

Sosiaalisen median ohje Äänekosken kaupungin henkilöstölle ja luottamushenkilöille

Tämän ohjeen tarkoituksena on opastaa henkilöstöä ja luottamushenkilöitä toimimaan sosiaalisessa mediassa vastuullisesti ja kaupungin toimintaa tukevalla tavalla. Annetut ohjeet ovat sitovat ja ne koskevat kaikkia kaupungin viranhaltijoita, työntekijöitä, harjoittelijoita, työssä oppijoita, siviilipalvelusta suorittavia ja kuntouttavassa työtoiminnassa olevia. Kaupunginhallitus kehottaa myös luottamushenkilöitä ottamaan ohjeen huomioon toiminnassaan.

Sosiaalisen median ohje kertoo Äänekosken kaupungin toimintaperiaatteet sosiaalisen median käytössä ja opastaa työntekijöitä ja luottamushenkilöitä toimimaan sosiaalisessa mediassa. Tämä ohje korvaa vuoden 2017 sosiaalisen median ohjeen ja sen hyväksyy kaupunginhallitus.

Hallintojohtaja ja viestintäsuunnittelija voivat antaa yksittäisiä lupia poiketa kaupungin sosiaalisen median ohjeesta, kunhan poikkeus ei vaaranna tietoturvaa tai tietosuojaa.

Äänekosken kaupungin verkkosivut www.aanekoski.fi on kaupungin virallinen pääviestintäkanava, jonne asukas pyritään ensisijaisesti ohjaamaan. Esimerkiksi ajankohtaiset tiedot ja tiedotteet julkaistaan ensin kotisivuilla ja sen jälkeen linkitetään kotisivujen uutinen sosiaalisen median kanaviin.

Sosiaalisen median hyödyntäminen

Sosiaalinen media eli some on viestinnän muoto, joka mahdollistaa avoimuuden, osallistumisen ja yhteisöjen muodostumisen. Sosiaalisen median alustoja voidaan käyttää asukkaille tiedottamiseen, asiakaspalveluun, sisällöntuotantoon, markkinointiin, tapahtumamarkkinointiin, osallistamiseen, eri asiakasryhmien kohtaamiseen ja vuorovaikutukseen, horisontaaliseen vuoropuheluun, julkiseen keskusteluun ja keskustelun herättämiseen, verkottumiseen, mediaseurantaan, positiivisen imagon luomiseen ja maineenhallintaan. Sosiaalinen media tulisi nähdä virallisten tiedotuskanavien rinnalla myös yhtenä kriisiviestinnän työkaluista.

Aktiivinen ja avoin sosiaalisen median käyttö voi lisätä asukkaiden kaupungin hallintoa kohtaan tuntemaa luottamusta ja sitoutumista omaan kotikaupunkiin.

Äänekosken kaupungin pääkanavat sosiaalisessa mediassa

Facebook: <https://www.facebook.com/aanekoski/>

Instagram: <https://www.instagram.com/aanekoskenkaupunki/?hl=fi>

Twitter: https://twitter.com/aanekoski_city

YouTube: Äänekosken kaupunki

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/aanekoskenkaupunki>

Näiden pääkanavien lisäksi Äänekosken kaupungin eri toimialoilla ja yksiköillä on käytössään lukuisia muita tilejä ja myös muita somekanavia, kuten nuorisopalveluilla TikTok.

Jokaiselle tilille ja kanavalle pitää olla suunnitelma siitä, mitä sisältöä sinne tuotetaan, ketkä siitä vastaavat ja kuinka usein päivityksiä tehdään. Päivityksiä pitää jonkun hoitaa myös yksittäisten työntekijöiden lomien tai sairauslomien aikana sekä mahdollisesti työntekijöiden vaihtuessa. Tärkeimmät tiedotteet pitää aina jakaa tai pyytää viestintäsuunnittelijaa jakamaan ne myös kaupungin pääkanaviin.

Jos aikoo perustaa uuden tilin kaupungin toimintaan liittyen, siitä tulee ehdottomasti etukäteen keskustella oman esihenkilön ja viestintäsuunnittelijan kanssa. Ilman esihenkilön lupaa uusia tilejä ei saa Äänekosken kaupungin nimissä perustaa. Uusia kanavia tai tilejä saa perustaa vain, jos se on hyvin suunniteltua ja perusteltua, esimerkiksi kohderyhmän vuoksi. Myös mahdollisuutta hyödyntää olemassa olevia tilejä pitää arvioida ennen uuden perustamista.

Kaikissa kaupungin alla toimivissa tileissä pitää näkyä selkeästi se, että kyseessä on Äänekosken kaupungin toimintaa ja palvelua. Tilin profiilikuvassa voi käyttää Äänekosken kaupungin logoa tai osia siitä ja tilin nimessä Äänekosken kaupungin tulee käydä selvästi ilmi.

Kaikki kaupungin alla toimivat sosiaalisen median tilit, niiden salasanat ja tunnukset pitää olla viestintäsuunnittelijalla tiedossa ja ne pitää ilmoittaa sähköpostitse suvi.kallioinen@aanekoski.fi. Jos jokin sosiaalisen median kanavan tai tilin käyttö loppuu, siitä pitää ilmoittaa viestintäsuunnittelijalle, tili pitää lopettaa ja ohjata seuraajat kaupungin muille some-sivustoille.

Kaupungin viralliset viestinnän pääkanavat ovat internetsivut ja sisäisessä käytössä intranet. Sosiaalisen median palvelut eivät korvaa virallisia viestintäkanavia. Sosiaalisen median

palvelu on lisäkanava ja sosiaalisen median kautta voidaan myös ohjata virallisen tiedon äärelle, kuten kaupungin kotisivuille.

Kaikkien sosiaalisen median julkaisujen tulee sopia kaupungin viestintälinjauksiin ja tukea kaupunkistrategiaa. Kaikki kaupungin julkaisut tulee olla asiallisia ja hyvän maun mukaisia.

Julkaisujen määrä ja aikatauluttaminen

Sosiaalisen median julkaisujen näkyvyyttä määrittää algoritmi. Algoritmit seuraavat käyttäjien toimintaa ja nostavat tulkintansa mukaan erilaisia sisältöjä käyttäjien nähtäväksi. Algoritmit suosivat julkaisuja, joissa on kuva tai video sekä reaktioita ja kommentteja. Julkaisun sisällöt tulee siis miettiä kanavakohtaisesti sekä kohderyhmä huomioiden. Näkyvyyteen vaikuttavat siis julkaisun laatu sekä julkaisuaikataulu.

Päivätasolla samassa kanavassa tehdyt useat julkaisut heikentävät toistensa näkyvyyttä. Tämän vuoksi olisi tärkeää päivittää maksimissaan vain muutaman kerran päivässä. Lisäksi julkaisun näkyvyyteen voidaan vaikuttaa valitsemalla sopiva ajankohta julkaisulle, esimerkiksi lounasaika ja ilta-ajat ovat sellaisia, jolloin ihmiset viettävät aikaa sosiaalisen median parissa. Myös viikonlopulle kannattaa ajastaa julkaisuja etukäteen. Tärkeimmät tiedotteet voidaan jakaa myös Äänekosken ja kylien yleisimpiin Facebook-ryhmiin, jolloin päivitykset tavoittavat vielä paremmin asukkaita. Päivityksen voi jakaa ryhmiin viestintäsuunnittelija.

On hyvä muistaa, että sosiaaliseen mediaan päivittäminen ei takaa sitä, että viesti tavoittaa asukkaan. Tämän vuoksi suositaan monikanavaista viestintää ja hyödynnetään myös maksullista markkinointia tarpeen vaatiessa. Äänekosken kaupunki ostaa tarpeen mukaan Facebookissa ja Instagramissa maksullista näkyvyyttä. Niistä tulee ottaa yhteyttä matkailu- ja markkinointiasiantuntijaan.

Kuinka voin parantaa Äänekosken kaupungin julkaisujen näkyvyyttä?

Kuten nimikin kertoo, sosiaalinen media on sosiaalista. Tämän vuoksi on suositeltavaa, että kaupungin päivityksiä jaetaan, niihin reagoidaan ja tarpeen mukaan myös kommentoidaan ja kysymyksiin vastataan. Julkaisun näkyvyys on aina parempi, mitä enemmän sen yhteydessä tapahtuu.

On tärkeää koota kaikkien kaupungin alla toimivien palveluiden tuottama tieto mahdollisimman kattavasti kuntalaisten tietoon, joten asukkaan kannalta merkittävimmät ja mielenkiintoisimmat päivitykset pitää aina jakaa tai pyytää viestintäsuunnittelijaa jakamaan ne myös kaupungin pääkanavalla. Viestintäsuunnittelijaa voi pyytää jakamaan päivityksiä myös Äänekosken isoimmissa Facebook-ryhmissä.

Kaikissa kaupungin yksiköiden päivityksissä pitää käyttää aihetunnisteita ja merkintöjä. Kaikilla tileillä ja päivityksissä tulee käydä selvästi ilmi, että kyseessä on Äänekosken kaupungin toimintaa.

Aihetunnisteiden eli hashtagien käyttö

Aihetunnisteiden perusideana on kerätä saman aiheen sisältö yhden tunnisteeseen alle. Saavutettavuuden kannalta on suositeltavaa käyttää hastageissa isoja kirjaimia, koska näytönlukusovellukset osaavat lukea sanat paremmin erillisinä, kun ne on kirjoitettu isoilla kirjaimilla.

Kaikissa kaupungin sosiaalisen median kanavissa ja päivityksissä käytetään kaupungin omia hashtageja (oman toimialan aihetunnisteiden lisäksi) #ÄänekoskenKaupunki, #Äänekoski, #Aanekoski sekä tilanteen mukaan #IlmioTeko, #Aanekoskillmio, #HyväArkiAsuuTäällä.

Merkitseminen eli tägääminen

Julkaisuihin suositellaan tägäämään Äänekosken kaupungin päätili käyttämällä @ -merkkiä tilinimen edessä. Esimerkiksi @aanekoskenkaupunki Instagramissa ja @aanekoski_city Twitterissä.

Tägättyjä julkaisuja on helpompaa jakaa päätilillä (esimerkiksi stooreissa) ja niistä tulee aina maininta tilin käyttäjälle. Lisäksi julkaisut tulevat näkymään automaattisesti Instagramissa Äänekosken kaupungin "merkityt" sivulle. Tämä lisää yhtenäisten palveluiden tarjonnan näkyvyyttä.

Millaisia julkaisuja eri somekanaville?

Instagram on kuvapalvelu, jossa pääpaino on kuvissa. Kanavan erityispiirteinä on keveys ja visuaalisuus. Äänekosken kaupungin Instagram-tilille julkaistaan laadukkaita kuvia, joissa on palvelun vaatima oikea kuvasuhde. Samaa kuvaa saa käyttää julkaisussa vain kerran. Kuvan lisään liitetty teksti tulee olla sisällöltään lyhyehkö ja informatiivinen. Hymiöiden käyttö julkaisuiden yhteydessä on suotavaa. Linkit eivät toimi tekstien yhteydessä, mutta niitä voidaan käyttää esimerkiksi stooreissa. Jos julkaiset kaupungin asioista omalla tililläsi, voit käyttää samoja ehdotettuja aihetunnisteita. Kaupunkiorganisaatioon voit viitata kirjoittamalla merkinnän @aanekoskenkaupunki. Instagramissa kanavana korostuu markkinointi ja osallistaminen.

Facebook on teksti- ja kuvapalvelu, jota Äänekosken kaupunki käyttää tiedon jakamiseen. Julkaisuissa voidaan käyttää linkkejä ja tekstien yhteydessä on erittäin suositeltavaa käyttää kuvia tai videoita. Myös hymiöiden käyttö on suotavaa. Facebook on erityisesti horisontaalisen vuoropuhelun, markkinoinnin ja osallistamisen alusta.

YouTube on videopalvelu, jota käytetään videoviestintään. YouTube toimii alustana, jolle video julkaistaan, jonka jälkeen video nostetaan Äänekosken kaupungin sivuille ja sieltä jaetaan eteenpäin muihin sosiaalisen median kanaviin. Äänekosken kaupungin YouTube-kanavaa käytetään suoriin lähetyksiin (mm. kaupunginvaltuuston kokoukset). YouTube somekanavana korostuu tiedottaminen, sisällöntuotanto ja markkinointi.

Twitteriin voi jakaa lyhyitä tekstejä, kuvia ja videoita. Palvelun käytössä erittäin tärkeää on aihetunnisteiden, eli hashtagien käyttö. Twitterissä julkaistaan strategisesti ja brändin kannalta tärkeitä asioita, elinvoiman ja kaupunkikuvan kannalta tärkeitä asioita sekä asiantuntijoita kiinnostavia asioita. Jos twiitit kaupungin asioista omalla tililläsi, voit käyttää samoja ehdotettuja aihetunnisteita sekä #aanekoskiilmio. Twitterille ominaista on verkottuminen, julkinen keskustelu, asiantuntijaviestintä, kriisiviestintä, liveseuranta ja mediaseuranta.

LinkedIn on organisaatioiden ja työntekijöiden sosiaalisen median alusta, jonka tarkoituksena on tuoda esille ihmisten ja organisaatioiden osaamista. LinkedIn sisällöt voivat olla kuvia, tekstejä ja videoita. Kaupungin LinkedIn-tilin tavoitteena on erityisesti positiivisen työnantajamielikuvan edistäminen. Työnantajakuvalla on vaikutusta esimerkiksi siihen, millaisia työntekijöitä meille hakeutuu. LinkedIn sopii hyvin esimerkiksi rekrytoinnin kanavaksi ja kaupunkikuvan kehittämiseen. Siinä korostuu verkottuminen, julkinen keskustelu ja asiantuntijaviestintä.

Äänekosken kaupungin viestintäsuunnittelija ja matkailu- ja markkinointiasiantuntija tuottavat pääosin sisällöt kaupungin yhteisiin somekanaviin. Jos huomaat, että työhösi liittyvästä asiasta olisi hyvä viestiä kaupungin sosiaalisen median kanavissa, ota yhteyttä viestintäsuunnittelijaan.

Jos et jostain syystä halua käyttää sosiaalista mediaa työssäsi tai sinulle on epäselvää, kuuluuko se työnkuvaasi, keskustele asiasta oman esihenkilösi kanssa.

Sosiaaliseen mediaan liittyvät kielteiset puolet tulee nähdä myös työsuojelullisena asiana. Sosiaalinen media tekee niin aiheellisesta kuin aiheettomasta kritiikistä entistä julkisempaa ja on siksi psykososiaalinen kuormitustekijä, joka tulee myös työsuojelullisesti ottaa huomioon.

Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa

Sosiaalinen media on asukkaille yksi mahdollinen kanava olla yhteydessä kaupunkiin. Äänekosken kaupunki vastaa somessa mahdollisuuksien mukaan niihin viesteihin ja palautteisiin, joissa on kaupungille osoitettu kysymys. Myös yksityisviesteihin pyritään vastaamaan.

Julkaisun kommentteihin vastaa julkaisun lisääjä. Jos julkaisun lisääjä ei osaa vastata esitettyyn kysymykseen, hän selvittää asian kyseisestä asiasta tietävältä työntekijältä ja välittää vastauksen asiakkaalle. Vastaukset pyritään antamaan mahdollisimman pian. Jos selvitystyössä menee pidempään, ilmoitetaan asiakkaalle, että asiaa selvitetään ja siihen palataan, kun lisätietoa on saatu. Asiattomiin viesteihin ja keskusteluihin ei tarvitse vastata ja niitä poistetaan kanavilta tarvittaessa.

Kaupungin nimissä ei saa sosiaalisessa mediassa antaa yksilökohtaista asiakasneuvontaa, asiakasohjausta tai konsultointia, ellei tämä sovitusti kuulu henkilön työtehtävään.

Jos sosiaalisessa mediassa esiintyy väärää tietoa Äänekosken kaupungista ja sen toiminnasta, siitä tulee ilmoittaa esihenkilölle tai viestintäsuunnittelijalle.

Miten viestin?

Eri sosiaalisen median kanavien ominaispiirteiden vuoksi on tärkeää, että jokaiselle kanavalle luodaan sisällöt kanavan toimintaperiaatteiden mukaan. Tämä varmistaa sisällön laadun ja mahdollisimman hyvän näkyvyyden kohdeyleisölle.

Sosiaalisessa mediassa, kuten kaikessa kaupungin viestinnässä, pyritään välttämään liian vaikeaselkoista kieltä, jotta saavutettavuuden ja avoimen hallinnon periaatteet toteutuvat.

Sosiaalisen median keskusteluihin kannattaa suhtautua yhtä vakavasti kuin mihin tahansa muuhunkin kirjoitettuun viestintään ja osallistua keskusteluihin aina harkiten. Sosiaalisessa mediassa jakamaan tietoon pitää suhtautua kuin se olisi täysin julkista tietoa. Kerran julkaistua aineistoa on käytännössä mahdoton poistaa kokonaan ja se saattaa tulla esille yllättävissä yhteyksissä myöhemmin. On hyvä muistaa, että kaupungin työntekijöiden tai luottamushenkilöiden kirjoittelu saatetaan tulkita kaupungin viralliseksi kannaksi tai ennusteeksi siitä.

Kaupungin henkilöstöä ja luottamushenkilöitä sitoo salassapito- ja vaitiolovelvollisuus. Eriyisen huolellinen pitää olla salassa pidettävän tai yksityisyyden suojaan liittyvän tiedon suhteen. Myös tietoturvaan ja tietosuojaan liittyvät seikat tulee huomioida. Kuvattavalta pitää olla lupa kuvan julkaisemiseen. Alaikäisen - myös nuoren - kuvausluvan voi antaa suullisesti tai kirjallisesti ainoastaan huoltaja, lapsen tai nuoren oma suostumus ei riitä. Jos et ole itse ottanut kuvaa, tulee sinun saada kuvan käyttöön myös kuvaajan lupa.

Sosiaalista mediaa käytettäessä on huomioitava loukkaamattomuus ja asiallisuus sekä työ- tai virkasuhteesta johtuvat velvollisuudet. Käyttäytymisen lähtökohtana myös sosiaalisessa mediassa on työsopimuslaissa säädetty lojaliteettivelvoite, jonka perusteella työntekijän on vältettävä kaikkea, mikä on ristiriidassa hänen asemassaan olevalta kohtuuden mukaan vaadittavan menettelyn kanssa. Viranhaltijan osalta kunnan ja hyvinvointialueen viranhaltijasta annetussa laissa on säädetty, että viranhaltijan on käyttäydyttävä asemansa ja tehtävänsä edellyttämällä tavalla. Epäasiallinen käyttäytyminen esimerkiksi sosiaalisessa mediassa voi vahingoittaa työnantajan mainetta, asiakassuhteita ja työpaikan ilmapiiriä sekä heikentää yleistä luottamusta viranomaisen toiminnan tasapuolisuutta kohtaan.

Lain mukainen lojaliteettivelvoite on voimassa myös vapaa-aikana ja palvelussuhteen päätyttyä ja siinäkin tapauksessa, että työntekijä tai viranhaltija on pyrkinyt erottamaan työ- ja yksityisroolit toisistaan. Lojaliteettivelvoite ei estä kaupungin toiminnan kehittämistä palvelevan keskustelun käymistä tai asiallista epäkohtiin puuttumista. Lojaliteettivelvoitteesta kuitenkin seuraa, että työntekijän tai viranhaltijan tulee ottaa julkisissa esiintymisissään huomioon myös työnantajan edut ja kaupungin henkilöstön käyttäytymistä koskevat odotukset. Työpaikan kehittämistä koskevaa keskustelua tulisi myös pyrkiä käymään ensisijaisesti organisaation sisällä oman esihenkilön ja muiden tehtävään osoitettujen kanssa.

Sosiaalinen media ja luottamushenkilöt

Luottamushenkilöiden kirjoittelu saatetaan tulkita kaupungin viralliseksi kannaksi tai ennusteeksi siitä. Luottamushenkilön some-esiintymisestä tulisikin voida erottaa, milloin hän kertoo oman tai esimerkiksi puolueensa mielipiteen, ja milloin kyse on Äänekosken kaupungin kannasta tai päätöksestä.

Luottamushenkilöt noudattavat yleisiä, hyvän maun mukaisia pelisääntöjä. Lain mukaan heidän on käyttäydyttävä tehtävänsä ja asemansa edellyttämällä tavalla.

Sosiaalista mediaa käytettäessä on huomioitava loukkaamattomuus ja asiallisuus. Erityisen huolellinen pitää olla salassa pidettävän tai yksityisyyden suojaan liittyvän tiedon suhteen. Myös tietoturvaan ja tietosuojaan liittyvät seikat tulee huomioida.

Julkishallinnon organisaatioiden luottamushenkilöillä on poliittinen ja eettinen vastuu toiminnastaan. Kaupungin luottamushenkilöt toimivat virkavastuulla: salassa pidettävän tiedon paljastaminen, ilman lakiin perustuvaa syytä, on rikoslaissa rangaistavaksi säädetty teko.

Luottamushenkilö voi saada salaista tai luottamuksellista tietoa ja asiakirjoja, jota ei saa jakaa eteenpäin. Tällaisten tietojen käsittelyssä pitää noudattaa erityistä huolellisuutta.

Valtuuston kokoukset ovat yleensä julkisia ja ne myös striimataan yleisölle, mutta kaupungin muiden toimielinten kokoukset, kuten kaupunginhallituksen tai lautakuntien kokoukset, ovat suljettuja. Suljetun kokouksen keskustelut ovat luottamuksellisia, eikä niiden sisältöä tule suoraan tai epäsuorasti paljastaa ulkopuolisille. Luottamuksen murtaminen on omiaan heikentämään työskentelyilmapiiriä ja siirtämään keskusteluja ja avointa mielipiteen ilmaisua muille foorumeille, demokraattisen kontrollin ulkopuolelle. Jokaisen on voitava luottaa siihen, että suljetun kokouksen keskustelut eivät vuoda ulkopuolisille.

Myös sähköisissä eli etänä järjestettävissä kokouksissa yleiset kokous- ja päätöksentekomenettelyä koskevat säännökset ja hallintosäännön määräykset ovat samat. Suljetun kokouksen osalta tulee muistaa, että keskustelut ovat luottamuksellisia ja luottamushenkilön tulee huolehtia siitä, etteivät perheenjäsenet tai muut sivulliset pääse kuulemaan tai näkemään luottamuksellisia asioita.

Lisätietoja:

Hallintojohtaja Aleksi Heikkilä, 040 823 7921, aleksi.heikkila@aanekoski.fi

Viestintäsuunnittelija Suvi Kallioinen, 040 621 2653, suvi.kallioinen@aanekoski.fi

Matkailu- ja markkinointiasiantuntija Milla Hytönen, 040 191 7542,
milla.hytonen@aanekoski.fi

Työturvallisuuskeskuksen palveluryhmän tuottama uudistettu digijulkaisu Sosiaalisen median työkäyttö, työsuojelunäkökulma:

https://ttk.fi/oppaat_ja_ohjeet/digijulkaisut/sosiaalisen_median_tyokaytto_tyosuojelunak okulma

Sosiaalisen median ohje päivitetty 9.5.2022