

8.4.2003

Hyväksytty Lapin yliopiston hallituksessa 16.4.2003.

LAPIN YLIOPISTON VIESTINTÄSUUNNITELMA

Sisällysluettelo	Sivu
1. YLEISET PERIAATTEET	2
2. VIESTINTÄVASTUU	2
3. SISÄINEN VIESTINTÄ JA TIEDONKULKU	3
3.1. Perehdyttäminen	4
4. ULKOINEN VIESTINTÄ JA YHTEISKUNTASUHTEIDEN HOITO	5
4.1. Pohjoinen profiili näkyy viestinnässä	5
4.2. Yhtenäinen visuaalinen linja vahvistaa mielikuvaa ja säästää resursseja	5
4.3. Tiede- ja taideviestintä	6
4.4. Opiskelijoille suunnattu viestintä	7
4.5. Yhteiskuntasuhteiden hoitaminen	7
4.6. Kansainvälinen viestintä	8
5. KRIISIVIESTINTÄ	8
6. YLIOPISTON TÄRKEIMMÄT SIDOSRYHMÄT	8
7. VIESTINNÄN KEINOT	8
8. VIESTINNÄN KANAVAT	9
9. VIESTINNÄN ORGANISOINTI JA VOIMAVARAT	9
10. VIESTINNÄN SEURANTA	10
LIITTEET	
Liite 1	Viestintätyöryhmän kokoonpano, YT-menettely, kommentointimenettely, hallituskäsittely
Liite 2	Lapin yliopiston viestinnällinen kokonaisuus – PowerPoint-dia
Liite 3	Lapin yliopiston 2010 –strategia
Liite 4	Valtionhallinnon viestinnän kehittämistä koskeva tiedote 23.5.2002
Liite 5	Valtionhallinnon viestintäsuositus 2002

8.4.2003

LAPIN YLIOPISTON VIESTINTÄSUUNNITELMA

Viestintä on ihmisten välistä vuorovaikutusta, merkitysten antamista asioille ja yhdessä tekemistä. Toimiva tiedonkulku ja läpinäkyvä viestintä edesauttavat hyvän työ- ja opiskeluilmapiiriin luomista, lisäävät työ- ja opiskelumotivaatiota sekä kiinnittymistä yliopistoyhteisöön. Aktiivinen ja avoin viestintä rohkaisee osallistumaan, luo yhteisöllisyyttä, vahvistaa yliopiston yhteisökuvaa sekä herättää luottamusta. Hyvä viestintä on keskeinen tekijä yliopiston menestyksen ja henkilöstön viihtyvyyden varmistamisessa.

1. YLEISET PERIAATTEET

Lapin yliopiston strateginen viestintäsuunnitelma tukee yliopiston 2010 –strategiaa ja arvoja. Lapin yliopiston viestinnän perustan muodostavat julkisuusperiaate, valtionhallinnon viestinnästä annettu asetus (nro 380/2002, 23.5.2002) ja valtionhallinnon viestintäsuositus (23.5.2002).

Viestinnän yleisiä periaatteita sovelletaan Lapin yliopiston sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä

Viestinnän tavoite

Viestinnän kautta pyritään lisäämään yliopiston tunnettuutta, luomaan todenmukaista ja myönteistä mielikuvaa yliopistosta, vahvistamaan yliopiston luotettavuutta ja uskottavuutta sekä mainetta alueellisella, kansallisella ja kansainvälisellä tasolla. Viestintä on myös tiedonvälitystä yliopiston toiminnasta, tutkimuksesta ja opetuksesta. Kokonaisvaltainen viestintä tukee Lapin yliopiston kehittymistä arvostetuksi tiede- ja taideyhteisöksi sekä yhteistyökumppaniksi.

Viestinnän toiminta-ajatus

Lapin yliopiston viestintä on aktiivista, läpinäkyvää, asiantuntevaa sekä ennakoivaa. Viestintä on vuorovaikutteista, keskusteluun ja osallistumiseen rohkaisevaa. Yliopisto viestii nopeasti, tasapuolisesti, objektiivisesti ja asiallisesti. Yliopiston viestintä on luotettavaa, oikea-aikaista, laadukasta, suunnitelmallista ja tavoitteellista. Viestinnässä käytetty kieli on hyvää ja ymmärrettävää. Yliopisto viestii myös itselleen vaikeista asioista. Viestinnän vaikutuksia arvioidaan ja seurataan niitä varten kehitetyin menetelmin.

Viestintä nivoutuu kaikkeen toimintaan

Viestintä liitetään luontevaksi osaksi yliopiston jokapäiväistä toimintaa ja prosesseja. Tämä koskee yliopiston kaikkia yksiköitä ja niiden kaikkia toimintoja. Viestintä yhdistää organisaation osat toisiinsa ja organisaation ympäristöönsä.

Yksiköillä tarkoitetaan tässä yliopiston tiedekuntia, laitoksia, erillisyksiköjä kuten Arktista keskusta, täydennyskoulutuskeskusta ja Meri-Lappi Instituuttia, erilaisia palveluyksiköitä ja niihin kuuluvia tulos- ja vastuualueita sekä eri yksiköiden puitteissa toimivia hankkeita ja projekteja.

2. VIESTINTÄVASTUU

Jokainen yliopistolainen on yhteisön viestinnässä toimija, joka luo kuvaa yliopistosta yhteisönä.

Rehtori vastaa yliopiston viestinnän asianmukaisuudesta. Viestintäyksikkö toimii yliopiston johdon ja yksiköiden tukena vastaten viestinnän operatiivisesta toiminnasta.

Viestintävastuu ja viestintäoikeus on jokaisella Lapin yliopiston palveluksessa olevalla henkilöllä palvelussuhteen muodosta tai kestosta riippumatta. Tämä merkitsee mahdollisuutta saada viestiä omasta

osaamisestaan. Jokaisen yliopistolaisen tulee osaltaan edesauttaa tiedonkulkua ja ottaa vastuu tiedonhankinnasta.

Rehtori, vararehtorit, hallintojohtaja, tiedekuntien dekaanit ja laitosten johtajat sekä muut esimiesasemassa olevat ovat keskeisiä viestijöitä, joiden vastuu tiedonkulun toimivuudesta ja hyvästä viestinnästä korostuu.

Yksiköt vastaavat itseään koskevasta viestinnästä kokonaisuutena. Erityisen tärkeää on sisäisen tiedonkulun toimivuus. Tässä tehtävässä korostuu yksikön johdon vastuu (dekaani, varadekaani, hallintopäällikkö, projekti-/hankejohtaja/päällikkö). Yksiköiden tulee tiedottaa asioistaan myös yliopiston viestintäyksikköön.

Tutkimus- ja opetustoiminnassa sekä taiteellisessa toiminnassa korostuu tieteen- ja taiteentekijöiden kuten professoreiden, lehtoreiden, yliassistenttien, assistenttien ja tutkijoiden aktiivisuus viestiä omista osaamisalueistaan.

Hanke- ja projektitoiminnassa korostuu vetäjien vastuu ja aktiivisuus.

Viestintäyksikön tehtävänä on tukea, konsultoida, koordinoita, suunnitella sekä seurata yliopiston kokonaisviestintää, avustaa yksiköitä viestintään liittyvissä käytännön toiminnoissa sekä toimia linkkinä tiedotusvälineiden ja yliopiston välillä. Tämän toteutumiseksi viestintäyksiköstä vastaavalla tulee olla oikeus ja mahdollisuus osallistua yliopiston johtoelinten kokouksiin ja muihin keskeisiin kokouksiin.

Toimenpide -ehdotukset

- Yliopiston johtosääntöön kirjataan jokaisen yliopistolaisen viestintävastuu ja viestintäoikeus.
- Yksiköiden vastuu viestiä omasta toiminnastaan kirjataan johtosääntöön.
- Valtionhallinnon viestintäsuosituksen mukaisesti yliopiston johtosääntöön sisällytetään viestintäyksikön päällikön osallistumisoikeus yliopiston kokonaisviestinnän toteuttamisen kannalta keskeisiin kokouksiin.
- Viestintäyksikön tehtäväkuva kirjataan yliopiston johtosääntöön.

3. SISÄINEN VIESTINTÄ JA TIEDONKULKU

Toimiva tiedonkulku on sisäisen viestinnän edellytys. Sisäisellä viestinnällä tiedotetaan henkilöstölle ja opiskelijoille yliopiston ja yksiköiden suunnitelmista, tavoitteista, tuloksista ja ajankohtaisista asioista. Hyvä sisäinen viestintä on toimivan ulkoisen viestinnän edellytys. Sisäisellä viestinnällä luodaan ja ylläpidetään hyvää työ- ja opiskeluilmapiiriä ja ympäristöä, edistetään yhteisöllisyyttä, työ- ja opiskelumotivaatioita sekä kiinnittymistä yliopistoon.

Sisäinen viestintä on läpinäkyvää, ennakoivaa ja vuorovaikutteista. Yliopisto pyrkii kertomaan asiat ensin henkilöstölle ja opiskelijoille ennen kuin ne saatetaan julkisuuteen.

Läpinäkyvyys edellyttää viestintämyönteistä asennetta. Läpinäkyvä viestintä ehkäisee huhujen muodostumista ja väärin tietojen leviämistä.

Ennakoivuus tarkoittaa sitä, että valmisteilla olevista asioista tiedotetaan hyvissä ajoin, jotta henkilöstö ja opiskelijat voivat keskustella ja vaikuttaa asioihin jo niiden valmisteluvaiheessa. Erityisen tärkeää on turvata esittelijä- ja valmistelutehtäviä hoitavan henkilöstön tiedonsaanti valmisteilla oleviin asioihin riittävän varhaisessa vaiheessa. Lisäksi on tärkeää turvata asianosaisten henkilöiden tiedonsaanti valmisteluvaiheessa.

Viestinnän vuorovaikutteisuudella pyritään luomaan asiallisesti keskusteleva ja osallistuva ilmapiiri. Se edellyttää yhdenvertaisuutta sisäisessä viestinnässä, eli kaikkien yliopistolaisten tasapuolista kohtelua ja tiedonsaannin turvaamista.

Toimenpide -ehdotukset

- Lapin yliopiston sisäistä viestintää kehitetään arjen työskentelyn lähtökohdista.
- Sisäisen viestinnän keinoin huolehditaan siitä, että jokainen yliopistolainen tietää yliopiston tulevaisuuden suunnitelmat kuten strategiat, toiminta- ja taloussuunnitelmat sekä muut koko yliopistoa koskevat asiakokonaisuudet.

- Yksiköiden sisäistä viestintää kehitetään. Tiedonkulun ja sisäisen viestinnän avoimuutta selvitetään tehtävien työilmapiirikartoitusten yhteydessä.
- Yksiköiden tulee sisällyttää viestintä omiin toimintasuunnitelmiinsa. Viestintä kirjataan myös yksiköiden ja yliopiston välisiin tulossopimuksiin.
- Yliopiston päättävien elinten, kuten hallituksen, tiedekuntaneuvostojen ja johtokuntien asialistojen valmisteluista tiedotetaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, esityslistat pyritään saamaan henkilöstön ja opiskelijoiden saataville hyvissä ajoin. Kokousten päätöksistä tiedotetaan entistä tehokkaammin. Yliopiston hallituksen kokouksen päätöstiedotteen laatii viestintäyksikkö yhteistyössä hallituksen puheenjohtajan kanssa.

Yksiköt vastaavat tiedekuntaneuvostojen ja johtokuntien kokouksiin liittyvästä tiedottamisesta.

Yliopiston päättävissä elimissä olevien jäsenten tehtävänä on viestiä päätöksistä omilla yksiköissään.

- Lähityöyhteisön viestintää kehitetään niin, että tieto kulkee kaikkiin suuntiin: ylhäältä alas, alhaalta ylös ja poikittain.
- Sisäistä viestintää kehitettäessä tukeudutaan tietoteknisten viestintävälineiden kuten sähköpostin, ryhmätyökalujen ja sisäisen verkon (intra) lisäksi ihmisten väliseen kanssakäymiseen ja vuorovaikutukseen.

Yksiköissä kokoonnutaan yhteen nykyistä säännöllisemmin ja järjestetään esimerkiksi henkilöstökokouksia ja tiedotustilaisuuksia. Yksiköitä koskevissa muutoksissa viestinnän merkitys korostuu ja vuorovaikutuksen tarve lisääntyy.

- Koko henkilökunnalle suunnattua sähköpostiviestintää käytetään harkitusti intranetin tukena. Laaditaan sähköpostin käyttöä ja etiikkaa koskeva ohjeistus.
- Intranetin tarpeellisuus arvioidaan ja sen käyttöaste selvitetään. Intranettia kehitetään arvioinnista saatujen tulosten perusteella. Avoimuuden periaatetta noudattaen voidaan ajatella, että intranet sulautetaan osaksi yliopiston julkisia internet-sivuja henkilöstölle räätälöitynä verkkopalveluna.
- Yksiköiden web-sivustojen ylläpitäjäverkostoa kehitetään. Sisältöä tuottavien henkilöiden määrää lisätään ja heille järjestetään verkkoviestintätaitoja ylläpitävää ja kehittävää koulutusta.
- Huolehditaan siitä, että viestintätekniset järjestelmät toimivat tarkoituksenmukaisesti. Vastuu tietotekniikan toimivuudesta on atk-yksiköllä.
- Henkilöstön viestintävalmiuksia ja vuorovaikutustaitoja kehitetään järjestämällä tiedonkulkuun, viestintään, median kohtaamiseen ja esiintymiseen yms. liittyvää koulutusta tarvekartoituksen pohjalta. Henkilöstökoulutuksessa huomioidaan erityisesti johto- ja esimiesasemassa olevat, esittely- ja valmistelutehtäviä hoitavat sekä hanke- ja projektipäälliköt. Tutkimushenkilöstölle järjestetään tarpeen mukaan tiedeviestinnän koulutusta.
- Viestintäyksikön tueksi luodaan yksiköiden nimeämistä edustajista koostuva viestintäyhdyshenkilöiden verkosto. Verkostoon kuuluville järjestetään viestintään liittyvää koulutusta.

3.1 Perehdyttäminen

Henkilöstöstrategian mukaisesti yliopistoon laaditaan uusien työntekijöiden perehdyttämisohjelma, johon liitetään kiinteästi viestinnällinen näkökulma. Perehdyttäminen tarkoittaa johdattamista yliopiston kokonaisuuteen, työyhteisöön ja työtehtäviin. Perehdyttämisvastuu on ao. yksiköllä, johon uusi työntekijä tulee.

4. ULKOINEN VIESTINTÄ JA YHTEISKUNTASUHTEIDEN HOITO

Ulkoisen viestintä luo edellytyksiä yliopiston ja sen toiminnan kannalta keskeisten yhteistyö- ja kohderyhmien toimivaan vuorovaikutukseen. Yhteiskuntasuhteiden järjestelmällinen ja hyvä hoito vahvistaa yliopiston vaikuttavuutta alueellisella, kansallisella ja kansainvälisellä tasolla.

Ulkoisen viestinnän kautta tehdään yliopiston toimintaa tunnetuksi, luodaan ja vahvistetaan todenmukaista ja positiivista mielikuvaa yliopistosta yhteisönä sekä vahvistetaan yliopiston mainepääomaa.

Yliopiston viestintää johtaa rehtori ja käytännön operatiivista toimintaa hoitaa viestintäyksikkö. Yliopiston johto linjaa yhdessä viestintäyksikön kanssa yliopiston ulkoista viestintää koskevat yhteiset tavoitteet ja hyväksyy yliopiston visuaalisen linjan sekä ilmeen. Yliopiston yksiköt vastaavat kukin omasta ulkoisesta viestinnästään. Viestintäyksikkö tukee ja avustaa yksiköitä ulkoiseen viestintään liittyvissä toimissa.

Ulkoisessa viestinnässä sovelletaan yliopiston viestinnän yleisiä periaatteita (katso luku 1).

4.1 Pohjoinen profiili näkyy viestinnässä

Lapin yliopiston sanoma kiteytyy tunnuslauseeseen ”Pohjoisen puolesta – Pohjoista varten” (englanniksi: ”For the North – By the North”). Pohjoisen profiilin tulee välittyä yliopiston sanallisessa ja visuaalisessa viestinnässä.

Rehtori, vararehtorit, dekaanit, professorit, tutkimus- ja opetushenkilöstö, muut asiantuntijatehtävissä toimivat sekä taiteentekijät profiloivat yliopistoa esimerkiksi esiintymällä mediassa, osallistumalla tieteelliseen keskusteluun tieteen ja taiteen foorumeilla ja toimimalla erilaisissa asiantuntijatehtävissä sekä osallistumalla yliopiston edustajina erilaisiin yhteistyöelimiin. Myös opiskelijat toimivat yliopiston sanoman välittäjinä opiskeluaikanaan ja valmistumisensa jälkeen alumneina.

Yliopisto viestii laajasti asiantuntijoidensa kautta alueellisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti. Asiantuntijoiden osallistuminen yhteistyöhankkeisiin ja alueelliseen kehittämiseen viestii vahvaa yliopiston alueellista vaikuttavuutta ja yhteiskuntavastuuta. Lisäksi yliopisto viestii alueellisesti entistä enemmän myös Lapin maakuntakorkeakoulun ja siihen liittyvien yhteistyökumppaneidensa kautta.

4.2 Yhtenäinen visuaalinen linja vahvistaa mielikuvaa ja säästää resursseja

Yhtenäinen visuaalinen linja ja ilme vahvistavat yliopiston identiteettiä ja mielikuvaa yliopistosta. Yhtenäinen visuaalinen linja selkeine graafisine ohjeistoineen säästää yliopiston ja yksiköiden henkilöstöresursseja ja kustannuksia. Visuaalinen linjaus koskee sekä painotuotteita että verkkopalveluita.

Lapin yliopisto kehittää visuaalista linjaansa ja ilmettään määrätietoisesti ja harkitusti hyödyntäen taiteiden tiedekunnan alan osaamista. Yliopisto pyrkii olemaan edelläkävijä visuaalisen ilmeen saralla. Yliopiston graafista ohjeistoa uudistetaan harkitusti tarpeen mukaan.

Yksiköiden omaa profiilia voidaan korostaa luomalla yksikkö- tai asiakohtaisia visuaalisia ilmeitä.

Yhteistyössä muiden yliopistojen tai toimijoiden kanssa perustetuille yksiköille sekä yksiköille, joilla on valtakunnallinen asema voidaan luoda yliopiston yhteisestä linjasta poikkeava visuaalinen linja ja ilme.

Viestintäyksikkö vastaa yhteistyössä yliopiston johdon kanssa yliopistotason visuaalisen linjan kehittämisestä ja hallinnasta. Lisäksi viestintäyksikkö tukee ja avustaa tiedekuntia ja yksiköitä viestintään liittyvissä asioissa.

Toimenpide -ehdotukset

- Yksiköiden visuaalista ilmettä kehitetään ja uudistetaan yliopiston yleisen linjauksen mukaisesti.
- Viestintäyksikön tueksi perustetaan visuaalisen johtamisen yhteistyöryhmä (ns. design management – ryhmä), jonka tehtävänä on kehittää, seurata ja vaalia yliopiston visuaalista linjaa.

4.3 Tiede - ja taideviestintä

Tieteellinen tutkimus ja siihen perustuva korkein opetus ovat yliopiston toiminnan ydin. Lapin yliopistolla on vahva alueellinen kehittämistehtävä ja yhteiskunnallinen palvelutehtävä. Tiede-taideyliopistona Lapin yliopistolla on lisäksi vahva taiteellinen tehtävä.

Tieteen- ja taiteentekijät herättävät keskustelua, eivät pelkää kommentoi tai jatka jo aloitettua keskustelua. Näin Lapin yliopisto harjoittaa osaltaan aktiivista ja ennakoivaa viestintää.

Tiedotusvälineet eli media ovat keskeinen viestinnän yhteistyöryhmä ja kanava suurelle yleisölle tieteen kansanomaistamisessa. Yliopistolaisten ja toimitusten välinen sujuva vuorovaikutus edistää yliopiston näkyvyyttä. Viestintäyksikkö tukee ja avustaa yksiköitä tieteen ja taiteen kansanomaistamisessa.

Yliopisto palvelee tiedotusvälineiden edustajia nopeasti, avoimesti, laadukkaasti, luotettavasti ja tasapuolisesti. Yliopiston mediasuhteita kehitetään ja medianäkyvyyttä edistetään.

Kide-lehti ja web-sivut ovat yliopiston keskeisiä omia tieteen ja taiteen kansanomaistamisen kanavia ja niitä kehitetään jatkuvasti huomioiden eri sidosryhmien tietotarpeet ja tiedonhakatavat.

Julkaisu toiminta on keskeinen tiedeviestinnän osa-alue. Taideviestinnässä julkaisu toiminnan lisäksi tärkeitä ovat näyttelyt, installaatiot ja erilaiset produktiot sekä elektroniset julkaisut.

Toimenpide -ehdotukset

- Tutkimushenkilöstölle järjestetään tiedeviestinnän koulutusta.
- Tiedeviestintä ja tieteen popularisointi otetaan osaksi yliopiston tutkijakoulujen ohjelmaa.
- Tutkimus- ja opetushenkilöstöä kannustetaan aktiivisesti osallistumaan tieteelliseen keskusteluun ja tieteen kansanomaistamiseen.
- Medialle tarjotaan entistä aktiivisemmin tutkimustiedotteita, juttu- ja haastatteluehdotuksia.
- Luodaan uusia tutkimushanke- ja asiantuntijaluetteloita sähköisen viestinnän kehittämisen yhteydessä.
- Edistetään median ja tutkijoiden kohtaamista mm. järjestämällä toimittajatapaamisia eri tutkimusaiheista.
- Kehitetään yliopiston omaa julkaisu toimintaa, laaditaan sille markkinointisuunnitelma ja –budjetti, lisätään julkaisuista tiedottamista sekä kehitetään julkaisujen myyntiä. Lisäksi kehitetään julkaisu toiminnan tukipalveluita.
- Laaditaan yleiset suosituksot julkaisujen tuottamiseen sekä elektroniseen julkaisemiseen.
- Kehitetään yliopiston Kide-lehteä säännöllisesti tehtävien lukijatutkimusten perusteella. Lehden ulkoasua ja luettavuutta kehitetään, levikkiä seurataan ja jakelua parannetaan myös yliopiston toimipisteissä.
- Web-sivustoa kehitetään vastaamaan entistä paremmin eri käyttäjäryhmien tarpeita. Www-sivujen on oltava ajankohtaisia sekä tietosisällöltään luotettavia. Www-sivut ovat esim. opiskelijoiksi hakevien keskuudessa valintaoppaiden rinnalla yhä tärkeämpi kanava. Www-sivut ovat sekä yliopiston ikkuna ulospäin että aktiivinen tiedonhakupaikka. Www-sivuston käyttöä seurataan ja tilastoidaan. Seuranta toimii saadun palautteen rinnalla yhtenä kehittämisvälineenä.
- Yksiköt vastaavat omien web-sivujensa ylläpidosta. Yksiköissä olevien web-sivujen ylläpitäjien ja sisältöä tuottavan henkilöstön verkkoviestintävalmiuksia kehitetään.
- Viestintäyksikkö koordinoi yliopistotason verkkoviestinnän kehittämistä ja tukee yksiköitä.
- Verkkoviestinnän kehittämiseen turvataan tarpeelliset henkilöstö- ja rahavoimavarat.
- Tietoa toimitetaan edelleen myös painetussa muodossa.

4.4 Opiskelijoille suunnattu viestintä

Kiristynvä kilpailu hyvistä opiskelijoista niin kotimaisella kuin kansainväliselläkin kentällä asettaa haasteita opiskelijoille suunnatun viestinnän kehittämiseen. Avoimen yliopiston opiskelijat ja aikuiskoulutukseen osallistuvat muodostavat rekrytointiväylän yliopisto-opintoihin. Lisäksi yliopisto-opintoja suunnataan myös lukiolaisille joidenkin oppiaineiden peruskurssien osalta.

Opiskelijarekrytointia kehitetään suunnitelmallisesti ja tavoitteellisesti eri kohderyhmät huomioiden. Opiskelijaviestinnässä Lapin yliopisto hyödyntää verkkoviestintää ja muita tiedottamisen keinoja sekä markkinointiviestintää.

Opiskelijarekrytoinnin keinoina käytetään mm. www-sivuja, valinta- ja muita oppaita, messuja ja vierailuja lukioihin. Lisäksi yliopisto julkaisee abeille suunnattua Abi-lehteä joka toinen vuosi, järjestää abi-päivät sekä kutsuu lukioiden oppilaita, opettajia ja opinto-ohjaajia tutustumaan yliopistoon.

Toimenpide -ehdotukset

- Opiskelijoilta kerättyä palautetta ja erilaisten arviointien tuloksia hyödynnetään paremmin viestinnän suunnittelussa ja kehittämisessä.
- Opiskeluun liittyviä verkkosivuja selkiytetään niin, että opiskelemaan haluaville muodostetaan oma kokonaisuus ja jo opiskelemassa oleville luodaan heidän tarpeitaan palveleva kokonaisuus.
- Opiskelijoiden tiedon tarpeet selvitetään erikseen. Opiskelijoille suunnatun viestinnän kehittämistä varten perustetaan erillinen työryhmä, jossa on myös opiskelijoiden edustus.
- Opiskelijarekrytointiin luodaan oma ilme (painotuotteet, verkkotuotteet, messuosastot, valintaopas, Abi-lehti, mainokset jne).
- Jaetaan tietoa Lapin yliopistosta lukiolaisten näkökulmasta luotettavien kanavien välityksellä. Näitä ovat mm. peruskoulujen ja lukioiden opinto-ohjaajat, kirjastot, työvoimatoimistot ja nuorten työpajat.
- Hyödynnetään markkinoinnissa alumnien ja/tai nykyisten opiskelijoiden omia opiskeluun liittyviä tarinoita ja tarjotaan juttuvinkkejä mm. alueellisiin ja paikallisiin medioihin.
- Markkinointiviestinnässä hyödynnetään alueellisia yhteistyökumppaneita (esim. maakuntakorkeakoulu), tiivistetään yhteistyötä työnantajiin, aikuiskoulutusorganisaatioihin ja työvoimatoimistoihin.

4.5 Yhteiskuntasuhteiden hoitaminen

Yliopiston toiminnan kannalta on tärkeää ylläpitää ja kehittää ulkosuhteita päättäjiin, mielipidevaikuttajiin, virkamiehiin, rahoittajiin, tiedotusvälineisiin, elinkeinoelämään, muihin yliopistoihin ja korkeakouluihin sekä oppilaitoksiin, yliopistosta valmistuneisiin alumneihin, yhteistyökumppaneihin sekä muihin keskeisiin paikallisiin, alueellisiin, kansallisiin ja kansainvälisiin toimijoihin.

Yliopisto hoitaa yhteiskuntasuhteitaan mm. neuvottelukunnan, yliopistosäätiön, Lapin maakuntakorkeakoulun ja muiden erilaisten alueellisten yhteistyöelinten kautta, joissa yliopisto on edustettuna. Erilaiset yhteistyöverkostot ovat myös keskeisiä yhteiskuntasuhteiden hoitomuotoja. Yliopistossa järjestettävät erilaiset tilaisuudet ovat yksi suhdetoiminnan muoto.

Yhteiskuntasuhteiden hoitaminen on koko yliopistoyhteisön vastuulla.

Toimenpide -ehdotukset

- Yliopisto kehittää ulkosuhteitaan. Ns. hiljaisen tiedon välittyminen on tärkeää erityisesti silloin, kun useat yliopiston perustamisesta saakka yhteisössä toimineet jäävät eläkkeelle.
- Suhdetoiminnan eri alueet kartoitetaan ja vastuut selvitetään. Suhdetoiminnan kehittämisestä laaditaan erillinen suunnitelma.
- Kehitetään alumnitoimintaa.
- Suhdetoiminnalle turvataan riittävät määrärahat ja henkilöresurssit.

4.6 Kansainvälinen viestintä

Kansainvälistyminen asettaa haasteita sekä yliopiston sisäiselle että ulkoiselle viestinnälle. Kielitaito, kulttuurien tuntemus ja kulttuurien välinen viestintä korostuvat. Kansainvälistä viestintää kehitetään tavoitteellisesti ja suunnitelmallisesti lähtökohtana yliopiston kansainväliset sidosryhmät.

Toimenpide -ehdotukset

- Kansainvälisen viestinnän pääkieli on englanti. Aineistoa tuotetaan muilla kielillä tarpeen ja resurssien mukaan.
- Kansainväliseen viestintään laaditaan viestintäsuunnitelma kansainvälisen toiminnan ja kansainvälisten sidosryhmien tiedon tarpeen näkökulmista.
- Kansainvälisen viestinnän koulutusta lisätään ja henkilöstön valmiuksia kommunikoida edistetään. Sisäisessä viestinnässä tuotetaan aineistoa myös englannin kielellä.
- Kansainvälistä viestinnän osaamista vahvistetaan rekrytoimalla alan ammattilainen.
- Web-sivut ovat kansainvälisen viestinnän ja markkinoinnin keskeisin väline, minkä vuoksi englanninkielisten sivujen kehittäminen on keskeistä. Kehittämistyö tehdään yhteistyössä yksiköjen, kansainvälisen opetuksen kehittämissyksikön, kansainvälisten asioiden ja viestintäyksikön kanssa. Yksiköiden tueksi laaditaan suositukset perussisällöstä. Yksiköt vastaavat itse omien englannin kielisten www-sivujen sisällöstä, ylläpidosta sekä tietojen oikeellisuudesta ja luotettavuudesta.
- Esittely- yms. aineistoa tuotetaan myös painetussa muodossa verkkoaineiston ohella.

5. KRIISIVIESTINTÄ

Kriisiviestintä tarkoittaa normaaliolosuhteista poikkeavien olojen tehostettua viestintää. Kriisi voi syntyä yliopiston ulkopuolella tapahtuvista asioista tai yliopiston sisällä. Erilaisia sisäisiä kriisitilanteita voivat olla esim. työyhteisön jäsenen äkillinen kuolema, tutkimus-, hanke- tai projektirahoituksen väärinkäyttö, tulipalo, tietojärjestelmään murtautuminen tai tutkimus- tai opiskeluvilppi. Poikkeustilanteiden viestintään tulee valmistautua.

Toimenpide -ehdotukset

- Laaditaan kriisiviestinnän ohjeistus osana yliopiston turvallisuustyöryhmän toimintaa.

6. YLIOPISTON TÄRKEIMMÄT SIDOSRYHMÄT

Lapin yliopisto suuntaa viestintäänsä yhteistyö-, sidos- ja kohderyhmille. Näitä ovat potentiaaliset opiskelijat, nykyiset opiskelijat, alumnit eli yliopistosta valmistuneet, tiedeyhteisöt (yliopistot), taidekorkeakoulut, ammattikorkeakoulut ja muut oppilaitokset, erilaiset tutkimuslaitokset, paikallisen, alueellisen ja kansallisen tason vaikuttajat, virkamiehet ja päättäjät, työnantajat, rahoittajat, nykyinen, tuleva ja eläkkeelle jäänyt henkilöstö, yhteistyökumppanit, elinkeinoelämä ja tiedotusvälineet sekä niiden kautta tavoitettava veronmaksaja eli tavallinen kansalainen.

Kansainvälisiä sidosryhmiä edustavat mm. potentiaaliset ulkomaiset opiskelijat, vaihto-opiskelijat, vaihdossa olleet opiskelijat, yhteistyökumppanit ja tiedotusvälineet.

7. VIESTINNÄN KEINOT

Lapin yliopisto hyödyntää monipuolisesti viestinnän eri keinoja ja suuntaa viestintäänsä sidos- tai kohderyhmien mukaisesti.

Viestinnällisten keinojen perustan muodostaa **tiedottaminen eli informointi**, johon kuuluvat mm. ajankohtaistiedottaminen eli uutiset, tiedotteet, tiedotus- ja muut keskustelutilaisuudet, verkkoviestintä, esitteet, Kide-lehti ja muut lehdet, muut julkaisut sekä erilaiset ohjeet, oppaat ja yliopiston toimintaan liittyvä säädöspohja.

Lisäksi **yliopistokulttuuria** vaalivat tilaisuudet kuten väitökset, virkaanastujaiset, vuosipäiväjuhla, lukuvuoden avajaiset, valmistuneiden juhla sekä promootio viestivät yliopistosta. Yliopisto hyödyntää

viestinnässään **tieteen ja taiteen eri foorumeita** sekä niihin kuuluvia muotoja kuten esitelmät, artikkelit, konferenssit, seminaarit, kongressit, näyttelyt ja erilaiset asiantuntijuustehtävät.

Markkinointiviestinnän rooli korostuu tulevaisuudessa erityisesti opiskelijarekrytoinnissa ja kansainvälisessä viestinnässä. Yliopiston markkinointiviestintä on luonteeltaan yhteiskunnallista mainontaa, jonka ensisijaisia tehtäviä ovat tiedon välittäminen, mielenkiinnon herättäminen ja positiivisen mielikuvan luominen. Markkinointiviestinnän keinoja ovat esim. asiakaspalvelu, verkkoviestintä, mainonta, mainoskampanjat, messut, näyttelyt sekä erilaiset tilaisuudet.

Yliopisto ei toimi **sponsorina**. Sponsorointia voidaan hyödyntää tarkkaan harkitusti poikkeustapauksissa. Lapin yliopisto voi ottaa vastaan lahjoituksia. Lahjoitukset eivät ole sponsorointia.

Profiloinnin kautta yliopisto vahvistaa pohjoista asemaansa ja vahvistaa mielikuvaa luotettavana ja uskottavana tiede-taideyhteisönä. Yliopiston johto ja asiantuntijat profiloivat osaltaan yliopistoa. Yhtenäinen visuaalinen linja ja ilme ovat osa yliopiston profiilia.

Hyvä **perehdyttäminen** yliopistoon kiinnittää ja sitouttaa sekä opiskelijat että henkilöstön yhteisöön. Perehdyttäminen on viestinnällinen toiminto, jota hoidetaan mm. henkilöstöpalveluissa ja yksiköissä. Työntekijöiden ja opiskelijoiden perehdyttäminen yhteisöön on jokaisen yksikön vastuulla.

Yhteiskuntasuhteiden hoitaminen on keskeinen viestinnällinen toiminto, jonka hoitaminen on koko yliopistoyhteisön vastuulla. Yhteiskuntasuhteiden hoitaminen perustuu paljolti henkilökohtaiseen kanssakäymiseen. Suhdetoiminnan kautta yliopisto vahvistaa asemaansa ja ylläpitää toimintaedellytyksiä sekä saa impulsseja oman toimintansa kehittämiseen. Lapin yliopisto kehittää ja hyödyntää suhdetoimintaa monipuolisesti.

8. VIESTINNÄN KANAVAT

Lapin yliopiston omia viestintäkanavia ovat mm. www-sivut, Kide-lehti ja muut asiakas- tai sidosryhmälehdet, sähköposti, intranet, ilmoitustaulut, pääarakennuksen aulan TV-monitorit, erilaiset julkaisut, esitteet ja muu esittelyaineisto.

Tiedotusvälineiden kautta yliopisto tavoittaa ns. suuren yleisön. Lisäksi yliopisto hyödyntää tieteen ja taiteen eri foorumeita, kuten kongresseja, konferensseja, seminaareja, näyttelyitä ja Arktisen keskuksen tiedekeskusta viestinnässään. Viestinnän kanavia ovat myös erilaiset tilaisuudet.

9. VIESTINNÄN ORGANISOINTI JA VOIMAVARAT

Lapin yliopiston viestintään kohdistuu aiempaa suurempia odotuksia. Niitä luovat yliopiston toimintojen jatkuva kehittäminen, kasvu, kansainvälistyminen ja kiristynvä kilpailu.

Lapin yliopisto turvaa viestinnälle riittävät voimavarat.

Yliopistolaisten on varattava riittävästi työaikaansa viestintään. Yliopisto sitoutuu tarjoamaan mahdollisuudet heidän viestintätaitojensa kehittämiseen. Hankkeiden ja projektien suunnittelussa on varattava tarpeeksi taloudellisia resursseja viestinnän hyvään hoitamiseen.

Yksiköiden on huomioitava riittävät voimavarat viestinnän hoitamiseen ja sisällytettävä viestintä suunnitelmiinsa.

Toimenpide -ehdotukset

- Viestinnän voimavarojen tulee vastata sille asetettavia odotuksia ja vaatimuksia. Viestinnän henkilöstöresursseja vahvistetaan tarvittaessa kansainvälisen viestinnän, sisäisen viestinnän ja verkkoviestinnän asiantuntijoilla.

- Tiedekuntien ja muiden yksiköiden viestintää vahvistetaan mm. kouluttamalla viestintäyhdyshenkilöitä. Viestintäyhdyshenkilöverkostoa kehitetään osana sisäisen viestinnän kehittämistä. Verkoston tehtävänä on myös olla viestintäyksikön tukena yliopiston sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä.

Tulevaisuudessa yksiköissä voi toimia myös ammattimaisia tiedottajia.

- Henkilöstön viestintätaitojen kehittämiseen ja koulutukseen varataan riittävät voimavarat.
- Viestintäyksikön toiminta ja resurssit turvataan yliopiston toiminnan laajentuessa.

Viestintäyksikön henkilöstön osaamistasoa kehitetään koulutuksen kautta. Lisäksi turvataan, että viestintäyksikkö voi osallistua ja seurata alansa kansallista ja kansainvälistä kehitystä sekä osallistua siihen aktiivisesti.

10. VIESTINNÄN SEURANTA

Viestinnän tuloksia on perinteisesti mitattu erilaisten suoritteiden kuten tiedotteiden, tiedotustilaisuuksien ja lehtileikkeiden lukumäärällä. Mediaseuranta antaa kuitenkin varsin puutteellisen kuvan yhteisön viestinnän onnistumisesta. Viestintää tulee seurata myös laadullisesti.

Toimenpide -ehdotukset

- Viestinnän seuranta Lapin yliopistossa kehitetään laadullisesti ja määrällisesti.

Määrällisinä mittareina ovat edelleen mediaseuranta, www-sivujen käyttäjätalstat, erilaisiin tilaisuuksiin osallistuneiden määrä, opiskelijaksi hakevien määrät, järjestetyt yliopistoesittelyt sekä niihin osallistuneiden määrä, yliopiston lehdissä julkaistujen artikkeleiden määrä, tieteellisten julkaisujen määrä sekä muu osallistuminen tieteellisille ja taiteellisille foorumeille. Myös yliopiston järjestämiin tieteellisiin ja yliopistokulttuuria vaaliviin tilaisuuksiin osallistuneiden määrä ja palaute tulee huomioida.

- Laadullista tietoa kerätään viestintätutkimuksien kautta. Työilmapiirikartoitusten yhteydessä kartoitetaan tiedonkulkua ja viestinnän avoimuutta. Eri sidosryhmien näkemystä ja tiedon tarvetta voidaan kartoittaa erillisillä kyselyillä. Yliopiston julkaisemista lehdistä tehdään lukijatutkimukset säännöllisin väliajoin. Hyödynnetään saatua palautetta ja eri kyselyjen tuloksia viestinnän kehittämisessä entistä tehokkaammin.
- Kooste keskeisistä viestinnän tilastoista otetaan osaksi yliopiston toimintakertomusta.
- Yliopiston viestinnän onnistumista arvioidaan yliopiston vaikuttavuusarvioinnin kautta.
- Strategisen viestintäsuunnitelman toteutumista arvioidaan vuonna 2005.
- Strategista viestintäsuunnitelmaa tarkennetaan tarpeen vaatiessa.

- - - - -

Liite 1

VIESTINTÄTYÖRYHMÄN KOKOONPANO, YT-MENETTELY JA KOMMENTOINTIMENETTELY

Yliopiston yksiköt nimesivät edustajansa strategista viestintäsuunnitelmaa valmistelleeseen työryhmään. Ryhmään kutsuttiin lisäksi yliopiston henkilöstöjärjestöjen yhteisesti nimeämä edustaja ja Lapin Yliopiston Ylioppilaskunnan (LYY) edustaja. Rehtori ja viestintäpäällikkö allekirjoittivat 5.8.2002 kirjeen, jossa pyydettiin yksikköjä nimeämään edustaja työryhmään 23.8.2002 mennessä.

Työryhmä on kokoontui ensimmäisen kerran 26.9.2002 ja valitsi puheenjohtajakseen prof. Juha Perttulan sekä sihteerikseen viestintäpäällikkö Irma Kuukasjärven. Kaikkiaan työryhmä on kokoontunut seitsemän kertaa. Työryhmän viimeinen kokous pidettiin 13.2.2003.

Jäsenet:

- prof. Juha Perttula, YTK, puheenjohtaja
- prof. Riitta Brusila, TTK
- lehtori Toivo Salonen, MELA
- tietopalvelun päällikkö Liisa Kurppa, AK
- osastosihteeri Raija Kivilahti, henkilöstöjärjestöjen yhteisesti nimeämä edustaja
- suunnittelija Virpi Vaattovaara, KTK
- tutkimusapulainen Teija Törrö, OTK
- informaatikko Katja Halonen, KIRJ
- oik. yo. Jaakko Ranta, LYY (Toni Raja -Hanhela vuoden 2003 alusta lähtien)
- koulutuspäällikkö Raimo Jänkälä, TKK
- projektikoordinaattori Tarja Helala, MLI (Kemi)
- viestintäpäällikkö Irma Kuukasjärvi, sihteeri

VIESTINTÄSEMINAARI 24.10.2002

Työryhmä järjesti yliopistolaisille avoimen yhteisöviestinnän seminaarin 24.10.2002 osana suunnitelman valmistelutyötä. Seminaarissa luennoivat yhteisöviestinnän prof. Jaakko Lehtonen (Jyväskylän yliopisto), toimituspäällikkö Jouko Kurppa (Lapin Kansa), kehitysjohtaja Marja Seliger (TTK – GRAMA-maisteriohjelma sekä viestintäpäällikkö Irma Kuukasjärvi. Seminaariin osallistui noin 50 henkilöä.

YT-MENETTELY

Strategisen viestintäsuunnitelman luonnos oli YT-neuvoston käsiteltävänä 19.2.2003. Neuvoston luonnoksesta antama palaute on huomioitu tässä versiossa.

YLIPISTOLAISILLE KOMMENTOINTIMAHDOLLISUUS INTRASSA

Strategisen viestintäsuunnitelman luonnos oli kaikkien yliopistolaisten luettavana ja kommentoitavana pdf-tiedostomuodossa intranetissä 27.2. – 5.3.2003. Asiaan liittyviä kommentteja saapui sihteerille määräajan päättymiseen mennessä kaksi kappaletta, jotka on huomioitu tässä asiakirjassa.

YLIPISTON JOHTORYHMÄ

Viestintäsuunnitelma oli esillä ma 31.3.2003 pidetyssä yliopiston johtoryhmän kokouksessa. Johtoryhmään kuuluvat rehtori, hallintojohtaja, kehittämis- ja hallintopalveluiden eri yksiköiden päälliköt sekä ylioppilaskunnan edustaja. Johtoryhmässä esiin tulleet kommentit on sisällytetty tähän versioon.

DEKAANIT JA MUIDEN YKSIKÖIDEN JOHTAJAT

Dekaanipalaverissa 24.3.2003 sovitun mukaisesti viestintäsuunnitelma oli tiedekuntien dekaanien, hallintopäälliköiden ja muiden yksiköiden johtajien (Arktinen keskus, Täydennyskoulutuskeskus ja Meri-Lappi Instituutti) kommentoitavana 31.3. – 4.4.2003. Kaksi tiedekuntaa kommentoi suunnitelmaehdotusta määräaikaan mennessä. Kommentit on huomioitu tässä versiossa.

YLIPISTON HALLITUS HYVÄKSYI TÄMÄN SUUNNITELMAN 16.4.2003.

