



PARKANON KAUPUNGIN SOSIAALISEN MEDIAN OHJE

PARKANON KAUPUNKI

Kaupunginvaltuusto 07.04.2025 § 16

Sisällysluettelo

1. Parkanon kaupunki sosiaalisessa mediassa.....	3
1.1 Sosiaalisen median hyödyt.....	3
1.2 Sosiaalisen median kanavia ja linkkejä	4
2. Parkanon some-viestinnän vastuut ja roolit.....	4
2.1 Sosiaalisessa mediassa organisaation nimissä.....	5
2.1.1. Tavoitteet.....	5
2.1.2. Työnjako	5
2.1.3. Sisältö	6
2.2 Sosiaalisessa mediassa työntekijänä.....	7
2.3 Sosiaalisessa mediassa yksityishenkilönä.....	8
2.4 Sosiaalisessa mediassa luottamushenkilönä.....	9
3. Virheelliseen väitteeseen vastaaminen ja somekohu	9
4. Parkanon kaupungin viestintäsuunnitelma	10
Kaupungin viestintää ohjaavaa lainsäädäntöä	11

1. Parkanon kaupunki sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisella medialla eli ”somella” tarkoitetaan erilaisia Internetin yhteisöpalveluja ja sovelluksia, joissa kaikilla sen käyttäjillä on mahdollisuus osallistua sisällön tuottamiseen ja jakamiseen. Sosiaaliselle medialle on ominaista nopea vuorovaikutus ja tasavertainen osallistuminen. Some-viestintä on osa verkossa tapahtuvaa viestintää eli verkkoviestintää.

Sosiaalinen media on merkittävä osa Parkanon kaupungin viestintää ja markkinointia, ja kaupungin sosiaalisen median kanavat kuuluvat kaupungin virallisiin viestintäkanaviin. Sosiaalinen media on myös osa Parkanon kaupungin työntekijöiden ja viranhaltijoiden normaalia työntekeä.

1.1 Sosiaalisen median hyödyt

Parkanon kaupunki hyötyy sosiaalisesta mediasta mm. seuraavilla tavoilla:

- Kaupunki tavoittaa suuren joukon sekä nykyisiä että uusia viestinnän kohde- ja sidosryhmiä helposti ja nopeasti.
- Vuorovaikutus kaupungin asukkaiden sekä muiden kohde- ja sidosryhmien kanssa helpottuu ja lisääntyy, ja kaupunki tulee lähemmäs kuntalaisia.
- Kaupunki voi korjata nopeasti mahdollisia väärinkäsityksiä sekä ennaltaehkäistä kohuja ja mainetappioita.
- Kaupungin asukkaat ja muut kohde- ja sidosryhmät voivat helposti jakaa kaupunkiin liittyvää sisältöä sosiaalisen median kanavissa. Viestit leviävät tätä kautta entistä laajemmalle.
- Kaupunki voi tehdä sosiaalisessa mediassa edullista ja tehokasta markkinointia: Some-markkinointi lisää päivitysten ja mainosten näkyvyyttä, ja se voidaan kohdentaa tietylle alueelle tai käyttäjäryhmälle. Lisäksi some-markkinoinnin tuloksia on helppo seurata.
- Kaupungin asukkaiden ja muiden kohderyhmien joukkoistaminen ja osallistaminen helpottuu, ja tietoa voidaan tuottaa yhteisöllisesti.
- Kaupungin asukkailta ja muilta kohderyhmiltä saadaan nopeasti palautetta. Saadun palautteen avulla voidaan kehittää kaupungin palveluja ja muuta toimintaa.

Kaupungin läsnäolo sekä vuorovaikutus ja positiiviset vaikuttamis- ja osallistumiskokemukset sosiaalisessa mediassa lisäävät kaupungin asukkaiden yhteisöllisyyttä ja identiteettiä eli mehenkeä, yhteenkuuluvuuden tunnetta ja kotiseutuyllpeyttä. Ne myös vahvistavat kaupungin asukkaiden ja muiden kohderyhmien sitoutumista kaupungin toimintaan. Sitoutuneet asukkaat ja muut toimijat viestivät kaupungista positiivisesti.

Positiivinen viestintä luo myönteistä kaupunkikuvaa, vahvistaa kaupungin hyvää mainetta sekä houkuttelee uusia asukkaita, yrityksiä, matkailijoita ja työntekijöitä. Se myös sitouttaa

alueen ulkopuolisia päättäjiä kaupungin toimintaan ja koko alueeseen. Tämä puolestaan helpottaa investointeja ja tuo varmuutta ja jatkuvuutta kaupungin ja alueen kehittämiseen.

1.2 Sosiaalisen median kanavia ja linkkejä

Parkanon kaupungin virallisia sosiaalisen median kanavia ja tilejä ovat:

Facebook

[Parkanon kaupunki](#)

[Visit Parkano](#)

Instagram

[Parkanon kaupunki](#)

[Visit Parkano](#)

Linkedin

[Parkanon kaupunki](#)

Youtube

[Parkanon kaupunki](#)

2. Parkanon some-viestinnän vastuut ja roolit

Parkanon kaupunginhallitus ja kaupunginjohtaja johtavat kaupungin viestintää ja tiedottamista kaupungin toiminnasta. Kriisiviestinnästä vastaa kaupunginjohtaja. Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä toimialajohtajat huolehtivat siitä, että kaupungin asukkaat ja palveluiden käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista. Jokainen työntekijä on myös itse vastuussa julkaisemastaan materiaalista. Sosiaalisen median käyttöä valvovat kaupunginjohtaja, kaikki johtoryhmän jäsenet ja vastualueiden esihenkilöt.

Parkanon kaupungissa toimii markkinointityöryhmä, jossa on jäseniä kaupungin eri osastoilta. Markkinointityöryhmässä sovitaan viestinnän käytännön toteuttamisesta.

Markkinointityöryhmässä sovitaan myös esimerkiksi uusien some-kanavien ja -tilien perustamisesta. Markkinointityöryhmään kuuluu myös kaupungin viestinnän asiantuntija, joka hoitaa käytännössä kaupungin viestinnän some -kanavissa.

Parkanon kaupungin viranhaltijat, työntekijät, luottamushenkilöt, asukkaat ja kävijät ovat kaupungin viestinnän tärkeimpiä tukijoita ja mainelähettiläitä. Kaikki Parkanon kaupungin palveluksessa olevat voivatkin viestiä omasta työstään työajalla, kunhan viestintä ei vaikeuta sovittujen tehtävien hoitoa. Sosiaalisessa mediassa on kuitenkin tiedostettava missä roolissa kulloinkin toimitaan.

Parkanon kaupungin työntekijät ja viranhaltijat voivat toimia sosiaalisessa mediassa kolmessa eri roolissa:

1. Organisaation nimissä Parkanon kaupungin sosiaalisen median kanavissa
2. Työroolissa omalla persoonallaan ja omilla kasvoillaan Parkanon kaupungin sosiaalisen median kanavissa ja erillisessä julkisessa työprofiilissa
3. Yksityishenkilönä henkilökohtaisella tilillään ja muilla sosiaalisen median tileillä

Lisäksi Parkanon kaupunkia voi edustaa sosiaalisessa mediassa luottamushenkilönä.

2.1 Sosiaalisessa mediassa organisaation nimissä

2.1.1. Tavoitteet

Parkanon kaupungin viestinnän tärkein tehtävä on toimia kaupungin asukkaiden hyväksi. Sen täytyy olla asiakaslähtöistä eli palvella kaupungin asukkaiden ja muiden kohderyhmien sekä kaupungille tärkeiden sidosryhmien tarpeita ja toiveita. Tavoitteena on, että viestintä on avointa, aktiivista, vuorovaikutteista, ymmärrettävää ja oikea-aikaista. Lisäksi se on monipuolista kanaviltaan, tavoiltaan ja sisällöltään, jolloin se saavuttaa, sitouttaa ja aktivoi viestinnän kohde- ja sidosryhmiä aiempaa paremmin.

Parkanon kaupungin tavoitteena on, että se erottuu sosiaalisessa mediassa positiivisella tavalla. Some-viestinnän tuleekin olla lisäksi visuaalisesti ja sanallisesti yhtenäistä ja tunnistettavaa sekä tehdä Parkanon kaupungin vahvuudet ja niihin liittyvät ilmiöt, tapahtumat, aktiivisuus, aikaansaannokset sekä yhteinen tekeminen ja tekijät näkyviksi. Sosiaalisessa mediassa panostetaan laadukkaisiin kuviin ja grafiikkaan sekä videoihin, jotka kestävät aikaa ja tukevat Parkanon kaupungin brändiä.

2.1.2. Työnjako

Parkanon kaupungin sosiaalisen median tilien ylläpito on pääasiassa viestinnän asiantuntijan vastuulla ja lisäksi päivitysvastuita on useilla markkinointiryhmän jäsenillä sekä muilla viranhaltijoilla ja työntekijöillä. Vastuita jakamalla taataan, että viestinnän sisältö on monipuolista, päivittäminen on aktiivista ja säännöllistä eikä kaupungin sosiaalisen median tilit hiljene loma-aikoinakaan.

Sosiaalista mediaa päivitetään pääosin työaikana ja vain poikkeustapauksissa virka-ajan ulkopuolella, kuten esimerkiksi kriisitilanteessa tai tapahtuman aikana ja heti sen jälkeen. Työaikana sosiaalisen median päivittäjät sitoutuvat aktiiviseen päivittämiseen ja nopeaan reagointiin. Tarvittaessa päivityksiä ajastetaan pyhäpäiville tai loma-ajoille. Myös niiden, joilla päivitystunnuksia ei ole, toivotaan lähetettävän kuvia ja videoita sekä niihin liittyviä sisältötekstejä päivittäjille.

Parkanon kaupungin nimissä toimimiseen liittyy kuitenkin tiettyjä velvollisuuksia ja rajoituksia.

Viestinnän tulee noudattaa Parkanon kaupungin sosiaalisen median käytön periaatteita ja eettisiä ohjeita (kuvat 1 ja 2), kaupungin graafisia ohjeita sekä kuntaviestintää koskevaa lainsäädäntöä (liite 1). Lisäksi sen täytyy tukea kaupungin strategiaa ja tavoitteita.

- **Avoimuus ja vuorovaikutteisuus:** Kaupungin asiat ovat lähtökohtaisesti julkisia. Viestintä tuo avoimesti, aktiivisesti ja ennakoivasti esille kohderyhmille tarpeellisen tiedon ja edistää monitahoista vuorovaikutusta.
- **Rehellisyys:** Viestinnässä jaetut tiedot ovat oikeita ja tarkistettuja. Tosiasioitakaan ei esitetä tavalla, joka antaa harhaanjohtavan kuvan. Virheelliseksi osoittautunut väite korjataan.
- **Luotettavuus:** Kaupungin viestintä toimii aina Parkanon kaupungin edun mukaisesti ja edistää kaikissa tilanteissa kaupungin luotettavuutta.
- **Arvostus:** Kaupungin viestintä edistää kaupungin viestintäosaamista ja -kulttuuria, suhtautuu arvostavasti kollegoihin ja muiden ammattialojen edustajiin, huomioi kohde- ja sidosryhmien monimuotoisuuden sekä osallistuu julkiseen keskusteluun vastuullisesti ja kaikkia osapuolia kunnioittavalla tavalla.

Kuva 1. Parkanon kaupungin sosiaalisen median periaatteet

- Verkkoyhteisöjen sääntöjä ja tekijänoikeuksia kunnioitetaan. Julkaisijalla on lupa julkaisemaansa materiaaliin (teksti, valokuva, video, piirros, kaavio, animaatio jne.)
- Työroolissa ja työnantajan kanavilla ei päivitetä poliittisia kannanottoja, epäasiallisia kuvia, kirjoituksia tai henkilökohtaisia asioita – organisaation edunvalvontaan liittyvä viestintä on kuitenkin sallittua.
- Työkavereita, kaupungin viranhaltijoita ja työntajaa kohtaan ollaan lojaaleja kaikissa yhteyksissä niin työ- kuin vapaa-ajallakin, eikä työkavereiden, viranhaltijoiden tai työnantajan mainetta vaaranneta. Mielipiteiden ilmaisemisessa punnitaan, kyseenalaistaako se henkilön itsensä, työkaverin, viranhaltijan tai koko organisaation luotettavuuden muiden silmissä.
- Kuntaorganisaation sisäisiä asioita, henkilötietoja, suljettujen kokousten keskusteluja tai muita salassa pidettäviä asioita ei julkaista missään yhteyksissä. Epävarmoissa tilanteissa selvitetään tietojen julkaisukelpoisuus työnantajalta.

Kuva 2. Parkanon kaupungin sosiaalisen median eettiset ohjeet

2.1.3. Sisältö

Kaupungin toiminta sosiaalisessa mediassa voidaan jakaa karkeasti viiteen luokkaan:

1. **Kerrotaan omasta toiminnasta**, kuten esimerkiksi kaupungin päätöksistä tai muista ajankohtaisista asioista.
2. **Kampanjoidaan ja markkinoidaan** esimerkiksi kaupungin uusia palveluita tai nostetaan esille vanhoja. Luodaan mielikuvia ja ylläpidetään mainetta.
3. **Osallistutaan ajankohtaiseen keskusteluun.** Rakennetaan kaupungin asukkaiden

yhteisöllisyyttä arkipäivän elämässä tai nostetaan ideoita pohdittaviksi.

4. **Joukkoistetaan ja osallistetaan.** Keskustellaan valmisteilla olevista asioista tai tulevista päätöksistä. Suunnitellaan ja ideoidaan kyselyjen ja aiempaa avoimempien keinojen avulla.
5. **Palvellaan ja neuvotaan asiakkaita.** Siirretään asiakaspalvelua ja muuta käytännön työtä sosiaaliseen mediaan.

Viestintää ei pidä tehdä organisaatiotileilläkään kasvottomasti tai pelkästään organisaation näkökulmasta käsin. Viestinnässä on tärkeää korostaa myös niitä asioita, jotka ovat kaupungin asukkaille ja muille kohderyhmille tärkeitä. Viestintätyyli voi olla sosiaalisessa mediassa rennompi ja rohkeampi kuin esimerkiksi kaupungin Internet-sivuilla. Näin se saa aikaan reaktioita, kommentteja ja jakoja sekä innostaa seuraamaan kaupungin some-viestintää jatkossakin.

Viestinnässä täytyy pyrkiä tasapuolisuuteen. Koska sosiaalisen median päivitykset eivät näy kaikille organisaatiotilien seuraajille, esimerkiksi kaupungin tapahtumat tulee koota kaupungin Facebook-tilin tapahtumakalenteriin (Internet-sivujen tapahtumakalenterin lisäksi) ja päivittää myös tarvittaessa erikseen kaupungin Facebook-tilin ja Instagram-tilin uutisvirtaan. Näin mahdollisimman monet kaupungin asukkaat saavat tietoa tapahtumista ja voivat osallistua niihin.

2.2 Sosiaalisessa mediassa työntekijänä

Kaupungin asiantuntijoiden läsnäolo sosiaalisessa mediassa voi tuoda esiin asiantuntemusta, antaa kasvot kaupungin toiminnalle sekä mahdollistaa verkostoitumisen. Kaupungin työntekijöitä ja viranhaltijoita kannustetaan osallistumaan kaupungin sosiaalisessa mediassa käytäviin keskusteluihin ja vastaamaan siellä esitettyihin kysymyksiin – etenkin, kun ne liittyvät omiin työtehtäviin.

Parkanon kaupungin työntekijät voivat halutessaan perustaa myös erillisiä työprofiileja työasioista viestimistä ja työn tekemistä varten. Esimerkiksi nuorisotyöntekijät kohtaavat nuoria verkossa osana arkityötään. Työprofiilien perustaminen on kuitenkin vapaaehtoista. Työprofiilia ei kannata perustaa, jos sitä ei ehdi päivittää.

Työntekijäroolissa viestinnän lähtökohdaksi tulee ottaa oma työ ja sen sisällöt. Jotta kaupungin viestintä olisi tasapuolista ja saavuttaisi kaikki sen kohderyhmät, kaupungin asukkaita koskevat yleiset asiat tulee kuitenkin aina ensin viestiä organisaation tileillä, ja jakaa vasta sieltä työprofiiliin tai muille sosiaalisen median tileille. Tällaisia ovat esimerkiksi tapahtumat (kts. tarkemmin kohta 2.1.3.).

- Vihapuhe eli henkilöön tai ihmisryhmään kohdistuva vihan lietsominen kuten uhkailu ja pelottelu sekä ilkeät, väheksyvät, pilkkaavat, loukkaavat, nöyryyttävät tai vihailevat kommentit
- Työsuorituksen jatkuva ja perusteeton arvostelu, mustamaalaaminen
- Perättömien tietojen tai juurujen levittäminen
- Aiheeton arvostelu ja väärin syytösten esittäminen, mitätöinti
- Aiheettomat kiusaamissytykset
- Sukupuolinen tai rasistinen häirintä

Kuva 3. Esimerkkejä epäasiallisesta käyttäytymisestä somessa

Työnantajaan ja työhön liittyvien päivitysten täytyy perustua faktoihin ja omaan asiantuntemukseen. Työprofiilissa tulee noudattaa myös muita kaupungin sosiaalisen median käytön periaatteita ja eettisiä ohjeita (kuvat 1 ja 2). Esimerkiksi huumorin käyttö on kuitenkin sallittua ja jopa suotavaa. Poliittisia painotuksia täytyy työntekijäprofiilissakin välttää.

2.3 Sosiaalisessa mediassa yksityishenkilönä

Työntekijöillä on vapaa-ajan roolissaan ja omilla viestintäkanavillaan Suomen perustuslain (731/1999) 12 §:n mukainen sananvapaus ”ilmaista, julkistaa ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestijä kenenkään ennakolta estämättä”. Sananvapauteen ei kuitenkaan kuulu vihapuhe tai muu epäasiallinen käytös (kuva 3).

Työsopimuslain (55/2001) mukainen lojaliteettivelvollisuus on voimassa myös työntekijän vapaa-aikana. Työnantajaa vahingoittava toiminta voi olla irtisanomisperuste. Työnantajan arvostelu ei olekaan suotavaa edes yksityishenkilönä tai yksityisillä sosiaalisen median tileillä. Keskusteluissa on erityisesti syytä välttää viittauksia henkilöihin, jotka voidaan tunnistaa.

Jos työntekijä tai viranhaltija omassa henkilökohtaisessa some-profiilissaan julkaisee työnantajan tiedot, hän edustaa työnantajaansa myös vapaa-ajalla. On hyvä tiedostaa, että vaikka työnantajatietoa ei some-profiilissa olisikaan, pienen kaupungin työntekijän tai viranhaltijan on käytännössä lähes mahdotonta toimia sosiaalisessa mediassa ainoastaan yksityishenkilönä, ja kommentointi liitetään helposti myös ammattirooliin.

Jos työasioita käsitellään sosiaalisessa mediassa yksityishenkilönä, viestissä tai omassa profiilissa tuleekin ilmoittaa, että kyseessä on oma mielipide eikä Parkanon kaupungin virallinen kannanotto. Työhön liittyviä asioita tulee käsitellä muutoinkin harkiten. Työtä koskevissa keskusteluissa on hyvä pitäytyä niissä asioissa, jotka kuuluvat omaan vastuualueeseen.

Sosiaalisessa mediassa ei saa yksityishenkilönäkään keskustella kaupungin sisäisistä asioista tai julkaista mitään sellaisia työasioita, joista ei muutoinkaan voida puhua julkisesti tai jotka ovat luottamuksellisia. Etenkin henkilöihin kohdistuvien tietojen käsittelyllä voi olla vakavatkin oikeudelliset seuraamukset.

On myös hyvä muistaa, että sosiaalisen median julkaisuja ei välttämättä saa sieltä koskaan pois: kuka tahansa voi ottaa esimerkiksi tekstistä tai kuvasta kuvakaappauksen ja jakaa sen jollekin kolmannelle osapuolelle, jolloin julkaisut saavat alkuperäistä tarkoitusta laajemman julkisuuden.

2.4 Sosiaalisessa mediassa luottamushenkilönä

Luottamushenkilöillä on keskeinen asema edustukselliseen demokratiaan perustuvassa kunnallisessa päätöksenteossa. Kuntalain (410/2015) 69 §:n mukaan luottamushenkilön tulee edistää kaupungin ja sen asukkaiden parasta sekä toimia luottamustehtävässään arvokkaasti tehtävän edellyttämällä tavalla. Säännös koskee myös sosiaalista mediaa. Sen tavoitteena on vahvistaa kansalaisten luottamusta kunnallishallintoon.

Luottamushenkilöt eivät edusta vain tietyn puolueen jäseniä, vaan koko kuntaa ja kuntaorganisaatiota työnantajana. He ovat merkittäviä kuntakuvan luojia ja yhteiskunnallisia vaikuttajia, joiden kannanotoilla on merkitystä. Luottamushenkilöt voivatkin halutessaan parantaa sosiaalisen median avulla kaupungin hallinnon läpinäkyvyyttä, lisätä vuorovaikutusta kuntalaisten kanssa sekä vahvistaa sitä luottamusta, johon kaupungin luottamushenkilötoiminta perustuu.

Luottamushenkilöilläkin on vaitiolovelvollisuus julkisuuslain (621/1999) 24 §:n sekä tietosuojalain (1050/2018) ja -asetuksen mukaisista salassa pidettävistä asioista ja suljettujen kokousten keskusteluista. Lisäksi julkaistujen tietojen tulee olla oikein. Niiden julkaisemisessa täytyy ottaa huomioon toisten henkilöiden kunnia ja yksityisyys.

Luottamushenkilöillä on oikeus esittää kritiikkiä ja eriäviä mielipiteitä. Vihapuhe tai muu epäasiallinen käytös sosiaalisessa mediassa ei ole kuitenkaan luottamushenkilöiltäkään hyväksyttävää: se voi pahimmillaan luoda kaupungille monenlaisia mainetappioita (kuva 3). Riittaisalta vaikuttava kunta tai kaupunki ei houkuttele uusia asukkaita, yrityksiä, työntekijöitä tai investointeja.

3. Virheelliseen väitteeseen vastaaminen ja somekohu

Sosiaalisessa mediassa käydään aktiivista keskustelua. Siellä esitetään myös Parkanon kaupunkiin ja sen viranhaltijoihin tai työntekijöihin kohdistuvaa kritiikkiä ja virheellisiä väitteitä. Kaupungin on tärkeää oikaista mahdolliset väärinkäsitykset jo ennen kuin niistä nousee sosiaalisen median kohu: jos kaupunki ei sitä tee, joku muu tekee. Kaikkein kritiikkiin ei kuitenkaan tarvitse vastata.

Jos näet Parkanon kaupunkia tai Parkanon kaupungin työntekijää tai viranhaltijaa (mukaan lukien sinua itseäsi) koskevan virheellisen väitteen tai asiattoman kommentin, ilmoita siitä esihenkilöllesi. Voit myös pyytää virheellisen väitteen kirjoittajaa olemaan yhteydessä suoraan sinuun tai esihenkilöösi. Varsinaisessa sosiaalisen median kohussa on tärkeää toimia nopeasti.

Jos vastaat sosiaalisessa mediassa esitettyyn virheelliseen väitteeseen tai somekohuun, toimi näin:

- Vastaa asiallisesti ja jaa oikeaa tietoa.
- Älä intä, ja vältä ajautumasta väittelyihin.
- Älä syytä ketään tai kirjoita kenestäkään negatiivisia kommentteja.
- Pyydä tarvittaessa aidosti anteeksi tekemisiä tai sanomisia niiltä, joihin ne ovat kohdistuneet.
- Älä selitä virhettä pienemmäksi.
- Älä lupaa sellaista, mitä et aio tai voi toteuttaa.
- Älä kopioi samaa viestiä eri palautteisiin.
- Esitä kommentit mieluummin henkilönä kuin kaupunkiorganisaationa

4. Parkanon kaupungin viestintäsuunnitelma

Parkanon kaupunki toimii kuntalaisia ja muita toimijoita varten. Viestinnällä toteutetaan kuntalaissa säädetty kaupungin viestintävelvoite kuntalaisille ja muille toimijoille. Viestinnällä on kaupungin käytännön toiminnan ohella vaikutus myös kaupungin maineeseen.

Viestintäsuunnitelmassa on luotu viestinnän linjaukset ja toimintasuunnitelma viestinnän toteuttamiseen ja käytännön toimenpiteisiin. Viestintäsuunnitelma ja sosiaalisen median ohje tukevat sisällöltään toisiaan.

Parkanon kaupungin viestintäsuunnitelma sisältää

- viestinnän tarkoituksen ja periaatteet
- ulkoisen ja sisäisen viestinnän
- kriisi- ja häiriötilanneviestinnän
- kaupungin viestinnän organisoinnin, vastuut ja seurannan

Parkanon kaupungin viestintäsuunnitelma on julkaistu kaupungin verkkosivuilla:

<https://parkano.fi/wp-content/uploads/2024/09/Parkanon-kaupungin-viestintäsuunnitelma.pdf>

LIITE 1

Kaupungin viestintää ohjaavaa lainsäädäntöä

Kuntalaissa (410/2015, 49 §) säädel­lään kaupungin viestintävelvoitteesta: kaikesta kaupungin toiminnasta on tiedotettava kaupungin asukkaille ja muille toimijoille. Kaupungin viestinnän on kohdeltava kaikkia tasapuolisesti ja otettava huomioon kuntaviestinnän eri kohderyhmien tarpeet. Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä.

Hallintolain (434/2003 7 §) mukaan hyvän hallinnon periaatteisiin kuuluvat palveluperiaate ja palvelun asianmukaisuus. Palveluperiaate tarkoittaa esimerkiksi viranomaisen velvollisuutta tiedottaa toiminnastaan ja toimialaansa liittyvistä palveluista.

Suomen perustuslaissa (731/1999) ja **laissa viranomaisen toiminnan julkisuudesta** (621/1999) säädel­lään julkisuusperiaatteesta. Sen mukaan viranomaisen hallussa olevat asiakirjat ja muut tallenteet ovat julkisia, jollei niiden julkisuutta ole välttämättömien syiden vuoksi lailla erikseen rajoitettu. Jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta ja tallenteesta.

Julkisuusperiaate edellyttää avoimuutta, ja se velvoittaa viranomaisen tiedottamaan toiminnastaan, palveluistaan ja yksilöiden sekä yhteisöjen oikeuksista ja velvollisuuksista. Viranomaisen on lisäksi huolehdittava siitä, että kuntalaisen tiedonsaannin kannalta keskeiset asiakirjat tai niitä koskevat luettelot ovat saatavilla kirjastoissa, yleisissä tietoverkoissa tai muilla kuntalaisen helposti käytettävissä olevilla keinoilla.

Laissa viranomaisten toiminnan julkisuudesta (621/1999) säädetään myös viranomaisen tiedonantovelvollisuudesta keskeneräisissä asioissa, velvollisuudesta tuottaa ja jakaa tietoa sekä salassa pidettävistä asioista.

Suomen perustuslain (731/1999, 12 §) mukaan jokaisella on sananvapaus. Sananvapaus tarkoittaa, että jokaisella on oikeus ilmaista, julkistaa ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestejä kenenkään ennakolta estämättä.

Sananvapauden käytöstä joukkoviestinnässä säädetään **sananvapauslailla eli lailla sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä** (460/2003). Tämä pitää sisällään myös viestinnän, joka välitetään sosiaalisen median kautta yleisölle.

Perustuslaissa (731/1999, 10 §) säädetään **yksityisyyden suojasta**. Se käsittää yksilön oikeuden olla paljastamatta tiettyjä asioita yksityiselämästään ulkopuolisille tahoille, ellei tätä oikeutta ole erikseen rajoitettu.

Tietosuojalaissa (1050/2018) sekä **Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksessa** (EU) 2016/679 säädelään mm. henkilötietojen keräämistä, käsittelyä ja luovuttamista sekä näihin liittyviä oikeuksia ja velvollisuuksia. Tietosuojalain ja asetuksen tavoitteena on, että kansalaiset voivat hallita tietojaan aiempaa paremmin.

Tekijänoikeuslain (8.7.1961/404) mukaan toisen luomaa teosta ei saa ladata, levittää tai näyttää tietoverkkojen sivustoilla ilman tekijän nimenomaista lupaa.