

Vahvasti pohjoisin



UTSJOEN KUNNAN VIESTINTÄSUUNNITELMA

Päivitys 2024

SISÄLLYSLUETTELO

1. Viestinnän tarkoitus ja lähtökohdat – miksi viestimme?	3
1.1. Viestinnän tehtävä	3
1.2. Kuntastrategia 2035	4
1.3. Viestinnän nykytila	5
2. Utsjoen kunnan arvot viestinnän toimintatapana – mitä viestimme?	5
2.1. Viestinnän peruseriaatteet	5
2.2. Työyhteisöviestintä	5
2.3. Valmistelu- ja päätösviestintä	6
2.4. Asukas- ja palveluviestintä	8
2.5. Kriisiviesticntä	8
2.6. Markkinointiviesticntä	10
2.7. Viestinnän yhdenvertaisuus	10
3. Viestinnän keinot ja kanavat – Miten viestimme?	11
3.1. Sisäinen viesticntä	11
3.1.1. Kasvokkain viesticntä, palaverit	11
3.1.2. Kunnan nettisivut ja intra	12
3.1.3. Uutiskirjeet ja tiedotteet	12
3.1.4. Sähköpostiviesticntä	12
3.1.5. Puhelin	13
3.1.6. Pikaviesticntäsovellukset: Whatsapp	13
3.2. Ulkoinen viesticntä	13
3.2.1. Välitön palveluviesticntä ja vuorovaikutus	13
3.2.2. Verkkoviesticntä	14
3.2.2.1. Utsjoen kunnan nettisivut	14
3.2.2.2. Sosiaalinen media	14
3.2.3. Tiedote	16
3.2.4. Uutisvinkki	16
3.3. Kyläillat	17
3.4. Haastattelut	17
4. Viestinnän kohderyhmät ja kanavat – Kenelle viestimme?	17
5. Viestinnän organisointi ja vastuut	18
6. Viestinnän seuranta ja mittarit	19

1. VIESTINNÄN TARKOITUS JA LÄHTÖKOHDAT – MIKSI VIESTIMME?

Utsjoen kunnan viestintäsuunnitelma on ohjeistus kunnan sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Viestintäsuunnitelmassa määritellään linjaukset sisäiselle ja ulkoiselle viestinnälle, ohjeet viestinnän toteuttamiseen, viestinnän organisoiminnin, vastuut sekä seurannan pääperiaatteet. Viestintäsuunnitelman pohjana on kuntastrategia, joka uudistettiin vuonna 2023.

1.1. Viestinnän tehtävä

Viestinnän tehtävänä on välittää tietoa. Kunnan viestintä on lainsäädännön ohjaamaa ja toimintaa koskee avoimuuden ja läpinäkyvyyden vaatimus. Kuntaviestintää ohjaavat monet eri lait. Perustuslaki luo pohjan Utsjoen kunnan viestintävelvoitteille. Laissa määritellään jokaisen perusoikeus tietoon ja hyvään hallintoon. Viranomaisen asiakirjat ovat pääsäännön mukaan julkisia, ja jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta. Kuntalain mukaan kunnalla on erittäin laaja tiedottamisvelvollisuus. Lain mukaan kunnan on luotava mahdollisuudet asioihin osallistumiselle ja vaikuttamiselle. Viestintävelvoitetta täsmentävät edelleen julkisuuslaki, henkilötietolaki, kielilaki, hallintolaki sekä eräät erityislait, muun muassa laki saamelaiskäräjistä hankintalaki sekä maankäyttö ja rakennuslaki sekä laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa.

Viestintä on lakisääteisyyden lisäksi myös palvelun apuväline sekä osa palvelun kehittämistä. Kuntalainen on asiantuntija häntä koskevissa asioissa ja määrittelee myös viestinnän tarpeen.

Viestinnän muistilista lyhyesti:

- Kaikilla on oikeus tietoon ja vuorovaikutukseen. Viestinnällä vahvistetaan eri ryhmien välistä vuorovaikutusta, yhteisöllisyyttä sekä tiedotetaan saatavilla olevista palveluista.
- Viestintä lähtee kuntalaisen tarpeista, ei organisaatiosta. Viestinnällä tuetaan kuntastrategian toteuttamista ja kuntastrategiassa määriteltyjen tavoitteiden saavuttamista.
- Henkilöstö, luottamushenkilöt ja sidosryhmät on pidettävä ajan tasalla.
- Viestintä alkaa yhteisestä ideoinnista.
- Viestintää on suunniteltava ja vastuut on pidettävä kirkkaina.
- Mediaa palvellaan tasapuolisesti ja aktiivisesti.
- Perustiedot palveluista ovat verkossa joka hetki kunnossa.
- Harkitse, mitä julkaiset sosiaalisessa mediassa.
- Maine syntyy arkipäivän teoista – vahvistetaan kuntakuvaa kuntastrategian mukaisesti.
- Viestinnän on oltava selkeätä ja yhdenvertaista – erityisesti poikkeustilanteissa.

1.2. Kuntastrategia 2035

Utsjoen kuntastrategia 2035 on hyväksytty kunnanvaltuustossa 5.6.2023. Utsjoen kunnan kuntastrategian **visio** vuodelle 2035:

Utsjoella on hyvä elää, yrittää ja tehdä työtä.

Pidämme luonnosta huolta, koska se mahdollistaa elämämme.

Edistämme saamen kielen ja kulttuurin elinvoimaisuutta.

Ohcejogas lea buorre eallit, bargat fitnodagaiguin ja bargat.

Mii atnit fuola luonddus, danin go dat dahká min eallima vejolažžan.

Mii ovddidit sámegiela ja -kultuvrra eallinfámu.

Tavoitteena on, että Utsjoen kunta on kilpailukykyinen ja elinvoimainen myös vuonna 2035. Viestinnän tavoitteeksi strategiassa on määritelty kunnan viestinnän ja markkinoinnin vahvistaminen vetovoiman lisäämiseksi.

Kuntastrategiassa on määritetty myös kunnan toimintaa ohjaavat **arvot**, jotka voi lyhyesti tiivistää **Utsjoen kunnan olevan kestävästi kehittyvä**:

Moniarvoisuus.

Alueen omaleimaisuutta ja moniarvoisia yhteisöjä vaalitaan niin, että erilaisia kulttuureja ja ihmisiä kunnioitetaan. Jokainen kuntalainen voi kokea olevansa osa tasavertaista yhteisöä. Elävästä saamelaiskulttuurista huolehditaan ja saamenkielisiä palveluja kehitetään määrätietoisesti. Myös elinkeinojen kehittämisessä huomioidaan moniarvoisuus.

Mahdollistava.

Kunnan toiminta tukee kuntalaisten hyvinvointia. Kunta tarvitsee kumppanuuksia, jotta yhteisöllisyys ja osallisuus paranevat. Kunta tarjoaa entistä paremman toimintaympäristön yrittäjille, paremmat palvelut ja kehittää asumisen ratkaisuja. Turvallisuuden tunne on voimavara tulevaisuudessakin.

Vastuullisuus.

Kunta on toiminnassaan avoin, läpinäkyvä ja vastuullinen. Toiminta on pitkäjänteistä ja ennustettavaa. Kunta on vastuullinen työnantaja ja luotettava yhteistyökumppani. Kuntalaisten tarpeita ja toiveita kuunnellaan ja osallistuminen päätöksentekoon mahdollistetaan. Taloutta hoidetaan vastuullisesti ja ennakoivasti.

Utsjoen kunnan viestintä perustuu samalle arvopohjalle kuin kunnan muukin toiminta. Arvot ohjaavat viestintää ja näkyvät kunnan ja sen kaikkien toimijoiden päivittäisessä työssä. Viestintään liittyviä valintoja ja ratkaisuja tehdään arvojen mukaisesti. Utsjoen kunnan arvot ja visio eivät toteudu ilman viestintää.

1.3. Viestinnän nykytila

Kunnan viestinnässä on tehty paljon parannuksia vuonna 2019 laaditun viestintäsuunnitelman mukaisesti. Kunnan nettisivuja on kehitetty, viimeksi keväällä 2024 sivuston valikkorakenteita on uusittu asiakaslähtöisemmiksi. Tiedotusta on lisätty sekä ulkoisessa että sisäisessä viestinnässä. Kunnan viestintä on aina kaksikielistä. Kunnan viestinnässä on otettu uusia kanavia käyttöön: esimerkiksi sähköinen uutiskirje sekä henkilöstölle että yrityksille suunnattuun viestintään.

2. UTSJOEN KUNNAN ARVOT VIESTINNÄN TOIMINTATAPANA – MITÄ VIESTIMME?

2.1. Viestinnän peruseriaatteen

Utsjoen kunnan tehtävänä on oma-aloitteisesti ja aktiivisesti tiedottaa asioista valmistelusta päätöksentekoon. Kunnan viestinnästä vastaavat kaikki omalta osaltaan ja viime kädessä kunnanjohtaja. Viestinnän tehokkuuteen ja nopeuteen panostetaan hyödyntämällä nykyaikaista tekniikkaa. Asiat kerrotaan avoimesti. Yhdenvertaisuus on viestinnän perusta. Viestinnässä on kerrottava asiat mahdollisimman objektiivisesti ja monipuolisesti tosiasioihin perustuen. Viestinnän tulee olla perusvireeltään positiivista kieltämättä negatiivisiakaan asioita.

Tiedottamisen on perustuttava kunnan viralliseen kantaan tiedotettavasta asiasta, ei tiedottavan henkilön omaan näkemykseen. Jokaisella kunnan työntekijällä on vastuu hyvästä viestinnästä. Tieto ei kulje, jos viestinnästä ei aktiivisesti huolehdita. Erityistä huomiota viestintään tulee kiinnittää muutos- ja kriisitilanteissa.

Viestintäsuunnitelma sisältyy myös isoihin hankkeisiin ja projekteihin. Kunnan viestinnän tulee olla jatkuvaa ja säännöllistä, mikä lisää luottamusta kunnan toimintaan. Viestinnän tulee olla kaikkien ymmärtämää, yleiskielistä, kirjoitus- ja ulkoasultaan selkeää ja helposti luettavissa. Turhaa kapulakielisyyttä ja erityis- ja ammattialatermistöä tulee välttää. Tiedotteiden, kirjeiden, mainosten, esitteiden ja muun materiaalin tulee olla ulkoasultaan Utsjoen kunnan viestinnäksi tunnistettavaa.

2.2. Työyhteisöviestintä

Ulkoisen viestinnän perusta on toimiva sisäinen viestintä. Johtavilla viranhaltijoilla on vastuu päivittäisen viestinnän toteutumisesta. Käytännössä viestintätehtäviä hoitaa jokaisessa hallintokunnassa myös erikseen nimetty henkilö, mutta viestinnästä vastaa myös jokainen omalta osaltaan. Kunkin toimintayksikön esimies vastaa oman yksikkönsä työyhteisöviestinnästä. Henkilökunnalla on oma tärkeä roolinsa ja velvollisuus itse aktiivisesti etsiä, kysellä ja välittää tietoa kollegoilleen.

- 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 vastaava 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.**

2.3. Valmistelu- ja päätösviestintä

Kuntalain mukaan tulee julkisesti olla tietoverkossa saatavilla:

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

Kuntalain tiedottamissäännöksessä veloitetaan kuntaa tiedottamaan asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuksista ja niiden vaikutuksista ja siitä, millä tavoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille. Kuntalain mukaan kunnan päätökset annetaan kuntalaisille tiedoksi verkossa. Ilmoitustaulu ei ole enää pakollinen, mutta se on hyvä olla vammaisryhmien käytössä, joten saavutettavuudesta kannattaa huolehtia.

Ajankohtaisista kuntalaisia kiinnostavista asioista on pyrittävä tiedottamaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa huomioiden kuitenkin julkisuuslainsäädännön asettamat rajoitteet sekä tarkoituksenmukaisuus. Etukäteistiedottamisella ei saa pyrkiä vaikuttamaan päätöksentekijöihin, vaan sen pitää olla päätösneutraalia.

Asioissa, joista päätetään useammalla päätöksentekotasolla, tulee selkeästi tuoda esille päätöksenteon kulloinenkin vaihe. Kokousten jälkeisessä tiedottamisessa kerrotaan tehdyistä päätöksistä, mahdollisista äänestyksistä ja eriävistä mielipiteistä, pöydällepanosta tai muusta asian käsittelyyn vaikuttavasta merkittävästä asiasta. Kokouksissa käydyt keskustelut eivät ole julkisia eikä niistä tiedoteta. Pöytäkirjassa julkaistaan ainoastaan tiedonsaannin kannalta välttämättömät henkilötiedot. Pöytäkirjan sisältämät henkilötiedot on poistettava yleisestä tietoverkosta oikaisuvaatimus- tai valitusajan päättyessä.

Tavoite

Päätösviestintä on johdonmukaista ja oikea-aikaista.

Asukkaat ovat tietoisia valmisteilla olevista asioista sekä päätösten vaikutuksista palveluihin ja toimintaan.

Asukkailla on mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa asioihin eri kanavien kautta.

Valmistelijoiden ja päätöksentekijöiden viestintä on samansuuntaista ja vastuullista.

Valmistelu- ja päätösviestinnän eteneminen

1. Johto tiedottaa luottamusmiehiä suullisesti tai kirjallisesti.
2. Kun valmistelun etenemisestä on sovittu, hallintokunnan viestinnästä vastaava työntekijä tiedottaa esimerkiksi verkkosivuilla asiasta sekä tiedottaa henkilöstöä samanaikaisesti.
3. Asian valmistelija sekä hallintokunnan viestinnästä vastaava työntekijä julkaisevat verkkosivuilla materiaalia sekä voivat niin halutessaan avata keskustelua sosiaalisessa mediassa.
4. Asian valmistelija järjestää tarvittaessa yleisen kuulemisen esimerkiksi verkossa tai esittelee asiaa kyläillassa.
5. Johto ja valmistelijat pitävät sidosryhmät ajan tasalla kohdennetuin tiedoin.
6. Valmistelun eri vaiheissa tietoja päivitetään verkkosivuille ja sosiaaliseen mediaan.
7. Valmistelija tuottaa nähtäville vaihtoehtoja ja niiden vaikutusten esittelyä ennen päätösesitystä.
8. Päätösesitys perusteluineen julkaistaan toimielimen esityslistalla ja esityslista internetissä.
9. Hallintokunnan viestinnästä vastaava työntekijä informoi mediaa päätösesityksestä. Toimielimen sihteeri välittää tiedon asianosaisille.
10. Toimielimen sihteeri päivittää esityslistan pöytäkirjaksi verkkosivuille.
11. Valmistelija ja hallintokunnan viestinnästä vastaava työntekijä valmistelevat päätetyn vaihtoehdon pohjalta havainnollista esitysmateriaalia, jota voidaan käyttää mm. asukastilaisuuksissa, sidosryhmätapaamisissa ja verkkosivuilla.

2.4. Asukas- ja palveluviestintä

Kunta on olemassa kuntalaisia varten. Kuntalaisilla on oikeus tietää, miten kunnan asioita hoidetaan sekä oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Kunnalla on lakiin perustuen velvollisuus tiedottaa asukkailleen palveluista ja niitä koskevista muutoksista. Asukas- ja palveluviestintä on kiinteästi kunnan toimialojen palvelutoimintaan liittyvää perustyötä. Palveluviestinnän suunnittelussa on huomioitava eri kohderyhmät ja niiden erityistarpeet sekä tottumukset käyttää eri viestintävälineitä. Asukas- ja palveluviestintä tarjoaa tietoa kunnan palveluista, toiminnasta, suunnitelmista ja tavoitteista. Viestinnällä edistetään kuntalaisten hyvinvointia ja tyytyväisyyttä sekä luodaan edellytykset avoimelle vuorovaikutukselle sekä kuntalaisten mahdollisuuksille vaikuttaa kunnan toimintaan.

Tavoite:

- Asukkaat ovat tietoisia kunnan palveluista, toiminnasta ja taloudesta.
- Asiointi on helppoa ja palveluita käytetään tarkoituksenmukaisella tavalla.
- Tyytyväisyys ja luottamus kunnan palveluihin vahvistuu.
- Viestintä on avointa ja vuorovaikutteista. Asukkailla on mahdollisuus osallistua.

2.5. Kriisiviestintä

Kunta vastaa tiedottamisesta myös kriisinomaisissa erityistilanteissa ja poikkeusoloissa, jolloin tiedottamisella on erityisen suuri merkitys. Kriisiviestintää edellyttäviä tilanteita voivat olla esimerkiksi häiriöt veden- tai sähkönjakelussa, suuronnettomuustilanteet, ympäristöongelmat tai niiden uhka. Kriisitilanteissa noudatetaan samoja viestinnän periaatteita kuin normaaliolojenkin viestinnässä kiinnittäen kuitenkin erityistä huomiota viestinnän nopeuteen ja tehokkuuteen. Viestinnän välineet ja kanavat valitaan kulloisenkin kriisitilanteen mukaan. Uusinta käytössä olevaa tekniikkaa pyritään hyödyntämään, jotta viestin kulku olisi mahdollisimman tehokasta, nopeaa ja kattavaa.

Kriisiviestinnän tavoitteet:

- Varmistaa ihmisten turvallisuus.
- Turvata organisaation toimintaedellytykset.
- Tiedottaa palvelujen järjestelystä.
- Varmistaa totuudenmukaisen mielikuva tilanteesta.
- Ennakoida mahdolliset kriisit ja valmistautua niihin.

Keskeistä on, että kuntalaisille välittyy mahdollisimman nopeasti täsmällinen ja todenmukainen tieto siitä, mitä on tapahtunut, mistä se johtuu, mitä asialle ollaan tekemässä ja kuinka kuntalaisten tulee

vallitsevassa tilanteessa toimia sekä miten tapahtuma vaikuttaa normaaliin elämään. Onnettomuus-tilanteessa tiedotusvastuu kuuluu pelastustöitä johtavalle viranomaiselle. Laajoista sähkö- tai vesikatkoista on tiedotettava hätäkeskukselle, joka tarvittaessa tiedottaa edelleen. Muista peruspalvelujen häiriöistä tiedottaa aina kulloisenkin toimialan vastaava johtaja tai hänen valtuuttamansa henkilö.

Erityistilanteesta on aina ilmoitettava myös kunnan johdolle ja tiedotusvastaavalle. Luotettavan, ajantasaisen ja jatkuvasti saatavilla olevan tiedon tarve korostuu kriisitilanteessa. Avainasemassa ovat tällöin joukkoviestimet radio, tv ja sanomalehdet sekä verkkoviestintä. Kunnan nettisivuille tulee laittaa nopeasti tieto, mitä on tapahtunut, toimintaohjeet kuntalaisille sekä mistä tarvittaessa saa lisätietoa. Tiedotustilaisuudet, ovelta ovelle henkilökohtainen viestin vieminen ja kotitalouksiin jaettavat tiedotteet ovat myös käytettävissä olevia keinoja kriisitilanteissa. Toiminnan jatkumisen kannalta on välttämätöntä, että tärkeät puhelinlinjat eivät tukkeudu.

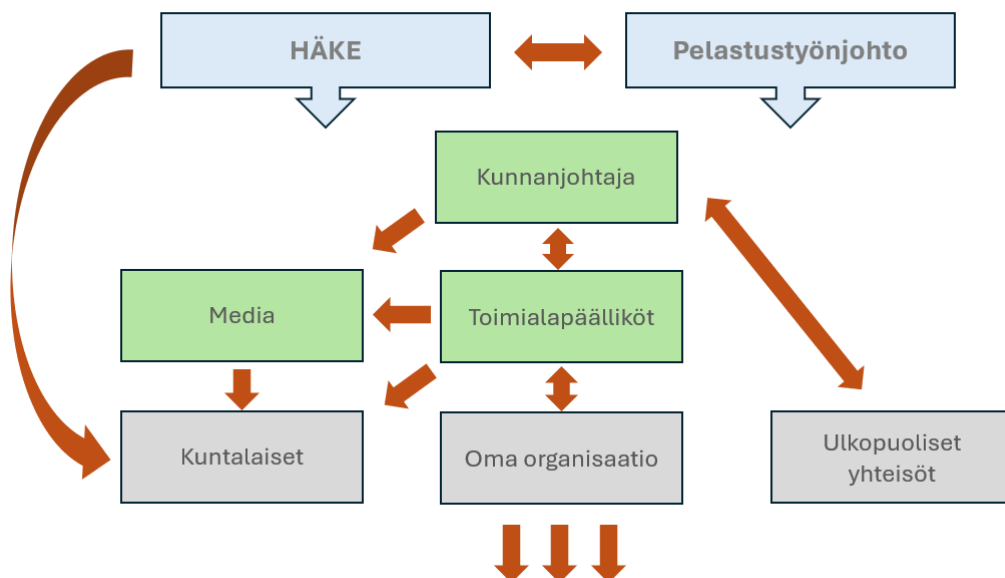
Kriisiviestinnästä on erillinen ohjeistus kriisisuunnitelmassa. Normaalioloissa viestinnästä vastaa tilanteen mukainen hallintopäällikkö. Lisäksi kunnanjohtajalle on aina välitettävä tieto poikkeustilanteesta. Normaaliolojen häiriötilanteissa viestinnästä vastaa ensisijaisesti kunnanjohtaja tai erikseen nimetty henkilö, tilanteen mukaisesta hallintokunnasta. Poikkeusolojen tiedottamisesta vastaa poikkeusolojen johtoryhmään nimetty tiedottaja. Kuntaan on laadittu tiedotusohje normaaliolojen häiriötilanteiden varalle. Kunnan viestintäpäällikkö johtaa ja vastaa yhteistyössä kunnan johdon kanssa erityistilanteiden tiedottamisesta kuntalaisille, muille yhteistyöviranomaisille ja tiedotusvälineille sekä tarvittaessa muille kunnille.

Kunnan viestintäorganisaatio:

Viestintäpäällikkö: Kunnanjohtaja

Varahenkilö: Elinvoimajohtaja

UTSJOEN KUNNAN HÄLYTYSKAAVIO NORMAALILOJEN ERITYISTILANTEESSA.



2.6. Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän suunnitelma sisältää viestinnän toimenpiteitä, joilla kunta erottuu kilpailijoistaan, rakentaa alueen positiivista imagoa sekä lisää tunnettuutta, houkuttelevuutta ja elinvoimaa uusien asukkaiden, matkailijoiden ja yritysten saavuttamiseksi. Kuntamarkkinoinnissa myytävä tuote on mielikuva. Yleensä kuntamarkkinointiin liittyy joitakin konkreettisia, lyhyellä tähtäimellä mitattavissa olevia tavoitteita, kuten uusien asukkaiden houkuttelu. Pito- ja vetovoimamarkkinointia vahvistetaan osin hankerahoituksella.

Utsjoen markkinointiviestinnän pohja on kuntastrategia. Yhtenäinen visuaalinen ilme on tärkeä viestinnän työkalu ja kuntakuvan tekijä. Yhtenäinen ilme kertoo ulospäin keskinäisestä sitoutumisesta ja vahvasta yhteisestä organisaatiosta. Yhtenäisen visuaalisen ilmeen luomiseksi ja ylläpitämiseksi kunta käyttää omaa erillistä graafista ohjeistusta, jota veloitetaan noudattamaan kaikessa kunnan viestinnässä. Graafinen ohjeistus on materiaalin suunnittelua ja toteutusta helpottava työväline.

Utsjoen kunnan viestinnän graafinen ilme ja ohjeistus pohjautuu brändilupaukseen ”**Vahvasti pohjoisin**”.

2.7. Viestinnän yhdenvertaisuus

Tavoite	Toimenpide	Vastuutaho
Kielellinen yhdenvertaisuus ja yhdenvertainen viestintä	<ul style="list-style-type: none">Sisäiseen viestintään ja kielellisiin oikeuksiin kiinnitetään huomiota.Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet sekä kuntalaisten kielelliset oikeudet.Sisällöntuotannossa tuetaan moninaisuutta. Stereotypioita ei vahvisteta.Huolehditaan, että viestintäkanavien käyttö on yhdenvertaista.	<ul style="list-style-type: none">HallintopäällikötJokainen omalta osaltaan

Viestinnässä tulee kaikkia kohdella yhdenvertaisesti. Utsjoen kunnassa viestitään kahdella kielellä. Selkeä ja ymmärrettävä kieli on peruslähtökohta, jota tulee jatkuvasti vaalia. Virkakieltä pitää kehittää

kohti yleiskieltä. Varsinaiseen viestintäkäyttöön tekstiä on muokattava ja täydennettävä taustatiedoilla, esimerkeillä ja kuvituksella. Englanninkielistä sisältöä lisätään kunnan nettisivuille erityisesti matkailijoiden tarpeisiin.

Yhdenvertaisuussuunnitelmaan kirjatut toimenpiteet viestinnän osalta lisätään suunnitelman valmistuessa syksyllä 2024.

3. VIESTINNÄN KEINOT JA KANAVAT – MITEN VIESTIMME?

3.1. Sisäinen viestintä

Sisäisellä viestinnällä varmistetaan, että kunnan oma henkilöstö ja luottamushenkilöt saavat työnsä tarkoituksenmukaiseen tekemiseen tarvitsemansa tiedot. Sisäinen viestintä on osa esimiehille kuuluvia tehtäviä ja tätä kautta johtamisen väline. Sisäisen viestinnän onnistuminen vaatii kuitenkin koko henkilökunnan panosta. Jokaisen kunnan palveluksessa olevan henkilön tulee omalta osaltaan huolehtia viestinnästä. Toimiva sisäinen viestintä on ulkoisen viestinnän pohja.

Mieti, mikä viestintäväline sopii parhaiten tilanteeseen:

- Puhelin suoraan vuorovaikutukseen.
- Pikaviestit pikaisiin kysymyksiin tai lyhyeen ajatustenvaihtoon.
- Sähköposti silloin, kun et tarvitse välitöntä vastausta, kun haluat selostaa asiiasi rauhassa tai kun tarvitset dokumentin käydystä keskustelusta.

Sisäisen viestinnän välineet:

- Kasvokkain viestintä, palaverit
- Kunnan verkkosivut
- Sähköiset uutiskirjeet ja tiedotteet
- Sähköpostiviestit
- Puhelin
- Pikaviestimet, Whatsapp

3.1.1. Kasvokkain viestintä, palaverit

Kasvokkain viestintä on muun muassa kehityskeskusteluiden, työpaikkakokousten, muiden palaverien ja erilaisissa tiedotustilaisuuksissa tehokkain sisäisen viestinnän muoto. Asiakkaan ja työtoverin tervehtiminen on kasvokkain viestinnän ensimmäinen askel. Myös työhön perehdytys on kasvokkain tapahtuva viestintätilanne. Esimiesten tulee kiinnittää erityistä huomiota kasvokkain viestintään.

Työpaikkojen sisäiset palaverit ovat tarpeellisia säännöllisesti, esimerkiksi kerran kuussa. Palaverissa opitaan tuntemaan työkaverit paremmin, millä on paljon merkitystä avoimuuden kulttuurin ja työnteon suhteen. Palaverihin voidaan kutsua oman henkilöstön lisäksi myös ne henkilöt, joita asia yleisesti koskee. Palaverihin myös sitoudutaan, eli sovitut palaverit pidetään, vaikka kaikki eivät pääsisi paikalle. Säännöllinen kokoontuminen tehostaa tiedonvaihtoa ja lisää työhyvinvointia. Myös tekemisen ja viestinnän kehittäminen tehostuu.

3.1.2. Kunnan nettisivut ja intra

Kunnan nettisivut toimivat sekä ulkoisen että sisäisen viestinnän välineenä. Henkilöstön intra siirtyy erilliseltä alustalta teamsiin, jonne luotuaan kanavaan on pääsy kaikilla kunnan työntekijöillä. Intrasta pyritään saamaan tiedottamisen väline yli hallintokuntarajojen. Jokainen osaltaan huolehtii, että tieto on ajan tasalla sekä intrassa että nettisivuilla. Nettisivujen päivityksestä vastaavat henkilöt hallintokunnittain päivittävät tiedot nettisivuille.

3.1.3. Uutiskirjeet ja tiedotteet

Yleisellä tiedottamisella keskitytään tietyn asian tehokkaaseen tiedottamiseen koko henkilöstölle. Kirjallisella viestinnällä tuetaan suullista tiedottamista. Sähköpostissa jaettavaan sähköiseen uutiskirjeeseen kootaan vähintään kerran kuussa henkilöstöä koskevia ajankohtaisia asioita. Uutiskirje laaditaan sekä suomeksi että saameksi. Uutiskirjeen aiheita ovat esimerkiksi koulutukset, tapahtumat, ajankohtaiset asiat sekä henkilöstömuutokset.

3.1.4. Sähköpostiviestit

Työsähköposti on tarkoitettu vain työntekoa varten. Sähköpostit luetaan päivittäin ja niihin vastataan viipymättä. Mikäli sähköpostiin ei voida vastata samana päivänä esimerkiksi työmatkan tai muun poissaolon vuoksi, käytetään poissaolotiedotetta. Sähköpostin voi asentaa myös työpuhelimeen, jolloin viesteihin reagoiminen ei välttämättä vaadi tietokonetta. Sähköpostit kohdennetaan oikeille henkilöille ja otsikko muotoillaan tiiviisti asiaa kuvaavaksi. Otsikon tukena voi käyttää esimerkiksi aiheutunnistetta: kiireellinen, vaatii toimenpiteitä tai tiedoksi. Vastaanottajakenttiä käytetään tehokkaasti: kopiokenttään voidaan laittaa vastaanottajat, joille asia menee tiedoksi ja piilokopiokenttään vastaanottajat, joiden ei tule tietää jakelun muita vastaanottajia. Mikäli vastaanottaja laitetaan kopiokenttään, ei vastaanottajan tarvitse reagoida viestiin vastaamalla. Piilokopiokenttää käytetään myös laajoissa sähköpostijakeluissa vastaanottajien anonymiteettiä kunnioittaen.

Sähköpostiketjuihin lisää vastaanottajia vain alkuperäinen lähettäjä, jotta arkaluontoinen tieto ei vuoda. Sähköpostin salausta käytetään tarvittaessa. Älä käytä sähköpostia, jos odotettavissa on keskustelua tai ristiriitoja. Tartu mieluummin puhelimeen, ja ota yhteyttä henkilökohtaisesti.

3.1.5. Puhelin

Puhelin on viestintäväline suoraan vuorovaikutukseen. Puhelinta on syytä käyttää sähköpostin sijaan, mikäli on oletettavaa, että syntyy keskustelua tai ristiriitoja. Lyhyeen ajatustenvaihtoon tai tiedotusluontoiseen viestintään on kuitenkin parempi käyttää pikaviestimiä tai sähköpostia, jotta kunnioitetaan muiden työrauhaa ja -aikaa.

3.1.6. Pikaviestisovellukset: Whatsapp

Whatsapp voidaan ottaa käyttöön eri ryhmien kesken sisäisen viestinnän välineenä. Säästä omaa ja muiden aikaa tarkistamalla ennen yhteydenottoa tavoittelemasi henkilön pikaviestimen läsnäolotieto. Kunnioita työtovereidesi pikaviestimen tilailmoituksia, äläkä häiritse turhaan kokouksissa olevia työtovereitasi. Älä epäröi käyttää Ei saa häiritä -tilaa, jos haluat työskennellä keskittyneesti. Pikaviestien tarkoitus on lyhyt ja nopea viestintä. Pidemmät tiedotteet hoidetaan sähköpostilla.

Lisäksi on muistettava tietoturvallisuus, sillä Whatsappiin ladatut tiedostot jäävät Metan haltuun. Käytä asiakirjojen tai muun kriittisen tiedon siirrossa aina tietoturvallisiksi varmistettuja kanavia.

3.2. Ulkoinen viestintä

Ulkoisen viestinnän välineet:

- Välitön palveluviestintä ja vuorovaikutus
- Verkkoviestintä: nettisivut ja sosiaalinen media
- Tiedote
- Uutisvinkki
- Tiedotustilaisuudet
- Haastattelut
- Tiedotuslehdet

3.2.1. Välitön palveluviestintä ja vuorovaikutus

Palvelujen tuottaminen edellyttää hyvin toimivaa asiakaspalvelua ja neuvontaa. Vuorovaikutus alkaa asiakkaan tervehtimisestä. Jokainen kunnan työntekijä on velvollinen opastamaan asiakkaita oikeiden palvelujen ja tietojen äärelle. Viestintä on osa jokaisen työntekijän päivittäistä työtä. Viestintäkeinoista välitön palveluviestintä joko kasvokkain, puhelimitse tai sähköisesti on yksi tehokkaimmista viestintämuodoista. Jokainen työntekijä voi omalla toiminnallaan, olemalla kohtelias ja avulias, rakentaa positiivista mielikuvaa Utsjoen kunnasta. Johdon ja esimiesten tulee antaa henkilöstölle selkeät ohjeet tiedottamisesta sekä erityisesti omalla esimerkillään kannustaa henkilöstöään viestimään avoimesti, asiallisesti ja rakentavasti.

3.2.2. Verkkoviestintä

Verkkoviestinnällä on jo kuntalainkin mukaan suurempi painoarvo: kuntalaista koskevat merkittävät asiakirjat tulee julkaista verkossa. Vaikka verkkoviestinnästä on muodostumassa keskeisin viestinnän väline, tulee huomioida asukkaiden ja henkilökunnan erilaiset valmiudet ja mahdollisuudet seurata verkkoviestintää. Viestintä tavoittaa parhaiten, kun käytetään useita viestintäkanavia samanaikaisesti.

3.2.2.1. Utsjoen kunnan nettisivut

Utsjoen kunnan nettisivut sijaitsevat osoitteessa www.utsjoki.fi. Utsjoen kunnalla on myös matkailun nettisivut: exploreutsjoki.fi.

Kunnan nettisivujen tavoitteet:

- Elinvoiman lisääminen
- Palveluista viestiminen
- Positiivisen imagon vahvistaminen
- Kuntalaisten osallistaminen

3.2.2.2. Sosiaalinen media

Sosiaalinen media (some) on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä ja sisällön tuottaja. Sisällön tuottaminen ja jakelu perustuvat monelta monelle -periaatteeseen, eikä yhdestä monelle, kuten perinteiset joukkoviestimet. Sosiaalisen median kanavia ovat Facebook, erilaiset blogit, wikit, Youtube, Instagram, X ja TikTok.

Sosiaalisen median käytön tavoitteena on ihmisten tavoittaminen laajemmin ja nopeammin verrattuna esimerkiksi paikallislehdessä ilmoittamiseen. Sosiaalisen median käytöllä lisätään myös tunnettuutta, jaetaan tietoa tehokkaammin ja tiedotetaan myös virallisista asioista. Utsjoen kunnalla on oma Facebook-sivu, samoin matkailun Explore Utsjoki -sivu. Kaksikielisyys on tavoitteena jokaisella kunnan sosiaalisen median sivulla: kunnalla suomi ja saame, matkailusivuilla suomi ja englanti.

Utsjoen kunnan Facebook-sivu:

Ohcejoga gielda / Utsjoen kunta: <https://www.facebook.com/ohcejohka/>

Utsjoen kunnan muut Facebook-sivut:

Explore Utsjoki: <https://www.facebook.com/exploreutsjoki.fi/>

Utsjoen kunnan Instagram-tilit:

Explore Utsjoki @exploreutsjoki #exploreutsjoki

Utsjoen kunnan nuorisotyöntekijä: @utsjoen_nuorisotyontekija

Utsjoen saamelaislukio: @utsjoensaamelaislukio

Utsjoen kunnan Youtube-tilit:

Kunnan Youtube-tili: https://www.youtube.com/channel/UC9Q0wqDvol4JEP80fFX_cDw

Explore Utsjoki -tili: <https://www.youtube.com/@exploreutsjoki801>

Utsjoen kunnan Facebook-sivun ohjeet:

- Sivun osoite on <https://www.facebook.com/ohcejohka/> eikä sen seuraamiseen tarvitse Facebook-tiliä. Tämä on hyvä tuoda esille sivusta tiedotettaessa.
- Julkaisuja tehdään viikoittain virka-aikana, mutta voidaan ajastaa myös muihin ajankohtiin viikolla. Tavoitteena on julkaisu päivässä, viisi julkaisua viikossa.
- Julkaisuja voi tehdä päivässä myös useampia ja mieluiten siten, että ne ajoittuvat muutaman tunnin välein tasaisesti pitkin päivää. Seurataan siis myös muiden tekemiä julkaisuja.
- Kukin julkaisija vastaa oman julkaisunsa seuraamisesta keskustelun osalta.
- Kysymyksiin ja kommentteihin vastataan pääsääntöisesti muodossa Etunimi, yksikkö/tehtävä. Nimen voi ilmoittaa myös saamelaisittain.
- Julkaisuja ei allekirjoiteta nimellä.
- Vastataan samalla kielellä kuin kysytään.
- Puhelinnumeron ja sähköpostin voi tuoda esiin vastauksissa, jos ne ovat julkisesti jaossa.
- Maksullista mainontaa varten on luottokortti, jonka käyttöä koordinoi keskushallinto.
- Ylläpitoa voi tehdä joko omalla profiililla tai työprofiililla, mutta omalla nimellä.

Sosiaalisen median yleiset ohjeet:

1. Sosiaalista mediaa saa käyttää työstä tiedottamiseen.
2. Sosiaalisen median työhön liittymättömien palvelujen käyttö ei saa haitata työtehtävien suorittamista.
3. Älä perusta Utsjoen kuntaan liittyvää sosiaalisen median palvelua tai profiilia ilman esimiehen lupaa.
4. Kun sosiaalisen median palveluissa kommentoidaan työasioita, esiinnyttään omalla nimellä ja organisaation nimellä (oma nimi / hallintokunta) sekä keskustelukumppaneita kunnioittaen. Palvelualoilta tuttu ”asiakas on aina oikeassa” -periaate on hyvä pitää mielessä, tuloksettomiaan inttämiseen ei kannata lähteä.
5. Älä kommentoi julkisilla foorumeilla (esim. blogeissa) organisaatioon liittyviä asioita organisaation nimissä ilman asiasta vastaavien esimiesten hyväksyntää.

6. Ole erityisen huolellinen salassa pidettävän tai yksityisyyden suojaan liittyvän tiedon suhteen.
7. Mikäli julkaiset kuvia tms. sisältöä sosiaalisessa mediassa, ole tarkkana tekijänoikeuksien kanssa.
8. Sosiaaliseen mediaan osallistumisesta ja omasta verkkoidentiteetistään päättää jokainen työntekijä itse. Käyttäessään työsähköpostiosoitetta yhteystiedoissaan työntekijä edustaa Utsjoen kuntaa, joten työntekijän velvollisuudet ja oikeudet ovat silloin voimassa.
9. Tietoturvallisuudessa tulee noudattaa voimassa olevia tietoturvaohjeita.
10. HUOM. Kunnan työntekijöiden tulee olla someviestinnässään lojaaleja työnantajaansa kohtaan eli vastaa somessa nouseviin kysymyksiin em. ohjeistuksen mukaan niin, ettet mustamaalaa kuntaa tai sen työntekijöitä.

3.2.3. Tiedote

Hyvä tiedote vastaa napakasti kysymyksiin: **mitä, missä, milloin, miksi ja kuka**. Tiedotteessa on yhteystiedot, kuka antaa lisätietoja, linkki esimerkiksi nettisivuille, mahdollisesti kuvamateriaalia ja myyvä, kiinnostuksen herättävä otsikko. Mieti tiedotteesi kohderyhmä: tavoitteleko kuntalaisia vai laajempaa yleisöä? Onko jakelukanavana kunnan omat nettisivut, paikallislehti vai joku muu kanava. Pieni paikallinen aihe voi myös olla valtakunnallisesti mielenkiintoinen, joten tarjoa laajasti ja anna median päättää.

Luo itsellesi medialistat eli kenelle lähetät tiedotteet, esimerkiksi:

- **kokousuutiset:** Inarilainen, saamenkieliset mediat, Yle Rovaniemi, Lapin Kansa, STT.
- mielenkiintoiset **erikoisaiheet:** ammatti- ja perhelehdet, Helsingin Sanomat, iltapäivä- ja verkkolehdet

Tiedotteisiin lisätään nettisivujen sekä Facebook-sivun linkki ja nimimerkki @ohcejohka sekä Facebook-logo. Kunnalla on käytössä epressi-tiedotepalvelu, jolla tiedotteita voidaan jakaa valtakunnallisesti tai paikallisesti tiedotteen aiheesta riippuen. Jos haluat käyttää epressi-tiedotejakelua, ole yhteydessä kunnan viestintä- ja matkailukoordinaattoriin.

3.2.4. Uutisvinkki

Uutinen on esimerkiksi:

- Merkittävä
- Kiinnostava
- Koskettava
- Yllättävä
- Ajankohtainen
- Läheinen

Medialle kannattaa tarjota säännöllisesti erilaisia juttuvinkkejä. Elävä saamelaiskulttuuri, asukkaiden luontoyhteys, rajayhteistyö, tapahtumat, näyttelyt, juhlat, hankkeet ja monet muut aiheet kiinnostavat laajempaa kuulija- ja lukijakuntaa. Toimittajille kannattaa tarjota useampia juttuaiheita, koska Utsjolle on pitkä matka. Myös haastateltavia voi miettiä valmiiksi.

3.3. Kyläillat

Kyläiltoja järjestetään vähintään kerran vuodessa kaikissa Utsjoen kylissä. Kyläilloissa hallintokuntien päälliköt kertovat ajankohtaisista asioista. Kuntalaisilla on mahdollisuus kysyä ja antaa palautetta.

3.4. Haastattelut

Toimittajien tekemiin selvitys- ja tiedonantopyyntöihin tulee suhtautua positiivisesti ja pyydetty tiedot on annettava, elleivät ne ole perustellusta syystä salassa pidettäviä tai niiden kokoaminen vie kohtuuttomasti aikaa. Hallintopäällikön luvalla annetaan haastatteluja, eli hän arvioi sen, kuka haastatteluja antaa. Toimittaja on ohjattava oikean asiantuntijan puheille. Jos asiantuntija ei ole tavoitettavissa, ohjataan kysely sijaiselle. Kysytyihin asioihin täytyy kuitenkin aina pyrkiä löytämään jonkinlainen vastaus.

Haastatelluksi tulleella on oikeus saada etukäteen tarkastettavaksi toimittajan tekemä haastattelu. Haastatellulla on kuitenkin oikeus puuttua vain omiin lausuntoihinsa. Muuhun juttuun, kuten otsikointiin tai jutun näkökulmaan haastatellulla ei ole oikeutta puuttua, ellei niissä ole selkeitä asiavirheitä. Ei ole kuitenkaan hyvien tapojen mukaista korjaila mielipiteitään haastattelun jälkeen. Jo annettua haastattelua ei ole myöskään mahdollista jälkikäteen perua. Mediassa esiintyneet kunnan toimintaan liittyvät virheelliset tai harhaanjohtavat tiedot on pyrittävä oikaisemaan ottamalla yhteyttä tiedon julkaisseen tiedotusvälineen toimitukseen.

4. VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT JA KANAVAT – KENELLE VIESTIMME?

Kuntalainen	Uusi kuntalainen	Yritykset	Matkailijat
Nettisivut, tiedotteet, sähköposti, esitteet, tapahtumat, some, striimit	Blogit, some, nettisivut, tiedotteet, esitteet, tapahtumat	Nettisivut, blogi, henkilökuva, sponsoroitu mainonta, some, esitteet, tapahtumat, tiedotteet, sähköiset uutiskirjeet	Esitteet, messut, tapahtumamarkkinointi, nettisivut, matkailusivut, some

Lisäksi kunnan vastuulla on myös vaikuttaminen eritasoisiin päättäjiin ministeriöissä ja valtionhallinnossa sekä eri rahoittajiin. Vaikuttamisviestintä liittyy kunnan kannalta tärkeisiin hankkeisiin ja ohjelmiin, joihin tarvitaan esimerkiksi ulkopuolista rahoitusta tai hyväksyntä toimenpiteille. Esimerkiksi vaikuttamisviestintä liittyy kunnan maapoliittiseen ohjelmaan, matkailun master planin edelleen jalkautukseen, Lohikeskuksen valmisteluun, asuntorakentamiseen ja yleensä äkillisestä rakennemuutoksesta selviytymiseen. Kaikkein valmisteluun olisi hyvä liittää suunnitelma viestinnästä eri kohderyhmille.

5. VIESTINNÄN ORGANISOINTI JA VASTUUT

Kunnanhallitus	<ul style="list-style-type: none"> • Hyväksyy viestintäohjeet. • Ohjaa ja valvoo ohjeiden noudattamista. • Vastaa kunnan virallisen kannan muodostamisesta. • Kantaa keskeisen vastuun kuntakuvan rakentamisesta. • Edistää viestintäohjeiden toteutumista omalla esimerkillään.
Kunnanjohtaja johtoryhmän tuella	<ul style="list-style-type: none"> • Muotoilee kunnan tavoitekuvan ja vastaa käytännön viestinnästä ja kuntamarkkinoinnista kokonaisuutena. • Vastaa kuntastrategian jalkauttamisesta henkilöstölle. • Ylläpitää suhteita tärkeimpiin sidosryhmiin. • Tiedottaa avoimesti ja aktiivisesti luottamushenkilöille ja henkilöstölle koko kuntaa koskevista asioista, muutoksista ja tulevaisuuden näkymistä. • Antaa tiedotusvälineille kunnan yleisiä linjauksia koskevat lausunnot. • Edistää vuorovaikutteisen ilmapiirin syntymistä omalla esimerkillään. • Tiedottaa kunnan tavoitteista, tuloksista ja taloudellisesta tilanteesta.
Hallintopäälliköt	<ul style="list-style-type: none"> • Vastaavat oman hallintokuntansa tiedottamisesta sisäisesti ja ulkoisesti. • Kehittävät tiedottamista hallintokuntiin. • Muodostavat omat viestintäkäytännöt johtoryhmässä sovittujen linjausten mukaisesti. • Tehostavat keskinäistä viestintää uusilla mediaalustoilla. • Luovat tiedottamisen vuosikellot hallintokuntiin.

Työntekijät	<ul style="list-style-type: none">• Välittävät tietoa työssään avoimesti.• Etsivät tarvitsemiansa tietoja aktiivisesti.• Palvelevat asiakkaita parhaalla mahdollisella tavalla.• Edistävät positiivisen vuorovaikutteisen ilmapiirin syntymistä omalla esimerkillään työyhteisössä ja sen ulkopuolella.
--------------------	--

6. VIESTINNÄN SEURANTA JA MITTARIT

Viestintäsuunnitelman tavoitteiden toteutumista seurataan sisäisen viestinnän osalta työhyvinvointikyselyn yhteydessä noin kerran vuodessa.

Ulkoisen viestinnän osalta mediaseurannasta kootaan neljännesvuosittain tiedot, jotta viestinnän vaikuttavuutta voidaan arvioida. Lisäksi analysoidaan nettisivujen ja sosiaalisen median käyttöä.