



# **Viestinnän käsikirja**

## Sisällys

|   |    |
|---|----|
| Johdanto.....   | 3  |
| Viestinnän perustehtävät.....                         | 3  |
| Viestinnän kohderyhmät ja tavoitteet .....            | 4  |
| Viestinnän kanavat .....                              | 5  |
| Kauhava-brändi – miltä näytämme ja kuulostamme? ..... | 6  |
| Valokuvat.....  | 7  |
| Käytännön viestintäohjeet .....                       | 8  |
| Viestinnän vastuut .....                              | 8  |
| Viestin laatiminen.....                               | 8  |
| Viralliset ilmoitukset.....                           | 9  |
| Lehti-ilmoittelu ja muu näkyvyys.....                 | 9  |
| Asukasviestintä.....                                  | 9  |
| Verkkoviestintä .....                                 | 10 |
| Kotisivut.....  | 10 |
| Työyhteisöviestintä .....                             | 10 |
| Rekrytoinnit ja työpaikkailmoitukset.....             | 11 |
| Tiedottaminen ja mediaviestintä.....                  | 12 |
| Näin teet lehdistötiedotteen .....                    | 12 |
| Miksi mediaa palvellaan?.....                         | 13 |
| Kuka vastaa toimittajan kysymyksiin?.....             | 13 |
| Lehti- tai mielipidekirjoitteluun vastaaminen .....   | 13 |
| Luottamushenkilöviestintä.....                        | 14 |
| Päätöksistä viestiminen.....                          | 14 |
| Akuuteista asioista tiedottaminen.....                | 15 |
| Tekoälyn käyttö viestinnässä .....                    | 16 |
| Kriisiviestinnän pikaopas .....                       | 16 |

## Johdanto

Kauhavan kaupungin viestinnän käsikirjan tarkoitus on selkiyttää viestinnän kokonaisuutta ja antaa kaupunkistrategiasta johdetut ohjeet viestintään käytännössä.

Kaupunkistrategiassa vuorovaikutteinen viestintä on yhtenä painopisteenä ja strategiassa kannustetaan monipuoliseen viestintään eri kanavissa. Kauhavan arvoja ovat avoimuus, vastuullisuus, yhteisöllisyys ja rohkeus, joihin pohjautuvat kaupungin strategiset päämäärät. Nämä luovat myös viestinnälle arvopohjan, johon viestintä perustuu.

### Viestinnän yleiset tavoitteet:

- palveluista, toiminnasta ja päätöksistä tiedottaminen
- asukkaiden ja yritysten vaikutusmahdollisuuksien lisääminen
- strategian tavoitteiden tukeminen
- positiivisen kaupunkikuvan luominen
- veto- ja pitovoiman lisääminen
- jatkuva asukas- ja yrityshankinta
- yhteistyön ja yhteishengen lisääminen

## Viestinnän perustehtävät

Kaupungin viestinnän tulee olla avointa, ennakoivaa, ymmärrettävää ja tunnistettavaa. Viestinnän perustana ovat lainsäädäntö, ohjeet ja suositukset.

Niin myönteiset kuin kielteisetkin asiat viestitään samojen periaatteiden mukaisesti. Viestinnässä noudatetaan tasapuolisen ja yhdenvertaisen kohtelun periaatetta.

Kuntien viestintään liittyvät lait löytyvät [Kuntaliiton kotisivuilta](#).

## Viestinnän kohderyhmät ja tavoitteet

Viestinnän osa-alueita ovat

- asukasviestintä
- luottamushenkilöviestintä
- yritysviestintä
- markkinointi- ja brändiviestintä
- valmistelu- ja päätöksentekoviestintä
- talousviestintä
- työyhteisö- ja rekrytointiviestintä
- mediaviestintä
- asiakaspalvelu

| Kohderyhmä                                 | Viestinnän tavoite  |
|--|---|
| Asukkaat                                   | Tiedonvälitys, kaupungin tarjoamien palvelujen tunnetuksi tekeminen, yhteishengen voimistaminen, asukkaiden osallistaminen ja eri ryhmien tarpeiden huomiointi.   |
| Luottamushenkilöt                          | Tiedonvälitys, laadukkaan päätöksenteon varmistaminen, hyvä yhteistyö päättäjien ja viranhaltijoiden kesken.  |
| Media                                      | Tiedonvälitys päätöksenteosta ja valmistelussa olevista asioista, tapahtumista, kaupungin tarjoamista palveluista sekä positiivisen imagon vahvistaminen.   |
| Potentiaaliset uudet asukkaat ja yritykset | Esiintuoda Kauhavan tarjoamat mahdollisuudet joustavaan asumiseen vireässä ja yrittäjäystävällisessä seutukaupungissa.  |
| Kolmas sektori                             | Yhteisöllisyyden lisääminen, palveluiden kehittäminen yhteistyössä ja vapaa-ajan tekemisen tukeminen.   |
| Matkailijat                                | Kauhavan tunnetuksi tekeminen mielenkiintoisena matkakohteena.  |
| Kaupungin työyhteisö                       | Rakentaa kunnioittavaa ja kannustavaa työilmapiiriä, jossa jokainen tuntee työnsä merkityksen. Aktiivinen viestintä tukee ammatillista kasvua ja rakentaa yhteistä ammattiyhteisöä tuomalla onnistumiset näkyväksi. |

## Viestinnän kanavat

**Kaupungin pääviestintäkanava on kauhava.fi**, joka on virallinen kanava uutisille, kuulutuksille, päätösten julkaisemiselle jne. Lisäksi kaupunki ylläpitää visitkauhava.fi ja investkauhava.fi -verkkosivuja.

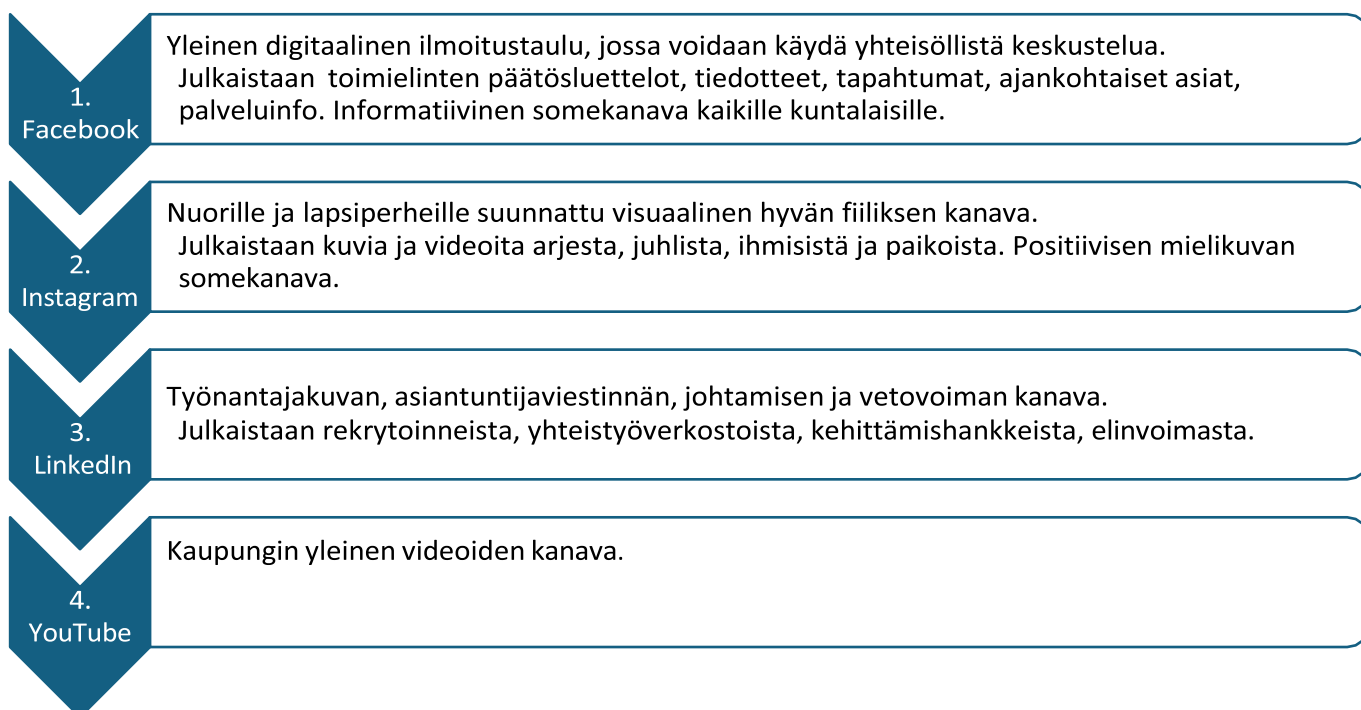
**Verkkosivujen kohderyhmät** ovat seuraavat:

| Kauhava.fi   | Visitkauhava.fi  | Investkauhava.fi   |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• asukkaat</li> <li>• potentiaaliset uudet asukkaat</li> <li>• media</li> <li>• palvelujen käyttäjät</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• matkailijat</li> <li>• matkailuyrittäjät ja -yritykset</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• yrittäjät ja yritykset</li> <li>• potentiaaliset uudet yrittäjät ja -yritykset</li> </ul> |

Muita käytössä olevia viestintäkanavia ovat henkilöstön ja toimielinten intra, kaikkien tilattavissa olevat ilmaiset uutiskirjeet, sosiaalinen media, paikallislehdet sekä erilaiset tapahtumat ja messut.

Elinkeinopalvelut tuottavat kahta uutiskirjettä; asukkaille suunnattua Kauhava-uutiskirjettä sekä yrityksille suunnattua Invest Kauhava -uutiskirjettä. Uutiskirjeet kokoaa markkinointi- ja viestintäkoordinaattori, jolle voi toimittaa toivomansa uutiskirjeeseen tulevat asiat.

**Sosiaalisen median kanavat:**



## **Kauhava-brändi – miltä näytämme ja kuulostamme?**

Tänne mahtuu kaikki -sloganin keskiössä ovat kaupunkistrategian arvot: Kauhava on avoin, vastuullinen, yhteisöllinen ja rohkea. Kauhava on vireä seutukaupunki, joka tarjoaa joustavaa asumista ja toivottaa uudet asukkaat, yrittäjät ja matkailijat lämpimästi tervetulleiksi. Meillä arvostetaan yrittäjyyttä ja yhdessä asioiden eteenpäin viemistä. Tekemisen meininki näkyy ja kuuluu rehellisesti, ja olemme omistamme ylpeitä.

Elinkeinopalvelut toteuttavat markkinointiviestintää, joka kohdistuu erilaisille kohderyhmille kulloisinkin kampanjoin.

### **Kieliohjeistus - asioita hallinnoidaan, ihmisiä palvellaan.**

- Käytä yleiskieltä suosimalla selkeitä yleisesti tunnettuja sanoja ja ilmauksia. Vältä jargonia ja turhaa passiiviin käyttöä.  
Esim. Pykälän 125 mukaisesti päätettiin 1.12.2026 myöntää..  
-> Kaupunginhallitus myönsi 1.12.2026..
- Tarkista käyttämäsi termit ja nimet.  
Esim. Elinvoimapalvelut vai elinkeinopalvelut, meillä on molemmat!
- Jos tekstissä käytetään lyhenteitä, selitä ne ensimmäisen kerran käytettäessä (pl. yleisesti tunnetut lyhenteet, kuten Kela yms.).
- Ystävällinen ja inhimillinen sävy.  
Esim. Hakemusten käsittelyaika on kaksi kuukautta.  
-> Käsittelemme hakemuksesi kahden kuukauden kuluessa.
- Positiiviset sanavalinnat.  
Esim. Nuorisotilat ovat kiinni arki-iltoina...  
-> Nuorisotilat ovat avoinna viikonloppuisin seuraavasti...

Viestinnässä käytetään kaupungin graafista ilmettä, siinä määritettyjä fontteja ja värejä – [Graafinen ohje – Kauhavan kaupunki](#).

## Valokuvat

Kaupungin omistamat valokuvat löytyvät Sharepointista osoitteesta: [Kauhava kuvat – Home](#)

Kuvia voi hankkia kuvaamalla itse, ostamalla tai lataamalla ilmaisista kuvapankeista. Kuvat hankitaan kaikilla oikeuksilla niin, että niitä saa käyttää myös verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Kuvia käytettäessä mainitaan mahdollisuuksien mukaan kuvaajan nimi.

### Saako kuvata ja saako julkaista

**Kysy aina lupa kuvattavalta henkilöltä, jos se suinkin on mahdollista ja kerro myös missä kaikissa kanavissa aiot kuvan julkaista.**

Viranomaistoimijana pyrimme välttämään tarpeetonta ihmisten kasvokuvien julkaisemista.

Julkisella paikalla kuten yleisötapahtumissa, kirjastoissa, puistossa, kaduilla, valokuvaaminen on sananvapauslain mukaan pääsääntöisesti sallittua. Julkisella paikalla kuvatut valokuvat saa myös julkaista, jos ne eivät loukkaa kuvista tunnistettavien henkilöiden kunniaa tai yksityisyyden suojaa.

Kotipihalla tai yksityisessä asunnossa olevaa henkilöä ei saa kuvata ilman lupaa.

Henkilökuvia saa käyttää mainostarkoituksiin vain kuvattavan henkilön luvalla.

Lapset ja nuoret ovat tietosuoja-asetuksen mukaan erityisessä asemassa, joten lasten kuviin tulee kiinnittää erityistä huomiota. Kuvausluvut tulee olla vanhempien allekirjoittamia ja niissä tulee olla myös suostumus erikseen eri kanaviin. Lasten ja nuorten kuvista tulee myös sopia kohtuullinen käyttöaika.

**Huomioi kuvien julkaisemisessa aina asiayhteys:** Jos puhutaan kielteisistä tai terveystietoihin viittaavista asioista, älä julkaise asian yhteydessä kenenkään tunnistettavan henkilön kuvaa.

# Käytännön viestintäohjeet

## Viestinnän vastuut

**Valtuusto** linjaa kaupungin viestintää strategian kautta.

**Kaupunginhallitus** ohjaa viestintää päättämällä viestinnän ohjeista ja nimeämällä viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

**Kaupunginjohtaja** vastaa kokonaisviestinnästä.

**Toimialajohtajat** suunnittelevat ja toteuttavat omien vastuualueidensa viestintää ja vastaavat siitä.

**Viestintäryhmä** ylläpitää, yhtenäistää, kehittää ja koordinoi kaupungin viestintää.

**Viestintä- ja markkinointikoordinaattori** toimii tukena ja asiantuntijana kaupungin viestintään liittyvissä asioissa. Hän raamittaa ja seuraa kaupungin viestinnän kokonaiskuvaa sekä toteuttaa Kauhavan imagoviestintää.

**Jokainen kaupungin työntekijä** on viestijä oman työnsä osalta.

**Luottamushenkilö** toimii kaksisuuntaisena linkkinä: hän avaa päätöksentekoa kuntalaisille ja kanavoi kuntalaisten tarpeet kaupungille.

## Viestin laatiminen

Viestiä suunnitellessa mieti vastaukset ainakin seuraaviin kysymyksiin:



Elinkeinopalvelut tuottavat erilaisia painettuja palveluesitteitä tarpeen mukaan eri kohderyhmille.

## **Viralliset ilmoitukset**

Kaupunki julkaisee kuntalain mukaiset ilmoitukset kotisivuillaan sekä tarpeen vaatiessa muulla päättämällään tavalla. Asianomainen toimielin voi päättää asian ilmoittelusta määrärahojensa mukaan. Paikallislehtien käyttö on suositeltavaa.

→ Yhteiseen paikallislehdessä julkaistavaan kuulutusilmoitukseen haluttavat tekstit tulee ilmoittaa neuvontaan edellisen viikon perjantaina klo 12 mennessä.

## **Lehti-ilmoittelu ja muu näkyvyys**

Erillisiä ilmoituksia voidaan julkaista paikallislehdissä, mikäli asialle halutaan erityistä näkyvyyttä.

Kaupunki ei osallistu tuki-ilmoitteluun tai ns. sponsorointiin, jossa kerätään varoja jonkun asian hyväksi. Markkinointisopimuksista, jossa sovitaan tietyn arvoinen näkyvyys esimerkiksi isoissa tapahtumissa tmv., päättää elinvoimajohtaja.

Kaupunki on esillä erilaisilla messuilla ja tapahtumissa. Messuosasto suunnitellaan Kauhavan visuaalisen ilmeen mukaiseksi ja varustetaan tilaisuuteen ja kohderyhmään sopivilla markkinointimateriaaleilla. Markkinointimateriaalit tilaa elinkeinopalvelut.

## **Asukasviestintä**

Asukkaat ovat alueemme asiantuntijoita, joten on tärkeää saada heidän näkemyksiään ja kokemuksiaan mukaan kaupungin palveluiden ja kaupunkiympäristön suunnitteluun. Tiedottaminen yhdistää arjen päätöksentekoon. Tiedottamisella varmistamme, että asukkaat tietävät vaikutusmahdollisuutensa ja kaupunki saa ensikäden tietoa asukkaiden tarpeista. Avoimella ja aktiivisella viestinnällä rakennamme luottamusta, vahvistamme osallisuutta ja yhteisöllisyyttä.

Asukastilaisuudet ovat perinteinen tapa tiedottaa suunnitteluvaiheen asioista ja tarjota näihin osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuus. Verkkokyselyitä ja sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää näkemysten ja palautteen saamiseksi esimerkiksi

valmistelussa oleviin asioihin. Aasukkailla on kuntalakiin perustava oikeus vaikuttaa kaupungin suunnitteluun ja päätöksentekoon.

### **Muista näytöt!**

Kaupungilla on näyttöjä palvelutoimistoissa, kouluilla ja kirjastoissa, joita voi hyödyntää yleisten asioiden tiedottamisessa.

Aineiston voi lähettää palvelutoimistoille, kouluille tai kirjastojen kyseessä ollessa kirjastopäällikölle, jotka arvioivat sopiiko ko. aineisto näyttöjen kautta tehtävään tiedottamiseen.

## **Verkkoviestintä**

### **Kotisivut**

Jokainen toimiala vastaa oman toimialansa sisällöstä kaupungin kotisivuilla. Esihenkilö hakee työntekijälle kotisivujen päivittämiseen tarvittavat tunnukset Intrasta löytyvällä lomakkeella.

### **Sosiaalinen media**

Sosiaalisen median päivittämisestä vastaavat pääsääntöisesti viestintäryhmän jäsenet. Kaupungin *Sosiaalisen median ohjeessa* määritellään mihin ja miten sosiaalista mediaa voidaan käyttää osana työntekoa ja organisaation toimintaa.

Sosiaalisen median kautta tulleisiin kysymyksiin vastataan arkisin klo 8–15 välisenä aikana.

## **Työyhteisöviestintä**

Työyhteisöviestintä tarkoittaa työyhteisön sisäistä tiedonkulkua ja toimivaa vuorovaikutusta. Työyhteisöviestintä on meidän jokaisen asia. Hyvin toimiva työyhteisöviestintä edistää työhyvinvointia, työssä viihtymistä ja sitä kautta työn tehokkuutta.

**Kauhavan kaupungilla on käytössään työntekijöitä palvelevat tiedotuskanava Sharepointin Intra - [Intra - Home](#)**

## Työyhteisöviestinnän roolit

**Esihenkilö varmistaa alaistensa tiedonsaannin.** Esihenkilöiden ja johtajien tulee varmistaa, että työntekijät saavat työssä tarvitsemansa tiedot oikea-aikaisesti. Erityisesti omaa työtä koskevat tiedot työntekijä odottaa kuulevansa kasvokkain. Työntekijät odottavat saavansa myös tietoa valmisteilla olevista asioista. Epätietoisuus luo epävarmuutta, joka luo hedelmällisen pohjan huhupuheiden leviämiseksi. Huhupuheet aiheuttavat usein kielteisiä tunteita ja stressiä. Sekin, että tiedotetaan, että juuri nyt ei ole uutta tiedotettavaa, on tärkeä tieto työntekijälle.

**Työntekijä hakee aktiivisesti tietoa ja pitää muut ajan tasalla.** Työntekijän odotetaan hankkivan tietoa myös itse aktiivisesti esim. seuraamalla Intraa ja kaupungin viestintäkanavia. Työntekijän tulee pitää oma esihenkilönsä ja työyhteisönsä ajan tasalla omaa työtään koskevissa asioissa.

**Viestinnän asiantuntijan työ on kehittää viestintää ja auttaa muita sen toteuttamisessa.** Viestintä- ja markkinointikoordinaattorilta voi pyytää apua työyhteisöviestinnän suunnitteluun ja tilanteeseen sopivien viestintäkanavien valintaan.

## Rekrytoinnit ja työpaikkailmoitukset

Rekrytoinnin päätehtävä on löytää avoinna olevaan tehtävään siihen parhaiten sopiva henkilö. Rekrytointiprosessi on myös erinomainen tilaisuus markkinoida Kauhavaa työnantajana ja asuinpaikkana.

Työpaikkailmoitukset julkaistaan Kuntarekry.fi kautta, josta ne tulevat näkyviin myös kaupungin kotisivuille ja työmarkkinatorille.

Lisäksi työpaikkailmoitukset julkaistaan harkinnan mukaan kaupungin omissa tai muissa digikanavissa.

- ➔ Jokaisella toimialalla on rekrytointeja Kuntarekryyn syöttävä vastuhenkilö.
- ➔ Esihenkilöt voivat tarvittaessa pyytää tietohallintokoordinaattorilta Kuntarekryyn tunnukset katseluoikeudella.
- ➔ Tarvittavasta rekrytointimarkkinoinnista tulee olla yhteydessä viestintä- ja markkinointikoordinaattoriin.

## Tiedottaminen ja mediaviestintä

Kauhavan kaupunki pyrkii pitämään tiedotusvälineisiin ja niissä työskenteleviin toimittajiin mahdollisimman hyvät suhteet. Viestimme luotettavasti ja tasapuolisesti. Tiedottamisella jaetaan nopeasti ja tehokkaasti luotettavaa tietoa kaupungin toiminnasta medialle.

Lehdistötiedotteet ja kutsut tilaisuuksiin lähetetään aina kaikille medioille yhtä aikaa. Jos jokin media on itse huomannut kaupunkiin liittyvän uutisaiheen, on sillä etuoikeus uutisoida asia.

### Näin teet lehdistötiedotteen

- Otsikko; Mikä asiassa on uutinen? Jos voisit kertoa asian vain yhdellä lauseella, mikä se olisi?
- Teksti; Mikä muuttuu? Miksi tämä on tärkeä asia? Ratkaiseeko tämä jonkin ongelman? Miten asia vaikuttaa lukijaan?
- Tiedotteen tekstin voit kirjoittaa suoraan sähköpostikenttään tai käyttää erillistä tiedotepohjaa.
- Keskity olennaiseen – älä hukuta vastaanottajaa tietoon. Yksi A4 riittää yhdelle uutiselle.
- Voit lähettää myös kuvia aiheesta toimituksen käyttöön.
- Lisää loppuun lisätiedon antaja(t) yhteystietoineen. Varmista, että lisätietojen antaja on tavoitettavissa heti tiedotteen lähettämisen jälkeen.
- Ota tiedotteen laadinnassa huomioon paikallislehden julkaisuajankohta ja uutuusarvo.

## Miksi mediaa palvellaan?

Media on arvokas yhteistyökumppani, joka tavoittaa meille tärkeitä kohderyhmiä. Tiedottamisella on keskeinen rooli mediaviestinnässä, brändin rakentamisessa ja luottamuksen herättämisessä.

Päätöksenteosta viestitään paikallismedialle **vähintään** seuraavasti sähköpostitse:

- ennen kokousta, kun esityslista on julkaistu.
- kokouksen jälkeen heti, kun päätösluettelo on valmis.

## Kuka vastaa toimittajan kysymyksiin?

Toimittajan kysymyksiin vastaa aina viranhaltija, joka tietää asiasta eniten. Jos toimittaja soittaa, puhelussa esitettyihin kysymyksiin pyritään vastaamaan tunnin sisällä. Sähköpostitse tulleisiin kyselyihin pyritään löytämään vastaukset vuorokauden sisällä.

Voit pyytää jutun luettavaksi ennen julkaisua. Huomioithan, että kommentointiaika on tuolloin yleensä lyhyt: tarkista teksti heti sen saavuttua ja toimita mahdolliset muutostoiveet viipymättä.

## Lehti- tai mielipidekirjoitteluun vastaaminen

Kaupunki ei lähtökohtaisesti vastaa lehti- tai mielipidekirjoitteluun. Väärä tieto korjataan aina mahdollisimman nopeasti, olipa se missä kanavassa tahansa ja mikäli kirjoituksessa esitetään jokin selkeä kysymys, siihen voidaan vastata. Vastineisiin liittyen kannattaa asiasta keskustella viestintä- ja markkinointikoordinaattorin kanssa.

## Luottamushenkilöviestintä

Kaupungin tuottama viranomaisviestintä ja luottamushenkilöiden tuottama poliittinen viestintä muodostavat kokonaisuuden, jossa kummallakin on omat tärkeät tehtävänsä.

### Hyviä käytäntöjä luottamushenkilöviestintään:

- Toimielimen pääviestijät ovat esittelijä ja puheenjohtaja.
- Luottamushenkilönä viestiessä on hyvä tuoda esiin, edustaako viesti kaupungin virallista kantaa vai omaa/poliittisen ryhmän kantaa.
- Luottamushenkilön ammattimaisuus kannattaa muistaa myös omissa somekanavissa, sillä usein luottamushenkilö nähdään myös somessa kaupungin virallisena edustajana.
- Väärä tieto korjataan aina asiallisella faktalla ja linkittämällä viralliseen tietolähteeseen.
- Kaupungin logoa tai vaakunaa ei saa käyttää henkilökohtaisessa tai poliittisessa viestinnässä.

## Päätöksistä viestiminen

Toimielimet päättävät toimikautensa alussa kokoustoiminnastaan, ja tässä yhteydessä päätetään myös, miten toimielimen päätöksistä viestitään. Päävastuu viestinnästä on esittelijällä ja puheenjohtajalla. Toimielin voi sopia merkittävien asioiden tiedottamistavasta ja -vastuusta erikseen.

Luottamushenkilön tulee päätöksistä viestiessään muistaa, että suljetuissa kokouksissa (muut kuin valtuusto) käyty keskustelu on luottamuksellista. Luottamushenkilö voi siis kertoa oman kantansa asiaan, mutta ei sitä, mitä toinen luottamushenkilö on sanonut tai muuten ilmaissut asiasta.

Yksittäisen luottamushenkilön tulee aina viestinnässään varmistua, että päätöksen asianosainen (esim. kaupungin virkaan valittu) on saanut tiedon päätöksestä virallista tietä ennen kuin se luottamushenkilön taholta julkistetaan.

Kaupunginhallituksen päätöksistä toimitetaan päätösluettelo valtuutetuille.

## **Akuuteista asioista tiedottaminen**

Kaupunginjohtaja ja toimialajohtajat ovat velvollisia viestimään akuuteista asioista valtuuston puheenjohtajalle, kaupunginhallituksen puheenjohtajalle ja ao. lautakunnan puheenjohtajalle. Merkittävissä asioissa tiedotetaan koko toimielintä.

Akuuteista asioista kuntalaisia, palvelun käyttäjiä, tiedotusvälineitä, sidosryhmiä ym. tiedottaa kaupunginjohtaja ja/tai toimialajohtaja. Koulujen ja varhaiskasvatuksen akuuteista asioista vanhempia tiedottaa ao. toimintayksikön esihenkilö.

Tytäryhtiöt tiedottavat akuuteista asioista ensisijaisesti yhtiön hallitusta ja kaupunginjohtajaa.

## Tekoälyn käyttö viestinnässä

Tekoälyä voi hyödyntää viestinnässä mm. ideoinnissa, viestin muotoilussa tai tiivistämisessä, mutta sen hyödyntäminen vaatii ymmärrystä tekoälyn rajoituksista.

### Muista nämä tekoälyä käyttäessä:

- Älä oleta, että tekoäly on aina oikeassa. Mitään tekoälyn suoraan tuottamaa tekstiä ei julkaista ilman, että sen oikeellisuuden on varmentanut asiasta vastuullinen viranhaltija/työntekijä.
- Älä syötä palveluun mitään salassa pidettäviä, henkilö- tai turvallisuusluokiteltuja tietoja.
- Tekoälyn käyttö tulee mainita, jos käytät tekoälyä kuvan, videon tai muun visuaalisen sisällön laadintaan. Tekstin tuottamisessa mainintaa ei tarvita.
- Varmista, että tekoäly ei vahvista stereotypioita tai ennakkoluuloja.
- Tekoälyllä ei ole tunneälyä tai näkemystä valitsevaan viestintätilanteeseen.
- Tekoälyn käytön vastuullisuuskysymyksiä kannattaa puntaroida ennen sen käyttöä.

## Kriisiviestinnän pikaopas

### Kun kriisi alkaa toimi näin:

1. Soita tarvittaessa 112 ja pyri varmistamaan ihmisten turvallisuus.
2. Ota yhteys esihenkilöösi.
3. Esihenkilö ottaa yhteyttä toimialansa johtoon ja kaupunginjohtajaan / johtoryhmään.  
Johto päättää kenelle asiasta viestitään.  
Toimialajohtajat vastaavat oman toimialansa viestinnästä ja vastaavat median kysymyksiin.

Kriisiviestinnän tavoitteena on:

- varmistaa ihmisten turvallisuus.
- turvata organisaation toimintaedellytykset.
- tiedottaa palvelujen järjestämisestä.
- varmistaa, että julkisuudessa on totuudenmukainen kuva tilanteesta.
- turvata median toimintamahdollisuudet.
- ennakoida mahdolliset kriisit ja valmistautua niihin hyvin.

Onnettomuus- tai kriisitilanteissa viestintävastuu siirtyy tilannetta johtavalle viranomaiselle, kuten poliisille tai pelastuslaitokselle, heti kun he ottavat tilanteen hoitoonsa. On kuitenkin huomioitava, että pelastustoimen johtaja tai poliisin kenttäjohtaja ei tiedota siitä, miten kriisitilanne vaikuttaa ko. hallinnonalan toimintaan tai millaisia muutoksia tapahtuma aiheuttaa. Näistä asioista on varauduttava itse tiedottamaan. Kaupungin roolina voi olla myös eri viranomaisten viestien kokoaminen ja välittäminen.

[Kuntaliiton opas kunnan viestintään kriisi- ja erityistilanteissa.](#)