

Nurmeksen kaupunki;  
**VIESTINTÄOHJEET 2023**

**NURMES**

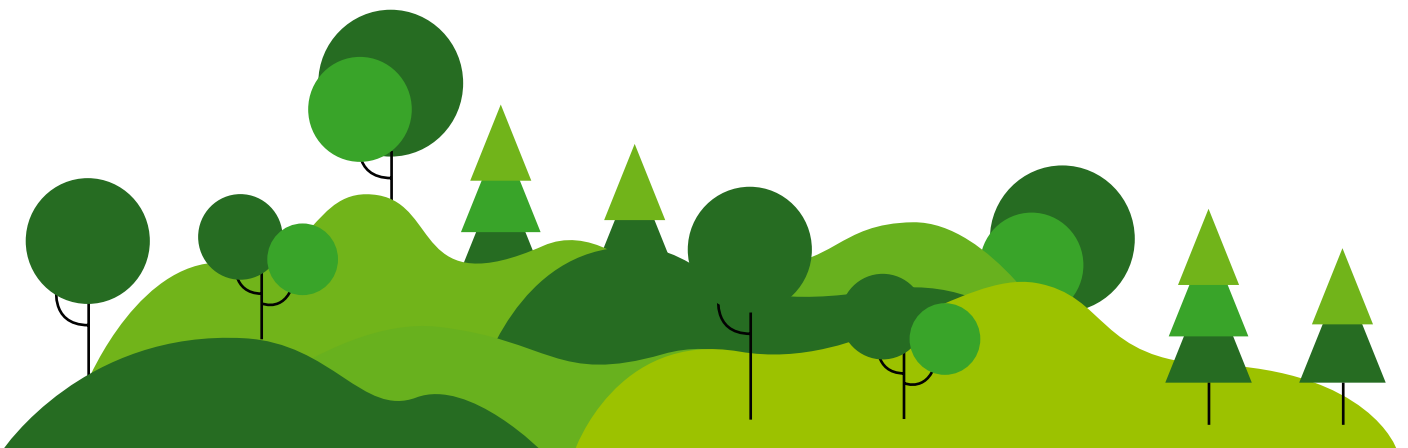


# NURMES

## NURMEKSEN KAUPUNGIN VIESTINNÄN HUONEENTAULU



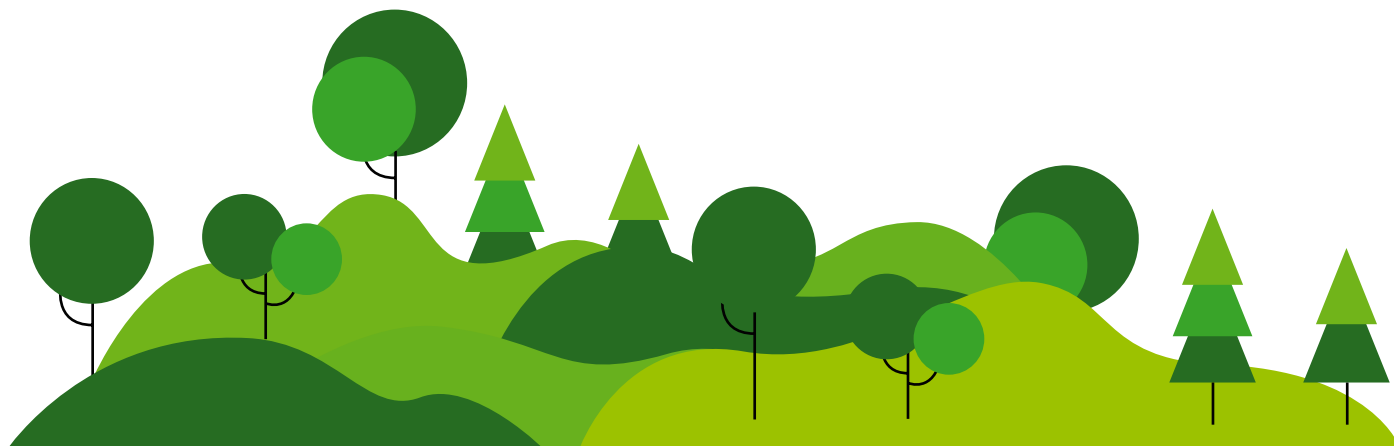
1. Viestimme viipymättä, tasapuolisesti ja avoimesti
2. Kerromme asiat selkeästi, totuudenmukaisesti, vuorovaikutteisesti ja oma-aloitteisesti niin helpoista kuin vaikeistakin asioista
3. Edistämme kuntalaisten ja asiakkaiden hyvinvointia viestinnän keinoin
4. Huolehdimme, että jokaisella työntekijällä on työnteoonsa ja työyhteisöönsä liittyvä tarvittava tieto
5. Viestintä on osa kaikkea kunnan toimintaa
6. Viestintä vie osaltaan kunnan strategiaa eteenpäin. Jokaisella on vastuu toimivasta viestinnästä ja tiedonhankinnasta
7. Käytämme kaikissa materiaaleissa kunnan visuaalista ilmettä
8. Viestimme useissa välineissä, jotta tavoitamme kohderyhmät tehokkaasti
9. Uskallamme toimia rohkeasti kokeillen ja järjestämme säännöllisesti viestinnän koulutuksia esimiehille ja luottamushenkilöille



## Sisältö

<b>1 VIESTINTÄ NURMEKSEN KAUPUNGISSA</b>	<b>5</b>
1.1 Viestinnän pääperiaatteet	6
1.2 Viestintää ohjaavat lait, dokumentit ja strategiat	8
1.3 Viestinnän organisointi ja vastuuhenkilöt	9
1.4 Viestinnän suunnittelu, kehittäminen ja seuranta	10
<b>2 TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ ELI SISÄINEN VIESTINTÄ</b>	<b>11</b>
2.1 Suullista, kirjallista ja sähköistä viestintää työyhteisössä	12
2.2 Intranet Vinkki	12
2.3 Perekdyttäminen	13
2.4 Kehityskeskustelut	13
2.5 Yhteistoiminta	13
2.6 Johtoryhmän kokoukset	13
2.7 Muutosviestintä	13
<b>3 PÄÄTÖSVIESTINTÄ</b>	<b>15</b>
3.1 Kuntalainen vaikuttajana	15
3.2 Valmistelu- ja päätösviestintä	16
<b>4 ULKOINEN VIESTINTÄ JA MEDIASUHTEET</b>	<b>18</b>
4.1 Mediasuhteet	18
4.2 Mediatiedotteet ja tiedotustilaisuudet	20
<b>5 VERKKOVIESTINTÄ JA SOSIAALINEN MEDIA</b>	<b>22</b>
5.1 Nurmeksen kaupungin verkkosivut	23
5.2 Viestintä sosiaalisessa mediassa	24
5.3 Sähköposti ulkoisessa viestinnässä	27
<b>6 MARKKINOINTIVIESTINTÄ</b>	<b>30</b>
<b>7 VISUAALINEN ILME</b>	<b>32</b>
8.1 Visuaalinen ilme ja graafinen ohjeistus	32
8.2 Logo, vaakuna ja markkinointitunnukset	33
8.3 Markkinointi- ja viestintämateriaalit	33
8.4 Messut, näyttelyt ja tapahtumat	34
8.5 Muu maksettu mainonta ja työpaikkailmoitukset	34
<b>8 HÄIRIÖTILANNEVIESTINTÄ</b>	<b>32</b>

## LIITTEET



LIITE 1.  
Viestintää ohjaava lainsäädäntö

LIITE 2.  
Kuinka kirjoitan hyvän tiedotteen?

# LIITTEET LÖYTYVÄT VIESTINTÄ- OHJEEN SÄHKÖISESTÄ VERSIOSTA.

Nurmeksen kaupungin viestintäohje on tarkoitettu viestinnän johtamisen välineeksi sekä esihenkilöiden ja henkilöstön työn tueksi.

## VIESTINTÄOHJE

- toimii yhtenäisen ja laadukkaan viestinnän ja sen kehittämisen työkaluna Nurmeksen kaupungissa
- auttaa viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa
- auttaa viestinnän kohdentamisessa eri sidosryhmille ja tarkoitukseen soveltuvien viestintäkanavien valinnassa.

Lukemalla sisällysluettelon sekä lihavoidut tekstit ja nostot saat yleiskäsityksen viestinnän periaatteista Nurmeksen kaupungissa.

# 1 VIESTINTÄ NURMEKSEN KAUPUNGISSA

## Muuttunut viestintäympäristö

Nykyisessä viestintäympäristössä kaupunki, asukkaat, luottamushenkilöt ja muut sidosryhmät tuottavat ja jakavat sisältöä, käynnistävät keskusteluja, viestivät ja toimivat asiantuntijoina Nurmesta koskevista asioista. On siirrytty tiedon yksisuuntaisesta jakelusta monen suuntaiseen viestintään, jossa tietoa luodaan ja jaetaan yhdessä, monelta monelle. Raja organisaatioiden ulkoisen ja sisäisen viestinnän välillä on hämärtynyt.

Tietoa on saatavilla paljon ja monenlaista ja uutisia julkaistaan ympäri vuorokauden. Sirpaloituneessa viestintäkentässä on tilausta ajan tasaiselle, napakasti esitetylle ja hyvin perustellulle viestinnälle, joka tavoittaa yleisön siellä, missä he keskustelua aiheesta käyvät ja silloin, kun aihe on pinnalla.

Viestintäareenoilla eniten huomiota saavat viestijät, jotka reagoivat nopeasti, osallistuvat keskusteluun aktiivisesti ja jotka kykenevät puhuttelemaan viesteillään yleisöä. Viesti puhuttelee yleisöä silloin, kun se on ajankohtainen ja herättää yleisössä empatiaa tai muita voimakkaita tunteita tai kun se on heidän arvojensa mukaista.

Viestintäympäristön muutokset ovat tuoneet uusia vaatimuksia myös kuntaviestintään. Kuntalaisten tulee olla mahdollista osallistua asioiden suunnitteluun ja valmisteluun entistä aikaisemmassa vaiheessa. Päätöksenteolta edellytetään avoimuutta ja läpinäkyvyyttä ja päätökset pitää pystyä perustelemaan uskottavasti.

### VIESTINNÄN TULEE OLLA

- Monikanavaista
- Ajan tasaista
- Vuorovaikutuksellista ja osallistavaa
- Yleisöä puhuttelevaa

## 1.1 Viestinnän pääperiaatteet

**Kaupunki viestii monessa roolissa ja tehtävässä.** Kaupunki on paikallinen viranomainen, asukkaiden, yhteisöjen ja yritysten hyvinvoinnin ja menestyksen mahdollistaja, monien palvelujen tarjoaja, paikallisen päätöksenteon ja demokratian edellytysten luoja ja toteuttaja sekä merkittävä työnantaja.

**Nurmeksen kaupungin viestinnän tavoitteena on edistää asukkaiden hyvinvointia ja Nurmeksessa toimivien yritysten ja yhteisöjen elinvoimaisuutta** tarjoamalla tietoa kaupungin toiminnasta, palveluista, suunnitelmista ja tavoitteista ja luomalla osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia, vahvistamalla yhteisöllisyyttä ja rakentamalla elävää vuorovaikutusta kuntalaisten ja muiden sidosryhmien kanssa. Viestinnän tavoitteena on myös Nurmeksen kaupungin yhteisöidentiteetin vahvistaminen ja maineenhallinta, joita toteutetaan muun muassa työyhteisöviestinnän, kriisiviestinnän, mediayhteistyön ja kaupunkimainetyön eli Nurmeksen kaupungin vahvuuksien aktiivisen esiin nostamisen kautta

**Kaupunkimarkkinointi osana viestintää.** Kaupunkimarkkinoinnin tavoitteena on vahvistaa Nurmeksen myönteistä kaupunkimainetta Nurmeksessa asuvien ja toimivien ihmisten ja yhteisöjen keskuudessa eli ylläpitää pitovoimaa sekä rakentaa myönteistä kaupunkikuvaa ja markkinoida Nurmesta uusille potentiaalisille asukkaille, yrityksille, yhteisöille ja matkailijoille eli kasvattaa vetovoimaa. Kaupunkimarkkinointia toteutetaan yleisenä imago-markkinointina esimerkiksi tapahtumissa ja valituille kohderyhmille suunnatuin kampanjoin, esimerkiksi tonttimarkkinointikampanjoina.

**Yhtenäinen visuaalinen ilme kertoo:**

**”Uudistuva Nurmes - Askeleen edellä**

**Viestintää yhtenäisen visuaalisen ilmeen mukaisesti.** Nurmeksen kaupungin yhteisöidentiteetti rakentuu organisaation jäsenten käyttäytymisessä, viestinnässä ja symbolien käytössä. Symboliikka eli Nurmeksen kaupungin yhtenäinen visuaalinen ilme logoineen ja vaakunoineen kertoo Nurmeksen identiteetistä ja tekee viesteistä tunnistettavia ja muiden organisaatioiden ja tahojen viesteistä erottuvia. Siksi kaikessa viestinnässä tulee käyttää Nurmeksen kaupungin graafisen ohjeen mukaista yhtenäistä visuaalista ilmettä.

### **VIESTINNÄN TAVOITTEENA NURMEKSEN KAUPUNGISSA ON**

- Tiedottaa palveluista ja toiminnasta
- Luoda osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia
- Vahvistaa yhteisöllisyyttä
- Rakentaa vuorovaikutusta kuntalaisiin ja muihin sidosryhmiin



## **Kaikki alkaa työyhteisöviestinnästä.**

Viestintä on jatkuvaa ja elävää vuorovaikutusta kaupungin työntekijöiden, asukkaiden, luottamushenkilöiden, viranomaisten ja yritysten sekä muiden yhteisöjen muodostamassa verkostossa. Ulkoinen viestintä on uskottavaa ja totta silloin, kun työyhteisö voi allekirjoittaa sen. Siksi onkin tärkeää, että viestintä alkaa aina omasta tiimistä, osastosta ja työyhteisöstä.

**Viestintä on sekä johdon että työntekijöiden ja luottamushenkilöiden välttämätön työkalu.** Viestintä ei ole vain johtamisen, kehittämisen ja strategisten tavoitteiden toteuttamisen väline. Se on myös jokaisen Nurmeksen kaupungin työntekijän ja luottamushenkilön päivittäin käyttämä työkalu, jonka avulla annamme Nurmeksen kaupungille sen sydämen ja kasvot, toteutamme ihmisläheistä palvelua ja teemme yhteistyötä eri tahojen kanssa.

## **Viestintäohje on esihenkilöiden ja henkilöstön käsikirja.**

Tämä viestintäohje on laadittu Nurmeksen kaupungin henkilöstön tueksi ja käytännön ohjeeksi niille, joiden tehtäviin liittyy erilaisia viestintätehtäviä. Ohje palvelee erityisesti esihenkilöitä ja toimialueilla viestintätehtäviä hoitavia henkilöitä. Viestintäohje koskee soveltuvin osin koko kaupunkikonsernia kuten kaupungin tytäryhtiöitä sekä kaupungin tehtäviä hoitavia yhteisöjä tai yrityksiä. Esihenkilöiden on hyvä käydä Nurmeksen kaupungin viestintäohje yhdessä henkilöstönsä kanssa läpi. Viestintäohjetta päivitetään tarvittaessa. Päivityksestä vastaa hallintopalvelut.

» Viestintäohje intrassa: Tekemisen tueksi-Viestintä-Viestintäohjeet

# **NURMEKSEN KAUPUNGIN ARVOT:**

- Tulevaisuuteen suuntautuminen
- Avoin yhteistyö
- Sosiaalinen oikeudenmukaisuus
- Ahkeruus, koulutus, yrittäjyys
- Luonto



## 1.2 Viestintää ohjaavat lait, dokumentit ja strategiat



Kunnan viestintä perustuu muun muassa kuntalakiin, hallintolakiin ja julkisuuslainsäädäntöön.

Kuntalaissa kiinnitetään huomiota mm. kansalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksien vahvistamiseen.

Julkisuuslaki turvaa ja edistää tiedonsaantia. Julkishallinnon viestintää ohjaa julkisuusperiaate, jonka mukaan jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta ja viranomaisten asiakirjat ovat julkisuuslain mukaan pääasiassa julkisia. Asiakirjat ovat salaisia vain perustellusta syystä, esimerkiksi ihmisten yksityiselämään ja yritysten liiketoimintaa liittyvät tiedot.

Hallintolaki määrittelee hyvää hallintoa ja täydentää kuntalain ja julkisuuslain tiedottamisäännöksiä. Hallintolaki edellyttää, että viranomaiset käyttävät viestinnässään asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä.

Lisäksi kuntien ja muun julkishallinnon verkkoviestinnän saavutettavuutta ohjaa erityisesti EU:n saavutettavuusdirektiiviin perustuva lainsäädäntö, millä taataan digitalisoituvassa yhteiskunnassa verkkopalveluiden saavutettavuus tasapuolisesti kaikille.

Maankäyttö- ja rakennuslaki säätelee erikseen alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Ympäristönsuojelulaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan ympäristön tilaa koskevista seurantatiedoista.

Lisäksi kunnan viestintää vaikuttavat muun muassa tietosuojalaki, digipalvelulaki, kielilaki, hankintalaki sekä sähköisen viestinnän lainsäädäntö.

Uudistuva Nurmes – askeleen edellä Nurmeksen kaupungin strategia 2022-2025 antaa pitkän aikavälin toimenpiteet päätöksenteolle ja toiminnalle. Nurmeksen kaupungin strategiassa määritellyt arvot ohjaavat kaupungin henkilöstön ja luottamushenkilöiden toimintaa ja kaupunkistrategian vuosittaiset toimenpiteet antavat toiminnalle suunnan. Tekojen lisäksi tarvitaan kaupunkistrategian mukaista asiantuntevaa sisäistä ja ulkoista viestintää ja suunnitelmallista markkinointia.

Kaikki viestintää ohjaavat muut dokumentit pohjautuvat Nurmeksen kaupungin strategiaan.

Nurmeksen kaupungin graafinen ohjeisto määrittelee Nurmeksen kaupungin visuaalisen ilmeen ja tarjoaa työvälineet viestimiseen visuaalisesti tunnistettavalla tavalla.

## Nurmeksen kaupungin visio

Nurmes on elinvoimainen, luonnonläheinen ja turvallinen paikka elää.

Teemme tulevaisuutemme yhdessä.



## 1.3 Viestinnän organisointi ja vastuhenkilöt

Nurmeksen kaupungin viestintää johtavat kaupunginhallitus, kaupunginjohtaja ja hallintojohtaja, joista ylin päättäväisellä on kaupunginhallituksella. Viestinnän johtamis-, kehittämis- ja koordinoitavastuu on hallintopalveluilla. Viranhaltijatasolla viestinnästä vastaa hallintojohtaja.

Jokainen toimialue viestii itsenäisesti oman toimialueensa asioista. Kunkin toimialueen viestinnästä vastaa toimialueen johtaja.

### VIESTINNÄN KOORDINOINTI- JA KEHITTÄMISVASTUU NURMEKSEN KAUPUNGISSA:

#### Suhdetoiminta ja tiedotustilaisuudet

- kaupunginjohtaja, ylin johto, johtavat luottamushenkilöt

#### Mediasuhteet

- kaupunginjohtaja, hallintojohtaja

#### Työyhteisöviestintä

- hallintopalvelut ja toimialueet

#### Verkkoviestintä ja sosiaalinen media

- hallintopalvelut, toimialueet

#### Päätöksistä tiedottaminen

- hallintopalvelut (kaupunginhallituksen ja valtuuston päätökset)
- toimielinten sihteerit tai esittelijät (lautakuntien päätökset)

#### Häiriötilanneviestintä

- kaupunginjohtaja

Intranetistä löydät tiedot Nurmeksen kaupungin viestinnästä vastaavista henkilöistä toimialueittain.

Heidän tehtävänsä on organisoida, toteuttaa ja kehittää vastualueensa sekä ylläpitämiensä palvelujen viestintää.



## 1.4 Viestinnän suunnittelu, kehittäminen ja seuranta

Viestintä on strategisten tavoitteiden toteuttamisen ja johtamisen väline. Viestinnän tulee olla hyvin suunniteltua ja organisoitua, ja sen tuloksia tulee seurata, mitata ja kehittää samalla tavoin kuin muitakin strategisia kohteita.

**Viestintäsuunnitelmaan kirjataan tavoitteet, keinot, aikataulut, vastuut ja toteuttajat sekä kustannukset.** Viestintäsuunnitelman laatiminen varmistaa, että tarvittavat toimenpiteet tehdään oikeaan aikaan ja oikealle kohderyhmälle. Viestinnän suunnittelu voi auttaa myös vaikuttamaan yleiseen keskusteluun ja imagoon, kun kerrotaan huomionarvoisista tai kielteisistä asioista.

Nurmeksen kaupungin viestintää kehitetään ottamalla käyttöön tarvittaessa uusia viestintävälineitä ja -kanavia, parantamalla henkilöstön viestintätaitoja kouluttamalla ja luomalla viestintämyönteistä ilmapiiriä koko organisaatioon.

**Kun viestinnälle on asetettu tavoitteet, voidaan tuloksia myös mitata laadullisesti ja/tai määrällisesti.** Tärkeimpiä ja nopeimpia viestinnän seurantakeinoista ovat asiasta saadut palautteet ja esimerkiksi yksikössä käytyt keskustelut. Seurantakeinoja voivat olla myös kyselyt, opinnäytetyöt, ilmapiiritutkimukset, imagotutkimukset ja mediaseuranta.

**Viestinnän mittaaminen ja seuranta.** Digitaalisissa kanavissa mittareita ovat muun muassa verkkosivujen kävijämäärät ja sosiaalisen median kanavissa uutisten tavoitavuus ja konversio, eli kuinka moni uutisen lukeneista klikkaa itsensä verkkosivuille, tilaa uutiskirjeen tms.

» Viestintävastaavat intranetissä: Tekemisen tueksi-Viestintä-Viestintäohjeet



## 2 TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ ELI SISÄINEN VIESTINTÄ

Toimivalla työyhteisöviestinnällä on suora yhteys työhön sitoutumiseen, tuottavuuteen, työssä suoriutumiseen ja työtyytyväisyyteen sekä työntekijöiden haluun jäädä tai lähteä organisaatiosta. Työyhteisöviestinnän tavoitteena Nurmeksessä kaupungissa on huolehtia siitä, että työntekijöillä on kaikki tieto, jota he tarvitsevat työssä suoriutumiseen ja työlle asetettujen tavoitteiden suorittamiseen. Työyhteisöviestinnän tavoitteena on myös rakentaa ja vahvistaa yhteisöllisyyttä ja työyhteisöön kuulumisen tunnetta.



**TYÖYHTEISÖVIESTINNÄN "KULTAINEN SÄÄNTÖ"**  
Työyhteisölle viestitään aina ensin  
- sitten vasta muille sidosryhmille.

**Organisaation maine ja yhtenevät arvot työntekijän sitoutumisen mittareita.**

Tutkimukset ovat osoittaneet, että työntekijät tuntevat vahvempaa yhteenkuuluvuuden tunnetta toisiinsa sekä työyhteisöön ja sitoutuvat siihen sitä vahvemmin, mitä parempi maine organisaatiolla on sen ulkopuolella. Siksi kaupunkikuvan vaaliminen ja positiivinen vahvistaminen ovat tärkeitä myös työyhteisöviestinnän näkökulmasta. Toinen työyhteisöön sitoutumista ennustava tekijä on työyhteisön arvojen ja työntekijän henkilökohtaisten arvojen yhteensopivuus. Työntekijät sitoutuvat vahvemmin työyhteisöön, jonka arvot ja ominaisuudet vastaavat työntekijöiden henkilökohtaisia arvoja.

**Esihenkilöillä on vastuu sisäisestä tiedonkulusta, samoin esimerkiksi hankkeiden ja projektien vetäjillä sekä palveluista ja järjestelmistä vastaavilla henkilöillä omasta vastuualueestaan tiedottamisesta.** Esihenkilön tehtävä on kertoa ensimmäiseksi henkilöstölle työhön liittyvistä muutoksista, kasvokkain, jos mahdollista. Avoimen ja riittävän aikaisessa vaiheessa käydyn keskustelun avulla on mahdollisuus välttää väärinkäsityksiä ja turhia huhuja. Esihenkilöllä ja johdolla on myös keskeinen merkitys avoimen ja vuoro-vaikutteisen kulttuurin luomisessa ja siinä, että työntekijöillä on pääsy työn suorittamisen ja kehittämisen kannalta tarvittavaan tietoon ja verkostoihin. Avoin ja arvostava johtamisviestintä maksaa itsensä ajan kanssa takaisin ja lisää työtyytyväisyyttä.

**Myös työntekijöillä on tiedonhankintavastuuta.** Jokaisen työntekijän tulee tuntea omaan työhön liittyvät tietovarastot ja osata etsiä tietoa niistä. Työsuhteeseen ja työhön liittyvien järjestelmien käyttöön harjaantuu käyttämällä niitä ja tukea saa henkilöstökoulutuksista, järjestelmien pääkäyttäjiltä, käyttöoppaista ja kollegoilta.

## 2.1 Suullista, kirjallista ja sähköistä viestintää työyhteisössä

**Kasvokkaisviestintä on suorimpia ja vahvimpia keinoja viestiä työyhteisössä.**

Kasvokkaisviestintää ovat esimerkiksi kehityskeskustelut, palaverit, työryhmät ja info-tilaisuudet. Ne tavoittavat kuitenkin kerralla yhden henkilön, tiimin tai pienen osan henkilöstöstä. Kasvokkaisviestinnän voima on siinä, että se tarjoaa mahdollisuuden vuorovaikutukseen johdon ja työntekijöiden välillä.

**Viestintä tieto- ja viestintäjärjestelmien kautta on toinen työyhteisöviestinnän osa-alue.**

Niiden kautta viestitään usein koko työyhteisölle organisaatiota koskevista asioista kuten päätöksistä ja muutoksista. Monesti tästä viestinnän osa-alueesta vastaa hallintopalvelut. Viestintä tapahtuu muun muassa intranetin, muiden järjestelmien tai sähköisten työtilojen, sähköpostilistojen, sosiaalisen median sovellusten tai tiedotteiden kautta. Esimerkiksi hallintopalvelut valmistele 10 kertaa vuodessa (5 tilaisuutta syyskauden ja 5 tilaisuutta kevät kauden aikana) esihenkilöinfoja, joissa käsitellään ajankohtaisia aiheita sekä kaupungin omien että tarvittaessa ulkopuolisten asiantuntijoiden johdolla.

**Työyhteisöviestinnän tulee olla monikanavaista ja ajantasaista.** Suuressa organisaatiossa tieto ei koskaan kulje kaikille täysin tasa-arvoisesti. Monikanavaisuudella ja sillä, että sähköisen viestinnän lisäksi asioista tiedotetaan myös työpaikkakokouksissa, on tarkoitus luoda tasa-arvoiselle viestinnälle mahdollisimman hyvät lähtökohdat Nurmeksen kaupungissa. Jokaisella palaveriin osallistujalla on vastuu siitä, että tieto kulkee myös palaverista työyksiköihin alaisille ja kollegoille.

### TYÖYHTEISÖVIESTINNÄN KANAVIA

- Työpaikkakokoukset ja sisäiset tiedotustilaisuudet
- Intranet • Sähköposti • Yleiskirjeet ja ohjeet
- Dynasty (viranhaltijapäätökset, sopimushallinta ym.)
- Teams, WhatsApp ja muut sähköiset työskentely-ympäristöt
- Wilma (koulut)

## 2.2 Intranet Vinkki

**Intranet on keskeisimpiä työyhteisöviestinnän kanavia Nurmeksen kaupungissa.**

Kaikilla työntekijöillä on pääsy intranetiin. Jokaisen työntekijän tulee seurata intranetia päivittäin, mikäli mahdollista. Jos työntekijällä ei ole mahdollisuutta päivittäiseen tai muutoin säännölliseen intranetin käyttöön, tulee esimiehen varmistaa tiedonkulku työntekijällemuulla tavoin, esimerkiksi sähköpostilla ja kasvokkaisviestinnällä.

Nurmeksen kaupungin intranet on koko työyhteisön uutiskanava ja tietopankki. Intranetistä löytyvät työn tekemiseen, työsuhteeseen, työhyvinvointiin ja henkilöstökoulutukseen liittyvät materiaalit, ohjeet ja lomakkeet, yhteystiedot sekä työyhteisöä koskevat ajankohtaiset uutiset ja tiedotteet. Intranetistä on pääsy työssä tarvittaviin henkilöstö- ja taloushallinnon tieto- ja palveluihin.

Intranetin sisällöntuotannosta vastaavat sisällöntuottajat jokaiselta toimialueelta. Intranetin pääkäyttäjä on hallintopalvelut.

## 2.3 Perehdyttäminen

Työyhteisöviestintään kuuluu myös uuden työntekijän perehdyttäminen. Perehdyttämisen tarkoitus on tutustuttaa työntekijät tehtäviinsä, työympäristöön ja työolosuhteisiin. Myös oman työyksikön asema ja tehtävät koko kaupunkiorganisaatiossa tulee sisällyttää perehdyttämiseen. Hyvän perehdyttämisen avulla työntekijä tuntee olevansa tervetullut työyhteisöön ja integroituu siihen nopeammin.

Jokaisen vakinaiseen palvelussuhteeseen tai pitempään sijaisuuteen tai muuhun määräaikaissuuteen tulevan henkilön kanssa käydään läpi perehdyttämisohjelma. Kaupungissa on hallintopalvelujen valmistelemaa yleistä perehdyttämisaineistoa, jonka lisäksi tulee olla työpaikkakohtaista perehdyttämisaineistoa. Osana perehdyttämistä tulee varmistaa, että uusi työntekijä tuntee, miten Nurmeksens kaupungissa viestitään. Työntekijän perehdyttämisestä vastaa lähin esihenkilö.

## 2.4 Kehityskeskustelut

Kehityskeskustelut ovat säännöllisiä joka vuosi toistuvia ja luottamuksellisia työntekijän ja esihenkilön välisiä keskusteluja, joissa käydään läpi työhön ja työyhteisöön liittyviä asioita. Kehityskeskustelussa molemmilla osapuolilla on mahdollisuus ottaa esille mieltä painavia asioita luottamuksellisesti sekä antaa ja saada palautetta. Kehityskeskustelu on molemmille osapuolille sekä oikeus että velvollisuus.

## 2.5 Yhteistoiminta

Laki työntekijän ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta ohjaa työntekijän ja henkilöstön välisen yhteistoiminnan järjestämistä. Yhteistoiminta mahdollistaa henkilöstön osallistumisen toiminnan kehittämiseen jo asioiden valmisteluvaiheessa sekä vaikuttamisen omaa työtä ja työyhteisöä koskeviin asioihin.

Nurmeksens kaupungin organisaatiossa yhteistoiminnan toimielimenä toimi yhteistyötoimikunta.

## 2.6 Johtoryhmän kokoukset

Johtoryhmä kokoontuu säännöllisesti ja **kokouksista laaditaan aina muistio**. Näissä kokouksissa käsitellään toimialojen ajankohtaiset asiat ja sovitaan niihin liittyvistä linjauksista. Johtoryhmän jäsenet vievät johtoryhmissä käsitellyt asiat omin työyksiköihin tiedoksi.

## 2.7 Muutosviestintä

Muutosviestintä on normaaliajan viestintää tehostettuna, sillä henkilöstö tarvitsee muutostilanteissa enemmän ja nopeammin tietoa.

**Muutosviestintä on keino toteuttaa, selkeyttää ja tukea muutosta.** Muutosviestinnässä kerrotaan mitä ollaan tekemässä ja miksi muutos toteutetaan valitulla tavalla ja mitä tapahtuisi, ellei muutosta toteutettaisi. Samalla kerrotaan myös, miten eri toimenpiteiden uskotaan vaikuttavan organisaatioon, sen toimintaan, sidosryhmiin ja asiakkaisiin.

**Muutoksesta kerrotaan koko henkilöstölle.** Lisäksi heille, joiden työhön muutos vaikuttaa, kerrotaan tulevista tehtävistä ja asemasta tarkemmin. Osallistamalla työntekijät

jo suunnitteluvaiheessa muutoksen valmisteluun johto samalla sitouttaa heitä muutokseen. Työntekijät myös hyväksyvät muutoksen nopeammin, kun ovat suunnittelemassa sitä itse. **Muutokseen liittyy usein tekijöitä, jotka vaativat yhteistoimintamenettelyä.** Se vaikuttaa muutoksen läpiviemiseen ja muutokseen tarvittavaan aikaan.

Yhteistoimintalaki ohjaa työnantajan ja henkilöstön välistä yhteistoiminnan järjestämistä kunnissa ja kuntayhtymissä. Yhteistoiminnan tavoitteena on antaa henkilöstölle mahdollisuus osallistua toiminnan kehittämiseen yhdessä työnantajan kanssa ja vaikuttaa omaa työtä ja työyhteisöä koskevien päätösten valmisteluun. Yhteistyöryhmässä, johon kuuluvat työnantajan ja työntekijäjärjestöjen edustajat, käsitellään säännöllisesti henkilöstöä koskevat merkittävät asiat.

## 3 PÄÄTÖSVIESTINTÄ

### 3.1 Kuntalainen vaikuttajana

Kaupunki ei voi toimia, ellei sillä ole tiivistä yhteyttä asukkaisiinsa. Kuntalaisilla on oikeus tietää, miten kaupungin asioita hoidetaan sekä oikeus osallistua ja vaikuttaa kaupungin toimintaan. Avoin viestintä edellyttää, että kaupunkiin ja päätöksentekoon luodaan avoin ja kannustava ilmapiiri. Kuntalaiset nähdään vastuullisina ja kaupungin kehitykseen myönteisesti vaikuttavina toimijoina ja palvelujen käyttäjinä.

Vaikuttaminen on tehokkainta asian valmisteluvaiheessa. Mahdollisimman aikainen osallisuus takaa kuntalaiselle parhaimman vaikuttavuuden.

**Palautteet ja kehittämis ehdotukset kaupungin palveluista ohjataan antamaan ensi sijassa sähköisen palautepalvelun kautta.** Käytännössä palautetta tulee myös kaupungin Facebook-sivujen ja muiden sosiaalisen median kanavien kautta sekä suoraan asiasta vastaaville viranhaltijoille. Niin sanottu viranomaispalaute eli viralliset muistutukset, huomautukset, mielipiteet, kannanotot ym. tulee toimittaa viranomaisen ilmoittamaan sähköpostiosoitteeseen tai postiosoitteeseen. Nurmeksien kaupungin virallinen sähköpostiosoite on kirjaamo@nurmes.fi.

**Kaupunki järjestää asukkailleen tiedotus- ja keskustelutilaisuuksia tarvittaessa.** Valtuuston kokoukset ovat avoimia kaikille kuntalaisille. Kaksi kertaa vuodessa järjestetään valtuuston kokous Valtimon pitäjän Kuntalaisten Talolla. Tiedotus- ja keskustelutilaisuuksissa kaupungin edustajat vastaavat asukkaiden kysymyksiin ja esittelevät ajankohtaisia asioita sekä saavat palautetta asukkailta palvelujen ja muiden toimintojen kehittämisestä.

#### Asia, johon halutaan vaikuttaa

#### Yhteydenotto

viranhaltijavalmistelu	viranhaltija
lausunto, esitys, aloite	lautakunta ja kaupunginhallitus
asian valmistelu valtuustolle	kaupunginhallitus
lopullinen ratkaisu	lautakunta, kaupunginhallitus tai valtuusto
laillisuusvalvonta ja täytäntöönpanopäätös	kaupunginhallitus

**Kuntalaisaloite.** Kunnan asukkaalla on oikeus tehdä aloitteita kaupunkia koskevissa asioissa. Aloitteet suositellaan jättämään kirjallisesti lähettämällä aloite kaupungin kirjaamoon sähköisesti tai kirjeellä tai kuntalaisaloite.fi-palvelun kautta. Aloitteen tekijälle on ilmoitettava, mitä kunnassa aiotaan asialle tehdä.

**Asukkaiden oikeudet.** Kaupunki tiedottaa asukkailleen heidän oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan. Kaupungin tulee myös kertoa tarjolla olevista palveluista ja niiden muutoksista. Henkilökohtaista neuvontaa kaupungista saa monen kanavan kautta. Jokainen työntekijä toimii kaupungin palvelu- ja markkinointiviestijänä vastatessaan puhelimeen ja antaessaan henkilökohtaista neuvontaa tai lähettäessään sähköpostia kuntalaiselle tai muulle palvelun saajalle.

Kysymykset ja palautteet, jotka saapuvat eri kanavia pitkin (puhelimitse, suoraan asiakasalvelupisteeseen, sähköisesti), välitetään asioista vastaaville viranhaltijoille ja niihin on syytä vastata mahdollisimman pian.

**Viranomaisen velvollisuudet.** Viranomaisen asiakirjat ovat pääsääntöisesti julkisia. Viranomaisen on huolehdittava, ettei tietojen saamista rajoiteta ilman asiallista ja laissa säädettyä perustetta.

Yleisesti merkittävän suunnitelman vaihtoehdot ovat julkisia, kun ne ovat valmiita käyttötarkoitukseensa eli kun ne on esimerkiksi listattu asiakirjaan. Jollei tietoa luovuteta, on ilmoitettava, mihin lakipykälään vedoten se on salassa pidettävä.

**Asiakasta ei pallotella.** Jokainen Nurmeksen kaupungin työntekijä on velvollinen opastamaan asiakkaita oikean tiedon tai palvelun löytämiseen. Jos tiedusteltava asia ei selviä palvelutilanteessa, otetaan asiakkaan yhteystiedot muistiin. Asiakasta ei pyydetä ottamaan yhteyttä johonkukaan muuhun, vaan työntekijä selvittää, kuka asiaa käsittelee ja pyytää tätä olemaan asiakkaaseen yhteydessä. Asiakkaalle ilmoitetaan mahdollisimman pian, viimeistään viiden päivän sisällä tieto asian käsittelystä tai arvio käsittelyajasta.

Asiakaskokemuksella on keskeinen merkitys koko Nurmeksen kaupungista syntyvään mielikuvaan. Palvelualltius ja ystävällinen ja kohtelias suhtautuminen ovat avaintekijöitä välittömässä palveluviestinnässä. Tämä tulee muistaa myös sisäisessä viestinnässä työkavereiden kesken.

### 3.2 Valmistelu- ja päätösviestintä

Kuntalaki velvoittaa kuntaa mm. tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat osallistua päätösten valmisteluun. Kuka tahansa voi aloittaa keskustelun esimerkiksi kunnassa valmisteilla olevasta hankkeesta ja päätöksistä. Mitä aikaisemmin Nurmeksen kaupunki käynnistää avoimen vuoropuhelun asukkaiden kanssa, sitä parempiin tuloksiin viestinnässä ja sitä myöten koko toiminnassa päästään.

Valtuuston kokoukset ovat julkisia tilaisuuksia, joihin kuka tahansa voi osallistua. Nurmeksessa valtuuston kokouksia voi seurata myös jälkikäteen kahden viikon ajan videotallenteina kaupungin verkkosivuilla ja Youtube-kanavalla, joissa valtuuston kokoustallenteet julkaistaan. Valtuuston, kaupunginhallituksen sekä lautakuntien esityslistat julkaistaan kaupungin verkkosivuilla ennen kokousta. Kokouspöytäkirjat julkaistaan kaupungin verkkosivuille yleisesti nähtäville toimielimen päättämänä päivänä kokouksen jälkeen. Valtuuston kokouksen ajasta ja paikasta tiedotetaan ennen kokousta kaupungin verkkosivuilla, Ylä-Karjala-lehdessä sekä kaupungin ilmoitustaululla.



**Ilmoitukset ja kuulutukset.** Kaupungin lakisääteiset ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan kaupungin verkkosivuilla, sekä tarvittaessa kaupungin virallisella ilmoitustaululla ja Ylä-Karjala lehdessä. Virallisia ilmoituksia ja kuulutuksia ovat muun muassa kuulutukset vaaleista sekä kaavoitusta koskevat tiedoksiannot. Kaupungin ilmoitustaululla julkaistaan myös muiden viranomaisten kuten aluehallintoviraston, ely- keskuksen ja Itä-Suomen hallinto-oikeuden kuntalaisia koskevia nähtäville asetettuja suunnitelmia, kuulutuksia ja päätöksiä. Nurmeksen kaupungin ilmoitustaulu on Nurmeksen kaupungintalolla osoitteessa Kirkkokatu 14. Ilmoitustaulun hoitamisesta vastaa Nurmeksen kaupungin kirjaamo.

## Yhteistyöverkostot ja neuvostot osallistumisen ja vaikuttamisen kanavina.

Muita yhteistyöelimiä, joissa asukkaat ja yritykset pääsevät osallistumaan ja vaikuttamaan alueen palvelujen, demokratian ja yrittäjyyden kehittämiseen ovat

- Nurmeksen nuorisovaltuusto,
- vanhusneuvosto,
- vammaisneuvosto ja
- romanityöryhmä.

## 4 ULKOINEN VIESTINTÄ JA MEDIASUHTEET

Nurmeksen kaupungin lisäksi monet kaupungin sidosryhmät tuottavat ja jakavat sisältöä Nurmesta koskevissa asioissa. Luottamushenkilöt, aktiiviset kuntalaiset ja yhteistyökumppanit voivat olla parhaita kaupungin puolesta puhujia. On tärkeää, että Nurmeksen kaupunki viestii aktiivisesti ja avoimesti ja sen viestintä on monikanavaista ja ajantasaista.

### ULKOISEN VIESTINNÄN KEINOJA JA KANAVIA OVAT

- Kunnan verkkosivut
- Sosiaalisen median kanavat
- Tiedotteet ja muut julkaisut
- Tiedotustilaisuudet
- Asukastilaisuudet

### MEDIASUHTEET OVAT

- Yhteistyötä
- Maksutonta maineenhallintaa

**Uutismediat ovat kunnalle tärkeitä yhteistyökumppaneita.** Kumppanuutta rakennetaan kahteen suuntaan: tiedotetaan medioita kuntaa ja kuntalaisia koskevista ajankohtaisista ja tulossa olevista asioista ja vastataan median yhteydenottoihin ja heidän tiedontarpeisiinsa viivytyksettä. Uutismedioiden kautta on mahdollista tavoittaa kunnan omien viestintäkanavien tavoittamia yleisöjä laajempia yleisöjä ja sellaisia sidosryhmiä, jotka eivät kunnan omia viestintäkanavia seuraa.

**Uutisaiheita tulee tarjota aktiivisesti medialle itse.** Media itse määrittelee, mitä aiheita ja organisaatioita nostetaan esille uutisissa. Medianäkyvyys joko vahvistaa tai heikentää organisaation mainetta. Organisaatioilla on kuitenkin merkittävä rooli ja vaikutusmahdollisuus otsikoihin nouseviin mediasisältöihin. Tarjoamalla aktiivisesti uutisaiheita medialle organisaatio pääsee itse "kehystämään" aiheita eli tuomaan esille haluttuja näkökulmia. Medianäkyvyyttä on sekä ostettua että ansaittua. Ansaittuun näkyvyyteen organisaation on mahdollista vaikuttaa omalla aktiivisuudella ja rakentavalla yhteistyöllä medioiden kanssa.

Nurmeksen kaupunki pyrkii huolehtimaan mediasuhteista mm. julkaisemalla aktiivisesti uutisia kaupungin verkkosivuilla ja sosiaalisen median kanavissa, mediatiedottein ja tiedotustilaisuuksin sekä pitämällä yllä rakentavaa ja jatkuvaa keskusteluyhteyttä erityisesti alueellisiin medioihin. Suunnitteilla ja käynnissä olevien hankkeiden eri vaiheista tiedottaminen ja esittelysivut verkossa palvelevat median ja muiden sidosryhmien tiedontarpeita.



## NURMEKSEN KAUPUNGIN TÄRKEIMMÄT MEDIAKUMPPANIT:

- Ylä-Karjala -lehti
- Karjalainen
- Pohjois-Karjalan radio

Kiinnostava uutinen voi saada alkunsa myös, kun kaupungin työntekijä ottaa yhteyttä suoraan lehden, radion tai verkkomedian toimitukseen tai tuttuun toimittajaan ja tarjoaa ajankohtaista tai muuten kiinnostavaa omaan työhön tai elämänpiiriin liittyvää uutisaihetta. Muista kuitenkin, että Nurmeksen kaupunkia koskevista asioista ja päätöstiedottamisesta vastaa kaupungin johto ja luottamukselliset kaupungin sisäiset asiat jäävät luottamuksellisiksi.

## TIEDOTUSVÄLINEITÄ KIINNOSTAVAT

- Ajankohtaiset asiat
- Yllättävät tapahtumat ja ilmiöt
- Tilastot • Uutuudet • Trendit
- Paikalliset erikoisuudet ja vahvuudet
- Paikalliset ihmiset ja yritykset
- Mittavat rakennushankkeet ja investoinnit
- Lukijoiden samastumisen kohteet

Journalismin tehtävä on tarkastella asioita ja ilmiöitä kriittisesti useista eri näkökulmista ja nostaa esiin myös epäkohtia ja tyytymättömyyttä aiheuttavia seikkoja. Kaupungin toiminnan arvostelu on osa hallinnon julkisuutta.

## UUSIA MEDIAYHTEISTYÖN MUOTOJA

- Vaikuttajamarkkinointi julkisuuden henkilön, blogistin tai tubettajan kautta
- Sisältömarkkinointi

## Uutiskriteerit ja uutiskynnys

Media arvioi aiheiden uutisarvoa ja päättää uutisoidaanko aiheesta vai ei uutisen ajankohtaisuuden, kiinnostavuuden, läheisyyden, merkityksen ja yllättävyyden perusteella. Se, ylittääkö uutinen uutiskynnyksen riippuu myös tarjolla olevista muista uutisista eli päiväkohtaisesta uutistilanteesta, uutisen huomioarvosta ja vaikuttavuudesta.

### Uutiskriteerit

### Uutiskynnys

Ajankohtaisuus	Onko uutisia paljon tarjolla?
Kiinnostavuus	Mediajulkisuus: Odotetaanko asiasta lisätietoja?
Läheisyys	Uutiskanavien ja asiakkaiden tarpeet: Onko uutisella paljon kohteita, joihin se vaikuttaa?
Merkitys	Seuranta: Miten merkittävä tai tunnettu asia on entuudestaan?
Yllättävyys	Onko uutinen yllättävä, odottamaton tai poikkeuksellinen suuren yleisön silmin katsottuna?

**Tärkein uutiskriteeri on uutisen tai näkökulman tuoreus.** Koska media tavoittelee aina uusia tuoreita uutisia, uutinen on yleensä vain vähän aikaa esillä mediassa. Esimerkiksi sama tapahtuma ei ole uutinen vuodesta toiseen, ellei tapahtumaan ole tullut muutoksia tai tapahtumasta uutisoida jollakin lukijoita kiinnostavasta tai ajankohtaisesta näkökulmasta. Uutiseksi ei aina nouse aihe, jota medialle tarjotaan. Uutisarvo syntyy hankkeen, tapahtuman tai päätöksen sisällöstä ja merkityksestä median kuluttajille ja kohderyhmille. Viranhaltijan tai kaupungin työntekijän tulisi löytää aiheesta "koukku", jolla hän saa uutisen julkaisukynnyksen yli.

## 4.2 Mediatiedotteet ja tiedotustilaisuudet

**Uutisvinkki tai tiedote yleensä riittää.** Mediatiedote on tiedotusvälineille uutisen pohjaksi tarkoitettu tiedotteen muotoon laadittu teksti. Mediatiedote lähetetään yleensä sähköpostilla tai tiedotejakelupalvelun kautta uutistoimituksiin. Mediatiedotteita lähettävät yritykset, järjestöt ja yhdistykset, joskus myös julkisuuden henkilöt. Mediatiedote liittyy usein ajankohtaiseen tapahtumaan, hankkeeseen, nimitykseen, organisaation saamaan huomionosoitukseen tai yrityksen tai yhteisön talouteen tai muuhun ajankohtaiseen asiaan, jolla lähettäjän arvion mukaan on uutisarvoa.

Yleisperiaate on, että Nurmeksen kaupungin tiedotteet lähetetään samanaikaisesti kaikille tiedotejakelulistien tiedotusvälineille, joista keskeisimpiä ovat Ylä-Karjala-lehti, Karjalainen ja Pohjois-Karjalan radio. Media tavoittelee yleisöjä kiinnostavia uutisaiheita, jotka se voi julkaista ensimmäisenä ja joihin sillä on yksinoikeus. Siksi toimittajat yleensä toivovat, että voisivat saada kiinnostavan juttuaiheen yksinoikeudella. Vain silloin, kun tiedotusväline on itse havainnut uutisaiheen tai markkinointiviestinnässä, joka ei kuulu kunnan lakisääteisen tiedottamisen piiriin, voidaan uutista tarjota yksinoikeudella valitulle tiedotusvä-

lineelle.

Yleensä tiedotteen laatii se, jolla on asiasta eniten tietoa, tai hänen valtuuttamansa henkilö. Liitteessä 2 on ohjeet tiedotteen kirjoittamiseen.

Uutisvinkki on tiedotetta epävirallisempi tapa ottaa yhteyttä tiedotusvälineisiin. Uutisvinkkejä voivat antaa myös yksityishenkilöt sähköpostilla, verkkomedian yhteydenottolomakkeella, sosiaalisen median palvelujen kautta, puhelimitse tai tapaamisissa tiedotusvälineiden edustajien kanssa.

**Tiedotustilaisuus on aiheellista järjestää silloin, kun halutaan esitellä medialle jotain paikan päällä olevaa tai kun medialta on odotettavissa aiheesta runsaasti kysymyksiä, joihin tiedote yksin ei vastaa.** Avajaiset, vihkiäiset, merkittävän hankkeen aloittaminen ja kunnan myöntämät palkinnot ja huomionosoitukset ovat esimerkkejä tiedotustilaisuuden arvoisista tapahtumista. Myös vakava häiriötilanne, kuten onnettomuus, tulipalo, lomautukset, irtisanomiset tai laajat palvelujen muutokset vaativat tiedotustilaisuuden. Medialle on annettava tilaisuus kysyä ja saada vastauksia. Huom. Vaikka toimitus haluaisi lähettää toimittajan paikalle/juttukeikalle tilaisuuteen, toinen kiireellisempi uutisoinnin arvoinen aihe voi mennä edelle, eikä toimittaja saavukaan paikalle.

Tiedotustilaisuus kannattaa järjestää alkuviikosta ja aamupäivällä klo 10–14. Jos uutinen koskee tiettyä paikkaa, tiedotustilaisuus pidetään mahdollisuuksien mukaan siellä. Median julkai-

## TIEDOTUSTILAIUUUDEN KUTSUUN

- Tiedotustilaisuuden aihe
- Aika ja paikka
- Tieto keitä kunnan edustajia on paikalla
- Kuka antaa lisätietoja ennen tiedotustilaisuutta

suaikataulu kannattaa huomioida. Kirjallinen kutsu lähetetään viikkoa ennen.

Toimituksia voi muistuttaa tarkistussoitolla pari päivää ennen tiedotustilaisuutta. Tällöin kerrotaan lisätietoja, jos uusia asioita on tullut esille. Kriisitilanteissa kutsu luonnollisesti lähetetään heti, kun paikka ja aika on päätetty.

Tilaisuudessa on etukäteen sovittu puheenjohtaja. Puheenjohtaja avaa ja päättää tilaisuuden, esittelee paikallaolijat, jakaa puheenvuorot ja pitää huolen ajankäytöstä. Sopiva tilaisuuden kesto on maksimissaan tunti. Tiedotustilaisuuteen varataan materiaalia jaettavaksi (kutsu, tiedote, mahdolliset lisätiedot). Materiaali lähetetään tilaisuuden jälkeen medialle.



## 5 VERKKOVIESTINTÄ JA SOSIAALINEN MEDIA

Verkkoviestintä on tiedonvälitystä, asiointia ja vuorovaikutusta internetin, intranetin, sosiaalisen median ja sähköpostin välityksellä.

Nurmeksen kaupungin sidosryhmäviestinnän kanavia ovat kaupungin verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat. Nurmes.fi-verkkosivut ovat asiointin ja palveluviestinnän tärkein kanava sekä ajankohtaisten uutisten ja tiedotteiden julkaisukanava. Verkkosivut ovat myös tiedotuskanava kuntalaisten vaikuttamismahdollisuuksista.

Kuntalaki määrittää, että kunnan järjestämiä palveluja ja toimintaa koskevat keskeiset tiedot tulee julkaista yleisessä tietoverkossa. Siellä tulee julkaista myös kunnan ilmoitukset, yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeelliset tiedot, kokouskutsut, asialistat ja päätöspöytäkirjat. Sosiaalisen median kanavat ovat yhä tärkeämpiä kuntalaisten osallistamisen ja vuorovaikutuksen kanavia. Kunnan sähköisten kanavien kohderyhmät, tavoitteet ja sisällöt on koottu alla olevaan taulukkoon.

Kanava	Kohdetyhmä	Tavoite	Sisältö
<b>www.nurmes.fi</b>	Kuntalaiset Yritykset Tiedotusvälineet Muut viranomaiset Työnhakijat	Tiedonvälitys Palautteenkeruu Kuntamarkkinointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunnan palvelut eri sidosryhmille</li> <li>• Päätösten uutisointi</li> <li>• Ajankohtaiset uutiset</li> <li>• Tietoa vaikuttamismahdollisuuksista</li> <li>• Kehittäminen ja hankkeet</li> <li>• Toiminnan muutokset</li> <li>• Rekrytointi</li> </ul>
<b>Facebook</b>	Kuntalaiset Nurmeksesta kiinnostuneet Tulevat kuntalaiset Työnhakijat	Tiedonvälitys Vuorovaikutus Kuntalaisten osallistaminen ja sitouttaminen Kuntamarkkinointi Rekrytointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uutisten jakaminen</li> <li>• Asiat, ilmiöt, tunnelmat</li> <li>• Valokuvat, videot</li> <li>• Osallistaminen ja kyselyt</li> <li>• Palautteen vastaanottaminen ja palautteisiin vastaaminen</li> <li>• Rekrytointi-ilmoitusten jako</li> </ul>
<b>LinkedIn</b>	Tulevat kuntalaiset Työnhakijat	Tiedonvälitys Kuntamarkkinointi Rekrytointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekrytointi-ilmoitukset</li> </ul>
<b>Youtube</b>	Kuntalaiset Nurmeksesta kiinnostuneet	Tiedonvälitys ja kuntalaisten sitouttaminen Kaupungin markkinointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videot (mm. valtuuston kokouksallenteet, matkailu, tapahtumat)</li> <li>• Asiat, ilmiöt, tunnelmat</li> </ul>
<b>Blogi(t):</b>	Kuntalaiset Nurmeksesta kiinnostuneet	Tiedon- ja tunnelmien välittäminen Kuntamarkkinointi Vuorovaikutus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nostot ajankohtaisista asioista</li> <li>• Tarinat</li> <li>• Suunnitelmat / taustat</li> <li>• Asiat, ilmiöt, tunnelmat</li> </ul>
<b>TikTok</b>	Nurmeksesta kiinnostuneet	Nuorten tavoittaminen ja osallistaminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaupungin palvelut ja ajankohtaiset asiat</li> </ul>
<b>Instagram</b>	Tulevat työntekijät Matkailijat Asukkaat	Mielikuvien luominen Tiedottaminen Osallistaminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valokuvat, videot</li> <li>• Tapahtumat ja muut ajankohtaiset</li> <li>• Asiat, ilmiöt ja tunnelmat</li> </ul>

## 5.1 Nurmeksen kaupungin verkkosivut

Nurmeksen kaupungin verkkosivut ovat sidosryhmäviestinnän pääkanava ja ”kotipesä”. Kaupungin verkkosivut ovat tärkeä tietolähde niin kuntalaisille, luottamushenkilöille, tiedotusvälineille kuin kunnassa toimiville yrityksille ja yhdistyksillekin.

Verkkosivuilta löytyy ajankohtaisia uutisia, tiedotteita ja kuulutuksia sekä tietoa kattavasti kaupungin toiminnasta ja palveluista. Verkkosivuilta löytyvät myös kuntalaisille suunnatut asiointipalvelut ja lomakkeet ja ohjaus niihin. Tiedottamisen lisäksi Nurmeksen kaupungin verkkosivut ovat tärkeä vaikuttamisen ja tulevaisuudessa myös kuntamarkkinoinnin kanava. Verkkosivuilla kerrotaan myös päätöksenteosta ja kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksista ja ohjataan palautteenantokanaviin.

Verkkoviestinnässä korostuu nopeus. Verkkosivujen kautta tulleisiin kysymyksiin ja palautteisiin tulee vastata kuten muihinkin palautteisiin niin nopeasti kuin mahdollista. Verkkosivujen kautta lähetetty palaute välitetään aiheesta vastaavalle kaupungin viranhaltijalle tai vastuuhenkilölle. Jos vastauksen selvittäminen vie aikaa, on verkkoviestintä-etiketin mukaista ilmoittaa palautteen antajalle, että palaute on käsittelyssä ja hänen asiaansa palataan heti kun mahdollista.

Jos palautteen antaja on jättänyt yhteystietonsa, palautteen antajalle on hyvä vastata, vaikka palautteessa ei suoranaisia kysymyksiä esitettäisikään. Nimettömiin, epämääräisiin ja asiattomiin viesteihin ei ole tarpeen vastata. Myös palautelomakkeella ilmoitetut mahdolliset asiavirheet kaupungin verkkosivuilla oikaistaan mahdollisimman pian.



### SÄHKÖISIÄ PALVELUJA NURMEKSESSA ESIM.

- Karttapalvelu
- Miunpalvelut
- Kuntarekry
- Rakennusvalvonnan sähköinen lupa-järjestelmä
- Kuntalaisaloite.fi
- Wilma-järjestelmä kouluille, vanhemmille ja oppilaille

Nurmeksen kaupungin hallintopalvelut vastaa Nurmeksen kaupungin verkkosivujen [www.nurmes.fi](http://www.nurmes.fi) ylläpidosta ja kehittämisestä. Kukin palvelualue vastaa omien sivujensa sisällöstä ja päivityksestä.

## 5.2 Viestintä sosiaalisessa mediassa

Merkittävä osa viestinnästä ja vuorovaikutuksesta käydään sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median käyttö palvelee monia eri tavoitteita. Nurmeksen kaupunki käyttää sosiaalista mediaa tiedottamiseen, vuorovaikutukseen, osallistamiseen ja palautteenantokanavana, mutta myös palvelujen markkinointiin.

Toisaalta sosiaalinen media tarjoaa työntekijöille myös mahdollisuuksia ammatilliseen verkostoitumiseen sekä osaamisen kehittämiseen ja jakamiseen. Nurmeksen kaupunki kannustaakin työntekijöitään verkostoitumaan ja tuomaan esille asiantuntemustaan sosiaalisen median välineissä kuten blogeissa, wikeissä, keskustelufoorumeilla ja yhteisö-

medioissa. Osallistuminen sosiaalisen median palveluihin on suotavaa, mutta ei pakollista.

**Sosiaalisen median kanavat ovat erinomainen tapa keskustella asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa, saada palautetta ja kehittää toimintaa sekä omaa osaamista ja verkostoitua myös ammatillisesti.**

Sosiaalisessa mediassa kannattaa käyttää epävirallista ja rentoa kieltä aivan kuin puhuisi vastaanottajalle. Vaikeaselkoista viranomaiskieltä on syytä välttää. Viestit ovat usein lyhyitä. Aina, kun mahdollista, kannattaa sosiaalisen median päivityksistä linkittää yksityiskohtaisempiin tietoihin verkkosivuilla. Muun muassa Twitterissä ja Instagramissa päivityksissä on syytä käyttää hashtageja (#avainsana) eli aihetunnisteita, joilla käyttäjät hakevat palveluista ja löytävät itseään kiinnostavia sisältöjä.

Nurmeksien kaupungilla on sosiaalisen median tilit Facebookissa, Instagramissa, TikToksissa, YouTubessa ja LinkedInissä. Lisäksi tiedottamisessa käytetään sähköistä uutiskirjettä. Kaupungin eri palveluilla ja yksiköillä on lisäksi omia sosiaalisen median kanavia. Kaupungin sosiaalisen median kanavat ovat listattu kaupungin verkkosivuille osoitteessa [www.nurmes.fi/some](http://www.nurmes.fi/some). Jos listasta puuttuu ylläpitämäsi kanava, ilmoita siitä kaupungin hallintopalveluun.

Sosiaalinen media vaatii aktiivista vuorovaikutusta. Perustettuja profiileja tulee päivittää säännöllisesti ja esitettyihin kysymyksiin ja kommentteihin vastata avoimesti ja mahdollisimman nopeasti. Kun julkaiset kuvia tms. sisältöä sosiaalisessa mediassa, huomioi tekijänoikeudet. Sosiaalisen median palvelujen ristiin linkittämiseen ja päivitysten ristiin jakamiseen kannattaa panostaa.

Uuden sosiaalisen median tilin luomisen tulee olla perusteltua. Harkitessasi uutta some-tiliä, mieti ja kirjaa ylös ainakin: mihin tarkoitukseen tili perustetaan, ketkä ovat viestinnän kohderyhmät, ketkä ylläpitävät palvelua ja miten onnistumista ja tuloksia mitataan. Hyväksytä uuden tilin luonti viestintätiimissä. Varmista myös, että palvelun ylläpitotunnukset löytyvät myös muulta tiimiltäsi ja Nurmeksien kaupungin hallintopalvelusta ylläpitäjämuutosten ja tietoturvahyökkäysten varalta.

## Työntekijällä lojaliteettivelvollisuus työntajansa kohtaan

**Vaikka toimit sosiaalisessa mediassa yksityishenkilönä, sinua voidaan pitää myös työyhteisösi edustajana.** Jos mainitset sosiaalisen median palvelun henkilöprofiilissa työnantajasi tai työ sähköpostiosoitteesi, esiinnyt tällöin myös Nurmeksien kaupungin edustajana.



Työntekijää sitoo lainsäädännössä määritelty lojaliteettivelvollisuus työnantajaa kohtaan. Salassa pidettävien asioiden kertominen julkisesti, omien esihenkilöiden julkinen haukkuminen tai työnantajaa vahingoittavat julkiset puheet eivät ole hyväksyttäviä. Epäasiallisen kohtelun nollatoleranssi koskee myös toimintaa sosiaalisessa mediassa. Sosiaalista media ei pidä käyttää työpaikan sisäisten asioiden, ongelmien ja ristiriitojen käsittelyyn. Ristiriitatilanteet, samoin kuin keskustelua vaativat



tilanteet, tulee aina ottaa esille lähiesihenkilön tai johtajien kanssa.

Henkilöön liittyviä kommentteja on syytä välttää. Kysy aina työkaveriltasi etukäteen lupa, jos käytät tai jaat heihin liittyvää tietoa verkossa. Ole kunnioittava työkavereita ja esihenkilöä kohtaan. Muista vaitiolovelvollisuus asiakkaan asioista.

Asioista saa olla eri mieltä ja oman mielipiteensä saa ilmaista hyvien käytöstapojen mukaisesti. Oma mielipide tulee kuitenkin ilmaista yksityishenkilönä, ei kaupungin tai sen yksikön virallisena kantana. Erityisesti sosiaalisessa mediassa toimiessa on tärkeä erottaa toimiiko siellä yksityishenkilönä vai kaupungin edustajana. Kaupungin virallisen kannan asioihin antaa asiayhteyden kannalta keskeisin esihenkilö tai johtaja.

## Tietoturva- ja suoja

Nurmeksien kaupungin käyttämissä sosiaalisen median palveluissa tulee noudattaa tietoturva- ja tietosuojajohjeistuksien mukaisia käytänteitä, jotka päivitetään vuoden 2023 aikana. Salassa pidettäviä ja luottamuksellisia tietoja ei saa käsitellä, tallentaa tai jakaa yksityiseen käyttöön tarkoitetuissa sosiaalisen median palveluissa tai ulkoisissa, pilvipalveluna ilmaiseksi tarjottavissa tallennuspalveluissa. Pidä huoli ettei kaupungin sisäisiä tai ei-julkisia työtiedostoja tai luottamuksellisia tietoja tai henkilötietoja joudu tätä kautta väärin käsiin. Sosiaalisessa mediassa liikkuu myös viruksia sisältäviä tiedostoja ja linkkejä. Jos epäilet viestin aitoutta, varmempaa on jättää linkki tai tiedosto avaamatta ja ilmoittaa asiasta Meitalle. Jos huomaat somekanavissa Nurmeksien kaupungin toimintaan tai henkilöstöön kohdistuvaa häirintää, uhkailua, huijauksia tai muita väärinkäytöksiä, ilmoita niistä asianhallintapäällikölle, tietosuojaja- ja tietoturvavastaavalle sähköpostitse. Sosiaalisen median työkäytössä tulee noudattaa samaa varovaisuutta kuin muussakin internetin käytössä, sillä sen kautta levitetään myös roskapostia, haittaohjelmia ja tehdään identiteettivarkauksia.

## Some-kuvat ja -videot ja tekijäoikeudet

Julkisella paikalla (kuten kadut ja puistot, kirjastot ja koulut) valokuvaaminen on sanavapauslain nojalla pääsääntöisesti sallittua, mutta julkaiseminen on eri asia. Lupa sekä kuvaamiseen että julkaisemiseen kannattaa kysyä kuvattavalta. Valokuvassa selkeästi tunnistettavan henkilön kuvaa ei saa käyttää ilman hänen kirjallista suostumustaan. Alaikäisen ollessa kyseessä vaaditaan lisäksi vanhempien lupa.



Sosiaalista media koskevat samat tekijänoikeussäännöt kuin muutakin verkkoa. Älä koskaan julkaise verkossa tai ota sieltä käyttöösi materiaalia (kuvia, videoita, tekstiä, grafiikkaa), johon sinulla ei ole lupaa tai jota ei ole erikseen tarkoitettu jaettavaksi.

## Luottamushenkilönä sosiaalisessa mediassa

Luottamushenkilöt toimivat sosiaalisessa mediassa omalla profiilillaan tai erillisellä poliitikoprofiilillaan. He edustavat somessa itseään sekä toimivat myös taustaryhmänsä ja Nurmeksens kaupungin lähettiläinä. Luottamushenkilöiden tehtävä on pitää osaltaan huolta Nurmeksens kaupungin maineesta ja edesauttaa positiivisen kaupunkikuvan ja ilmapiirin rakentamista. Luottamushenkilöt voivat oikoa kaupungin toimintaa koskevia virheellisiä käsityksiä somekanavissa. Loan heittoon kaupunkia tai sen työntekijöitä kohtaan luottamushenkilöt eivät osallistu. Asiakokonaisuuksiin liittyvät faktat on syytä tarkistaa ennen keskustelua sosiaalisessa mediassa. "Ei-julkisten" eli keskeneräiseen asiaan liittyvien asiakirjojen osalta tiedon jakamiseen sosiaalisessa mediassa pätevät samat säännöt kuin muuhunkin valmisteluvaiheessa olevan tiedon jakamiseen. Mahdollisuus tiedon jakamiseen tulee varmistaa asiaa valmistelevalta viranhaltijalta. Salassa pidettäviä tietoja tai sellaisia henkilötietoja, joita ei voisi muutenkaan laittaa verkkoon, ei julkaista sosiaalisessa mediassa. Jos luottamushenkilö on myös työ- tai virkasuhteessa kaupunkiin, somen käyttö työaikana tulee suunnata työasioihin, mikäli se kuuluu työtehtäviin.

» Sosiaalisen median kanavat: [www.nurmes.fi/some](http://www.nurmes.fi/some)

## 5.3 Sähköposti ulkoisessa viestinnässä

Sähköposti on kohdennettu viestinnän väline, jota käytetään yhdelle henkilölle tai rajatulle joukolle suunnattuun viestintään. Sähköpostilla lähetetään myös koko henkilöstöä koskevia tiedotteita silloin, kun viestin halutaan tavoittavan välittömästi vastaanottajat, esim. kaupungin palveluihin laajasti vaikuttavat häiriötilannetiedotteet.

Nurmeksens kaupungin työntekijöiden on mahdollista käyttää myös Teams -palvelua, jolla voi viestiä reaaliaikaisesti työntekijöiden kesken (chat), järjestää puhelin- ja videoneuvotteluja sekä jakaa tiedostoja ja esittäjän näytön palaverin aikana siihen osallistuville. Teamsissa on mahdollista lähettää pikaviestejä kahden henkilön kesken tai luoda ryhmäkeskustelu.



### PIKAVIESTINTÄ TEAMSISSÄ ON KÄTEVÄ VÄLINE

- Nopeisiin kysymyksiin ja vastauksiin
- Aikataulujen sopimiseen kahden henkilön tai ryhmän kesken

Pikaviestintä sopii erityisen hyvin nopeisiin kysymyksiin ja vastauksiin sekä aikataulujen koordinointiin. Pikaviestintä helpottaa työskentelyä vain silloin, kun työpöytäkoneella työskennellessäsi olet kirjautuneena Teamsiin.

## 6 MARKKINOINTIVIESTITÄ

Markkinointiviestintä on osa Nurmeksen kaupungin viestintää ja sen kautta tuodaan esiin Nurmeksen kaupungin vahvuuksia ja strategisia painotuksia haluttujen mielikuvien synnyttämiseksi ja kysynnän aikaansaamiseksi. Puhutaan myös kuntamarkkinoinnista.

Viestinnässä tietoa kaupungista ja sen palveluista ja vahvuuksista jaetaan tasapuolisesti eri sidosryhmille. Markkinointiviestintä on tavoitteellisempaa ja valituille ja rajatuille kohderyhmille suunnattua. Viesti on pohjimmiltaan sama, mutta markkinointiviestinnässä se nuotoillaan usein tiiviimmin ja iskevämmin.

**Markkinointiviestinnän kanavat ja tavat.** Markkinointiviestinnän muotoja ovat mainonta lehdissä, verkossa ja hakusanainannon avulla, tiedotus- ja suhdetoiminta muun muassa sponsorointi- ja tapahtumayhteistyön kautta ja myyninedistäminen esimerkiksi messuilla ja näyttelyissä, hakukoneoptimointi ja vaikuttamisviestintä.

Sähköistä markkinointiviestintää on helpompi kohdentaa, sen vahvuutena on vuorovaikuteisuus ja sen tuloksia on myös helpompi mitata. Onnistunut sisältömarkkinointi kuten blogit ja niin kutsutut natiiviartikkelit printti- ja verkkomediaissa voivat parhaimmillaan johtaa laajaan myönteiseen näkyvyyteen verkossa.

Nurmeksen kaupunki pyrkii toteuttamaan myönteisiä mielikuvia herättävää ja mieleenpainuvaa markkinointiviestintää useissa eri kanavissa ja eri kohderyhmille. Yksi keskeinen imago-markkinoinnin keino Nurmeksessa on tapahtumien tukeminen. Kaupunki saa myönteistä näkyvyyttä tapahtumissa, hyödyn-tää tapahtumia suhdetoiminnassa ja samalla tukee kaupungin elinvoimaa ja yrittäjyyttä. Tapahtumayhteistyöhön lähtemisen periaatteena on, että tapahtuma sijoittuu Nurmekseen tai liittyy jollakin muulla tavoin nurmeslaiseen toimijaan ja se hyödyttää Nurmeksen asukkaita, yrityksiä tai yhdistyksiä.



### MARKKINOINTIVIESTITÄÄ ON

- Mainonta
- Tiedotus- ja suhdetoiminta
- Myyninedistäminen
- Hakukoneoptimointi
- Sisältömarkkinointi
- Vaikuttamisviestintä

## Kunnan markkinointiviestinnän kohderyhmiä ovat

- asukkaat • (paluu)muuttajat • osaajat • yritykset
- investorit • päättäjät • tapahtumakävijät • kunnan vieraat

**Markkinointia ei voi kokonaan ulkoistaa.** Toimialueet markkinoivat omia palvelujaan ja hankkeitaan osaamisellaan. Parasta markkinointia onkin hyvästä asiakaspalvelusta, aidosta osaamisesta ja asiantuntijuudesta nouseva palvelun laatu. Hallintopalvelut auttaa kaikessa markkinointiin liittyvässä, kuten esitteiden ja muun materiaalin teossa. Osa markkinointiviestinnästä kannattaa toteuttaa kaupungin ulkopuolisilla viestintäammattilaisilla.

### Markkinointiviestinnän muistilista:



1. Määrittele kohderyhmä, johon haluat vaikuttaa.
2. Mieti, minkä vaikutuksen haluat saada aikaan.
3. Suunnittele viestin sisältö (kuvamaailma, tunnelma, kirjoitustyyli)
4. Valitse viestintäkanavat.
5. Valitse toteutus- ja arviointimenetelmät.
6. Kun olet toteuttanut kampanjan, mittaa miten se onnistui.

## 7 VISUAALINEN ILME

Jokaisella kunnalla on maine – positiivinen, negatiivinen tai neutraali. Kaikki kunnan teot ja tekemättä jättämiset vaikuttavat maineeseen. Maine rakentuu arkisesta työstä ja vuorovaikutuksesta, kohtaamisista ihmisten välillä. Siksi jokainen Nurmeksien kaupungin työntekijä ja kuntalainen on brändilähtettiläs.

» Graafinen ohjeisto: Intranet » Viestinnän ohjeet

### 7.1 Visuaalinen ilme ja graafinen ohjeistus

Yhtenäinen ja tunnistettava visuaalinen ilme tekee Nurmeksien kaupungin viestinnästä erottuvan, parantaa kaupungin tunnettuutta ja vahvistaa brändiä. Kaikessa Nurmeksien kaupungin viestinnässä käytetään Nurmeksien kaupungin graafisen ohjeiston mukaista yhtenäistä visuaalista ilmettä käytikorteista esitteisiin ja verkkosivuista muihin sähköisiin palveluihin ja materiaaleihin.

Nurmeksien kaupungin graafinen ohjeisto määrittelee kaupungin visuaalisen ilmeen ja tarjoaa työvälineet viestinnän toteuttamiseen. Graafinen ohjeisto määrittelee logon ja vaakunan käytön sekä typografian ja eri elementtien käyttötavat. Lisäksi ohjeisto antaa esimerkkejä visuaalisen ilmeen käytöstä. Käytössä oleva graafinen ohjeisto tuli voimaan syksyllä 2014.

Kun suunnittelet uuden materiaalin tekemistä tai vanhan päivittämistä, tutustu graafiseen ohjeistoon ja varmista, että materiaali toteutetaan yhtenäisen visuaalisen ilmeen mukaisesti. Hallintopalvelusta saat tarvittaessa apua materiaalin toteuttamiseen yhtenäisen ilmeen mukaisesti.

### 7.2 Logo, vaakuna ja markkinointitunnukset

#### Nurmeksien kaupungin vaakuna

Kaikilla kunnilla ja kaupungeilla on käytössään heraldinen tunnus eli vaakuna. Nurmeksien kaupungin vaakunaa käytetään valtuuston ja muissa virallisissa yhteyksissä.

#### Nurmeksien kaupungin logo

Nurmeksien kaupungin logoa käytetään kaikissa kaupungin markkinointi- ja viestintämateriaaleissa. Logoa käytetään ensisijaisesti värillisenä ja tummilla väripohjilla valkoisena, mustapohjaista versiota vain silloin, kun julkaisu on mustavalkoinen.

## Nurmes- Askeleen edellä-tunnus

Nurmes- Askeleen edellä -tunnusta käytetään muun muassa erilaisten tapahtumien yhteydessä ja joissakin markkinointimateriaaleissa.

» Ohjeet vaakunan ja logon käytöstä: intranet » Viestinnän ohjeet

### 7.3 Markkinointi- ja viestintämateriaalit

Nurmeksen kaupungin word-pohjaiset asiakirjapohjat ja powerpoint-esityspohjat on tehty tukemaan ja helpottamaan jokaisen työntekijän viestintää. Löydät ne yhteiseltä L-verkkolevyltä Viestintä-kansiosta sekä intranetistä. Esittelykäyttöön on lisäksi muutamia valmiita Nurmeksen kaupungin esittelykalvosarjoja, joista voi valita omaan esitykseen sopivat diat. Kaupungin yhteinen kuvapankki löytyy henkilöstön yhteiseltä verkkoasemalta L:\Yhteiset\kuvat. Kuvapankissa oleviin kuviin on vapaat käyttöoikeudet Nurmeksen kaupunkiin liittyvässä viestinnässä, ellei toisin ole mainittu. Kuvapankista löytyy valokuvia muun muassa henkilöistä, rakennuksista, palveluista ja tapahtumista. Muita kuvia viestintään kannattaa etsiä maksuttomista tai maksullisista kuvapankeista. Valitse kaupungin graafisessa ohjeistossa kuvattuun Nurmeksen persoonaan sopivia kuvia.



#### NURMEKSEN KAUPUNGIN VIESTINTÄMATERIAALIT

- Kirje-, ja käyntikorttipohjat
- Asiakirja- ja esityspohjat
- Esittelydiasarjat
- Julkaisut ja esitteet mm. tilinpäätös- ja talousarviokirjat
- Esitemateriaaleja osastoittain
- Vapaa-aikatoimen Vatti-esite - kysy ilmoitustilaa myös muille palveluille

Nurmeksen kaupungin Youtube-kanavan videoita kannattaa hyödyntää tarpeen mukaan. Videoita löytyy muun muassa hankkeista, matkailusta, tapahtumista ja kaupungin päätöksenteosta.

» Asiakirja- ja esityspohjat sekä viestintä- ja markkinointimateriaalit: L-verkkolevy » Yhteiset -Viestintä

## 7.4 Messut, näyttelyt ja tapahtumat

Nurmeksen kaupunki on mukana monissa tapahtumissa, näyttelyissä ja messuilla. Apua messuosaston suunnitteluun Nurmeksen kaupungin brändi-ilmeen mukaiseksi voit pyytää hallintopalvelusta. Hallintopalvelusta on lainattavissa messu- ja tapahtumakäyttöön brändi-ilmeen mukaisia roll- upeja ja mainoslakanoita. Muista osastokalusteista ja niiden painatuksesta vastaa tapahtumasta vastaava toimialue tai yksikkö.

» Apua messuosaston suunnitteluun ja messutarvikkeet:  
Hallintopalvelut » Johdon sihteeri ja toimistosihteerit

## 7.5 Muu maksettu mainonta ja työpaikkailmoitukset

Nurmeksen kaupunki toteuttaa maksettua mainontaa tilanne- ja kampanjakohtaisesti erillisten markkinointisuunnitelmien mukaisesti sekä digitaalisesti että printtimedioissa. Käytettäviä paikallisia printtimedioita ovat muun muassa Ylä-Karjala -lehti ja Karjalainen. Toimialueet voivat mainostaa palveluitaan itsenäisesti harkitsemisissaan kanavissa. Ilmoitukset tulee toteuttaa Nurmeksen kaupungin graafisen ohjeen mukaisesti.

### Työpaikkailmoitukset

Avoimista työpaikoista ilmoittamisesta vastaa kaupungin hallintopalvelut yhdessä rekrytoivan osaston kanssa. Nurmeksen kaupungissa avoimena olevista työpaikoista ilmoitetaan kaupungin verkkosivuilla, Kuntarekry.fi-palvelussa ja TE-palvelujen Työmarkkinatori-palvelussa sekä tarvittaessa printtimainontana.

» Avoimet työpaikat:  
[www.nurmes.fi/avoimet-tyopaikat](http://www.nurmes.fi/avoimet-tyopaikat) & Kuntarekry





## Häiriötilanneviestinnän muistilista

- Mitä on tapahtunut,
- Missä on tapahtunut,
- Mitä on tehty ja tehdään tilanteen korjaamiseksi,
- Miten tapahtuma vaikuttaa ihmisten normaaliin elämään,
- Toimintaohjeet, jos ne ovat tarpeen ja
- Mistä, milloin ja keneltä saa lisätietoja?

» Kriisiviestinnän toimintaohjeet valmiussuunnitelmassa:  
Intranet » Ohjeet ja lomakkeet »

## 8 HÄIRIÖTILANNEVIESTINTÄ

Häiriötilanteissa ihmisten tiedontarve kasvaa. Mitä nopeammin ja avoimemmin tiedotetaan, sitä vähemmän väärät tiedot ja huhut leviävät. Häiriötilanteita ovat esimerkiksi häiriöt veden-, sähkön- tai lämmönjakelussa, vakavat onnettomuudet ja uhkatilanteet, tulipalot, tartuntatautiepidemiat, talouteen, rahoitukseen ja tietoturvaan liittyvät ongelmat tai oman organisaation virheet ja niistä aiheutuva negatiivinen julkisuus tai muu negatiivinen julkisuus.

### Häiriötilanneviestinnän periaatteet.

Häiriötilanteen ulkoisella viestinnällä annetaan



kuntalaisille, yhteisöille ja muille sidosryhmille heidän tarvitsemiaan ohjeita, tuetaan rauhallisuuden säilyttämistä ja kumotaan vahingollisia huhuja. Ulkoisella viestinnällä tiedotetaan toimenpiteistä, joita on tehty turvallisuuden takaamiseksi ja normaalitilan



### Häiriötilanneviestinnän päätavoitteena on

- varoittaa tapahtuneesta
- antaa toimintaohjeet lisävahinkojen välttämiseksi
- estää huhujen leviäminen
- auttaa organisaatiota palautumaan normaalitilaan.

palauttamiseksi. Ulkoiseen häiriötilanneviestintään sisältyy myös yhteydenpito tarvittaessa valtion viranomaisiin ja yhteistyö naapurikuntien tiedottajien kanssa.

**Häiriötilanneviestinnässä korostuvat nopeus, avoimuus, luotettavuus, tehokkuus ja selkeys.** Nopea tiedottaminen estää lisävahinkojen syntymistä ja rauhoittaa ihmisiä. Se antaa myös mahdollisuuden tuoda ensimmäisenä esille oma näkemys tapahtuneesta.

**Myös häiriötilanteissa sisäinen viestintä hoidetaan aina ensin.** Häiriötilanteessa oman henkilökunnan pitää tietää tapahtuneesta niin paljon, että se osaa toimia tilanteen vaatimalla tavalla. Sisäisellä tiedotuksella turvataan tiedonsaanti ja keskinäinen vuorovaikutus kunnan hallinto-organisaation sisällä sekä luottamushenkilöille.

**Häiriötilanteissa ulkoisen viestinnän pääkanava ovat kaupungin verkkosivut ja niiden ohella sosiaalisen median kanavat sekä tarvittaessa perustettava palvelunumero.** Kaupungin vaihde ohjeistetaan tilanteen vaatimalla tavalla tarvittaessa, koska mitä tahansa on tapahtunut, lisätietoa todennäköisesti koetaan saada ensin puhelinvaihteen kautta. Häiriötilanteessa viestintäkanava valitaan tilanteen ja kohderyhmän mukaan. Häiriötilanneviestinnän muita kanavia ovat intranet, tekstiviestit asukkaille, sähköposti, mediatiedote ja tiedotustilaisuus, paikallislehti, keskusradio, ilmoitustaulut ja koulujen, päiväkotien ym. laitosten kautta jaettavat tiedotteet.

Häiriötilanneviestinnässä tulee myös varautua tilanteisiin, joissa sähköä ei ole ja tietoverkot eivät toimi. Tällöin käytettäviä kanavia ovat radio, kaiutinautot, tiedotteiden jakelu infopisteisiin sekä asukkaille suoraan postilaatikkoon jaettavat tiedotteet (lähettitoiminta). Häiriö- ja kriisitilanteissa viestintä on tärkeä osa kaupungin toimintaa. Kaupungin valmiussuunnitelmasta löytyvät toimintaohjeet häiriö- ja kriisitilanteiden viestintään.

**Vastuut häiriötilanteissa.** Häiriötilanneviestintää johtaa usein viranomainen kuten pelastuslaitos, poliisi tai ympäristöviranomainen. Tällöin kaupungin viestintä tukee muuta viranomaistoimintaa, ellei kaupunki ole johtava viranomainen tilanteessa. Poikkeusoloissa häiriötilanneviestinnän järjestämisestä paikallisella tasolla huolehtii kaupunki. Häiriötilanneviestinnän ylin päätäntävalta on kaupunginhallituksella, häiriötilanneviestinnästä ja sen johtamisesta vastaa kaupunginjohtaja ja hänen alaisuudessaan hallintopalvelut. Poikkeusoloissa kaupungin viestintää tarvittaessa tehostetaan. Tällöin hallintojohtaja toimii johtokeskuksen tiedotuspäällikkönä apunaan tiedotusyksikkö, jonka työvoima kootaan pääosin hallintopalvelun henkilöstöstä

## Liite 1 Kaupungin viestintää ohjaava lainsäädäntö

### Kuntalaki 22 § ja 29 §:

”Viestintä

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

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

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

Kunnan asukkailla ja palveluiden käyttäjillä on oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Valtuuston on pidettävä huolta monipuolisista ja vaikuttavista osallistumisen mahdollisuuksista.

Osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää erityisesti:

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

### Muuta lainsäädäntöä

- Hallintolaki (434/2003)
- Kuntalaki (410/2015)
- Laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (621/1999)
- Maankäyttö- ja rakennuslaki (132/1999)
- Ympäristönsuojelulaki (527/2014)
- Tietosuojalaki (1050/2018)
- Laki julkisista hankinnoista ja käyttöoikeussopimuksista (1397/2016)
- Laki julkisista kuulutuksista (34/1925)
- Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä (460/2003)
- Laki sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa (13/2003) + muutossäädökset
- Laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa (449/2007)
- Arkistolaki (831/1994)
- Asetus viranomaisten toiminnan julkisuudesta ja hyvästä tiedonhallintatavasta (1030/1999)
- Tekijänoikeuslaki (404/1961)

## Liite 4: Malli tiedotteelle

*Tiedotteessa käytetään Nurmeksen kaupungin kirjelomakepohjaa (lomakepohja ladattavissa L:kansio/Yhteiset/xxx). Tiedotteen mitta saa olla enintään yhden A4-arkin verran.*

Nurmeksen kaupunki tiedottaa

Julkaistavissa x.x.xxxx

Otsikko kertoo tiedotteen tärkeimmän asian

Pääotsikon on oltava ytimekäs, napakka ja huomiota herättävä. Otsikon on kerrottava tiedotettavasta asiasta kaikki olennainen. Tärkeimmät asiat kirjoitetaan tiedotteen otsikkoon ja kahteen ensimmäiseen lauseeseen. Tästä alusta on käytävä ilmi se, miksi tiedote on tehty ja miksi se on tehty juuri nyt. Jos tiedote lähetetään tiedotusvälineille sähköpostitse, on muistettava otsikoida myös sähköpostiviesti selkeästi ja aihetta kuvaavasti.

Seuraavissa kappaleissa käsitellään asiat tärkeysjärjestyksessä. Taustatiedot sijoitetaan tiedotteen loppuun. Tiedotteen tekstiosaan on syytä tiivistää koko tiedotettava asia, koska toimittajilla ei välttämättä ole aikaa perehtyä laajoihin taustamateriaaleihin.

Tiedotteen alun on vastattava kysymyksiin kuka, mitä, missä, milloin, miten ja millaisin seurauksin.

Teksti on kirjoitettava valmiiksi uutismuotoon, jotta se on helppo julkaista tarvittaessa sellaisenaan. Tiedotteen tyylin on oltava asiallinen, mutta tylsä sen ei tarvitse olla.

Tiedotteessa on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää yleiskieltä, ei sivistyssanoja, ammattikieltä tai lyhenteitä, elleivät lyhenteet ole yleisesti tunnettuja. Tiedotteessa on käytettävä lyhyitä ja selkeitä lauseita. Tiedotteessa kannattaa käyttää mahdollisimman vähän numeroita, silloin kun niitä on tarpeen käyttää, kannattaa niitä pyöristää.

Tiedotetta laadittaessa on oltava erityisen tarkka siitä, että luvut, nimet ja tittelit ovat oikein. Tiedoteteksti on ennen sen julkaisemista käytettävä tarkistettava myös sillä henkilölle, joka merkitään lisätietojen antajaksi.

Tiedotteen loppuun merkitään selkeästi se, kuka antaa asiassa lisätietoja (ja milloin hän on tavoitettavissa). Tiedotetta lähetettäessä on aina varmistettava, että lisätietojen antaja on varmasti tavoitettavissa. (Esim. Lisätietoja: ammattinimike etunimi sukunimi, toimialue, puh. xxxx, etunimi.sukunimi@nurmes.fi)



## Lisätietoja:

**Leena Timonen**  
**hallintojohtaja**

p. 040 104 5002

leena.timonen@nurmes.fi

Kirkkokatu 14 | 75500 NURMES

Taitto:

Jarmo Komsa | suunnitteluavustaja, Nurmeksen kaupunki

Kuvituskuvat: Nurmeksen strategia 2021-2025 ja mainostoimisto Filmbutik (Valve Media Oy)

