



Yhdyskuntasuunnittelun lautakunnan lausunto viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelmaan

Ohjelmassa on tunnistettu laajasti keskeisimmät viestinnän, markkinoinnin ja osallisuuden kehittämisen tavoitteet tuleville vuosille. Tavoitteiden saavuttaminen edellyttää yhdyskuntasuunnittelun lautakunnan osalta kärkihankkeiden tarkkaa priorisointia sekä tarkempaa keskustelua resurssien käytöstä. Henkilöstön kouluttaminen, ohjeistaminen ja opastaminen eivät yksistään riitä tavoitteiden saavuttamiseen, vaan viestintäyksiköltä tarvitaan tukea myös käytännön toimenpiteiden suorittamiseen niin viestinnän, markkinoinnin kuin osallisuudenkin osalta.

Päätösviestinnän määritelmää tulisi laajentaa koskemaan myös valmistelu- ja vireilletulovaiheita. Päätettäväksi tulevista asioista tulisi pystyä tiedottamaan ja keskustelemaan osallisten kanssa mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Ennakoivassa viestinnässä tulee myös tuoda esille mahdollisia vaihtoehtoja, joita valmistelun aikana tarkastellaan. Näistä syistä tulisi vielä pohtia, onko ohjelmassa mainitut verkostot oikeita foorumeita lisäämään ajankohtaisiin asioihin liittyvää sisäistä tiedonkulkua. Ajantasaisin tieto valmisteilla olevista asioista on yksiköiden esimiehillä, joiden kanssa viestintäyksikön tulisi käydä säännöllistä vuoropuhelua, resurssit huomioiden.

Jotta kuntalaisten luottamusta kaupungin päätöksentekoon voidaan lisätä, tulee viestinnässä kiinnittää huomioita asioiden perustelemiseen ja taustoittamiseen. Erityisesti rajallisten resurssien näkökulmasta on tärkeää, että julkisesti kerrotaan myös miksi tiettyjä asioita ei voida edistää. Osallistumisen näkökulmasta on tärkeää rajata mihin asukkaat voivat vaikuttaa ja mihin eivät. Näin ei luoda turhia odotuksia ja siten parannetaan valmisteluprosessien läpinäkyvyyttä sekä kehitetään luottamusta toimijoiden välillä.

Viestintäyksiköltä tarvitaan yleisen henkilöstökoulutuksen lisäksi tukea mm. siinä, että tunnistetaan kuntalaisten näkökulmasta tärkeitä tiedotettavia asioita. Ennakoivaa viestintää kuntalaisten suuntaan voitaisiin lisätä myös mm. puolivuositain pidettävien ajankohtaisinfojen tai teemoitettujen keskustelutilaisuuksien avulla. Yhteydenpitoa keskeisten sidosryhmien suuntaan on myös hyvä jatkaa, esimerkiksi kaupunginjohtajan ja yrittäjien aamukahvien muodossa. Tällaisissa keskustelutilaisuuksissa lautakunnan alaiset asiantuntijat voivat tuoda tietoa toimialalla valmistelussa olevista asioista sekä käydä vuoropuhelua sidosryhmien edustajien kanssa.

Kaupunkimarkkinoinnin osalta viestintäyksiköltä tarvitaan konkreettisia työvälineitä markkinointityön tekemiseen. Esimerkiksi yhteiset Rovaniemeä esittelevät materiaalit auttaisivat kaupunkimarkkinoinnin toteuttamisessa erilaisissa verkostoissa toimittaessa. Lautakunnan alaisesta toiminnasta voitaisiin tunnistaa markkinointiin nostettavia asioita yhteisen keskustelun avulla. Keskustelun on kuitenkin tärkeää tapahtua oikealla foorumilla ja riittävän varhaisessa vaiheessa.