

VAIN  
HYVIÄ  
SYITÄ

PUDASJÄRVEN KAUPUNKIKONSERNIN  
VIESTINTÄOHJELMA

≡ PUDASJÄRVI ≡



# PUDASJÄRVEN KAUPUNKIKONSERNIN VIESTINTÄOHJELMA

## SISÄLLYS:

### 1. YDINVIESTI

### 2. VIESTINNÄN PERIAATTEET

### 3. VIESTINNÄN VASTUUT

### 4. VIESTINNÄN OHJEET

#### A. SISÄINEN VIESTINTÄ

##### 1. HYVÄ SISÄINEN VIESTINTÄ

##### 2. SISÄISEN VIESTINNÄN VÄLINEET / KANAVAT

#### B. ULKOINEN VIESTINTÄ

##### 1. SÄHKÖISET VIESTINTÄKANAVAT JA NIIDEN ROOLIT

##### 2. KAUPUNGIN VERKKOPALVELUN, SOSIAALISEN MEDIAN JA SOVELLUSTEN PÄÄPERIAATTEET

###### A. SOSIAALISEN MEDIAN KANAVAT JA VIESTINNÄLLISET MOBIILISOVELLUKSET

###### B. OHJEITA SOSIAALISEN MEDIAN TEKIJÄLLE

###### C. YKSITYISHENKILÖNÄ SOMESSA

###### D. NEGATIIVISTEN TUNTEIDEN KOHTAAMINEN JA EPÄASIALLINEN VIESTINTÄ SOMESSA

##### 3. TIEDOTTEEN LAATIMINEN

##### 4. INFOTILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN

##### 5. MILLOIN ERILLINEN VIESTINTÄSUUNNITELMA ON TARPEEN?

##### 6. PÄÄTÖSVIESTINTÄ

##### 7. KONSERNIOHJE

##### 8. KANSAINVÄLINEN VIESTINTÄ

##### 9. SIDOSRYHMÄVIESTINTÄ

##### 10. VIESTINNÄN SAAVUTETTAVUUS

#### C. VIESTINTÄ NORMAALIOLOJEN HÄIRIÖTILANTEISSA JA POIKKEUSOLOISSA

#### D. KAUPUNGIN LAHJATAVARAT

## LISÄOHJEITA VIESTINTÄÄN:

- Graafiset ohjeet: <https://www.pudasjarvi.fi/kaupunki-info/viestinta-ja-markkinointi/graafinen-ohjeisto>
- Kaupungin brändi-/markkinointiohjeet valmisteilla v. 2019-2020

# YDINVIESTI

**Pudasjärvi on luonnonantimien ja hirren koti, vahvasti kasvava maaseutumainen, suurkaupungin aktiivista kumppanuutta hyödyntävä monikulttuurinen ja persoonallisuuksia kiinnostava kaupunkialue.** [https://www.pudasjarvi.fi/tiedostot/liitteet/suunnitelmat-ohjelmat/kuntastrategia\\_2017-2027.PDF](https://www.pudasjarvi.fi/tiedostot/liitteet/suunnitelmat-ohjelmat/kuntastrategia_2017-2027.PDF)

## VIESTINNÄN PERIAATTEET

**Pudasjärven kaupungin viestinnän tarkoituksena** on edistää asukkaiden, kaupungin työntekijöiden ja luottamushenkilöiden tiedonsaantia sekä osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia. Viestinnällä pyritään lisäämään myös kaupungin mainetta ja tunnettuutta, sekä vahvistamaan sidosryhmien toimintaedellytyksiä.

**Pudasjärven vetovoimaa vahvistavat** neljä ominaisuutta ovat luonnollinen, itsetuntoinen, terveellinen ja eloisa. Nämä persoonallisuustekijät luovat viestinnän sielun ja selkärangan ja niiden tulisi siksi ilmetä kaupungin viestinnässä ja toiminnassa – sekä teksteissä että kuvissa.

- Viestintäohjeet pohjautuvat kaupungin strategiaan 2017-2027: [https://www.pudasjarvi.fi/tiedostot/liitteet/suunnitelmat-ohjelmat/kuntastrategia\\_2017-2027.PDF](https://www.pudasjarvi.fi/tiedostot/liitteet/suunnitelmat-ohjelmat/kuntastrategia_2017-2027.PDF)
- Tuomme viestinnässä aktiivisesti esille elinvoimaa, yhteisöllisyyttä ja uusia toimintatapoja.
- Viestintä korostaa Pudasjärven persoonallisuutta.
- Viestinnän tulee olla avointa, vuorovaikutuksellista ja osallistavaa sekä Pudasjärvi-henkeä nostattavaa. Haemme kokeilemalla uusia tapoja viestiä entistä paremmin.
- Viestinnässä kiinnitetään huomiota viestinnän saavutettavuuteen eri väestöryhmissä. Verkkosivut, mobiilisovellukset ja sisällöt ovat sellaisia, että kuka tahansa voisi niitä käyttää ja ymmärtää mitä niissä sanotaan. <https://vm.fi/saavutettavuusdirektiivi>
- Viestintä on tavoitteellista ja mitattavaa.
- Sisäinen viestintä on aktiivista ja oikein ajoitettua.
- Viestintäohjelma sitoo kaikkea viestintää. Myös tytäryhtiöt noudattavat soveltuvin osin tätä viestintäohjelmaa ja ohjeistusta.
- Osallisuuden edistäminen ja kestävä kehitys ovat tärkeä osa kaupungin viestinnän toimintatapaa.

Viestinnässä on muistettava aina kohderyhmä ja kunnan palvelujen käyttäjät: kuntalaiset.



## VIESTINNÄN VASTUUT

- Kaupungin viestintä pohjautuu kuntalakiin ja avoimuuden korostamiseen (Kuntalaki § 29).
- Kaupunginhallitus johtaa Pudasjärven kaupunkikonsernin viestintää, hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat (Pudasjärven kaupungin hallintosääntö 2019, 6 §).
- Kaupungin viestinnästä vastaa hallintotoiminta henkilöstöpäällikön johdolla.
- Vastualuejohtajat ja toimitusjohtajat ovat normaalioloissa vastuussa oman vastualueensa operatiivisesta viestinnästä ja sen sisällöstä.
- Kaiken viestinnän on noudatettava kaupungin viestintäohjelmaa ja ylintä viestintävastuuta kantavien antamia ohjeita. Poikkeusoloissa viestintävastuut on määritelty erikseen (kts. Viestintä normaaliolojen häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa).
- Pudasjärven kaupunkikonserniin perustettua viestintätiimiä johtaa henkilöstöpäällikkö. Viestintätiimi vastaa kaupungin viestinnän ohjeistuksesta ja toteutuksesta yhdessä eri vastualueiden kanssa.

- Pudasjärven viestijät –verkosto koostuu paikallisista viestintää tekevästä toimijoista, yrityksistä ja yhdistyksistä sekä lehdistöstä ja sen toiminta tähtää yhteisten Pudasjärven elinvoimaa edistävien viestinnällisten tavoitteiden toteuttamiseen.
- Pudasjärven kaupungin hallintotoimi ja Pudasjärven Kehitys Oy vastaavat kaupungin markkinoinnista ylintä markkinointivastuuta kantavien ja omistajaohjauksesta vastaavien tahojen ohjeita noudattaen (kaupunginhallitus ja kaupunginjohtaja).
- Kaupunkikonsernin yhtiöt noudattavat kaupungin viestintäohjeita; poikkeuksena osakeyhtiölain piirissä olevat salassa pidettävät asiat. Kaupungin konserniohje v. 2017: <http://www.oulunkaari.org/pudasjarvi/kokous/20171861-7-1.PDF>
- Merkittävistä hankkeista tai muutoksista on tehtävä erilliset viestintäsunnitelmat, joissa määritellään vastuut erikseen.

## VIESTINNÄN OHJEET

Tämä opas antaa arjessa toteutettavaan viestintään ohjeita ja hyviä käytänteitä. Viestintäohjeita päivitetään aktiivisesti – vähintään kerran vuodessa.

### KUNTALAKI §29 OHJEISTAA VIESTINTÄÄ:

- **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.”**

Pudasjärvellä korostamme kuntalain hengen mukaisesti avoimuutta ja vuorovaikutusta. Keskeinen viestinnän kanavamme on kaupungin verkkosivut [www.pudasjarvi.fi](http://www.pudasjarvi.fi). Kuntalain säätelemä viestintävelvollisuus kattaa kunnan kaiken toiminnan riippumatta siitä, miten toiminta on organisoitu: <https://www.kuntaliitto.fi/asiantuntijapalvelut/osallistuminen-ja-vuorovaikutus/viestinta-ja-markkinointi/kuntaliitto-kuntien-viestinnan-tukena/ohjeita-ja-oppaita-kuntien-viestintaan>

Katso myös Viestinnän eettinen neuvottelukunta, eettiset ohjeet: <http://ven.fi/ohjeet/viestinnan-eettiset-ohjeet/>

## A. SISÄINEN VIESTINTÄ

**Strategiatyön jalkauttamisessa on aina kyse entistä paremmasta organisaation tavoitteiden ja tarkoituksen viestinnästä sisäisesti: miksi olemme olemassa, miten toimimme ja mitä teemme.** Viestintä tarvitsee ketteriä keinoja, koska maailma muuttuu jatkuvasti kiihtyvällä nopeudella. Reagointi muutoksiin pitää tapahtua mieluusti jo tänään – muutoin on jo myöhäistä. Pienillä jatkuvilla parantamisilla –toiminnan kehittämisen on enemmän merkitystä kuin kerralla tehdyillä pitkäkantoisilla suunnitelmissa. Kehittäminen kuuluu kaikille ja yhteiseen kehittämiseen kuuluvat ketterät kokeilut.

**Jatkuva parantaminen – toiminnan kehittäminen tarkoittaa ko. asian parempaa viestintää, sisäistä ja ulkoista.** Se vaatii kiteyttämistä, yksinkertaistamista, järjen ja tunteen yhdistämistä. Ja tästä ketterässä strategiatyössä on aina kyse, jatkuvasta ja entistä paremmasta organisaation tavoitteiden ja tarkoituksen viestinnästä – tehtävän työn näkyväksi tekemisestä. Pitkässä juoksussa mikään ei ole tätä tärkeämpää.

**Toimivaksi koettu sisäinen viestintä sitouttaa ja motivoi.** Kun työntekijä kokee olevansa asioista perillä, hän voi keskittyä ydintehtäväänsä. Tiedonkulku koetaan luotettavana ja asioista kuulee ensiksi sisäisesti. Yhteishenki vahvistuu ja vaihtuvuus vähenee. Kun henkilöstö on motivoitunut, paranee myös asiakaskokemus. Sisäinen viestintä onkin palvelumuotoilun työkalu. Asiakaskokemus alkaa organisaation sisällä.

**Toimiva sisäinen viestintä näkyy siis paitsi sitoutuneempina työntekijöinä, työmotivaation kasvuna myös parempana asiakaskokemuksena – mikä mahdollistaa liiketoiminnallisten ja mielikuvallisten tavoitteiden saavuttamisen.**

### 1. HYVÄ SISÄINEN VIESTINTÄ

**Hyvä sisäinen viestintä on edellytys hyvälle ulkoiselle viestinnälle.** Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea tiedonkulkua ja vuorovaikutusta, joka tapahtuu konsernin jäsenten tai ryhmien välillä. Sisäisen viestinnän ohjeet koskevat myös konserniyhtiöitä, vaikka heillä on lisäksi omaa sisäistä viestintää.

**Viestintään osallistuvat organisaatiossa kaikki ja viestintä voi olla sekä virallista että epävirallista.** Viestintää on sähköpostiviesti, Messenger- tai WhatsApp -viesti, palaveri, palaute, henkilöstöpäivä ja johtoryhmän kokous. Sitä on myös jokainen kohtaaminen ja tervehtiminen työyhteisössä sekä esitetyt puheenvuorot äänensävyineen, katseineen ja ilmeineen. Kasvokkaista viestintää pidetään edelleen sisäisen viestinnän keskeisimpänä kanavana.



Kirsi Piha: Sisäinen viestintä 2014

**Hyvä sisäinen viestintä lähtee toisen ihmisen kunnioittamisesta, hyvästä käytöksestä ja ystävällisestä vuorovaikutuksesta.** Avoin sisäinen viestintä luo kannustavaa, luottavaista ilmapiiriä ja edistää työssä jaksamista sekä työhyvinvointia. Hyvä sisäinen viestintä on osallistavaa ja se tehostaa organisaation toimintaa.

- Kaupungin sisäinen viestintä tulee olla kaksisuuntaista ja avointa vuorovaikutusta työntekijöiden, esimiesten ja johdon välillä.
- Sisäisellä viestinnällä varmistetaan se, että kaikilla kaupungin/konsernin työntekijöillä on saatavilla oman työn kannalta oleellinen tieto.
- Viestinnän tavoitteena on tiivistää ihmisten välistä ja konsernin sisäistä yhteistyötä, edistää tiedon ja kokemuksen jakamista, luoda me-henkeä sekä kannustaa osallistumiseen ja keskusteluun.
- Viestinnän toisia kunnioittava sävy on tärkeä, vaikka olisimmekin asioista eri mieltä.
- Keskeistä lähiesimiesten rooli: säännölliset (viikko)palaverit ja päivittäinen kommunikointi.
- Hyvät ja huonot uutiset/asiat kerrotaan mielellään kasvokkain, varhaisessa vaiheessa ja tasapuolisesti. Huonoja uutisia ei kerrota juuri ennen viikonloppuja eikä loman alkua.
- Työntekijällä on myös vastuu selvittää asioita oma-aloitteisesti.
- Ns. tiedolla johtaminen/ohjaaminen edellyttää kerättyä tietoa kunnan omasta toiminnasta. Kunnan toimijat kokoavat siksi raportteja päätöksentekoa varten.

**Sisäisen viestinnän keskeinen tehtävä on organisaation strategisten tavoitteiden ja linjausten, toiminta-ajatuksen ja arvojen jalkauttaminen sekä työtehtäviin liittyvän tiedon välittäminen.**

**Muista:**

- Tiedota aina ajoissa ja ensin niitä työntekijöitä/henkilöitä, joita asia koskee. Huomio tämä käytäntö myös mediatiedottamisessa eli ensin työntekijät, sitten media.
- Keskenäisiä ja luottamuksellisia asioita ei välitetä eteenpäin.

## 2. SISÄISEN VIESTINNÄN VÄLINEET / KANAVAT



Kirsi Piha: Sisäinen viestintä 2014

- Henkilökohtaiset kohtaamiset: Tervehditään, kysytään mitä kuuluu, annetaan myös positiivista palautetta. Muistetaan varhaisen tuen mallin mukainen toiminta silloin kun huoli työkaverin/alaisen/esimiehen jaksamisesta syntyy. Kts. [http://pelkka.pudasjarvi.fi/images/ohjeet/varhainen\\_tuki.pdf](http://pelkka.pudasjarvi.fi/images/ohjeet/varhainen_tuki.pdf)

- Intranet on pääviestikanava koko henkilökunnalle tarkoitettussa viestinnässä ja vuorovaikutuksessa.
- Sähköpostit ja –tiedotteet (pyritään lukemaan mahdollisuuksien mukaan kerran päivässä).
- Työpaikkakokoukset ja –palaverit
- Kehityskeskustelut
- Tiedotustilaisuudet henkilökunnalle
- Esimiespalaverit ja -infot
- Muut sähköisen viestinnän sovellukset (mm. Skype for Business, Microsoft Teams)

## B. ULKOINEN VIESTINTÄ

**Pääviestintäkanavamme on kaupungin verkkosivut [pudasjarvi.fi](http://pudasjarvi.fi).** Ulkoista viestintää teemme päivittäin myös asiakaspalvelussa, sosiaalisessa mediassa, erilaisissa sovelluksissa ja tapahtumissa. Alueen muut viestijät/viestinnästä vastaavat, paikallislehdet ja muut tiedotusvälineet ovat tärkeitä yhteistyökumppaneitamme.

**Tavoitteitamme kaupungin verkkosivuilla [www.pudasjarvi.fi](http://www.pudasjarvi.fi):**

- Kaupungin toiminnasta tiedottaminen asukas-/asiakasnäkökulmasta (ei kaupunkiorganisaation)
- Helposti saavutettava ja laadukas asiakaspalvelu & neuvonta
- Vuorovaikutuksen edistäminen kuntalaisten ja muiden kohderyhmien kanssa
- Osallisuuden ja yhteisöllisyyden edistäminen
- Läpinäkyvyyden ja avoimuuden tukeminen
- Luottamuksen ja arjen turvan lisääminen
- Palautteen kerääminen & kansalaismielipiteiden kartoittaminen
- Maineen ja kaupunkikuvan edistäminen
- Luoda myönteistä Pudasjärvi-kuvaa, huomioida myös paikalliset maineentekijät
- Markkinointi (tapahtumat ym.)
- Kriisi- ja poikkeusolosuhteissa viestiminen
- Toimiminen porttina esim. tärkeiden yhteistyökumppaneiden verkkosivuille, kyselyihin, sähköiseen asiointiin.



# 1. SÄHKÖISET VIESTINTÄKANAVAT JA NIIDEN ROOLIT



## 2. KAUPUNGIN VERKKOPALVELUN, SOSIAALISEN MEDIAN JA SOVELLUSTEN PÄÄPERIAATTEET

- Sosiaalinen media (some) on kaupungin viestien jakelukanava ja vuorovaikutuksen edistäjä sekä maineen ylläpitäjä.
- Verkon ja sosiaalisen median viestinnän ja sen koordinoinnin vastuuhenkilönä toimii kaupungin mediatuottaja ja sijaisena tapahtumatuottaja. Verkkosivujen ilmeen ja someprofiilien muutoksista on keskusteltava aina ensin mediatuottajan kanssa.

- Pudasjärven kaupungin asioista tiedotetaan ensin virallisen viestintäkanavan, verkkosivujen, kautta. Tiedotteesta lähetetään lyhyt viesti ja linkitys mediallyle.
- Virallisen tiedottamisen jälkeen asia voidaan lyhyesti tuoda esiin myös sosiaalisen median palveluissa ja ohjata käyttäjät linkin kautta virallisen tiedotteen pariin.
- Sosiaalisessa mediassa asiaa ei voi laittaa vireille, mutta sinne saapuneisiin viesteihin vastataan

Viranomaisen tulee toimia julkisuusmyönteisesti, moraalinen ja juridinen salassapito sekä yksilön tietosuoja kuitenkin huomioiden. <https://www.kuntaliitto.fi/asiantuntijapalvelut/laki/julkisuus-ja-tietosuoja/kunnan-viranomaisten-toiminnan-julkisuus>

Laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990621>

## A. SOSIAALISEN MEDIAN KANAVAT JA VIESTINNÄLLISET MOBIILISOVELLUKSET

- Pyrimme viestimään yhtenäisesti sosiaalisen median kanavilla sen sijaan että perustaisimme uusia, omia kanavia.
- Eri kanavat palvelevat eri kohderyhmiä. Palvelua tarjoava erillinen yksikkö ei ole peruste omalle verkkopalvelulle, sosiaalisen median kanavalle tai mobiilisovellukselle.
- Jos halutaan perustaa uusi sähköinen palvelu, sillä täytyy olla tavoite ja kaupungin tapahtumatuottajan kanssa yhteistyössä laadittu käyttösuunnitelma.
- Sosiaalisen median kanavalla on riittävästi sisältöä ja päivittäminen hoidetaan säännöllisesti ja katkeamatta myös lomien aikana.
- Vastuuhenkilöiden on sitouduttava aktiiviseen vuorovaikutukseen ja nopeaan reagointiin. Palautteeseen on vastattava mielellään saman työpäivän sisällä palautteen saamisesta.

## B. OHJEITA SOSIAALISEN MEDIAN TEKIJÄLLE

- Pyri lyhyeen ja tiiviiseen ilmaisuun yksinkertaisin virkkein: hyvä, suositeltu pituus 1-3 virkettä ja yksi asia/ päivitys.
- Käytä kirjoittaessasi yleiskieltä, ole selkeä ja ymmärrettävä - vältä kapula- ja virkamieskieltä sekä erikoissanastoa.
- Keskustele ja viesti rennosti ja tuttavallisesti: puhu ihmisenä ihmiselle.
- Ole positiivinen, avoin ja vuorovaikutteinen! Aktivoi esim. kysymällä jotain.
- Liitä tekstin oheen linkki, joka ohjaa käyttäjät laajemman tiedon lähteelle. Mieluiten kaupungin omille verkkosivuille.
- Varmista tiedon oikeellisuus ennen julkaisemista. Tehdessäsi virheen, korjaa se avoimesti.
- Muista yksityisyydensuoja, tekijänoikeudet (erityisesti kuvat) ja sähköisen viestinnän tietosuoja laki.
- Poista asiattomat sisällöt, kuten herjaukset ja rasistiset sekä muulla tavoin loukkaavat ja laittomat viestit ja sisällöt.
- Julkaise ja viesti säännöllisesti ja aktiivisesti.
- Huomioi ja arvosta ko. palvelun käyttäjiä. Vastaa käyttäjien kysymyksiin ja vastausta edellyttäviin kommentteihin mahdollisimman nopeasti.
- Jos et tiedä vastausta kysymykseen, myönnä asia avoimesti ja kerro, että selvität asiaa.
- Älä provosoidu kritiikistä, vaan vastaa aina ystävällisesti ja rakentavasti.
- Viestiessäsi edustat Pudasjärven kaupunkia. Viestisi käsitetään koko kaupungin virallisena kannanottona. Harkitse siis mitä sanot.

facebook.com/Pudasjarvi

twitter.com/pudasjarvi

instagram.com/pudasjarvenkaupunki

www.youtube.com/channel/UCPXf8yYp9g7\_Eg4Sc2ChYXg

## C. YKSITYISHENKILÖNÄ SOMESSA – PERIAATTEET

- Pudasjärven kaupunki kannustaa työntekijöitään ja luottamushenkilöitään käyttämään ja kokeilemaan sosiaalisen median palveluita omalla vapaa-ajallaan eli yksityisroolissa.
- Jokaisella on sananvapaus (Perustuslain 12 §:n 1 momentti).
- Virkasuhteessa työskentelevillä sananvapauden käyttämiseen vaikuttaa virkamieslainsäädännön asiallisuusvaatimus, kun taas työsuhteessa olevia koskee Työsopimuslain määrittämä lojaliteettivelvoite. Aiheesta enemmän:  
<https://www.kuntaliitto.fi/ajankohtaista/2016/viranhaltijan-sananvapauteen-voidaan-puuttua-ainoastaan-laissa-saadetylla>
- Positiivisen kuntakuvan luomisen tulee olla tavoitteena sekä työntekijöillä että luottamushenkilöillä myös yksityishenkilönä toimiessa.

## D. NEGATIIVISTEN TUNTEIDEN KOHTAAMINEN JA EPÄASIALLINEN VIESTINTÄ SOMESSA

**VIESTINNÄN** siirtyessä yhä enemmän verkkoon ja sosiaaliseen mediaan on kaupunkikonsernin työntekijöillä riski saada osakseen epäasiallista viestintää. Myös väkivallan uhkaa ja erilaisia aggressioita voi liittyvä saatuun palautteeseen. Näistä täytyy aina ilmoittaa eteenpäin, niiden kanssa ei saa jäädä yksin. Ohessa ohjeita, miten toimia kun joudut verkkovihan kohteeksi.

### Työnantaja/esimies:

- Huolehdi siitä, että työntekijä ei jää yksin, jos hän on kohdannut epäasiallista viestintää/vihapuhetta. Kuuntele, ole läsnä ja pyydä tarvittaessa apua. Neuvoja voit kysyä viestintätiimiltä tai tarvittaessa konsernin lakimieheltä.
- Huomioithan, että työnantajalla on vastuu ehkäistä ja vähentää kuormitustekijöiden aiheuttamaa haittaa työntekijöiden terveydelle. Keskeinen väline on työn vaarojen selvittäminen ja arviointi. Myös sosiaalisen median kautta tapahtuva häirintä on kuormitustekijä.

**Someturva.fi** on kaikille ilmainen palvelu, joka tarjoaa asiantuntevaa oikeusapua sosiaalisessa mediassa kohdatun kiusaamisen, häirinnän ja uhkailun sattuessa. <https://www.someturva.fi/>

### Jos kohtaat epäasiallista viestintää:

- Älä jää yksin. Ota aina yhteys esimieheesi, jos joudut varsinkin vihapuheen kohteeksi. Tarvittaessa voit kysyä neuvoja viestintätiimiltä tai myös konsernin lakimieheltä. Myös työterveyshuolto tukee henkisen kuormituksen osalta.
- Jos hyökkäys uhkaa sinun tai läheistesi henkeä, terveyttä tai kotirauhaa, ota yhteys poliisiin.
- Älä poista mitään viestejä. Jos poistat häiritsijäsi viestejä, sinulla ei jää todistusaineistoa.
- Jos epäilet identiteettivarkautta tai tilisi kaappaamista, vaihda salasana, ja siihen liittyvät henkilökohtaiset tiedot. Kirjaa ylös tilanne (aika, olosuhteet, miten väärinkäytös ilmenee, kuvakaappaus) ja ota tarvittaessa yhteys kyseisen verkkopalvelun ylläpitoon, varsinkin jos väärinkäytökset jatkuvat. Jos epäilet rikosta, ota yhteys poliisiin ja tee rikosilmoitus.
- Tutustu jo etukäteen eri some-palvelujen tärkeimpiin yksityisyysasetuksiin sekä käyttäjien estämiseen niissä. Käyttäjä voi suojautua asiattomalta sisällöltä myös estämällä yksittäisiä käyttäjiä ottamasta häneen yhteyttä ja näkemästä hänen päivityksiään. Tiettyjen käyttäjien tuottamat tai jakamat sisällöt voi myös piilottaa.

### 3. TIEDOTTEEN LAATIMINEN

#### NÄIN LAADIT TIEDOTTEEN

1. Napakka, ytimekäs otsikko pakottaa lukemaan. Älä saivartele otsikossa ympärilyöreitä. Sano heti suoraan.
  - Pysy aina faktoissa: älä liioittele tai väritä totuutta.
  - Verbi otsikossa luo dynamiikkaa.
2. Uutinen kärkeen. Tiedotteessa on oltava se tärkeä uutinen, joka kerrotaan heti alussa.
3. Käytä selkeää kieltä
  - Kirjoita tiedotteesi niin, että tekstin voi julkaista vaikka sellaisenaan. Suosi juttumuotoisia tiedotteita.
  - Käytä selkeää kieltä. Ole konkreettinen. Vältä passiivia ja asian verhoilua monimutkaisiin ja pitkiin lauseisiin. Käytä napakoita sitaatteja.
  - Käytä lyhyitä lauseita ja kappaleita.
  - Jos mahdollista, pyydä asiantuntijalta sitaatti.
  - Tarkista aina tekstin kieliasu ja faktat.
4. Älä unohda visuaalisuutta. Hoida työ loppuun asti tyylillä.
  - Käytä kuvia, pelkkä logo ja teksti eivät yksin nosta tiedotetta huomion kohteeksi. Kuva tai grafiikka tukevat viestiä.
  - Valitse kuva, joka tuo tiedotteeseen lisäarvoa.
  - Varmista, että kuvasi on painokelpoinen ja sinulla on oikeus levittää sitä. Kuva jää verkossa elämään omaa elämäänsä. Varmista, että kuvasi nimi ja saatetiedot ovat asialliset.
5. Muista yhteyshenkilön lisätiedot:
  - Nimi, titteli, sähköposti ja puhelinnumero. Esimerkki: Projektipäällikkö Veikko Viestijä, veikko.viestija@pudasjarvi.fi, p. 050 617000.
  - Varmista, että yhteyshenkilö on aidosti tavoitettavissa sovitun ajan.

#### Hyvä tiedote:

- Vastaa kysymyksiin mitä, missä, milloin, miksi ja kuka.
- Alkaa ytimekkäällä pääotsikolla ja tarvittaessa lyhyellä johdannolla (ingressillä). Otsikko kertoo olennaisen tiedotettavasta asiasta ja herättää mielenkiinnon.
- Tärkein asia ensimmäiseksi ja taustatiedot vasta tiedotteen loppuun.
- Kirjoitetaan selkeällä kielellä uutista muistuttavaan muotoon.
- Sisältää kommentin joltain asianosaiselta ja aiheeseen liittyvän kuvan.
- On tiivis ja asiallinen, tulostettuna korkeintaan yksi A4 -sivu.

### 4. INFOTILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN

#### Infokutsuvinkkejä:

- Napakka otsikko kertoo, mistä on kyse.
- Ilmoita tilaisuuden aika (myös kesto) ja paikka.
- Kerro ketkä ovat paikalla.
- Kerro tilaisuuden aihe lyhyesti myös itse tekstissä (otsikon lisäksi).
- Lisää allekirjoitus ja yhteystiedot.
- Kerro myös lisätietojen antaja tilaisuuden järjestämisestä (jos eri kuin allekirjoittaja).
- Lähetä kutsu sähköpostilla, niin että teksti on kirjoitettu sähköpostin tekstikenttään (ei liitetiedostona).



## INFOTILAISUUS

- Järjestetään vain merkittävästä ja erityistä mielenkiintoa herättävästä asiasta/ tapahtumasta äkillisissä ja poikkeuksellisissa tilanteissa.
- Paikalla ovat asianomaiset ja lisätietojen antajat.
- Kutsut lähetetään noin viikkoa aikaisemmin, äkillisissä tilanteissa vähintään tuntia ennen. Muistutuksen voi lähettää edeltävänä päivänä.
- Tilaisuuden jälkeen julkaistaan tiedote ensin kaupungin verkkosivuilla ja sen jälkeen sosiaalisessa mediassa. Lisäksi lähetetään tiedoksi myös niille medioille, jotka eivät ole päässeet paikalle.

## 5. MILLOIN ERILLINEN VIESTINTÄSUUNNITELMA ON TARPEEN?

Erillinen viestintäsuunnitelma tehdään aina asioista, jotka ovat vaikutuksiltaan merkittäviä ja/tai kestoltaan pitkiä.

- Tarpeen aina kriiseissä (heti, kun nopeutta vaativa ensitiedotus on hoidettu) ja jälkihoidossa.
- Erilaisissa projekteissa viestintäsuunnitelma on hyvä koordinaattorin työkalu (esimerkiksi rakennushankkeet)

Millainen on hyvä viestintäsuunnitelma?

- Hyvässä viestintäsuunnitelmassa toimenpiteet ovat realistisesti toteutettavissa, ja ne määritellään tavoitteiden ja kohderyhmien mukaan. (Määritä mitä viestitään ja kenelle.)
- Vastaa myös kysymyksiin: miksi, milloin, kuka viestii ja kenelle.
- Sisältää konkreettisia tehtäviä, työlistan ja vastuunjaon.

Seuranta:

- Viestintäsuunnitelma ei ole staattinen vaan sitä pitää päivittää ja seurata sovittujen asioiden toteutumista.
- Jonkun pitää kantaa vastuu tästä seurannasta sekä palautteen annosta.

### Hyvän viestintäsuunnitelman osat:

- Viestinnän tavoitteet: mihin pyritään?
- Kohderyhmät: kenelle viestitään?
- Viestintäkanavat: printti, verkko, some, sisäinen viestintäkanava?
- Aikataulut, vastuuhenkilöt ja kustannukset?
- Viestinnän tulosten arviointi = seuranta?

## 6. PÄÄTÖSVIESTINTÄ

### PÄÄTÖKSENTEKO:

Kuntalaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat osallistua päätöksen valmisteluun. Vuorovaikutus alkaa jo ideoiden esittämisestä ja vastaanottamisesta.

## KUULUTUKSET JA KUNNALLISET ILMOITUKSET

Kuulutus on virallinen menettely, jonkin tiedon antamiseksi yleisölle tai niille ihmisille, joiden elämään se saattaa vaikuttaa. Lain mukaan kuulutettavat asiat tulee julkaista kunnan verkkosivulla vähintään 14 päivää tai kuulutuksessa mainittuun kokouksen tai toimituksen järjestämispäivään saakka.

### A. Kaupungin vastuulla olevia kuulutettavia asioita ovat mm.:

- Viranhaltijapäätökset
- Kaupunginvaltuuston kokouksista ilmoittaminen
- Myönnetyt luvat (esimerkiksi tupakan myyntiin tai maa-ainesten ottamiseen)
- Tehdyt ilmoitukset esimerkiksi melusta tai rakentamisesta
- Katusuunnitelmat
- Vireille tulevat kaavat
- Kaavapäätösten ilmoittaminen

### B. Kunnalliset ilmoitukset:

Kun kaupunki katsoo tarpeelliseksi, asiasta voidaan tehdä myös kunnallinen ilmoitus kaupungin kilpailuttamassa ilmoituslehdessä. Lehti-ilmoitus ei ole missään tapauksessa pakollinen, vaan se perustuu tarveharkintaan. Pudasjärven kaupunki on kilpailuttanut kunnalliset ilmoitukset. Ohjeet ilmoituksen jättämiseen ovat kaupungin Intranetissä. Kunnallinen ilmoitus on virallinen tiedoksianto esimerkiksi kaavan nähtävillä olostä tai valtuuston kokouksen ajankohdasta. (Tapahtuma- tai työpaikkailmoitus ei ole kunnallinen ilmoitus.)

### Mitä hyötyä on varhaisesta julkisuudesta?

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

## 7. KONSERNIOHJE

### VIESTINTÄOHJELMA JA KONSERNIOHJE

- Konsernin tytäryhtiöiden tiedottamisessa noudatetaan tätä Pudasjärven kaupunkikonsernin viestintäohjelmaa ja toimintamallia sekä konsernipalvelujen omia linjauksia. Yhtiöt sitoutuvat näin noudattamaan kaupungin viestintäohjelman periaatteita sikäli, kun ne eivät ole ristiriidassa osakeyhtiölain kanssa.
- Lähtökohtana Pudasjärven kaupunkikonsernin yhtiöissä on aktiivinen ja tehokas viestintä.
- Konserniohjeilla voidaan asettaa velvoitteita kaupungin yhtiöille asukkaiden tietojensaantioikeuden turvaamiseksi konserniyhteisöjen toiminnasta.
- Viestinnän näkökulmasta konsernin kokonaisuute edellyttää, että kaupunkikonsernin yhtiöiden toiminta ja toiminnasta viestiminen ovat linjassa kaupungin strategiatavoitteiden kanssa.
- Viestintäohjelma kattaa koko kaupunkikonsernin lukuun ottamatta niitä tytäryhtiöiden asioita, jotka ovat lain perusteella salassa pidettäviä (mm. liikesalaisuudet, henkilötiedot)

## JULKISUUSKYNNYS ON ERILAINEN ERI YHTIÖILLÄ

- Yleisesti ottaen emme julkista sellaista aineistoa, josta on liiketaloudellista haittaa meille tai yhteistyökumppaneillemme.
- Tiukin seula julkaistaville asioille on strategisilla yhtiöillä. Salassapidon tulee silloinkin olla selkeästi perusteltavissa.
- Operatiivisilla yhtiöillä asiat ovat enemmän julkisia.
- Luottamushenkilöiden tiedonsaantioikeus määritellään konserniohjeessa.

## TOIMINTAMALLI LEHDISTÖTIEDOTTEILLE KOKOUKSISTA

- Kokouksen jälkeen toimitusjohtaja tai hänen nimeänsä henkilö toimittaa kokouksen keskeiset, julkaistavat tiedot kaupungin mediatuottajalle. Tiedot toimitetaan 7 vrk kuluessa kokouksesta. Tiedot voi toimittaa valmiina tiedotteena tai asialistana kaupungin mediatuottajalle, joka tarvittaessa myös avustaa annetusta materiaalista tekemään lopullisen tiedotteen.
- Tiedotteessa on aina mainittu yhtiöstä henkilö, joka vastaa lisäkyselyihin.
- Tiedote julkaistaan sovituskaupungin ja/tai yhtiön verkkosivuilla.
- Tiedotteiden tulee olla rakenteeltaan samanlaisia kaikilla tytäryhtiöillä. Tässä kaupunkikonsernin viestintäohjelmassa on malli tiedotteen tekoon.

## TILINPÄÄTÖKSEN JA TOIMINTAKERTOMUKSEN JULKISTAMINEN (TALOUS JA TOIMINTA)

- Tytäryhteisöjen tilinpäätökset ja toimintakertomukset ovat nähtävillä kaupungin verkkosivuilla.
- Tytäryhteisöjen tilinpäätökset ja toimintakertomukset toimitetaan valtuutetuille.
- Tytäryhteisöillä on velvollisuus ilmoittaa toimintakertomuksessaan, tasekirjassa:
  - Yhtiökokouksen, hallituksen tai muun vastaavan toimielimen palkkioiden taso
  - Toimitusjohtajalle sekä hallituksen jäsenille maksettujen vähintään palkkojen/palkkioiden yhteismäärä
  - Yhtiön hallituksen kokousten määrä sekä jäsenten henkilökohtaiset osallistumiset kokouksiin

## SEURAAVAT ASIAT ON HUOMIOITAVA TAI PÄÄTETTÄVÄ YHTIÖIDEN HALLITUKSESSA:

- Kuka vastaa konserniyhtiön viestinnästä konserniyhtiön sisällä?
  - uutisvälineisiin ja muuhun mediaan
  - yhtiön asiakkaisiin (esim. verkossa, painotuotteissa, sosiaalisessa mediassa)
  - yhtiön luottamuselimiin ja kaupungin luottamuselimiin
  - sidosryhmiin
  - kriisiviestintätilanteissa yhtiö on aktiivisessa yhteydessä konsernijohdon kanssa.

Yhtiön ilmettä ja brändiä suunniteltaessa ja uudistettaessa on tehtävä yhteistyötä kaupungin viestinnän kanssa.

## KAUPUNGIN HANKKEISTA TIEDOTTAMINEN

Viestinnän vastuut ovat seuraavat:

- Kun kaupunki toimii tilaajana ja kaupungin konserniyhtiö tuottajana, niin kaupungin edustaja kommentoi kokonaisuutta.
- Kun kyse on puhtaasti rakennuttamiseen tai muihin vastaaviin projekteihin liittyvistä asioista, yhtiön edustaja on ensisijainen viestijä ulospäin.

## 8. KANSAINVÄLINEN VIESTINTÄ

Pudasjärvi viestii itsestään myös Suomen rajojen ulkopuolelle painottaen mm. elinvoima- ja matkailunäkökulmaa. Teemme viestintää mm. Ruotsiin, Venäjälle ja Eurooppaan.

- Viestintää tehdään Pudasjärven ystävyyskaupunkeihin, joita ovat Kronstadt, Louhi ja Pääjärvi Venäjällä sekä Vindeln Ruotsissa.
- Kaupunki edistää strategiansa mukaisesti kansainvälisyyttä yhteistyössä oppilaitosten, elinkeinoelämän ja muiden organisaatioiden kanssa. Tämän tulee näkyä myös viestinnässä.
- Kansainvälistä viestintää tehdään yhdessä Pudasjärven Kehitys Oy:n, Syötteen matkailuyhdistyksen, House of Laplandin ja Business Oulun kanssa.
- Viestintää toteutetaan verkkosivujen, tiedotteiden, tiedotustilaisuuksien, sosiaalisen median, mediavierailujen ja messutapahtumien kautta.
- Kansainvälisen viestinnän pääkielet ovat englanti ja venäjä. Kaupungin verkkosivuista on omat versionsa englanniksi ja venäjäksi.

## 9. SIDOSRYHMÄVIESTINTÄ

Pudasjärven kaupunki vaalii hyviä mediasuhteita.

- Uutisesta lähetetään omien verkkosivujen jälkeen seuraavaksi linkki medialle.
- Median yhteydenottoopyyntöihin ja haastattelutoiveisiin suhtaudutaan myönteisesti.
- Kaupunki järjestää tarvittaessa alueellisten ja paikallisten toimitusten edustajille mediatapaamisen, jonka koolle kutsujana toimii kaupunginhallitus. Näissä tilaisuuksissa kerrotaan tärkeistä ajankohtaisista asioista ja vaalitaan avointa vuoropuhelua.
- Median käytössä on myös kaupungin kuvapankki: <https://www.flickr.com/photos/pudasjarvi/collections> Valokuvien kopioiminen tai jäljentäminen edellyttävät aina ennakkolupaa valokuvaajalta ja sitä, että kuvaajatiedossa mainitaan Pudasjärven kaupunki tai annetaan linkki kuvapankkiin.
- Median ohella kaupungin tärkeitä viestinnällisiä yhteistyökumppaneita ovat alueen yritykset, merkittävät työnantajat, yhdistykset, oppilaitokset, matkailualan toimijat ja viranomaistahot.

## 10. VIESTINNÄN SAAVUTETTAVUUS

Digitaalisten palvelujen merkityksen kasvaessa on tärkeää, että julkiset verkkopalvelut ovat kaikkien saavutettavissa (<https://vm.fi/saavutettavuusdirektiivi>) Valtiovarainministeriön linjauksen mukaan digitaaliset kanavat ovat ensisijaisia asiointikanavia vuoteen 2022 mennessä.

- Saavutettavuudella tarkoitetaan, että verkkosivut ja mobiilisovellukset sekä niiden sisällöt ovat sellaisia, että kuka tahansa voisi niitä käyttää ja ymmärtää mitä niissä sanotaan.
- Saavutettavuus on huomioitava jo palvelun hankintavaiheessa niin, että turvataan palveluiden käyttö erilaisilla päätelaitteilla ja erilaisten apuvälineiden kanssa.
- Suunnittele kaikille –periaate tarkoittaa erilaisten käyttäjien ja heidän tarpeiden huomioimista. Tällä pyritään varmistamaan kaikille käyttäjille tasavertaiset mahdollisuudet käyttää digitaalisia palveluita riippumatta kuulo- tai näkökyvystä, motorisista vaikeuksista tai muista toimintarajoitteista.
- Pudasjärven kaupungin verkkosivuja ja kaikkia muita palveluja päivitetään jatkossa siten, että niistä viestiminen ei syrji ketään ja on kaikkien saavutettavissa.
- Ammattitaitoista digitukea voidaan tarjota esim. kaupungin yhteispalvelupisteessä ja kirjastossa.



## C. VIESTINTÄ NORMAALIOLOJEN HÄIRIÖTILANTEISSA JA POIKKEUSOLOISSA

Poikkeuksellista tiedottamista vaativia erityistilanteita ovat esimerkiksi vakavat häiriöt kunnallisteknisissä ja muissa keskeisissä peruspalveluissa, työtaistelutilanteet sekä suuronnettomuudet ja niiden uhka. Peruspalveluiden häiriöistä ja muista kriisitilanteista tiedottaa asianomainen hallintokunta. Sosiaali- ja terveyspalvelujen osalta ensisijainen tiedottaminen kuuluu Oulunkaaren kuntayhtymän vastuulle, mutta tärkeät tiedotteet tulee välittää eteenpäin myös kunnan tiedotuskanavien kautta. Onnettomuustilanteissa tiedotusvastuu kuuluu pelastustöitä johtavalle viranomaiselle.

Mahdollisen kriisin yllättäessä uutiskynnyksen ulkoinen kriisiviestintä näkyy ja on siksi tunnistettavissa. Sisäinen kriisiviestintä ei näy samalla tavalla julkisuudessa. Sisäinen kriisiviestintä tukee organisaation selviytymistä. Erityisesti kriisitilanteessa tarvitaan tiedon jakamisen lisäksi dialogista viestintää, joka vahvistaa työyhteisöä niin, että se kestää paremmin shokkeja ja yllätyksiä.

KRIISITILANTEISSA noudatetaan samoja viestinnän periaatteita kuin normaaliolojen viestinnässä, mutta kiinnitetään erityistä huomiota mahdollisimman tehokkaaseen, selkokieleiseen, avoimeen ja nopeaan viestintään. Tavoitteena on varmistaa onnistunut kriisin aikainen viestintä etukäteen suunnittelemalla ja vastuuttamalla. Kriisiviestinnässä keskeisenä painopisteenä on oikean tiedon välittäminen, suuremman vaaran ja lisävahinkojen välttäminen sekä tarpeettoman huolen hälventäminen, korvaavista palveluista tiedottaminen, toimintaohjeiden antaminen sekä väärän tiedon leviämisen estäminen. Konsernin kriisiviestinnän kokonaisohjeistus koostuu kaupungin yleisestä kriisiviestintäsuunnitelmasta sekä vastuualojen ja yhtiöiden omista kriisiviestintäsuunnitelmista, joiden tulee yhdessä muodostaa saumaton kokonaisuus. Jokaisella yhtiöllä tulee olla oma kriisiviestintävastuullinen henkilö nimettynä (ks. konserniohje).

Kaupungin/kaupunkikonsernin yleiseen kriisiviestintään liittyvistä toimenpiteistä, kuten kriisiviestintään varautumisesta vastaa kaupunginjohtaja. Vastuualueiden ja yhtiöiden kriisiviestintään varautumisesta vastaa vastuualuejohtaja ja toimitusjohtaja.

### KRIISIVIESTINNÄN TAVOITTEET

- Varmistaa omalta osaltaan ihmisten turvallisuus. Kriisiviestinnän tärkein tavoite on ihmisten hengen ja turvallisuuden varmistaminen. Tehokkaalla viestinnällä voidaan myös ehkäistä ja minimoida aineellisia vahinkoja.
- Turvata organisaatioiden toimintaedellytykset. Tehokas viestintä antaa johdolle työrauhan tilannekuvan muodostamiseen ja päätöksentekoon.
- Tiedottaa asukkaita palvelujen jatkumisesta ja järjestämisestä poikkeusoloissa.
- Luoda oikea kuva tilanteesta julkisuudessa ja välttää virheellisten tietojen ja huhujen syntyminen.
- Ennakoida mahdolliset kriisit ja valmistautua niihin hyvissä ajoin.

Kriisiviestinnän tulee olla avointa, ymmärrettävää, tilanteeseen nähden oikein ja ripeästi ajoitettua, totuudenmukaista, riittävän usein toistuvaa ja kaksisuuntaista. Kriisiviestinnässä tulee ottaa huomioon myös inhimillisuus ja läsnäolon viestiminen. Kriisiviestinnässä valttina on myös vastuunotto. Kriisiviestinnän tulee olla kattavaa ja tavoittaa kaikki kohderyhmät mahdollisimman nopeasti ja hyvin. Kriisiviestintää tulee toteuttaa mahdollisimman monin välinein.

## D. KAUPUNGIN LAHJATAVARAT

### LAHJATAVARAT JA PERIAATTEET

Lahjatavaroiden ja niin sanottujen jakotavaroiden hankinnoissa pyritään noudattamaan mahdollisuuksien mukaan kaupungin strategiaan kirjattua aitojen materiaalien käyttöä, paikallisuutta ja omintakeisuutta. Kaupunki hankkii mielellään kestävän kehityksen mukaisia tavaroita, jotka eivät kuormita turhaan ympäristöä.

- Lahja- ja jakotavaroiden periaatteena on, että ne ovat mielellään joko hyötykäyttöön suunniteltuja tavaroita tai laadukkaita elintarvikkeita.
- Pyrimme suosimaan paikallisia, laadukkaita tuotteita.
- Pyydämme tarjouksia useilta tahoilta.
- Pääsääntöisesti lahjoja annetaan vain kaupungin omille kustannuspaikoille jaettavaksi.
- Jos ulkopuolinen taho kysyy esimerkiksi lahjaa tai jakotavaraa, niitä voidaan antaa, mikäli lahjan antaminen kohdentuu ystävyyskaupungeille tai muuten yhdistys selkeästi markkinoi kaupunkia lahjan välityksellä.

### Kaupungin ja kaupunkikonsernin antamien lahjojen tulee viestiä kaupungin arvoperustasta:

- rakastettavuus (erilaisuus, avarakatseisuus, kulttuuritietoisuus)
- kannustavuus (positiivisuus, yritteliäisyys, kehitysmuotoisuus)
- luonnonmukaisuus (aitous, paikallisuus, omintakeisuus)
- ennustettavuus (ennakoitavuus, turvallisuus, luotettavuus)
- uudistusmielisyys (kehitysmuotoisuus, rohkeus, ennakkoluulottomuus)

### KAUPUNGILLA ON NELJÄÄ ERI LAHJATYYPPIÄ:

**1. Ns. jakotavarat (give-away –tuotteet)** Tavarat ovat edullisia vierailijoille annettavia sekä messuilla ja tapahtumissa jaettavia.

**2. Henkilökohtainen, keskihintainen lahja** Yksittäisiä lahjatavaroita saa hallintotoimesta harkinnan mukaan. Isommat määrät on syytä tilata hyvissä ajoin, että varmistetaan niiden saatavuus.

**3. Tasokas virallinen lahja** annetaan harkinnanvaraisesti ystävyyskaupungille sekä merkittävälle muulle organisaatiolle tai arvovieraalle.

**4. Symbolilahjat:** kaupungin viirit tms.

Pääsääntöisesti näiden neljän yllä luetellun lahjatyypin hankinnoista vastaa kaupungin hallintotoimi.

**Lisäksi lahjat henkilöstön muistamiseksi:** Kts. <http://pelkka.pudasjarvi.fi/index.php/ohjeita-arkeen/oppaita/66-henkilostohallinto/11-henkiloston-muistamiset>

## LISÄOHJEITA VIESTINTÄÄN

### KIELIOPPIOHJEITA:

**Pudasjärven kaupunki suosii selkeää ja oikeakielistä viestintää.** Selkokieli on osa saavutettavuuden periaatetta. Älä jaarittele tai piiloudu kapulakielen taakse. Tarkista aina tarvittaessa oikea kirjoitusasu Kotimaisten kielten keskuksen sivuilta: <https://www.kotus.fi/ohjeet>

### Oikeinkirjoitus esimerkkejä Pudasjärveltä:

- Hirsikampus, Hirsikampuksella
- Jonku, Jongun järvi, Jongun kylä

- Korkokenkäkukkamekkosuohiihdon Ämmänkisat
- Pikku Paavalin päiväkot
- Puhos, Puhoksen kylä, Puhosjärvi
- Tuomas Sammeltuon sali

Tätä listaa päivitetään. Lisäyspyynnöt: [juha.nyman@pudasjarvi.fi](mailto:juha.nyman@pudasjarvi.fi)

## OHJEITA PUHEVIESTINTÄÄN:

- Puhetyyli
  - Vahvista luottamusta.
  - Puhu selvästi.
- Vältä näitä:
  - ammattiterminologiaa
  - spekulointeja ja arvailuja
  - henkilökohtaisia mielipiteitäsi kaupungin kannanottoina
  - kielteisiä tai kyseenalaisia kommentteja
- Muista:
  - Pysy tosiasioissa ja etukäteen valmistelluissa lausunnoissa.
  - Puhu asioista, joita juuri tehdään tai on tehty. Kerro kaupungin toiminnasta.
  - Vältä sanomasta ”ei kommenttia“. Lupaa mieluummin etsiä vastaus, jos se on mahdollista.
  - Tarvittaessa tunnusta virheet avoimesti ja sitoudu korjaamaan ne.
  - Korjaa väärinymmärrykset ja epäselvyydet heti.
  - Ole rakentava. Rakenna yhteistyötä viranomaisten ja muiden sidosryhmien kanssa.