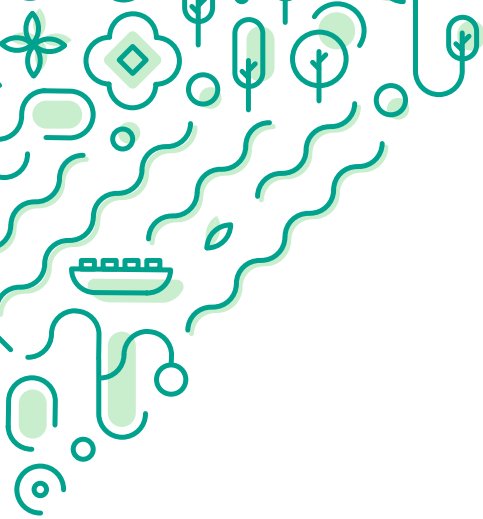




UTAJÄRVEN KUNNAN
VIESTINTÄOHJELMA
2026

Sisällys

1. Johdanto	2
2. Utajärven kunta viestijänä	2
3. Viestinnän strategiset tavoitteet.....	4
4. Viestinnän kohderyhmät ja sidosryhmät.....	5
5. Utajärven kunnan brändi ja graafinen ohjeisto viestinnässä.....	5
6. Viestintävastuut Utajärven kunnassa.....	6
7. Viestinnän välineet.....	8
8. Päätös- ja palveluviestintä	11
9. Työyhteisöviestintä	12
10. Kriisiviestintä	13
11. Markkinointiviestintä	14
12. Viestinnän seuraaminen ja kehittäminen.....	15
13. Kuntalaiset viestinnässä	15

1. Johdanto

Utajärven kunnan viestintäohjelma on keskeinen työkalu, joka ohjaa kunnan viestintää kohti sen strategisia tavoitteita. Viestintä ei ole erillinen toiminto, vaan olennainen osa kunnan toimintaa, joka tukee kuntastrategian toteutumista ja edistää kunnan tavoitteiden saavuttamista.

Tässä viestintäohjelmassa korostetaan viestinnän merkitystä vuorovaikutuksen välineenä, joka rakentaa luottamusta, lisää avoimuutta ja vahvistaa yhteisöllisyyttä. Viestinnän avulla kunta pyrkii tarjoamaan ajantasaista ja oikeaa tietoa kuntalaisille, yrityksille, yhteistyökumppaneille ja muille sidosryhmille.

Viestintäohjelma painottaa myös viestinnän jatkuvaa kehittämistä ja sopeutumista muuttuviin olosuhteisiin. Tavoitteena on, että viestintä on selkeää, ennakoivaa ja osallistavaa, ja että se tukee kuntalaisten sitoutumista ja ylpeyttä kotikunnastaan.

Utajärven kunnan viestintäohjelma pohjautuu kunnan arvoihin: sitoutuminen, inhimillisyys ja avoimuus. Tämä dokumentti toimii ohjenuorana kaikille kunnan viestintää tekeville tahoille ja varmistaa, että viestintä on yhtenäistä ja tavoitteellista.

Tämä viestintäohjelma kumoaa aiemman, vuonna 2025 hyväksytyn Utajärven kunnan viestintäohjeen.

2. Utajärven kunta viestijänä

Viestinnän merkitys

Viestintä ei ole organisaation toiminnasta irrallinen tehtävä, vaan yksi kuntaorganisaation toiminnoista, joilla kunta saavuttaa tavoitteensa ja tekee tulosta. Viestintä tukee kuntakuvaa yhdessä muiden kunnan toimintojen kanssa. Kuntakuvaan vaikuttavat kuntaorganisaation toiminnan lisäksi kunnassa asuvat ihmiset, yritykset, fyysinen ympäristö ja kulttuuri.

Strategiatyön jatkuvuus

Utajärven kunnassa strategiatyö ymmärretään jatkuvana prosessina, jossa strategia-asiakirja on vain yksi strategisen suunnittelun dokumentointitapa. Tätä noudattaa myös Utajärven kunnan viestintäohjelma, joka pohjautuu hyväksyttyyn kuntastrategiaan. Viestinnän kentällä muutos on jatkuvaa, ja siksi strategian tulee olla jatkuvasti päivittyvä, ajassa elävä suuntaviivojen linjaaja. Strategia ei saa muodostua itsetarkoitukseksi, vaan sen tulee olla toimintaa ohjaava, tukeva ja inspiroiva.

Vuorovaikutteinen viestintä

Viestintä on vuorovaikutusta ihmisten välillä. Kunta- ja julkisuuslaki edellyttävät, että kunta tiedottaa toiminnastaan avoimesti, yhdenvertaisesti, tasapuoleisesti ja puolueettomasti. Kuntalain 29 § mukaisesti kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaita, palvelujen käyttäjiä, järjestöjä ja yhteisöjä. Kunnan on

annettava riittävästi tietoa valmistelussa olevista asioista ja niitä koskevista suunnitelmista, kunnan tarjoamista palveluista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä sekä päätösten vaikutuksista.

Utajärven kunnan viestintäohjelmassa korostetaan vuorovaikutusta, asiakaslähtöisyyttä ja kohderyhmien tarpeiden tunnistamisen ja huomioimisen merkitystä. Viestintä on myös tärkeä henkilöstön työtä tukeva, yhteenkuuluvuuden tunnetta lisäävä ja sitouttava tekijä.

Kunnan tunnettuuden rakentaminen

Viestinnän tärkeimpiä tehtäviä on tehdä kunta tunnetuksi ja antaa kunnasta oikea, rehellinen ja selkeä kuva. Viestinnän keinoin rakennetaan luottamusta sekä torjutaan tietämättömyyden ja tuntemattomuuden ongelmia. Kunnan julkisuuskuvaa rakennetaan jokaisen kuntalaisen, luottamushenkilön ja viranhaltijan toimesta.

Visio ja arvot

Utajärven kunnan visio ja missio (Utajärven kunnan strategia 2026-2030) on olla vuonna 2040 ennakoiva edelläkävijä ja kestävä kasvun kotikunta. Tämä toimii myös kunnan viestintää ohjaavana visiona. Viestinnän arvoina ovat kuntastrategiassa määritellyt arvot: rohkeus, luottamus, vastuullisuus, aktiivisuus ja avoimuus.

Viestintäohjelma

Tämä Utajärven kunnan viestintäohjelma käsittelee kunnan viestintää ja markkinointia strategisella tasolla. Viestintäohjelman pohjalta laaditaan vuosittain markkinointiviestinnän suunnitelma, jossa linjataan seuraavan vuoden painopisteet ja käytännön toteutuksen suuntaviivat. Tämän laatii kunnan viestinnän asiantuntija, jonka vastuulla on kunnan viestinnän koordinointi ja kehitystyö. Asiantuntijoina työssä ovat mukana kunnanjohtaja ja johtoryhmä. Suunnitelman osalta tulee olla valmis nopeisiin muutoksiin tilanteiden vaihtuessa.

Viestinnän vastuut

Utajärven kunnan hallintosäännön mukaisesti kunnan viestintää johtaa kunnanhallitus, joka myös hyväksyy kunnan viestintäohjelman. Utajärven kunnan viestinnästä vastaa kunnanjohtaja yhdessä viestinnän asiantuntijan kanssa. Utajärven kunnassa toimii myös viestintätiimi, jossa on jäseniä kunnan eri toimialoilta.

Kunnassa viestintää tekevät kaikki ja toimialat vastaavat omasta viestinnästään. Kunnan viestintää koordinoi ja kehittää viestinnän asiantuntija.

Viestintäohjelman tavoitteet

Viestintäohjelman tavoitteena on tukea kuntastrategian toteuttamista, joten sen osalta tavoitteet ja mittaaminen tapahtuvat osana kuntastrategian seuranta- ja mittaamista. Viestintäohjelmaa tulee tarkastella erityisesti kuntastrategian kautta: kun mietitään kuntastrategian muutoksia, painotuksia ja tavoitteita, tulee niiden heijastua aina myös viestintäohjelmaan ja sen kautta suunnitelmiin. Tärkeässä roolissa ovat myös

kunnan lakisääteinen toiminta ja sen laatu, kuntalaisten osallisuus ja hyvinvoinnin edistyminen sekä talousarvioinnissa erikseen sovitut toimenpiteet.

Yhteisöllisyyden edistäminen

Utajärven kunta tehdään yhdessä, ja kunnan viestinnän tavoitteena on innostaa kuntalaisia osallistumaan Utajärven yhteisten asioiden hoitamiseen ja kehittämiseen. Kunnan viestintä luo myös yhteistä ymmärrystä utajärvisyydestä.

3. Viestinnän strategiset tavoitteet

Yleiset tavoitteet

Viestinnän strategiset tavoitteet tulevat kuntastrategiasta ja sen tavoitteista. Viestinnän kannalta tämä tarkoittaa muun muassa seuraavaa:

- **Selkeä ja ennakoiva viestintä:** Viestimme selkeästi ja ennakoivasti palveluistamme ja tapahtumista.
- **Parempi arki:** Viestintä tukee parempaa arkea – kuntalaiset sitoutuvat vahvemmin kotikuntaansa. Olemme ylpeästi utajärvisiä.
- **Positiivinen ja keskusteleva viestintä:** Viestintämme on positiivista, keskustelevaa ja lisää luottamusta tulevaisuuteen.
- **Osallistaminen:** Osallistamme kuntalaisia ja sidosryhmiä Utajärven kehittämistyöhön.
- **Toimivat verkostot:** Viestintä rakentaa toimivaa verkostoa – Utajärvi syntyy yhteistyössä.
- **Tunnettuus ja vetovoimaisuus:** Kunnan tunnettuus, vetovoimaisuus ja työnantajakuva vahvistuvat.

Poikkileikkaavat tavoitteet

Viestinnällä on tärkeä rooli myös niiden tavoitteiden osalta, joissa viestintää ei suoraan mainita. Viestintä on organisaatiota poikkileikkaavaa toimintaa, joka on keskeistä kaikessa kehittämistyössä:

- **Ideointi ja kokeilut:** Luomme kulttuuria, joka rohkaisee tavoitelähtöiseen ideointiin ja kokeiluihin.
- **Digitaalisuus ja sähköiset palvelut:** Lisäämme digitaalisuutta ja sähköisiä palveluita.
- **Avoimuus ja läpinäkyvyys:** Kunnan toiminta on avointa, läpinäkyvää ja luottamuksellista.
- **Helposti lähestyttävä kunta:** Kunta on helposti lähestyttävä toimija, kynnys ottaa yhteyttä on matala.
- **Toivo tulevaisuudesta:** Vahvistamme kuntalaisille ja sidosryhmille toivoa tulevaisuudesta.
- **Työnantajamielikuva:** Viestintä vahvistaa työnantajamielikuvaa – sisäinen viestintä tukee työssä viihtymistä.

Vuosittaiset painotukset

Viestinnän tulee tukea vuosittain valittavia painotuksia ja tukea kaikkia toimialoja strategisten tavoitteiden saavuttamisen osalta.

4. Viestinnän kohderyhmät ja sidosryhmät

Utajärven kunnan viestinnän keskeisimmät kohderyhmät ja sidosryhmät ovat:

- Nykyiset ja potentiaaliset asukkaat
- Vapaa-ajan asukkaat
- Nykyiset ja potentiaaliset yrittäjät sekä sijoittajat
- Kunnan työntekijät ja luottamushenkilöt
- Paikalliset yhdistykset ja yhteisöt
- Matkailijat
- Viranomaiset
- Rahoittajat ja yhteistyökumppanit
- Media
- Muut kunnat
- Oppilaitokset ja tutkimuslaitokset
- Muut järjestöt, yhdistykset ja sidosryhmät

On tärkeää, että kunta viestii aktiivisesti paitsi paikallisella tasolla, myös valtakunnallisella ja mahdollisesti myös kansainvälisellä tasolla. Utajärven kunta etsii rohkeasti uusia ajatuksia, sisältöjä, verkostoja ja mahdollisuuksia myös viestinnän osalta ja keinoin myös kuntarajojemme ulkopuolelta.

Viestinnän laadun parantamiseksi ja kohdentamiseksi viestinnän kohde- ja sidosryhmistä sekä viestintäkanavista tehdään analyysia viestintätarpeiden perusteella. Viestintää tekevillä henkilöillä tulee olla ymmärrys asiakaslähtöisestä suunnittelusta, ja osaamista soveltaa sitä myös viestinnän osalta.

5. Utajärven kunnan brändi ja graafinen ohjeisto viestinnässä

Graafinen ohjeisto

Kunnassa on voimassa vuonna 2023 laadittu ja vuoden 2024 alussa päivitetty graafinen ohjeistus, jossa määritellään logon käyttöön, väreihin, fontteihin ja muihin visuaalisiin elementteihin liittyvät käytännöt. Graafinen ohjeisto määrittelee kaikkea kunnan viestintää ja markkinointia. Jokainen kunnan viestijä on velvollinen tutustumaan graafiseen ohjeistoon ja noudattamaan sitä. Graafisen ohjeiston päivittämisestä yhteistyössä mainostoimiston kanssa vastaa kunnan viestinnästä ja markkinoinnista vastaava viestinnän asiantuntija.

Vaakunan käyttö

- **Virallinen tunnus:** Vaakuna on Utajärven kunnan virallinen tunnus.
- **Käyttötarkoitus:** Käytetään tarkkaan harkituissa kunnan virallisissa tai erityisen juhlavissa yhteyksissä, kuten kunnanhallituksen ja kunnanvaltuuston asiakirjoissa sekä henkilökohtaisissa, kauan säilytettävissä asiakirjoissa, kuten kunniakirjoissa. Vaakunan käytöstä päättää kunnanjohtaja.
- **Yhteystiedot:** Vaakunan yhteydessä ei käytetä osoite- tai muita yhteystietoja, sillä vaakuna kuvaa kuntaa kokonaisuutena. Vaakunan yhteydessä käytetään tekstiä Utajärven kunta.
- **Yhdistelmä:** Vaakunaa ei koskaan käytetä yhdessä logon kanssa.

Logon käyttö

- **Visuaalinen ilme:** Logo on osa kunnan visuaalista ilmettä ja markkinointia.
- **Käyttötarkoitus:** Käytetään laajemmin kunnan viestinnässä ja markkinoinnissa, kuten esitteissä ja muissa monimediaisen mainonnan materiaaleissa, verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Logon ja logoversioiden käyttö on määritelty tarkasti kunnan graafisessa ohjeistossa.
- **Yhteystiedot:** Logon yhteydessä voidaan käyttää osoite- ja yhteystietoja.
- **Yhdistelmä:** Logo voi esiintyä yhdessä muiden visuaalisten elementtien kanssa, mutta ei koskaan vaakunan kanssa. Logon ympärillä täytyy käyttää graafisessa ohjeessa määriteltyä suoja-aluetta.

Slogan "Virtaa"

Markkinointikampanjoiden ja -materiaalien sekä esimerkiksi sosiaalisen median julkaisujen yhteydessä voidaan käyttää Utajärven kunnan slogania "Virtaa" joko yksinään tai sen eri muodoissa, esim. Pohjoista virtaa, Elämän virtaa, Virtaa hyvinvointiin, Puhdasta virtaa. Niissä voidaan käyttää myös tunnisteita (hashtag #). Yleisimmät käytössä olevat tunnisteet ovat #utajärvi, #utajärvenkunta ja #virtaa. Utajärven kunnan markkinointikampanjoista vastaa viestinnän asiantuntija.

Mikäli kampanjoita tai viestinnän ja markkinoinnin materiaaleja suunnitellaan toimialoilla tai yksiköissä, on viestinnän asiantuntijan oltava näistä tietoinen muun muassa tiedonkulun varmistamiseksi sekä kunnan markkinoinnin kokonaiskuvan ja kunnan brändi-ilmeen hallitsemiseksi.

6. Viestintävastuut Utajärven kunnassa

Yleiset periaatteet

Jokaisella Utajärven kunnan organisaatiossa on velvollisuus viestiä, niin ulkoisesti kuin sisäisestikin. Viestintävastuu on jokaisella työntekijällä. Kunnan ja samalla viestinnän yhtenä arvona on avoimuus, mikä tarkoittaa vastuun kantamista tiedon kulkemisesta. Olemme rehellisiä ja vuorovaikutteisia viestijöitä, ja tuomme asiat esille objektiivisesti. Viestinnän luotettavuus on tärkeää, ja tiedon tulee olla oikeaa. Siksi tiedotusvälineille asiaa kommentoivat ne, joiden vastuualueeseen se kuuluu ja joilla on paras ymmärrys asiasta. "En tiedä, mutta selvitän" on hyvä vastaus silloin, kun aiheesta ei ole varmaa tietoa.

Kunnan viestinnän johtaminen

- **Kunnanhallitus:** Johtaa kunnan viestintää ja hyväksyy viestintäohjelman.
- **Kunnanjohtaja:** Vastaa kunnan viestinnästä ja toimii aktiivisena viestijänä, rohkaisten myös muuta henkilöstöä.

Viestinnän asiantuntija

- Viestinnän asiantuntija vastaa viestintäohjelman laatimisesta. Hän vastaa suunnitelman käytännön toimeenpanosta ja arvioinnista osana toiminnan ja talouden suunnittelua toteutusta ja arviointia. Hän vastaa myös kunnan sosiaalisen median käyttöohjeistuksen laatimisesta. Viestinnän asiantuntija kehittää, koordinoi ja toteuttaa kunnan viestintää ja kuntamarkkinointia kunnan johtoryhmän tuella. Hän työskentelee tiiviisti kunnanjohtajan, toimialajohtajien ja viestintätiimin kanssa, vastaa kunnan brändistä ja julkisuuskuvasta sekä viestinnän ja markkinoinnin sidosryhmäyhteistyöstä.

Viestintätiimi

- Koordinoi ja toteuttaa kunnan viestintää. Jäsenet vastaavat oman toimialansa viestinnän sisällöstä, tiedon oikeellisuudesta ja toteuttamisesta. Tiimi kokoontuu kerran kuukaudessa viestinnän asiantuntijan johdolla.

Päätöksenteon valmistelu

- Viranhaltijat, valiokunnat, kunnanhallitus, kunnanvaltuusto ja kunnanjohtaja vastaavat yhdessä siitä, että kuntalaiset saavat tietoa valmistelussa olevista ja päätöksentekoon tulevista asioista.

Johtoryhmän vastuut

- Sovittaa yhteen ja ohjaa viestintään liittyviä käytäntöjä ja ohjeita. Vastaa myös sisäisen viestinnän toimivuudesta ja tiedonkulusta toimialojen ja yksiköiden välillä.

Toimialajohtajat

- Vastaavat toimialansa viestinnän johtamisesta ja huolehtivat, että yksikössä on nimetty henkilö/henkilöt, joilla on riittävä osaaminen viestintään.

Utajärven Yrityspuisto Oy

- Vastaa omasta viestinnästään noudattaen viestintäohjelmaa soveltuvin osin ja tekee tiivistä viestintäyhteistyötä kunnan viestinnän asiantuntijan kanssa.

Luottamushenkilöt

- Käyvät valmistelua ohjaavaa arvo- ja linjakeskustelua, luovat avointa viestintäilmapiiriä ja noudattavat kunnan viestinnässä suunnitelmallista ja yhtenäistä linjaa.

Henkilöstö

- Varmistaa erityisesti sisäisen tiedonkulun toimivuuden. Henkilöstöllä on oikeus saada tietoa työhönsä liittyvistä asioista ja velvollisuus hankkia sitä itse. Lojaalisuus työnantajaa kohtaan on muistettava myös yksityishenkilönä viestissä esim. sosiaalisessa mediassa.

Kriisiviestintä

- Häiriötilanteiden ja poikkeusolojen viestintävastuut on määritelty erillisessä kriisiviestintäsuunnitelmassa, jonka päivitetty versio valmistuu alkuvuodesta 2025.

Viestinnän yhdenmukaisuus

Kunnan koko henkilöstöä kannustetaan viestimään omasta työstään. Viestinnän ilmeen ja toteutuksen tulee olla yhdenmukaista. Viestinnän ja markkinoinnin visuaalista ilmettä ohjaa graafinen ohjeisto, ja saavutettavuus on aina otettava huomioon. Kunnan virallisen viestinnän linjauksista ja niiden seurannasta vastaa viestinnän asiantuntija, joka osallistuu myös viestintää organisaation ulkopuolelle tai markkinointiviestintää käsitteleviin työryhmiin.

7. Viestinnän välineet

Kanavien valinta

Viestinnässä keskeistä on valita oikea kanava sen mukaan, kenelle ja mitä ollaan viestimässä. Ensin tulee pohtia viestinnän tavoite ja kohderyhmä sekä heidän erityispiirteensä viestinnällisestä näkökulmasta. Tämän jälkeen tulee pohtia, miten viestittävä asia vaikuttaa näihin, ja vasta tämän jälkeen valitaan oikea kanava.

Viestintäkanavien määrä on valtava, erityisesti sosiaalisen median kenttä on pirstaloitunut. Oikean kanavan valinta vaatii syventymistä ja osaamista paitsi kohderyhmästä, myös kanavista. Niiden hallinta ja ylläpito tuloksekkaasti vaatii myös aikaa. Kanavien valinnassa, ylläpidossa sekä analytiikassa tulee tarvittaessa käyttää ulkopuolista osaamista, esimerkiksi digi- ja sometoimistoja.

Viranomaisviestintä

Viranomaisviestinnän ainoa kanava ei koskaan voi olla sosiaalinen media. Vaikka sosiaalisen median kanavat tavoittavat hyvin laajasti kuntalaisia nopeasti, tulee yhdenmukaisuus ja tasapuolisuus ottaa huomioon. Myös saavutettavuuteen liittyvät kysymykset on varmistettava, sillä kunnan tehtävä on ensisijaisesti palvella kaikkia kuntalaisia.

Verkkosivusto utajarvi.fi

Kunnan ensisijainen viestintäkanava on kunnan verkkosivusto www.utajarvi.fi. Sivustolla julkaistaan ajankohtaisia tiedotteita, kuulutuksia ja uutisia. Lisäksi sivustolta löytyy tietoja kunnan palveluista, toiminnasta ja päätöksenteosta sekä alueen tapahtumista. Sivuilla on myös tapahtumakalenteri.

Verkkosivujen sisällön oikeellisuus ja ajantasaisuus on jokaisen toimialan omalla vastuulla. Verkkosivujen päivitysvastuu on viestinnän asiantuntijalla, mutta sivustoa päivittävät myös muut kunnan toimialojen edustajat. Viestinnän asiantuntijan vastuulla on sivujen rakenne ja yleisilmeen kehittäminen sekä saavutettavuuteen liittyvät kysymykset yhdessä tietohallintopuolen edustajien kanssa. Kunnan verkkosivut pitävät sisällään myös matkailuosion www.visitutarvi.fi, jonka kehitystyöstä vastaa viestinnän asiantuntija.

Infonäytöt

Kunnalla on käytössä asiakasviestinnän välineenä infonäytöt, joita löytyy kunnan julkisista tiloista, koululta sekä esimerkiksi kaupoista ja apteekista. Niiden tarkoituksena on olla kunnan asukkaille vaivattomasti tavoitettavissa oleva viestintäkanava, jonka kautta kunta ja sen eri sidosryhmät voivat julkaista tietoa palveluista, ajankohtaisista asioista ja tapahtumista.

Printtimedia

Tietyt kunnan ilmoitukset ja tiedotteet julkaistaan harkinnan mukaan printtimediassa. Printtimedian käytössä on tapauskohtaisesti suositeltua miettiä kustannustehokkuutta ja vaikuttavuutta.

Sosiaalisen median kanavat

Viestinnässä käytetään sosiaalisen median kanavia. Päivitysvastuu Facebook- ja Instagram-kanavien osalta on jakautunut pitkälti samaan tapaan kuin verkkosivujen osalta. Lisäksi toimialoilla ja yksiköillä voi olla omia kanavia, kuten esimerkiksi kirjastolla, koululla ja nuorisotoimella. Näiden ylläpidosta vastaavat yksiköt itse. Kunnan LinkedIn-kanavan ylläpidosta vastaa viestinnän asiantuntija. Kunnan päätilit löytyvät jokaisesta edellämainitusta kanavasta tunnisteella tai hakusanalla @utarvenkunta.

Kaikista Utajärven kunnan viralliseen toimintaan liittyvistä mahdollisista uusista somekanavista tulee keskustella viestinnän asiantuntijan kanssa ennen niiden käyttöönottoa. Aiemmin käytössä olleesta kunnan Twitter/X-tilin ylläpidosta on luovuttu.

Utajärven kunnan ylläpitämiä sosiaalisen median kanavia ovat:

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- LinkedIn

Utajärven kunnalla on myös sosiaalisen median käyttöohje, joka on tarkoitettu sosiaalisen median käytön opastukseen työ- ja luottamustehtävissä. Työntekijöiden ja luottamushenkilöiden on noudatettava yleisiä,

hyvän maun mukaisia pelisääntöjä, ja lain mukaan käyttäydyttävä tehtävänsä ja asemansa edellyttämällä tavalla myös yksityishenkilönä sosiaalisessa mediassa toimiessaan.

Muut viestintäkanavat

Lisäksi viestinnän käytössä ovat muun muassa seuraavat viestintäkanavat:

- Sähköposti (esim. sisäinen viestintä ja mediatiedotteet)
- Salattu sähköposti ja turvasähköposti (arkaluonteisen tiedon, henkilötietojen tai salassa pidettävien viranomaistietojen viestiminen)
- Teams (tehokkaampi hyödyntäminen sisäisessä viestinnässä mietinnässä)
- Intranet (tällä hetkellä lähinnä dokumentoinnin paikka, ei hyödynnetä sisäisessä viestinnässä)
- Printti- ja digimedit
- Ulkomainonta
- Tapahtumat, messut, verkostoitumistilaisuudet
- Asiakaspalvelutilanteet
- Verkostot ja sidosryhmät, vaikuttaja- ja edunvalvontaviestintä

Pikaviestisovellukset

Julkisia pikaviestisovelluksia kuten WhatsApp tai Signal, voidaan hyödyntää organisaation sisäisessä, yleisessä ja arkisessa viestinnässä tietyin rajoituksin:

- Pikaviestisovelluksissa ei tule käyttää arkaluonteisen tiedon, henkilötietojen tai salassa pidettävien viranomaistietojen käsittelyyn.
- Pikaviestisovelluksen käytön asianmukaisesta määrittelystä ja henkilöstön ohjeistuksesta vastaa kukin toimialajohtaja johtamansa toiminnan osalta.

Tekoälysovellusten käyttö viestinnässä

Tekoälyteknologiat ja näiden uudet mahdollisuudet ovat viime vuosina nousseet digikehityksen kärkiteemoiksi. Yksi tekoälyn osa-alue on niin sanottu generatiivinen tekoäly, joka pystyy luomaan uutta sisältöä, kuten tekstiä, kuvia, musiikkia tai videoita, perustuen sille annettuun dataan. Generatiivisten tekoälyn sovelluksia kuten Copilot, Gemini tai ChatGPT, käyttäessä on huomioitava seuraavat rajoitukset:

- Vapaasti käytettävissä oleviin, ns. julkisiin tekoälysovelluksiin ei tule syöttää mitään arkaluontoista, salassa pidettävää, henkilötietoja sisältävää tai muutakaan sellaista organisaation tietoa, jota ei voisi syöttää julkisesti esimerkiksi hakukoneeseen tai kunnan verkkosivuille.
- Laajemmin kunnan toiminnassa käytettävät tekoälysovellukset otetaan käyttöön hallitusti tietohallinnon toimesta, ja näihin tulee toteuttaa asianmukaiset tietosuojaa ja tietoturvallisuutta koskevat vaikutustenarvioinnit ennen käytön aloittamista.
- Tekoälysovellukset ovat erinomaisia apuvälineitä mm. työn tehostamiseen ja ideointiin. Kuitenkin lopullinen vastuu tekoälyn tuottamasta sisällöstä, kuten oikeellisuudesta, laadusta, henkilötietojen yksityisyyden suojasta ja tekijänoikeuksien toteutumisesta, on aina tekoälyä työssään käyttävällä ihmisellä.

- Utajärven kunnan viestinnässä käytetään ensisijaisesti aitoja kuvia (henkilökuvissa aina), ja vältetään käyttämästä tekoälysovelluksilla luotua kuvamateriaalia. Tekoälysovelluksia voi käyttää aitojen valokuvien tekniseen parantamiseen (esim. kohinan poisto, valotuksen korjaus tai rajauksen laajennus), kuitenkin edellä mainitut muut rajoitukset huomioiden.

8. Päätös- ja palveluviestintä

Lainsäädäntö

Kuntaviestintää ohjaa kuntalaki. Kuntalain pykälä 29 § määrittää kunnan lakisääteistä viestintää. Kuntalain lisäksi kunnan viestintään sovelletaan myös esimerkiksi:

- Julkisuuslakia
- Maankäyttö- ja rakennuslakia
- Tekijänoikeuslakia
- Hallintolakia
- Henkilötietolakia
- Eri hallinnonalojen erityislainsäädäntöä.

Viestintäkanavat

Utajärven kunnassa asioiden valmistelusta ja päätöksenteosta viestitään seuraavilla kanavilla:

- **Verkkosivut:** Ajankohtaista, kuulutukset, esityslistat ja pöytäkirjat, viranhaltijapäätökset. Verkkosivujen kautta on mahdollisuus myös kuntalaispalautteen tekemiseen.
- **Sosiaalinen media:** Soveltuvien osien.
- **Tapaamiset:** Asiakaspalvelutilanteet, kuntalais- ja yrittäjätapaamiset, tapahtumat.
- **Mediatiedotteet:** Yhteistyössä median kanssa.

Vastuut viestinnässä

Ajankohtaisten asioiden viestinnästä eri kanavissa vastaavat toimialojen viestintätiimien edustajat ja muut yksiköiden vastuhenkilöt. Tarvittaessa viestinnän asiantuntija avustaa näissä. Lähtökohtaisesti viestintä on kuitenkin koko kunnan henkilöstön ja luottamushenkilöiden vastuulla.

Kunnanvaltuuston viestintä

- **Esityslistat ja pöytäkirjat:** Löytyvät kunnan verkkosivuilta.
- **Kokoukset:** Kunnanvaltuuston kokoukset ovat julkisia. Esityslistoista ja päätöksistä ilmoitetaan valtuuston päättämässä medioissa. Tiedotusvälineiden edustajat voivat olla läsnä kokouksissa. Kunnanvaltuuston kokoukset striimataan Utajärven kunnan YouTube-kanavalla.
- **Merkittävät päätökset:** Mikäli päätös on erityisen merkittävä, voidaan aiheesta tehdä tiedote tai järjestää tiedotustilaisuus.
- **Viestintävastuut:** Kunnanvaltuuston viestinnästä vastaavat kunnanvaltuuston puheenjohtaja, kunnanjohtaja ja hallintojohtaja, joita tarvittaessa avustaa hallinnon esihenkilö ja viestinnän asiantuntija.

Kunnanhallituksen viestintä

- **Päätökset:** Kunnanhallituksen päätöksistä tiedotetaan ensisijaisesti pöytäkirjoissa, jotka löytyvät kunnan verkkosivuilta.
- **Viestintävastuut:** Kunnanhallituksen asioiden viestinnästä vastaavat kunnanhallituksen puheenjohtaja, kunnanjohtaja ja hallintojohtaja, joita tarvittaessa avustavat hallinnon esihenkilö ja viestinnän asiantuntija.

Muiden toimielinten viestintä

- **Päätökset:** Muiden toimielinten päätöksistä lisätietoja antavat valmistelijat sekä toimielinten puheenjohtajat ja toimialajohtajat.

9. Työyhteisöviestintä

Vastuu hyvästä sisäisestä viestinnästä

Jokainen Utajärven kuntaorganisaation jäsen on vastuussa hyvästä sisäisestä viestinnästä. Jokainen toimiala ja yksikkö on vastuussa siitä, että keskustelua käydään muiden yksiköiden kanssa ja varmistetaan, että kaikki sidosryhmät ovat ajan tasalla tiedon osalta. Hyvä toimiva sisäinen viestintä on ulkoisen viestinnän perusedellytys.

Sisäisen viestinnän kanavat

Utajärven kunnassa käytetään seuraavia sisäisen viestinnän kanavia:

- **Sähköposti:** Käytössä on useita valmiita jakeluryhmiä.
- **Tiimi- ja yksikköpalaverit:** Säännölliset kokoukset.
- **Infotilaisuudet:** Tiedotus- ja keskustelutilaisuudet henkilöstölle.
- **Teams:** Vahvempi hyödyntäminen sisäisessä viestinnässä tulisi miettiä lähitulevaisuudessa.
- **Wilma:** Käytössä koululla sisäisessä viestinnässä.
- **Daisy:** Käytössä varhaiskasvatuksessa sisäisessä viestinnässä.
- **Kehityskeskustelut ja esihenkilö-alaiskeskustelut:** Säännölliset keskustelut työn kehittämiseksi.
- **Intranet:** Vahvempi hyödyntäminen sisäisessä viestinnässä tulisi miettiä lähitulevaisuudessa.

Roolit sisäisessä viestinnässä

- **Viestinnän asiantuntija:**
 - Vastaa Utajärven kunnan viestinnän yleisistä linjauksista, sen koordinoinnista ja kehittämisestä.
 - Vastaa kunnan viestintätiimin toiminnasta.

- **Viestintätiimi:** Keskeinen rooli sisäisen tiedonkulun osalta, paitsi itse tiedon välityksen, myös viestintäosaamisen kehittämisen kautta.
- **Johtoryhmä:**
 - Varmistaa tiedon välittymisen eri toimialojen, yksiköiden tai työryhmien välillä.
 - Keskeinen rooli tiedonvälityksessä toimialojen välillä.
 - Johtoryhmän kokousten linjaukset välittyvät soveltuvin osin eteenpäin johtoryhmän kokousten jälkeen pidettävissä tiimi- ja yksikköpalavereissa sekä kunnan henkilöstöinfoissa.
 - Varmistaa, että työssä on aikaa myös vuorovaikutukselle. Viestinnän tutkimuksissa on todettu, että epäviralliset kanavat, kuten yhteiset kahvitunnit, ovat merkittävässä roolissa sisäisen tiedonkulun osalta.
- **Hallintojohtaja:**
 - Vastaa henkilöstöhallinnosta.
 - Viestii henkilöstölle henkilöstöpolitiikasta sekä koulutus- ja virkistymismahdollisuuksista.
- **Henkilöstö:**
 - Varmistaa erityisesti sisäisen tiedonkulun toimivuuden.
 - Henkilöstöllä on oikeus saada tietoa työhönsä liittyvistä asioista, velvollisuus hankkia sitä itse ja jakaa aktiivisesti työssä tarvittavaa informaatiota kollegoille.
 - Lojaalisuus työnantajaa kohtaan on muistettava myös yksityishenkilönä viestiessä esim. sosiaalisessa mediassa.

10. Kriisiviestintä

Kriisiviestinnän määritelmä

Kriisiviestinnällä tarkoitetaan viestintää, jota tehdään poikkeuksellisissa olosuhteissa. Kriisiviestinnän tarpeen aiheuttaja voi tulla kunnan organisaation sisältä, ulkopuolisista olosuhteista tai yllättävän tapahtuman seurauksena.

Informaation tarve kriisitilanteissa

Häiriö- ja kriisitilanteissa informaation tarve kasvaa voimakkaasti. Kunnan tehtävänä on antaa tietoja ja toimintaohjeita sekä reagoida kuntalaisten ja median tiedontarpeeseen. Tähän vastataan kertomalla tilanteesta aloitteellisesti mahdollisimman nopeasti, luotettavasti, riittävästi, toistuvasti, selkeästi ja avoimesti.

Ennakoimattomat tilanteet

Kriisiviestintätilanne tulee usein yllättäen ja sisältää elementtejä, joihin ei ole varauduttu. Kriisienhallintaa ja kriisiviestintää etukäteen suunnittelemalla parannetaan kuitenkin toimintakykyä kriisitilanteen tullessa. Kunnilla tulee olla resursseja kohdata paikallisia kriisejä, kuten onnettomuuksia, joissa menehtyy useita paikallisia henkilöitä yhtä aikaa.

Poikkeustilanteiden viestintä

Poikkeustilanteissa viestitään:

- Tilanteesta ja sen kehitysnäkymistä
- Mahdollisista uhkista ja turvallisuustoimista

- Viranomaisten päätöksistä ja ohjeista
- Kansalaisten oikeuksista ja velvollisuuksista
- Siitä, milloin asiasta tiedotetaan lisää

Poikkeustilanteissa viestintää pelkistetään ja keskitytään viestimään käynnissä olevasta tilanteesta. Viestintä on aina esimiesjohtoista.

Vastuut kriisiviestinnässä

Viestintävastuu on aina toiminnasta vastaavalla viranomaisella. Jos tilanteen johto on kunnassa palveluita tuottavalla toisella viranomaisella, pelastuslaitoksella tai poliisilla, viestintä ja sen koordinointi tapahtuu heidän toimestansa, ja kunta tukee viranomaisia viestinnässä sovitulla tavalla.

Mikäli viestintävastuu on kunnalla, kriisiviestintää johtaa kunnan johtoryhmä. Kriisiviestintätilanteessa kunnan yleinen viestintävastuu on toissijainen, ja viestinnän sisällöstä vastaa kriisiviestinnän vastuussa oleva johtoryhmä. Tilannearvion perusteella johtoryhmä päättää siitä kuka viestii.

Laajasti koskettavissa kriiseissä viestinnän johtovastuun ottaa valmiuslain edellyttämä kunnan varautumisen johtoryhmä, jota tarvittaessa täydennetään sidosryhmien asiantuntijoilla.

Kriisiviestintäohje

Utajärven kunnalla on kriisiviestintäohje vuodelta 2021, jossa on määritelty tarkemmin toiminta ja vastuut poikkeusolosuhteissa. Tätä ohjetta ollaan päivittämässä ja se saadaan käyttöön vuoden 2026 aikana.

11. Markkinointiviestintä

Määritelmä ja tavoite

Markkinointiviestintä on yrityksen tai organisaation viestintää, joka on tarkoitettu edistämään tuotteita, palveluita tai brändiä. Tavoitteena on luoda positiivista mielikuvaa kunnasta ja houkutella uusia asukkaita, yrityksiä ja matkailijoita.

Markkinointiviestinnän periaatteet

On tärkeää, että kunnan markkinointiviestintä on avointa, rehellistä ja tasa-arvoista, ja että se perustuu luotettaviin tietoihin ja faktoihin. Kunnan ensisijainen tehtävä on tehdä viranomaisviestintää, ei markkinointia. Jotta kunta voi täyttää kuntalain vaatimukset ja edistää kunnan elinvoimaisuutta, vaatii tämä nykypäivänä myös markkinointiviestintää.

Markkinointiviestinnän tavoitteet

Utajärven kunnan markkinointiviestinnän tavoitteena on vahvistaa kunnan vetovoimaa ja pitovoimaa. On tärkeä erottua positiivisella tavalla. Markkinointiviestinnän tavoitteet määrittyvät kuntastrategian kautta. Keskeisiä tavoitteita markkinointiviestinnän osalta ovat:

- Yritystoiminnan kasvu
- Omistusasumisen lisääntyminen

- Matkailutulon kasvu
- Kunnan tunnettuuden kasvu.

Kohderyhmälähtöisyys

Markkinointia tehdään kohderyhmälähtöisesti. Vuosittaisen markkinointiviestinnän suunnitelman laadinnan yhteydessä määritetään seuraavan vuoden kohderyhmät, tavoitteet ja näiden kautta soveltuvat markkinointiviestinnän kanavat ja muodot budjetti huomioiden.

Mittaaminen ja laatu

Markkinointiviestinnän tulee olla mitattavaa, taloudellisesti kannattavaa ja sisällöllisesti laadukasta. Sen tulee olla linjassa kuntastrategian ja kunnan muun viestinnän kanssa.

12. Viestinnän seuraaminen ja kehittäminen

Tämä Utajärven kunnan viestintäohjelma on jatkuva prosessi, jota kehitetään saadun palautteen perusteella. Viestintäohjelma pohjautuu kuntastrategiaan, joten tulee kuitenkin aina varmistaa, että viestintästrategia toteuttaa kuntastrategian tavoitteita. Raportoidaan osana kunnan toiminnan ja talouden arviointia tilinpäätöksen yhteydessä.

Utajärven kunnan viestinnästä tulee kerätä dataa viestintäohjelman ja viestinnän kehittämiseksi. Tavat ja mittarit tulee tarkentaa vuositasolla viestintäsuunnitelman laatimisen ja toiminnan tavoitteiden määrittelyn yhteydessä. Tapoja voivat olla esimerkiksi:

- Verkkosivujen kävijäseuranta
- Sosiaalisen median kävijäseuranta
- Kampanjoiden tulokset
- Kanaviin liittyvät laatusurannat (verkkosivuilla vietetty aika, vuorovaikutuksen määrä, keskustelun luonteen määrittely)
- Kunnan mielikuvaan ja palveluihin liittyvät kyselyt (esimerkiksi NPS)
- Kuntalaiskyselyt
- Yleinen viestintään liittyvä palaute
- Palveluiden käyttäjäpalautteet ja asiointikokemukset
- Some- ja mediaseurannan työkalut.

13. Kuntalaiset viestinnässä

Kuntalaisen rooli

Utajärven kunnan viestinnässä kuntalainen ei ole vain viestinnän kohteena, vaan aktiivisesti kunnan viestintään osallistuva toimija ja asiantuntija. Kuntalaisella on oikeus osallistua itseään koskeviin asioihin tasavertaisena keskustelukumppanina.

Tiedonsaanti ja osallistuminen

On keskeistä huolehtia siitä, että kuntalaisella ovat tiedossa ne kanavat, joiden kautta saa tietoa kunnassa työn alla olevista asioista, ja mahdollisuus osallistua tähän keskusteluun. Kunnan työntekijöiden vastuulla on myös toimia aktiivisesti keskustelun mahdollistamisen ja syntymisen puolesta sekä olla vuorovaikutuksessa kuntalaisten kanssa.

Kuntalaisen tulee aina saada riittävästi tietoa kunnan virallisilla viestintäkanavilla valmistelussa ja päätöksenteossa olevista asioista.

Yhteisöllisyyden vahvistaminen

Yhdessä käyty keskustelu lisää ymmärrystä toiminnasta ja yhteenkuuluvuutta, vahvistaa yhteisiä arvoja ja paikallisidentiteettiä sekä vahvistaa luottamusta. Keskeinen elementti on myös edustuksellinen päätöksenteko.

Osallistumisen tavat

Viestinnän näkökulmasta osallistumisen tapoja voivat olla esimerkiksi:

- **Keskustelutilaisuudet:** Aktiivinen osallistuminen myös epävirallisiin keskusteluihin eri kanavissa.
- **Työpajat:** Yhteissuunnittelutilaisuudet.
- **Kuntalaiskyselyt:** Esimerkiksi onnellisuuskyselyt.
- **Osallistava budjetointi:** Kuntalaisten osallistuminen budjetin suunnitteluun.
- **Vaikutusten ennakkoarviointi:** Kuntalaisten osallistuminen vaikutusten arviointiin.

Saavutettavuus

On tärkeää huolehtia viestinnän saavutettavuudesta eri kohderyhmissä. Aktiivinen vuorovaikutus esimerkiksi nuorisovaltuuston ja vanhus- ja vammaisneuvoston kanssa on keskeistä.