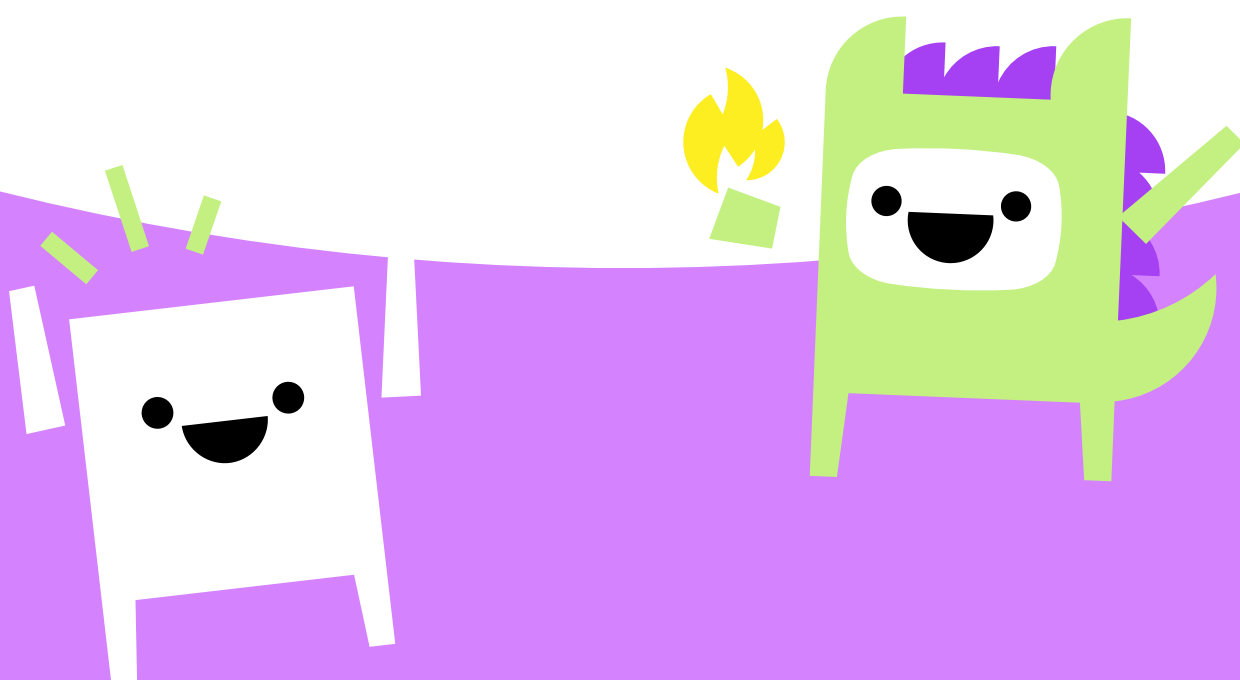




ITÄ-SUOMEN YLIOPISTON YLIOPPILASKUNTA

Viestintästrategia 2025-2028



Sisällysluettelo

1. Johdanto ja taustaa viestintästrategialle.....	1
1.1 Johdanto.....	1
1.2 Viestinnän nykytilanne	2
2. Viestinnän suuntaviivat.....	3
2.1 Viestinnän periaatteet ja arvot	3
2.2 Viestinnän ydinviestit ja äänensävy.....	5
2.3 Viestinnän strategiset tavoitteet ja mittarit	6
3. Kohderyhmät ja kanavat	8
3.1 Viestinnän kohde- ja sidosryhmät.....	8
3.2 Sisäisen ja ulkoisen viestinnän kanavat.....	9
4. Viestinnän toteutus ja hallinta	10
4.1 Viestinnän organisointi ja vastuut	10
4.2 Kriisiviestintä ja erikoistilanteet.....	12
5. Viestinnän seuranta ja kehittäminen.....	15

1. Johdanto ja taustaa viestintästrategialle

1.1 Johdanto

Itä-Suomen yliopiston ylioppilaskunnan (ISYY) viestintästrategia antaa suuntaviivat sille, miten ISYY viestii, näkyy ja kuuluu. Viestintästrategia linjaa, miten ISYYn työntekijät ja luottamushenkilöt vaikuttavat ylioppilaskunnan strategian toteuttamiseen viestintätapojen kautta. Viestintästrategia viedään käytäntöön erillisellä viestintäohjeistuksella sekä erilaisilla viestinnän koulutuksilla koko organisaatiossa.

ISYYn viestintään lasketaan kuuluvaksi organisaation sisäinen ja ulkoinen viestintä. ISYYssä viestintä kuuluu kaikille organisaation osa-alueille, jokaiselle yksittäiselle työntekijälle ja luottamus-toimijalle. Kaikki ISYYn toimijat vaikuttavat omalla viestinnällään, työllään ja kohtaamisillaan ISYYstä välittyvään mielikuvaan.

Tämän viestintästrategian taustalla on ISYYn strategia vuosille 2025–2027. Viestintästrategiaa ohjaa myös ISYYn asema julkis-yhteisönä sekä viestintää säätelevä lainsäädäntö.

1.2 Viestinnän nykytilanne

ISYYn edellinen viestintästrategia vuosilta 2021–2024 painottui vuorovaikutteisuuden ja osallistavan viestinnän kehittämiseen. Viestinnän päämääränä oli madaltaa osallistumisen kynnystä ja aktivoida jäseniä vaikuttamaan. Viestinnällä haluttiin tuoda esiin aktiivista edunvalvontatyötä sekä yhteistyötä sidosryhmien kanssa. Tavoitteena oli myös luoda tunnistettava ISYYn brändi.

ISYY on järjestänyt viimeksi vuonna 2024 jäsenkyselyn, jossa on ollut viestintää koskeva osio. Kyselyn vastausten perusteella viestintä tavoittaa ISYYn toiminnasta jo kiinnostuneita jäseniä hyvin. ISYYn viestintä ei kuitenkaan tavoita tai kiinnosta kaikkia jäseniä.

ISYYn brändi on kasvanut tunnistettavaksi ja sitä on uudistettu alkuvuodesta 2025. Samalla viestintää on pyritty nykyaikaistamaan, jotta viestintä ja sitä kautta ISYYn toiminta olisi kiinnostavampaa.

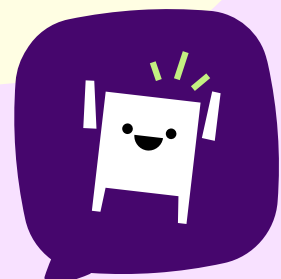
2. Viestinnän suuntaviivat

2.1 Viestinnän periaatteet ja arvot

ISYYn viestinnän periaatteita ovat ylioppilaskunnan strategiasta 2025–2027 johdetut arvot: yhteisöllisyys, yhdenvertaisuus ja kestävyys. Ne otetaan huomioon viestinnän toteuttamisessa seuraavalla tavalla:

YHTEISÖLLISYYS

- Viestintä vahvistaa tunnetta siitä, että jokainen opiskelija kuuluu yhteisöön.
- Jäsenille suuntautuva viestintä on opiskelijan äänellä tuotettua.
- Viestitään aktiivisesti tapahtumista, ajankohtaisista asioista ja mahdollisuuksista osallistua.
- Kannustetaan vuorovaikutukseen – kysytään mielipiteitä ja vastataan palautteeseen.
- Jäsenille tarjotaan vuorovaikutusmahdollisuuksia toimijoiden kanssa.



YHDENVERTAISUUS

- Eri opiskelijaryhmät ja kaksi kampusta näkyvät viestinnässämme.
- Viestintä on saavutettavaa, monikanavaista ja helposti ymmärrettävää.
- Viestimme kanavissamme pääsääntöisesti sekä suomeksi että englanniksi.
- Kaikille sidosryhmille annetaan tasapuolinen mahdollisuus yhtäläisen tiedon saantiin.
- Kuvitukset ja visuaaliset materiaalit edustavat moninaisuutta.
- Kannustetaan ja mahdollistetaan opiskelijoiden osallistuminen viestintään matalalla kynnyksellä, esimerkiksi tapahtumissa ja sosiaalisessa mediassa.

KESTÄVYYS

- Viestinnässä huomioidaan ekologiset, taloudelliset ja sosiaaliset kestävän kehityksen näkökulmat.
- Vältetään turhaa painotuotantoa ja suositaan digitaalisia, saavutettavia viestintäratkaisuja.
- Nostetaan esiin kampuskaupunkien sekä tapahtumakulttuurin uudistuksia, jotka pohjautuvat jäseniltä saatuun palautteeseen ja edustajiston päätöksiin.
- Kannustetaan viestinnässä opiskelijoita kestävään arkeen ja vastuullisiin valintoihin.



2.2 Viestinnän ydinviestit ja äänensävy

Yhdenmukaisilla viesteillä ja graafisella ilmeellä tuetaan ISYYn strategian toteutumista. Niillä on myös tärkeä rooli johdonmukaisuuden ja tunnistettavuuden vahvistamisessa. ISYYn viestinnässä käytetään pääsääntöisesti yhtenäistä graafista ilmettä, joka määrittelee ylioppilaskunnan graafisessa ohjeistuksessa.

Ydinviestit kuvastavat niitä asioita ja mielikuvia, joita ISYY haluaa itsestään viestiä. Ne ovat keskeisiä aihealueita ylioppilaskunnan ulkoisessa viestinnässä strategiakaudella.



ISYY on ystäväsi. Olemme yhteisö, emme pelkkä palveluntarjoaja.



ISYY viestii opiskelijoilta opiskelijoille.



ISYY on helposti lähestyttävä toimija ja toimintaan on helppo tulla mukaan.



ISYY tunnistaa opiskelijoiden tarpeet ja tekee aktiivista ja vaikuttavaa edunvalvontatyötä.

2.3 Viestinnän strategiset tavoitteet ja mittarit

ISYYn viestintästrategia perustuu ylioppilaskunnan strategiaan 2025–2027. Viestinnän strategiset tavoitteet ja niiden toteutumista mittaavat mittarit on eritelty alla olevassa taulukossa.

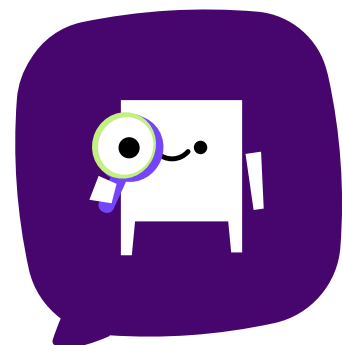
Toiminta on merkityksellistä	
Viestinnän tavoite	Mittarit
Viestinnän avulla vahvistetaan mielikuvaa ISYYn toiminnasta merkityksellisenä ja opiskelijaa hyödyttävänä, lisätään halua osallistua toimintaan uudelleen, sekä varmistetaan, että jäsenet ja sidosryhmät ymmärtävät, mihin jäsenmaksuja käytetään ja miten ISYY vaikuttaa opiskelijoiden arkeen.	▪ ISYYn jäsentutkimuksen ja mahdollisten jäsenkyselyn ja viestintäkyselyn tulokset ▪ Tapahtumien kävijämäärät ▪ Tapahtumista kerätyt palautteet ▪ Viestintäkanavien analytiikka ▪ Luottamustoimijoiden pysyvyyss-tilastot



Jäsenyydelle nähdään arvo	
Viestinnän tavoite	Mittarit
Viestinnän avulla tehdään näkyväksi ISYYn jäsenyyden hyödyt ja merkitys sekä yksilön että yhteisön tasolla. Viestintä lisää ymmärrystä jäsenmaksun vastineesta, vahvistaa kuvaa jäsenyydestä sosiaalisesti arvokkaana ja houkuttelevana, kannustaa aktiiviseen osallistumiseen ja vaikuttamiseen sekä tuo esille yhteistyön tulokset aine- ja kampusjärjestöjen kanssa.	▪ ISYYn jäsentutkimuksen ja mahdollisten jäsenkyselyn ja viestintäkyselyn tulokset ▪ Palveluiden käyttö ▪ Kerhotoimijoiden ja kerhojen määrät ▪ Osallistumisen ja vaikuttamisen mittarit (äänestysaktiivisuus, osallistumisaste edustajiston kokouksiin, luottamustoimijoiksi hakevien määrä) ▪ Tapahtumista kerätyt palautteet ▪ Ainejärjestöjen palautteet yhteistyöstä

2. VIESTINNÄN SUUNTAVIIVAT

Toiminta on kestävää	
Viestinnän tavoite Viestinnän avulla vahvistetaan kuvaa ISYYstä vastuullisena ja kestävän kehityksen huomioivana yhteisönä, joka tuntee jäsentensä tarpeet ja tukee niiden toteutumista. Viestintä tekee näkyväksi hyvinvointia edistävät toimet, helpottaa vaikuttamiseen osallistumista, varmistaa tiedon saavutettavuuden kampanjoilla sekä tuo esiin taloudellisen läpinäkyvyyden. Samalla viestintä tukee ISYYn houkuttelevuutta työnantajana ja luottamus- toimijoiden yhteisönä sekä varmistaa julkisoikeudellisten tehtävien hoidon.	Mittarit ▪ ISYYn jäsentutkimuksen ja mahdollisten jäsenkyselyn ja viestintäkyselyn tulokset ▪ Viestintäkanavien analytiikka ▪ Tapahtumien kävijämäärät



3. Kohderyhmät ja kanavat

3.1 Viestinnän kohde- ja sidosryhmät

ISYYn viestintää määrittää viestinnän kohde- ja sidosryhmät, joita on useita. Viestinnän keskeisimmät kohde- ja sidosryhmät, joille viestintää suunnataan ja jotka huomioidaan viestintää suunniteltaessa ja toteutettaessa ovat eriteltynä alla olevassa listassa.

1. Sisäinen viestintä

- Edustajisto
- Hallitus
- Henkilökunta
- Puheenjohtajaneuvostot
- Hallinnon opiskelijaedustajat
- Työryhmät
- Tiimit

2. Jäsenviestintä

- Jäsenet
- Kerhot
- Aine- ja kampusjärjestöt

3. Sidosryhmä- ja vaikuttamisviestintä

- Yliopisto
- Yhteistyökumppanit (esim. yritys yhteistyökumppanit)
- SYL ja muut ylioppilaskunnat
- Muut opiskelijakunnat ja opiskelijajärjestöt
- Opiskelijapalveluihin liittyvät sidosryhmät (esim. YTHS, opiskelija-asuntosäätiöt, Nyyti ry, Kela)
- Kampuskaupungit
- Päättäjät (paikalliset ja kansalliset, poliittiset)
- Media

3.2 Sisäisen ja ulkoisen viestinnän kanavat

ISYY viestii niin sisäisesti kuin ulkoisestikin määriteltyjä viestintäkanavia käyttäen. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän kanavat on eritelty alla olevassa kuviossa.

Sisäiset	
Sisäisen viestinnän kanavat ▪ Puhelin ▪ Sähköposti ja sähköpostilistat ▪ Kokoukset ja palaverit ▪ Google Workspace ▪ Vapaamuotoiset	Sisäisen kriisiviestinnän kanavat ▪ Puhelin ▪ Sähköposti ▪ Kokoukset ja palaverit
Ulkoiset	
Ulkoisen viestinnän kanavat ▪ Verkkosivut ▪ Uutiskirje ▪ Facebook ja Instagram ▪ Viva Engage ▪ YouTube ▪ Kampusten ilmoitustaulut ja infonäytöt ▪ Kamu ▪ Kide.app ▪ Tuudo	Ulkoisen kriisiviestinnän kanavat ▪ Verkkosivut ▪ Sosiaalinen media ▪ Mediatiedotteet ▪ Sähköposti ▪ Muut tarvittavat kanavat
Media	
Mediaviestinnän kanavat ▪ Tiedotteet ▪ Kannanotot ▪ Mielipidekirjoitukset ▪ Haastattelut	Median kriisiviestinnän kanavat ▪ Verkkosivut ▪ Tiedotteet

4. Viestinnän toteutus ja hallinta

4.1 Viestinnän organisointi ja vastuut

Kaikki ISYYn organisaatiossa osallistuvat viestintään. Henkilöstö ja luottamushenkilöt tekevät ja rakentavat viestintää, ja sen vuoksi viestintää on tärkeä linjata strategiassa sekä kouluttaa kaikille toimijoille. Viestintä on osa kaikkia ylioppilaskunnan toimintoja.

Henkilökunta osallistuu oman sektorinsa osalta sisäiseen ja ulkoiseen viestintään.

Edustajisto antaa suuntalinjat ja resurssit viestintään talousarvion, toimintasuunnitelman sekä strategian avulla.

Pääsektori huolehtii sisäisen ja ulkoisen viestinnän toimivuudesta sekä vastaa medialle tiedottamisesta yhteistyössä viestintäsektorin kanssa. Pääsektori on myös päävastuussa kriisiviestinnästä.

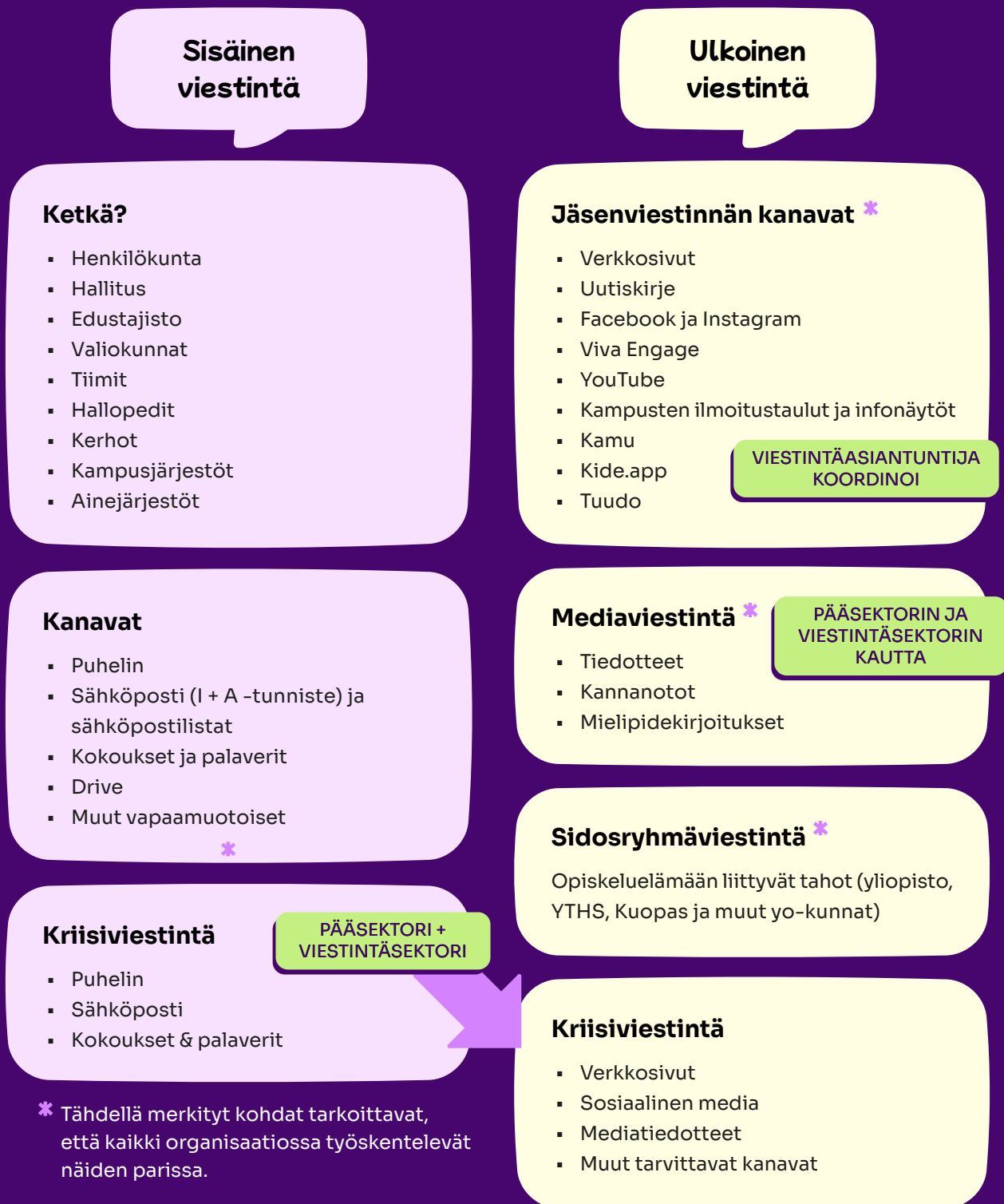
Hallitus edustaa jäsenistöä ja osallistuu oman sektorinsa viestintään niin sisäisesti kuin ulkoisesti sekä osallistuu korkeakouluopiskelijoita koskettavaan keskusteluun.

Viestintäasiantuntija vastaa päivittäisen jäsenistölle suuntautuvan viestinnän suunnittelusta, koordinoinnista, kehittämisestä ja toteuttamisesta. Viestintäasiantuntija on apuna viestintään liittyvissä asioissa henkilöstölle ja luottamustoimijoille.

Hallituksen viestintävastaava seuraa viestintästrategian toteuttamista, osallistuu viestinnän kehittämiseen ja toteutukseen sekä toimii hallituslaisille apuna viestintään liittyvissä asioissa.

4. VIESTINNÄN TOTEUTUS JA HALLINTA

ISYYn sisäistä ja ulkoista viestintää, viestintäkanavia sekä vastuita on linjattu alla olevassa kuviossa.



4.2 Kriisiviestintä ja erikoistilanteet

Alle on rakennettu toimintaohjeet ISYYn toimijoille kriisiviestintätilanteen sattuessa.

Kriisiviestinnällä tarkoitetaan viestintää yllättävässä tilanteessa, jossa ISYYn toimintaan liittyvä tapahtuma, päätös tai ulkopuolinen tekijä uhkaa opiskelijayhteisön turvallisuutta, ISYYn mainetta tai jäsenten luottamusta. Tavoitteena on toimia nopeasti, selkeästi ja johdonmukaisesti niin sisäisesti kuin ulkoisestikin.

1-2-3-ohjeet kriisiviestintään:

1. Tunnista ja ilmoita heti

Kaikki ISYYn toimijat ovat velvollisia ilmoittamaan havaitsemastaan kriisistä tai sen uhasta viipymättä pää- ja viestintäsektorille. Sisäinen tiedonkulku käynnistetään välittömästi puhelimitse, sähköpostilla tai palaverin kautta.

2. Sovi vastuista ja viestistä

Pääsektori vastaa kriisiviestinnästä ja kokoaa tarvittaessa kriisiryhmän. Viestintäsektori tukee viestien valmistelussa pääsektoria. Vain nimetyt henkilöt kommentoivat asiaa ulospäin. Kaikki viestit muotoillaan ISYYn arvojen mukaisesti, todenmukaisina ja selkeinä.

3. Toimi nopeasti ja läpinäkyvästi

Ensimmäinen tiedote julkaistaan mahdollisimman pian, kun tieto on oikeaa ja julkaistavissa. Viestintä kohdistetaan samanaikaisesti sekä sisäisiin että ulkoisiin kanaviin.

4. VIESTINNÄN TOTEUTUS JA HALLINTA

Kriisin päätyttyä viestintä arvioidaan, ja kokemuksista tehdään yhteenveto, jonka avulla toimintaa kehitetään.

Esimerkkitilanteita ja toimintaohjeita

Case 1: Somekohun syntyminen

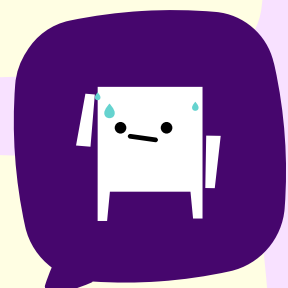
ISYYn sosiaalisen median julkaisusta nousee laajaa kritiikkiä, joka leviää opiskelijoiden keskusteluryhmiin ja mediaan.

Toiminta: Pääsektori ja viestintäasiantuntija kokoavat nopeasti faktat, arvioivat julkaisun ongelmakohdat ja laativat selkeän vastineen. Median yhteydenotot ohjataan pääsektorille.

Case 2: Häirintätilanne tapahtumassa

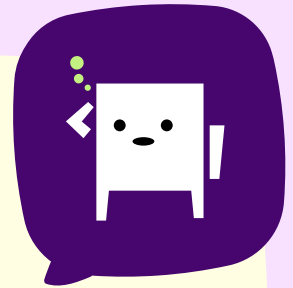
Tapahtumassa ilmenee tilanne, jossa osallistuja ilmoittaa kokeneensa häirintää.

Toiminta: Tilanteeseen puututaan heti häirintäyhdys henkilön ja pääsektorin johtamana. Viestintä käynnistetään sisäisesti heti ja ulkoisesti vain tarvittaessa yksityisyyttä kunnioittaen. Jos asia nousee julkisuuteen, pääsektori hoitaa median yhteydenotot sekä viestinnän yhdessä viestintäsektorin kanssa.



Case 3: Negatiivinen uutisointi ISYYstä

Media julkaisee ISYYtä koskevan kriittisen jutun esimerkiksi taloudesta tai edunvalvonnasta.



Toiminta: Pääsektori yhdessä hallituksen kanssa arvioi, tarvitaanko välitöntä kommenttia tai laajempaa kannanottoa. Mahdollinen kommentti tai kannanotto julkaistaan verkkosivuilla sekä tiedotetaan medialle. Sosiaalisen median kautta ohjataan lukijat viralliseen kannanottoon.

Case 4: Edunvalvontatilanne epäonnistuu

ISYYn edunvalvontatavoite ei toteudu esimerkiksi yliopiston päätöksenteossa tai neuvotteluissa jonkin ISYYn sidosryhmän kanssa. Asia huomataan mediassa ja opiskelijoiden keskuudessa.

Toiminta: Tilanne käydään läpi pääsektorin ja hallituksen kanssa. Viestinnässä kerrotaan avoimesti tavoitteista ja toimista, joita on jo tehty, sekä linjataan, miten edunvalvontaa jatketaan. Median yhteydenotot keskitetään pääsektorille.

5. Viestinnän seuranta ja kehittäminen

ISYYn viestintästrategia ei ole staattinen vaan dynaaminen dokumentti, joka ohjaa toimintaa ja jota aktiivisesti hyödynnetään toiminnassa

- ISYYn strategian uudistamisen yhteydessä
- Merkittävien organisaatioon tai toimintaympäristöön liittyvien muutosten yhteydessä
- Viestinnän onnistumisen arvioinnin ja palautteen perusteella.

Uuden viestintästrategian tai muutokset viestintästrategiaan hyväksyy ISYYn edustajisto.

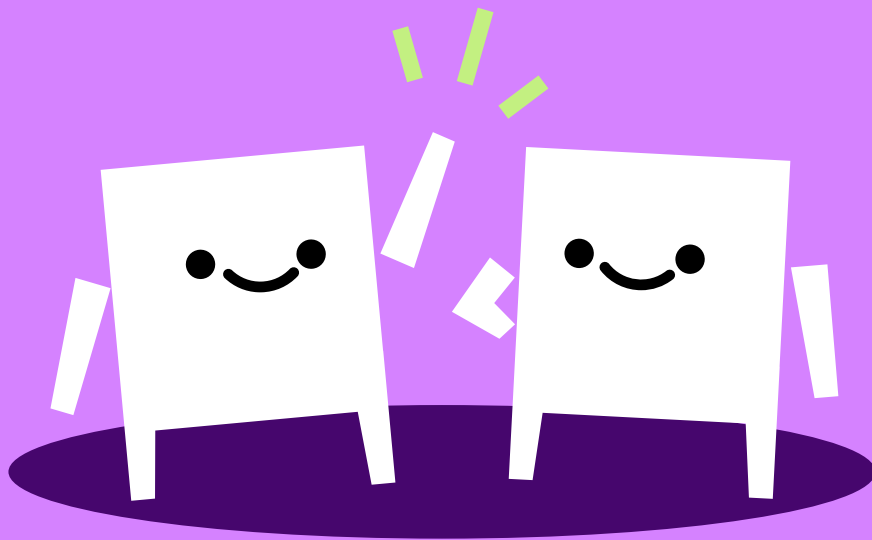
Viestintästrategian päivitysprosessissa arvioidaan miten viestintä tukee ISYYn strategian tavoitteita, vastaako se jäsenistön tarpeisiin ja hyödyntääkö se uusia viestintäkanavia ja ajassa muuttuvia viestinnän tapoja.

Jatkuva kehitys varmistetaan viestinnän koulutuksilla ja säännöllisellä viestintäkeskustelulla kaikkien toimijoiden välillä. Tavoitteena on, että kaikki toimijat pysyvät viestinnän kehittämisestä ajan tasalla ja pystyvät osallistumaan siihen.



ITÄ-SUOMEN YLIOPISTON YLIOPPILASKUNTA

VIESTINTÄSTRATEGIA
2025-2028



[isyy.fi](https://www.isyy.fi)