille ilmoittautuminen, kirjaston aineistojen varaaminen ja uusinta, yritys- ja yhdistystietojen ilmoittaminen yritys- ja yhdistysrekistereihin sekä työpaikan hakeminen.

On myös tärkeää antaa kuntalaisille mahdollisuus palautteen antamiseen ja kysymysten esittämiseen internetsivujen kautta. Kysymykset tulee ohjata edelleen asiasta vastaavalle vastuualueelle tai henkilölle. Palautteisiin ja kysymyksiin on tärkeää vastata viivytyksettä.

Internetsivujen kehittämisessä on tulevaisuudessakin keskityttävä siihen, että tieto on helposti löydettävissä ja että se on aina ajantasaista. Internetsivuilla navigointi tulee tehdä käyttäjälle mahdollisimman helpoksi. Tiedon jaottelu aihealueittain tulee olla selkeää, jotta käyttäjän on helppo löytää etsimänsä tieto. Hakutoiminnon eli etsi sivusto -moduulin tarkoitus on auttaa käyttäjää löytämään tarvitsemansa tieto hakusanan avulla, koska kaikkea tietoa käyttäjä ei löydä navigointipalkkien tai muopolkujen avulla.

Internetsivujen ulkoasun on hyvä olla selkeä, siisti ja uskottava. Sivujen värimaailman tulee vastata kaupungin graafisessa ohjeistossa määriteltyjä värejä. Sivuilta on hyvä löytyä myös kuvia, jotka elävöittävät tekstiä, mutta samalla niillä täytyy olla yhteys tekstisisältöön. Valokuvien kopioiminen tai jäljentäminen kaupungin internetsivuilta edellyttää aina ennakkolupaa valokuvaajalta.

Internetsivut tarvitsevat jatkuvaa ylläpitoa ja vanhat ja virheelliset tiedot on poistettava välittömästi. Webmaster vastaa verkkosivujen kehittämisestä, päivittämisestä ja ylläpidosta, mutta sisältö verkkosivuille tulee vastuualueilta.

6.8. Sosiaalinen media

Sosiaaliset mediat, joissa Pudasjärven kaupunki aktiivisesti toimii, ovat Facebook, Twitter ja Google+. Sosiaalisen median käytön tavoite on positiivisen julkisuuden, vuorovaikutteisuuden ja avoimuuden lisääminen. Sosiaalista mediaa ei saa pitää virallisen asioinnin välineenä, vaan sen tulee täydentää ja kannustaa kaupungin asukkaita palautteen antamiseen ja vuorovaikutteiseen viestintään kaupungin kanssa.

Tavoitteena on hyödyntää sosiaalista mediaa kaupungin palveluista ja tapahtumista tiedottamisessa muiden viestintäkanavien ohella. Myös osallisuuden edistäminen sekä palautteen kerääminen sosiaalisen median välityksellä kertoo kaupungin aktiivisesta vuorovaikutteisuuden tavoittelusta.

Sosiaalisessa mediassa viestinnän tyylin täytyy poiketa virallisempien viestintäkanavien tyylistä. Sosiaalisessa mediassa otetaan huomioon seuraavat seikat:

- Vältä kapulakieltä ja asiantuntijasanastoa, käytä sen sijaan asiallista nykykieltä.
- Ole kohtelias ja ystävällinen.
- Ytimekäs viesti menee paremmin perille.
- Erotta selkeästi toisistaan oma mielipide ja kaupungin kanta.
- Käytä huumoria harkiten, sillä aina se ei avaudu lukijalle.
- Tuo selkeästi ilmi asioiden viralliset käsittelykanavat, koska sosiaalinen media ei sitä ole.
- Suhtaudu kielteisiin kommentteihin tai palautteisiin asiallisesti.

6.9. Ilmoitukset ja mainokset

Muut kuin lakisäätöiset ilmoitukset, kuten viran- ja toimenhakuilmoitukset, yleisötapahtumat ja vireillä olevat asiat, julkaistaan internetin ja virallisen ilmoitustaulun lisäksi kohdennetusti julkaisevan vastualueen valitsemissa lehdessä. Vastualueen johtaja on vastuussa ilmoitusten ja mainosten julkaisemisesta. Webmaster auttaa ilmoitusten ja mainosten graafisen ulkoasun kanssa, mutta sisältö tulee aina vastualueelta.

Ilmoituslehtinä käytetään paikallisia sanomalehtiä eli Pudasjärvi-lehteä ja Iijokiseutua. Maakunnalliset ilmoitukset julkaistaan Kalevassa. Kaupunki julkaisee valtakunnalliset ilmoitukset ko. alan lehdissä ja harkinnan mukaan muissa valtakunnallisissa lehdissä.

6.10. Esitteet

Esitteitä käytetään pääasiassa Pudasjärven kaupungin markkinoinnissa, mutta esitteitä voidaan pitää myös ulkoisen viestinnän viestintäkanavana, koska ne jakavat tietoa palveluista, tapahtumista ja aktiviteeteista. Kaupunki muun muassa julkaisee eri hankkeiden tuloksina syntyneitä yleisesitteitä Pudasjärvestä eri kielillä. Esitteet hyväksytetään vedosvaiheessa johtoryhmällä. Esitteet ovat sähköisesti saatavilla ja ladattavissa Pudasjärven kaupungin internetsivuilla. Painetut esitteet ovat julkisessa jakelussa paikoissa, joissa matkailijat pysähtyvät saavuttuaan Pudasjärvelle, kuten kaupoissa ja huoltoasemilla sekä itse määränpäässä matkailukohteissa. Esitteet ovat jaossa myös Pudasjärven markkinointiin liittyvissä tapahtumissa, kuten messuilla.

7. SOPIVIMMAT VIESTINTÄKANAVAT KOHDERYHMILLE

Kaikkia kohderyhmiä ei tavoiteta samaa viestintäkanavaa käyttäen, koska tietoa etsitään eri kanavista. Jokaiselle kohderyhmälle onkin hyvä määritellä useampi toimiva viestintäkanava, jotta ajantasainen tieto on mahdollisimman monen löydettävissä.

Kuviossa 1 nimetään ulkoisen viestinnän kohderyhmille kolme sopivinta viestintäkanavaa

Kohderyhmät	• Viestintäkanavat
kuntalaiset	<ul style="list-style-type: none">• kaupungin internetsivut• tiedotusvälineet (paikallinen)• sosiaalinen media
matkailijat (läpikulku)	<ul style="list-style-type: none">• kaupungin internetsivut• tiedotusvälineet (alueellinen ja valtakunnallinen)• sosiaalinen media
paikkakunnalla viiptyvät	<ul style="list-style-type: none">• kaupungin internetsivut• sosiaalinen media• tiedotusvälineet (alueellinen, valtakunnallinen ja kansainvälinen)
paikkakunnalla toimivat organisaatiot	<ul style="list-style-type: none">• sähköposti• tiedotusvälineet (paikallinen)• kaupungin internetsivut
media	<ul style="list-style-type: none">• tiedotteet• sähköposti• puhelin

Kuvio 1. Kohderyhmille sopivat viestintäkanavat

8. VIESTINTÄTOIMISTO

Pudasjärven kaupunki voi käyttää tarjouskilpailun perusteella valitun viestintätoimiston palveluita osana viestinnän toimintoja silloin, kun viestittävä asia on valtakunnallisesti kiinnostava ja merkittävä tai kun sitä erikseen kehoitetaan käyttämään. Viestintätoimiston palveluja voidaan harkinnan mukaan käyttää myös esitteiden valmistamisessa.

9. GRAAFINEN OHJEISTO

Graafista ohjeistoa käytetään kaikessa kaupungin ulkoisessa viestinnässä ulkoasun yhdenmukaistamiseksi. Ohjeiston päivittämisestä vastaa webmaster. Päivitetyt versiot saatetaan käyttäjien saataville ja siitä tiedotetaan käyttäjiä. Graafinen ohjeisto löytyy kaupungin intrasta ja webmaster auttaa ohjeistoon liittyvissä ongelmissa.

10. ERILLISHANKKEET

Erillishankkeiden suunnitelmissa on erikseen määritelty, miten hankkeen viestintä hoidetaan. Hanke määrittelee kohderyhmänsä ja ryhmäkohtaiset viestit. Kun hankkeessa on mukana Pudasjärven kaupungin lisäksi muitakin tahoja, on erityisen tärkeää, että erillishankkeen suunnitelmassa on otettu huomioon hankkeen viestintä. Erillishankkeen projektisuunnitelmassa tulee määritellä, kuka on vastuussa hankkeen viestinnästä ja kuinka paljon resursseja hankkeella on käyttää viestinnälle.

11. KOULUTUS

Viestintäkoulutusta on pyrkimys järjestää niille kaupungin työntekijöille, joiden työnkuvaan liittyy suunnitteluvaiheessa tai vireillä olevista asioista viestiminen. Koulutuksessa tulee keskittyä erityisesti oma-aloitteisen ja vuorovaikutukseen pyrkivään viestintään kohderyhmän ja kaupungin välillä. Koulutuksessa on tarkoitus pyrkiä löytämään keinoja aktivoida kohderyhmä kertomaan mielipiteensä kaupungissa suunnitteilla ja meneillä olevista asioista. Lisäksi erilaiset kirjoittamisen ja esiintymisen koulutukset viestinnän parissa työskenteleville auttavat viestinnän sujuvuudessa sekä ammattimaisuudessa.

12. VIESTINNÄN SEURANTA

Viestinnän toteutumista ja onnistumista tulee seurata säännöllisesti. Vastuualueiden johtajilla tulee olla kokonaiskuva vastuualueensa ulkoisesta viestinnästä. Kaikki työntekijät, joiden tehtäväalueeseen kuuluu ulkoista viestintää, seuraavat oman viestintänsä onnistumista. Puolivuositain on hyvä kerätä seurannassa saadut tulokset yhteen ja miettiä mahdollisia muutostarpeita seurannan tuloksien pohjalta.

Viestinnän seurannassa kannattaa

1. tarkastaa, kuinka moni media julkaisee uutisen/tiedotteen lähettämäsi tiedotteen perusteella
2. kerätä kaikki palaute, uudet ideat, kommentit ja ehdotukset ja miettiä voiko niitä hyödyntää
3. toteuttaa säännöllisesti maine- ja imago tutkimuksia
4. ottaa käyttöön Kuntaliiton laatima KISA-kuntien viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmä.

Viestinnän seurannan avulla saadut huomiot, palautteet ja ideat otetaan huomioon viestintäsuunnitelmaa päivitettäessä. Lisäksi viestinnän seurannassa tulee ottaa huomioon trendit, kuten esimerkiksi, mikä sosiaalisen median palvelu on muodissa milloinkin. Teknologian kehittyessä myös viestintävälineet kehittyvät koko ajan, joten vanhoja välineitä tulee päivittää ja kehityksen mukana tuomia uusia välineitä ottaa käyttöön. Näillä keinoilla pysytään kehityksen mukana ja viestintää saadaan kehitettyä toimivampaan suuntaan.

LÄHTEET

Daavittila, Kaarina. Kaupunginjohtaja. Pudasjärven kaupunki. Haastattelu 13.6.2013.

Holappa, Juha. Sivistystoimenjohtaja. Pudasjärven kaupunki. Haastattelu 6.6.2013.

Kouvola kaupungin viestintäohje. 2011. Kouvola kaupunki. Hakupäivä 10.12.2013.

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

Kuntasuunnitelma 2012-2018. Sopimus Pudasjärven kaupungin elinvoimaisuuden kehittämisestä. 2013.

Pudasjärven kaupunki.

Kuntien viestinnän seuranta ja arviointi. 2014. Suomen kuntaliitto. Hakupäivä 17.11.2014

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/seuranta/Sivut/default.aspx>

Kälkäjä, Mikko. Kehittämisohtaja. Pudasjärven kaupunki. Haastattelu 6.6.2013.

Lavento, Heidi 2008. Suomen Kuntaliitto. KISA-kuntien viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmä. Hakupäivä 19.5.2014.

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

Mäntylehto, Marianne. projektipäällikkö. Pudasjärven kaupunki. Keskustelut ja sähköpostiviestit.

Nyman, Juha. Webmaster. Pudasjärven kaupunki. Haastattelu 13.6.2013.

Oulun kaupungin viestintäohje. Hakupäivä 19.5.2014.

http://www.ouka.fi/c/document_library/get_file?uuid=57438bd1-ef50-425d-a8c8-af02a9fb1fe7&groupId=78560

Pudasjärven kaupungin hallintosääntö. 2013. Pudasjärven kaupunki.

Pudasjärven kaupungin internetsivut. 2014. Pudasjärven kaupunki.

www.pudasjarvi.fi

Pudasjärven kaupungin viestintästrategia 2012-2018. 2012. Pudasjärven kaupunki.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Tietosanoma

Talala, Eero. Tekninen johtaja. Pudasjärven kaupunki. Haastattelu 7.6.2013.

Turpeinen, Seija. Hallintojohtaja. Pudasjärven kaupunki. Haastattelu 24.5.2013.

Valtuusto 2013. Pudasjärven kaupunki. Pöytäkirja 24.1.2013/8.

Ylenius, J. & Keränen, T. 2007. Opas: Viestintästrategia ja viestintäsuunnitelma. Hakupäivä 14.8.2013.

<http://www.viestintatoimistodeski.fi/pdf/viestintastrategia.pdf>

Päivämäärä	Tehdyt muutokset	Tekijä
14.11.2014	Versio 1.0	Milla Harju, Lapin Ammattikorkeakoulu

