



**VARSINAIS-SUOMEN LIITON
VIESTINNÄN LINJAUKSET
2019 - 2020**



**VARSINAIS-SUOMEN LIITTO
EGENTLIGA FINLANDS FÖRBUND
REGIONAL COUNCIL OF SOUTHWEST FINLAND**

VARSINAIS-SUOMEN LIITON VIESTINNÄN TAVOITEET JA PERUSVIESTIT

Viestinnän tehtävänä on tukea liiton strategian ja vision toteumista.

YDINVIESTIT:

”Ei meil mittä maakunta-asiantuntijoi olis?

Tietoa, osaamista, uskallusta ja ideoita varsinaissuomalaisella erinomaisuudella”

Varsinais-Suomen liitto on:

- monipuolinen kumppani, kokoaja ja maakunnan kehittäjä
- tasapuolisesti koko maakunnan käytettävissä

Liiton viestintä perustuu ajantasaiseen ja tarkkaan tietoon. Tekemämme tietoviestintä toimii myös päätöksenteon tukena. Meillä on parhaat alueen suunnittelun ja kehittämisen asiantuntijat.

Yhdessä kumppanuusfoorumin ja hankesivustojemme kanssa olemme ikkunasi maakunnalliseen yhteistyöhön. Teemme maakuntaa ja sen kärkiteemoja tunnetuiksi myös muualla, sekä kansallisesti että kansainvälisesti.

TOIMINTAYMPÄRISTÖN MAHDOLLISUUDET JA HAASTEET

Viestinnän kenttä on jatkuvasti ja nopeasti muuttuva. Juuri nyt viestinnässä ajankohtaista ovat kasvava monikanavaisuus, some ja digitaalisuus, mobiilikäyttö, videot ja viestinnän visualisointi, asiakaskeisyys, viestinnän tarkempi kohdentaminen, palvelumuotoilu, käyttäjätarinat, podcastit. Läpinäkyvyys sekä selkeisiin, perusteltuihin näkemyksiin nojaava viestintä ovat myös entistä tärkeämpiä sosiaalisen mediassa. Työntekijöiden rooli organisaation maineen lähettiläinä on jatkuvasti kasvussa.

Liiton toimintaympäristö on ollut haastavassa tilanteessa jo pidempään meneillään olevan sote- ja maakuntauudistuksen ja sen lukuisten eri käänteiden vuoksi. Liitolta odotetaan roolin ottamista useissa maakunnan kehittämisen teemoissa myös tämän uudistusvalmistelun aikana. Sekä osaavan työyhteisöme että yhteistyökumppaniemme kannalta on tärkeää myös viestinnän keinoin osoittaa, että meillä tehty työ on tärkeää ja jatkuu, olkoon ympärillä minkälainen organisaatorakenne tahansa. Monissa asioissa juuri maakunnan liitto on se puolueeton ja asiantunteva taho, joka voi koordinoida ja innostaa eri toimijoita maakunnalliseen yhteistyöhön. Maakunta on monessa teemassa luontevan kokoinen toimija, jonka verkostot yltyvät yli kuntarajojen pysyen kuitenkin riittävän alueellisena ja fokuoituneena.

Muutos on mahdollisuus kehittää hyviä yhteistyön muotoja ja ketteriä toimintatapoja sekä karsia päällekkäistä tai tehotonta tekemistä. Kehittämistoimille on tarvetta uudistuksen aikatauluis- ta riippumatta. Liiton viestintään liittyy paljon sellaista kehittämistyötä esimerkiksi verkkosivuihin tai maakunnan brändiin liittyen, joita nyt uudistuksen kynnyksellä on jarruteltu.

Miten sitten viestimme niiden aiheiden jatkosta, jotka eivät ehkä ole siirtymässä uuteen maakuntaan? Nämä ovat aiheita, joita on liiton ja sidosryhmien yhteistyöllä saatettu kehittää pitkäänkin. Meidän tulisi pystyä kertomaan, mitä näille nykyisin hoitamillemme aiheille jatkossa tapahtuu, tai ainakin, mitä me toivoisimme niille tapahtuvan.

Muutosorganisaatiolla on kokonaan oma viestintäyksikkönsä. Liiton viestintäpäällikkö osallistuu uudistuksen viestintätyöryhmän työskentelyyn ja myös liiton viestintätiimiä ja asiantuntijoita tarvitaan yhteistyössä, kun tulevan maakunnan verkkopalvelujen sisältöjä aletaan käytännön tasolla suunnitella ja maakunnan brändiä rakentaa. Vastuuta myös esimerkiksi maakuntavaaleihin liittyvässä viestinnässä on osittain jaettu.

VIESTINNÄN VASTUUT

JOHDON VASTUU

Viestinnän tehtävä on auttaa johtoa ja koko organisaatiota onnistumaan. Johdon tehtävä on turvata viestinnän resurssit. Johto näyttää koko organisaation toiminnalle suunnan asettamalla sille tavoitteet. Se kertoo avoimesti henkilökunnalle syyt, seuraukset ja perustelut valintojen taustalla. Se myös ottaa huomioon, että viestintä suunnitellaan samanaikaisesti muun toiminnan kanssa.

Kriisitilanteissa, tai jos olet muuten epävarma, kenellä on oikeus liiton nimissä kommentoida asiaa, tiedustelut ohjataan suoraan joko maakuntajohtajalle, tai jos häntä ei ole mahdollista tavoittaa, hallintojohtajalle.

VIESTINTÄPÄÄLLIKÖN VASTUU

Viestintäpäällikkö vastaa liiton viestinnän suunnittelusta ja koordinoinnista johdon ja asiantuntijoiden kanssa yhteistyössä. Hän vastaa organisaation viestintäkanavista sekä viestinnän seurannasta, arvioinnista ja kehittämisestä. Lisäksi hän toimii sisäisenä konsulttina viestintään liittyvissä kysymyksissä.

VIESTINTÄTIIMIN TEHTÄVÄT

Viestintätiimin tehtävänä on nykyaikaisen, monikanavaisen, avoimen ja vuorovaikutteisen viestinnän toteuttaminen ja kehittäminen Varsinais-Suomen liitossa. Tiimissä on edustajia jokaisesta liiton alaisesta organisaatiosta ja vastuualueelta. Tiimi tehtävänä on vertaistuki, tiedonvaihto, viestinnällinen yhteistyö ja viestinnän kehittäminen. Tiimi voi järjestää yhteisiä koulutuksia ja tapahtumia sekä hankkia yhteisiä viestinnän työkaluja. Tiimi hyödyntää sisäisessä viestinnässään tehokkaasti esimerkiksi Teams-ympäristöä.

JOKAISEN OMA VASTUU

Viestintä on myös työyhteisötaito, jota edellytetään jokaiselta liiton työntekijältä. Sisäisen viestinnän ohella asiantuntijaviestinnän rooli etenkin sosiaalisen median kanavissa on jatkuvasti kasvussa. Tämä on tärkeää huomioida, sillä jos todelliset asiantuntijat eivät käy näitä keskusteluita, tekee sen joka tapauksessa joku muu, mahdollisesti virheellisin tiedoin. Liiton asiantuntijoita kannustetaan käymään keskustelua edustamistaan aiheista sosiaalisen median kanavissa. Jokaisen työyhteisön jäsenen on hyvä myös muistaa, että tietoa tulee myös itse aktiivisesti hakea, kaikki ei tule annettuna.

VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT

Liiton viestinnän tärkeimmät kohderyhmät ovat:

- media (erityisesti alueellinen)
- kansalaiset
- kunnat
- liiton luottamuselimet
- poliittiset päättäjät
- alueelliset organisaatiot
- oppilaitokset
- elinkeinoelämä
- järjestöt
- kansainväliset yhteistyökumppanit
- EU-virkamiehet ja -päättäjät

VIESTINTÄKANAVAT

MAAKUNTAHALLITUKSEN JA -VALTUUSTON TIEDOTTEET

Tiedotteet lähetetään mediallyle ja sidosryhmille Varsinais-Suomessa ja muualla Suomessa sekä suomeksi että ruotsiksi heti kokouksen päätyttyä. Niiden sisältöjä nostetaan esille myös verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa.

MEDIASUHTEET

Varsinais-Suomen liiton mediasuhteisiin kuuluu tapaamisia (säännölliset tapaamiset liiton johtoryhmän ja toimittajien kanssa), tiedotustilaisuuksia sekä aktiivinen mediatiedottaminen suomeksi ja ruotsiksi. Liiton henkilökuntaa on koulutettu avoimen viestinnän ja hyvien mediasuhteiden tärkeydestä.

MUU UUTISTIEDOTTAMINEN

Liiton aiheista tiedotetaan mediallyle ja sidosryhmille heti kun uutinen on tuore, yleensä suomeksi ja ruotsiksi. Erillisiä uutiskirjeitä ei laadita.

VERKKOSIVUT

Liiton verkkosivut uudistettiin kolmella kielellä vuonna 2016. Verkkosivuille tuotetaan uutisia ja tietoa muun muassa liiton tekemästä alueen kehittämistyöstä, kaavoituksesta, rahoituskannasta, edunvalvonnasta ja päätöksistä. Verkkosivut toimivat suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi – englanninkieliset sivut ovat suppeammat, eivätkä vaadi tiheää päivittämistä. Toukokuussa 2018 tehtiin kevyt sähköpostikysely liiton keskeisille sidosryhmille verkkosivujen toimivuudesta samassa yhteydessä, kun uusi Kumppanuusfoorumi-sivusto (maakuntastrategian työkalu ja ikkuna maakunnan verkostoihin) esiteltiin ja siitä kerättiin palautetta. Tarvetta olisi panostaa teemojen löydettävyyteen, esteettömyyteen sekä sivujen ilmeen raikastamiseen ja visuaalisuuden lisäämiseen sivustolla.

SOSIAALINEN MEDIA

Liitto toimii aktiivisesti Facebookissa ja Twitterissä. Uutisoimme liiton ja sen luottamushallinnon tekemästä työstä ja päätöksistä sekä tapahtumista. Luomme sosiaalisen median verkostoa ja tarjoamme vuoro-vaikutusmahdollisuuksia. Hyödynnämme some-kanavia myös edunvalvontatyössä. Sosiaalisen median kautta liiton aiheet tehdään kansalaisille tutuiksi helposti lähestyttävällä ja visuaalisella otteella. Rajoitetummin käytössä ovat liiton kanavat palveluissa LinkedIn ja YouTube sekä kuvapalvelu Flickr.

VIDEOT

Videoiden suosio kasvaa edelleen ja videoviestintää kannattaa myös jatkossa hyödyntää. Liitossa on aiemmin tuotettu maakuntaa markkinoivat, englanninkieliset videot Southwest Finland We can do it, Southwest Finland National Parks sekä Kuhankuono. Videoiden tekeminen nostaa liiton imagoa ja kiinnostavuutta sekä tukee maakunnan markkinointia myös kansainvälisesti. Sosiaalisen median kanavissa toimivat myös nopeasti ja kevyesti kuvatut mobiilivideot, esimerkiksi haastattelut ja tunnelmapalat tapahtumista.

BLOGIT

Varsinais-Suomen liiton sivuilla on oma blogialusta, jossa sekä liiton työntekijät että ulkopuoliset sidosryhmiin kuuluvat henkilöt kirjoittavat säännöllisesti maakunnan eri aiheista lyhyesti ja ihmisläheisesti. Blogijaetaan myös liiton sosiaalisessa mediassa. Blogin kautta liiton asiantuntijoilla on mahdollisuus nostaa esiin tärkeitä, ajankohtaisia teemoja ja käydä niistä keskustelua sidosryhmien kanssa.

JULKAISUT

Julkaisuja tehdään muun muassa liiton tekemistä selvityksistä sekä virallisista ohjelmista ja suunnitelmista (kuten maakuntakaava ja maakuntastrategia). Viestinnän painopiste on kuitenkin siirtynyt sosiaaliseen mediaan, videoihin ja muuhun nopeaan ja vuorovaikutteiseen viestintään.

TAPAHTUMAT JA MAAKUNNAN MARKKINOINTI

Liitto osallistuu vuosittain erikseen harkittaviin yleisötapahtumiin, kuten Turun kirjamesut tai Paavo Nurmi Games. Tapahtumiin liittyy myös viestintää ja maakunnan markkinointia. Tarkoituksena on tehdä liiton tekemää työtä tutuksi, tavata kansalaisia sekä markkinoida Varsinais-Suomen maakuntaa raikkaalla ja erottuvalla tavalla.

Liiton ja maakunnan markkinointiin kuuluu myös sloganien ja -tuotteiden kehittäminen. Hyvin toteutettu visuaalinen ilme ja ydinviesti jäävät ihmisille mieleen myös tuotteiden kautta.

VISUAALINEN ILME

Liiton visuaalinen ilme on tällä hetkellä muutosvaiheessa. Ennen suurempia muutoksia odotetaan kuitenkin tietoa maakuntauudistuksen toteutumisesta. Tavoitteena on, että kaikissa liiton julkaisuissa, sivupohjissa, tuotteissa sekä verkkokanavissa on yhtenäinen visuaalinen ilme, joka erottaa Varsinais-Suomen liiton muista organisaatioista ja luo uskottavuutta. Liiton graafisesta ilmeestä vastaa graafinen suunnittelija.

VIESTINNÄN MITTARIT JA SEURANTA

Liiton ja sen tärkeiden aiheiden medianäkyvyyttä sekä osittain näkyvyyttä sosiaalisessa medias-
sa seurataan sähköisen uutisseurannan kautta. Verkkosivujen käyttäjämääriä ja -käyttäytymistä
seurataan ensisijaisesti Google Analytics -ohjelman kautta.

Sosiaalista mediaa seurataan mm. kommenttien, tykkäämisten ja jakamisten kautta. Tarkastel-
laan myös kuinka monta henkilöä liiton julkaisut tavoittavat.

Viestinnän keinot ja kanavat muuttuvat ja kehittyvät niin kovaa vauhtia, että on jatkuvasti syytä
seurata ja analysoida myös mittareiden ja seurannan toimivuutta. Lyhyet ja kevyet sähköpos-
ti- tai verkkosivu-kyselyt säännöllisin väliajoin keskeisille sidosryhmille voisivat jatkossa olla
yksi toimiva tapa seurata sähköisten kanavien toimivuutta. Yleisötapauksissa saadaan myös
tärkeää tietoa liiton tunnettuudesta.

VIESTINNÄN RESURSSIT

Viestinnän resurssit ovat pienet suhteessa viestinnän tarpeisiin ja monimuotoiseen tehtäväkenttään. Liiton viestinnän resurssit ovat pysyneet samalla tasolla vuodesta 2008 asti, jolloin viestinnästä vastaavan henkilön lisäksi palkattiin graafinen suunnittelija. Tämän jälkeen liiton käytössä olevien viestintämuotojen ja -kanavien kenttä on moninkertaistunut samalla kuin koko liiton toiminta on laajentunut ja monipuolistunut. Viestintäpäällikkö vastaa liiton viestinnästä tukenaan viestintätiimi, jossa kunkin jäsenen päätyö on kuitenkin muuta kuin varsinaisesti liiton viestinnän hoitamista. Graafisen suunnittelijan työpanos jakautuu tällä hetkellä liiton ja uutta maakuntaa valmistelevan muutosorganisaation kesken. Tämä kaikki vaikuttaa osittain viestinnän systemaattiseen kehittämiseen ja volyymiin. Toisaalta liitossa vallitsee viestintämyönteinen ilmapiiri; mediaa palvellaan hyvin ja nopeasti, sisäinen tiimityöskentely sujuu ja uudistuksiin löytyy kiireenkin keskellä innostusta.

Varsinais-Suomen liiton viestinnän tehtäviin kuuluu: päätöksenteon tuki (kokousvalmistelut, tiedotteet), verkkosivut, blogi, mediasuhteet, tiedotteet, tiedotustilaisuudet, sosiaalinen media (twitter, facebook, linkedin, flickr, youtube), videot, maakunnan markkinointi tapahtumissa, (messut, kampanjat jne), liiton ja maakunnan markkinointiaineisto (esitteet, jakotavarat, ppt-esitykset), viestintään liittyvien koulutusten järjestäminen henkilökunnalle, sekä sisäisen viestinnän kehittäminen yhdessä henkilöstöhallinnon kanssa.

TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ

Varsinais-Suomen liitto palvelee kuntia ja kuntalaisia viestintäympäristössä, joka muuttuu ja elää jatkuvasti. Odotukset ja toiveet viestinnän suhteen kasvavat. Meiltä toivotaan valppautta ja kykyä vastata yhä ripeämmin. Viestintätiimi ja viestintää tehtävänsä puolesta hoitavat työntekijät eivät tähän yksin kykene. Niinpä jokaisella liiton työntekijällä on oikeus ja vastuu kertoa avoimesti työnsä tuloksista, työtä koskevista päätöksistä sekä siitä, miten kansalaiset ja yhteistyötahot voivat vaikuttaa valmisteluun.

Viestintä on osa johtamista ja johtaminen on viestintää. Varsinais-Suomen liiton johto on avainasemassa sisäisen tiedon levittämisessä koko henkilöstölle. Ulkoisen ja sisäisen viestinnän tulee myös olla linjassa keskenään. Viestintäpäällikkö osallistuu johtoryhmän kokouksiin. Johtoryhmässä on mukana myös henkilöstön edustaja.

Sisäinen viestintä pyritään uusien välineiden avulla hoitamaan aiempaa tehokkaammin, reaaliaikaisemmin ja vuorovaikutteisemmin. Jokaisella liiton työntekijällä on vastuu sekä jakaa omaa työtään koskevaa tietoa näissä kanavissa että itse aktiivisesti hakea tietoa ja seurata kanavia. Viestintäpäällikkö informoi henkilökuntaa viestintää ja markkinointia koskevista asioista. Kahviossa voi myös pitää epävirallisia ”kahvi-infoja”, joissa kerrotaan kollegoille ajankohtaisista aiheista ja hankkeista.

KRIISIVIESTINTÄ

Ensimmäinen ja tärkein kriisiviestinnän vaihe on **tunnistaa potentiaalit kriiseille ja eliminoida ne** – tällöin kriisiviestintää ei varsinaisesti tarvitakaan. On siis hyvä kuvitella pahin mahdollinen skenaario siitä, mitä voisi tapahtua ja tämän jälkeen pohtia, miten kyseisen tilanteen syntyminen voitaisiin kokonaan välttää.

Kriiseihin varautumisesta vastaa johto. Ennakkoon tulee pohtia ja sopia seuraavista asioista:

- Miten johtoryhmä saadaan tarvittaessa nopeasti koolle ja miten sidosryhmiä informoidaan. Peruseriaatteena kriisitilanteessa liitossa kaikki tiedustelut ohjataan suoraan joko maakuntajohtajalle tai jos häntä ei ole mahdollista tavoittaa, hallintojohtajalle.
- Nimetään tiedotusvastaava sekä asiantuntijat ja heidän varahenkilönsä, jotka eri teemoissa tulisi tavoittaa. Mikä on nopein tapa tavoittaa heidät? Mikä on työnjako? Puhelinvaihteelle tulee olla oma ohjeistuksensa. Lisäksi on hyvä olla valmiina puolivalmiit vastaukset, pohjat ja ajantasaiset yhteystiedot.
- Mitä verkkosivuille ja someen?

Kriisiviestinnän on oltava paitsi ehdottoman luotettavaa ja totuudenmukaista, myös tavallista nopeampaa ja tehokkaampaa. Varsinais-Suomen liitossa kriisiviestintä liittyy todennäköisimmin mainekriisiin, jossa luottamus liittoa kohtaan heikkenee. Ongelmien ilmaantuessa tilannetta pitää arvioida ulkopuolisin silmin: miltä toiminta näyttää muiden näkökulmasta.

Kriisissä on parasta kertoa avoimesti se, minkä voi kertoa: faktat ja miten prosessi etenee. Perusviestit kannattaa miettiä mahdollisimman yksinkertaisiksi. Rehellisyys on viestinnän ehdoton lähtökohta. Tietojen puutteet on syytä tunnustaa ja täydentää viestintää heti, kun tietoa on käytettävissä. Salaaminen, kiertely ja valehtelu kostautuvat.

Myös henkilöstö tarvitsee sekä tietoa että tilaa kysymyksille ja keskusteluille. Mitä nopeammin tieto kriisistä välitetään organisaation sisällä, sitä tehokkaammin estetään huhujen paisuminen ja leviäminen sekä turvataan jokaisen mahdollisuus keskittyä omaan työhönsä. Perusviestit on jaettava henkilöstön kanssa. Jos henkilöstö saa tiedon tapahtumista tiedotusvälineiden kautta, on sisäinen kriisiviestintä todennäköisesti epäonnistunut. On varauduttava siihen, että kuka tahansa liiton työntekijä voi joutua vastaamaan kansalaisten tai sidosryhmien ihmettelyyn, vaikka tiedottaminen olisikin keskitetty yhdelle tai muutamalla henkilölle.

KÄYTÄNNÖN VINKKEJÄ VIESTINTÄÄN:

(Osa mediaan liittyvistä vinkeistä poimittu sovitus Pirkanmaan liiton viestinnän linjauksista "Teemme muutosta yhdessä")

Kaikessa liiton viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä. Viranomaisviestintä, kuten luottamuselinten kokoukset, kuulutukset ym. on säilyttään muodollisempaa. Virallinenkin viestintä voi ja sen tulee olla selkeää.

Päivittäis/arkiviestinnässä etenkin sosiaalisessa mediassa ja blogissa käytämme rennompaa ja persoonallisempaa, mutta silti asiallista tyyliä.

Kaksikielisyyden huomioimme viestinnässä niin paljon kuin mahdollista. Kattava kaksikielisyys vaatii kuitenkin myös huomattavaa henkilöresurssia.

Saavutettavuuteen kiinnitetään huomiota. Selvitetään, miten voidaan parantaa saavutettavuutta esimerkiksi nettisivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Liiton tilaisuuksien järjestelyissä huomioidaan esteettömyys mahdollisimman hyvin (toteutuspaikka, viestintä, opastus, striimausmahdollisuus).

Liiton viestinnän yhtenäisyyttä ulospäin kehitetään jatkuvasti. Esimerkkinä, että tietopalvelut ovat tärkeä osa koko liiton toimintaa, Kumppanuusfoorumi on kaikkien asia ja Valonian toiminta linkittyy erottamattomasti osaksi kaikkea muuta maakunnan kehittämistä. Meidän kannattaa olla ylpeitä kaikista niistä toimista ja palveluista, joita liiton organisaation alle kuuluu.

LIITON NETTISIVUT

- Viestintäpäällikkö vastaa muodollisesti, viestintätiimi osallistuu
- HUOM! Jokaisella vastualueella ja liiton jokaisella työntekijällä on omalta osaltaan velvollisuus huolehtia siitä, että omaa aihealuetta koskeva tieto nettisivuilla on ajantasaista. Muista myös ruotsinkielisten sivujen ajankohtaisuus.
- Kun sinulla on jokin ajankohtainen asia, josta haluat kertoa liiton nettisivuilla, kirjoita pohjateksti itse ja jos mahdollista, etsi tarkoitukseen sopiva kuva (johon sinulla on käyttöoikeudet). Ota sen jälkeen yhteyttä joko viestintäpäällikköön tai viestintätiimin jäseniin. Myös Tiina ja Kirsi K. auttavat mm. uutisten, uusien sivujen, yhteystietojen ym. päivittämisessä ja ovat nettisivujen käytön paras, tekninen tuki talon sisällä.
- Käyttäjätunnuksia joomlaan on mahdollista tehdä lisää tarpeen mukaan, kysy viestintäpäälliköltä.

BLOGI

Liiton blogiin voivat kirjoittaa sekä omat asiantuntijamme, että sidosryhmiemme edustajat ajankohtaisista, maakuntaa koskevistä aiheista. Kirjoita napakasti, persoonallisesti ja joskus vaikka myös hieman pilke silmäkulmassa. Blogin merkkimäärä on 2500 sanaa välilyönteineen (noin yksi a4) ja blogin kuvitukseksi tarvitaan 1-3 riittävän korkealaatuista valokuvaa. Lisäksi kirjoittajaprofiiliin tarvitaan kasvokuva kirjoittajasta. Tarkempi blogiohjeistus löytyy liiton intrasta ja saat sen tarvittaessa myös viestintäpäälliköltä.

MITEN TOIMIN MEDIAN KANSSA?

Pidämme liitossa aktiivisesti yllä hyviä suhteita alueen mediaan. Tähän kuuluvat mm. säännölliset toimittajapaamiset, juttuvinkit, ja aiheiden taustoitus.

TIEDOTTEET

Tiedote riittää silloin, kun asia selviää siitä ilman tarvetta kysymyksiin tai selityksiin.

Muista, että uutisessa pitää olla jotakin oikeasti uutta, ajankohtaista, konkreettista ja lukijan/kuulijan näkökulmasta kiinnostavaa kerrottavaa. Tiedotteella pyritään herättämään toimittajan mielenkiinto, ja siihen voidaan poimia muutamia kiinnostavia yksityiskohtia. Ei pitkiä selostuksia. Tiedotteen enimmäispituus on yksi liuska. Loppuun merkitään lisätietojen antajat.

Laadi itse ajoissa tiedoteluonnos, käytä liiton kirjepohjaa. Sinä tunnet oman aihealueesi parhaimmin. Pyydä tarvittaessa apua tiedotteen muokkaamiseen.

Kerro viestintäpäällikölle hyvissä ajoin, koska tiedote tulisi lähettää. Liiton viestinnässä pyritään kaksikielisyyteen, tarvittaessa tiedotteen voi lähettää kääntäjälle, mikäli aikataulu sen sallii.

Kaikki liiton nimissä lähtevät tiedotteet viestintäpäällikön kautta, näin varmistetaan, ettei liitosta lähde samana päivänä montaa tärkeää tiedotetta!

TIEDOTUSTILAISUUDET

Tiedotustilaisuuksia järjestetään nykyään enää harvoin. Toimittajilla ei ole aikaa tulla niihin. 3-5 toimittajaa samaan aikaan paikalla on suuri mediamenestys pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Jos tiedotustilaisuus pidetään, kutsu paikalle parhaat asiantuntijat. Mieti, onko kohtuullista tuoda 10 oman organisaation työntekijää – jos on odotettavissa, että paikalle saapuu yksi toimittaja.

Milloin tiedotustilaisuus on syytä järjestää:

- Kun mediaväeltä on odotettavissa kysymyksiä, mahdollisesti kiperiäkin.
- Kun halutaan näyttää medialle jotain paikalla olevaa.
Pelkästään tiedottamisen aihe ei ratkaise.
- Kannattaa harkita, onko julkaisun valmistumisen aihe, joka saa toimittajat saapumaan paikalle.
- Tiedotustilaisuuden arvoisia tapahtumia ovat avajaiset, vihkiäiset, merkittävän hankkeen aloittaminen, palkinnot ja muut kunnianosoitukset.
- Myös liittoa kohdannut merkittävä kielteinen tapahtuma vaatii tiedotustilaisuuden. Tiedotustilaisuuden järjestämisen ohjat ovat tällöin liiton johdolla ja tällöin harkitaan tapauskohtaisesti julkisuuteen menoa.

Mitä tiedotustilaisuuden järjestämisessä on otettava huomioon:

- Vältä loppuviikkoa tai päivän reunoja. Paras ajankohta on aamupäivällä klo 10 alkaen, parhaita päiviä maanantai- ja tiistaiamupäivät. Yli klo 15 meneviin tilaisuuksiin on vaikea saada toimittajia enää paikalle. Silti jos tilanne on erittäin akuutti, tiedotustilaisuus on järjestettävä aina tarvittaessa.
- Tilaisuudelle varataan aikaa yksi tunti. Vältä pitkiä kalvosulkeisia. Kaikki välineet ovat tiedotustilaisuudessa samanarvoisia.

Hups, jokin meni vikaan – eli oikaisu- ja korjausoikeus:

- Jos julkaistussa uutisessa tai artikkelissa on vääriä tietoja, voidaan neuvotella niiden oikaisemisesta. Niistä on syytä ensin neuvotella ao. toimituksen kanssa. Vastineoikeus on yksityisellä henkilöllä, organisaatiolla oikaisu- ja korjausoikeus.
- Poikkeuksellinen tilanne voi syntyä mistä tahansa odottamattomasta tapahtumasta, josta tiedotusvälineet kiinnostuvat – esimerkiksi yleisönosastojutusta. Yleisönosastokirjoitukseen vastaaminen on harkittava erikseen tapaus tapaukselta.
- Toimittajan kanssa ei kannata ryhtyä mielipideväittelyyn. Joskus vaikeneminen on paras ratkaisu.
- Joskus taas kannattaa ottaa suoraan yhteyttä kirjoittajaan ja joskus kannattaa laatia vastaus, vaikka media on kriittinen, sen ei saa antaa vaikuttaa siihen, miten toimittajia autetaan.

Jos olet epävarma, voit lukea myös Journalistin ohjeet, jotka säätelevät tämän ammattikunnan käyttäytymistä: http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/

TOIMITTAJA SOITTA...

Anna tietoa avoimesti ja aktiivisesti toiminnastasi, työn tuloksista sekä suunnitteilla olevista asioista.

- Ole käytettävissä ja auta.
- Keskity toimittajan ja yleisön kannalta kiinnostavaan, olennaiseen ja ymmärrettävään.
- Jaa ajankohtaista, tarkkaa ja selkeää tietoa.
- Puhu kieltä, mitä toimittaja ymmärtää, vältä ammattislangia.
- Älä provosoidu.

-
- Älä välttele aiheita vaan sano tyhjentävästi, miksi et voi tai halua kommentoida jotakin asiaa. Jollet ymmärrä jotakin kysymystä, pyydä lisäselvitystä.
 - Toimittaja ei välttämättä enää seuraavana päivänä muista nimeäsi. Hän muistaa kuitenkin organisaation, jota edustat.
 - Ota sinäkin toimittajan nimi ja yhteystiedot muistiin.
 - Mitä isompi juttu, sitä isompaa pomoa toimittaja yleensä haluaa jututtaa.
 - Skuupin keksineellä toimittajalla on aiheeseensa etuoikeus, joten älä vinkkaa aiheesta heti muille tiedotusvälineille.

Näin valmistaudut

- Ota pieni aikalisä faktojen selvittämiseen.
- Kasaa tarvittavat paperit ja muut asiantuntijat.
- Jäsennä ajatukset ja mieti perusviestit: mitkä 1-3 asiaa ainakin tulisi saada mediassa läpi.
- Varaa rauhallinen tapaamispaikka.

Voit kysyä ennakoon (käytä tapauskohtaisesti harkintaa)

- Mihin juttu tai haastattelu tulee, mikä on asiayhteys?
- Mikä on jutun näkökulma ja ketä muita haastatellaan?
- Nauhoittaako toimittaja keskustelun?
- Voiko kysymykset saada etukäteen?
- Saako valmiin jutun tarkistettavaksi?
- Milloin juttu tulee ulos?

Jos sinua haastatellaan radioon

- Kiinnitä huomiota asioiden ilmaisemiseen (sananvalinnat, puhenopeus, äänenpainot ja –voimakkuus).
- Yritä kuulostaa rauhalliselta ja varmalta.
- Käytä arkikieltä.

Jos sinua haastatellaan televisioon

- Puhu selkeästi ja kiinnitä huomiota myös ulkonäköösi.
- Vältä voimakkaita kontrasteja väreissä, valitse hyvin istuvat vaatteet, älä kokeile uutta kampausta. Kiinnitä huomiota koruihin ja silmälaseihin. Asusi tulee tukea keskustelun aihetta ja vakavuuden tasoa.
- Muista kehonkieli: olemuksesi, eleesi, ilmeesi ja liikkeesi viestivät koko ajan.
- Jos voit valita haastattelupaikan, valitse joko neutraali tai sanomaasi tukeva ympäristö.

Jutun tarkistaminen kannattaa, mutta käytä siinä harkintaa

- Sinulla on oikeus omien lausuntojesi tarkistamiseen asiavirheiden korjaamiseksi.
- Älä ryhdy kirjoittamaan toimittajan juttua uusiksi. Sen toimittaja muistaa kauan, eikä pyydä sinulta tai mahdollisesti organisaatioltasi juttua uudestaan.
- Älä puutu toimittajan kirjoitustyyliin tai muiden haastateltujen sanomisiin.
- Tarkistamisesta kannattaa sopia ennakoon.
- Muista oikaisu ja vastine, jos kaikki menee pieleen.

Jos kieltäydyt haastattelusta

- Arvioi, mitä kieltäytymisestä seuraa. Toimittaja kysyy joltakin muulta.
- Perustele, miksi kieltäydyt. Jos vastaat ”en kommentoi”, se antaa negatiivisen sävyn ja lisää spekulatioita.
- Auta toimittajaa eteenpäin ehdottamalla jotakuta toista haastateltavaksi ja antamalla yhteystiedot.
- Muista informoida kyseistä henkilöä tulevasta haastattelusta.

Muista informoida

- Esimiestäsi
- Viestintää
- Kertoa asiasta muillekin kahvihuoneessa

SOSIAALISEN MEDIAN LINJAUKSET

ILOLLA JA YLPEYDELLÄ SOMESSA

- Varsinais-Suomen liiton nimissä tehtävästä sosiaalisen median sisällöntuottamisesta ja ulkoisesta viestinnästä vastaa viestintäpäällikkö yhdessä liiton viestintätiimin kanssa.
- Liiton työntekijöitä kannustetaan aktiivisuuteen sosiaalisessa mediassa. Näin lisäämme ymmärrystä ja keskustelua liitossa tehtävästä työstä.
- Muista tägätä @VSLiitto ja käyttää aihetunnuksia #varsinaissuomi #vskumppanuus, niin löydämme postauksesi ja voimme jakaa ne eteenpäin.
- Somessa toimii rento tyyli. Ole rohkeasti oma itsesi. Hyödynnä asiantuntijuuttasi, tutustu hyödyllisiin some -verkostoihin, kommentoi ja jaa.
- Jos osallistut organisaation toimintaan liittyvään keskusteluun somessa, esitele itsesi ja roolisi.
- Osallistu keskusteluun avoimesti ja rakentavasti, vastaa kysymyksiin, kiitä palautteesta ja saata aloittamasi keskustelut loppuun.
- Ole selkeä ja ytimekäs ja pidä mielessä edustamamme arvot: kumppanuus ja vuorovaikutteisuus.

MUISTA REILU PELI

- Yleiset kohteliaisuussäännöt pätevät somessakin. Arvostetaan toisiamme. Sananvapauden sisältyy myös vastuu sanomisistasi. Kaiken mitä julkaiset sosiaalisessa mediassa tulee olla kaikenlaisen julkisuuden kestävää.
- Olemme jokainen työyhteisömme maineen lähettiläitä. Voit olla mainitsematta työpaikkaa some -profilissasi, mutta sinut voidaan silti liittää edustamaasi organisaatioon.
- Työsopimuslakiin on kirjattu lojaliteettivelvoite työnantajaan kohtaan ja velvoite koskee myös vapaa-aikaa. Ole siis lojaali niin työkavereitasi kuin työnantajaasikin kohtaan myös sosiaalisessa mediassa.
- Organisaation sisäisistä asioista on hyvä keskustella, mutta vain oman väen kesken.

LIITON YHTEYDESSÄ TOIMIVAT YKSIKÖT JA OHJELMAT

Liiton yhteydessä toimii useita yksiköitä ja ohjelmia, joilla on omat viestintäkanavansa.

Nämä ovat:

- Varsinais-Suomen kumppanuusfoorumi, maakuntastrategian ja -ohjelman toteuttamisen ja verkostojen yhteistyön väline
- Lounaistieto, Lounais-Suomen alueellinen tietopalvelu
- Europe Direct Varsinais-Suomi, EU-tiedotuspiste
- Valonia – kestävän kehityksen ja energia-asioiden asiantuntijaorganisaatio
- Central Baltic 2014 - 2020 –rahoitusohjelma

VARSINAIS-SUOMEN LIITTO
EGENTLIGA FINLANDS FÖRBUND
REGIONAL COUNCIL OF SOUTHWEST FINLAND

PL 273 (Ratapihankatu 36) | 20101 Turku
+358 2 2100 900 | kirjaamo@varsinais-suomi.fi
www.varsinais-suomi.fi | Y – 0922305-9