

Ursan viestintästrategia

Johdanto

Sääntöjen mukaan Ursan tarkoituksena on tarjota jäsenilleen ja yleisölle selkeä ja nykyaikainen käsitys maailmankaikkeudesta, toimia tähtitieteen ja lähialojen harrastuksen edistämiseksi sekä edistää alansa kouluopetusta ja aikuiskasvatusta.

Tarkoituksensa toteuttamiseksi Ursa harjoittaa valistustoimintaa:

- julkaisee lehteä ja kirjoja
- järjestää esitelmä- ja muita yleisötilaisuuksia, kursseja, näyttelyitä sekä tähti- ja planetaarionäytöksiä

Myös Ursan jäsenilleen tarjoamissa harrastusmahdollisuuksissa

- tähtitorni ja havaintokeskus
- kirjasto
- harrastusmateriaalit, viestintä on olennaisessa osassa.

Viestintä on Ursan valistustoiminnan ytimessä. Hyvin hoidettuna viestintä tukee kaikkea Ursan toimintaa sillä Ursa ei voi muuten täyttää tehtäväänsä ja saavuttaa tavoitteitaan. Ursan on pysyttävä tehokkaasti yhteydessä keskeisten kohde- ja sidosryhmiensä kanssa. Viestintä:

- tukee strategian toteuttamista,
- tekee sekä Ursaa että sen toimintaa tunnetuksi tavoitemielikuvan mukaisesti,
- edesauttaa Ursan ja sen sidosryhmien välistä vuorovaikutusta.

Viestintästrategiassa määritellään Ursan viestinnän rooli sekä linjataan ne viestinnän periaatteet, joiden mukaan sitä suunnitellaan, hoidetaan, seurataan ja kehitetään.

Ursan tavoitemielikuva

Ursan tämänhetkisen toiminnan perustana on Ursan menestyksellä vuodesta 1921 harjoittama kansanvalistustoiminta. Ursan nimi ja logo ovat Suomessa hyvin tunnettuja ja Ursaa levittämään tietoon luotetaan. Näistä lähtökohdista ja sääntöjen määrittämistä arvoista Ursan strategian mukaisesti määritelty tavoitemielikuva on:

- pätevä, luotettava ja täsmällinen tiedon levittäjä,
- jäsenistöstään huolehtiva,
- avoin ja helposti lähestyttävä,
- aktiivisesti toimiva,
- kiinnostava.

Keskeiset sidosryhmät

Ursalla on useita erilaisia sidosryhmiä eli sisäisiä ja ulkoisia yhteistyökumppaneita ja kohderyhmiä. Niiden kanssa sen on viestittävä tehokkaasti voidakseen hoitaa tehtävänsä ja saavuttaa tavoitteensa. Viestinnän keskeisiä kohderyhmiä ovat:

- jäsenet,
- nuoret tähtitieteestä kiinnostuneet (myös potentiaalisina uusina jäseninä),
- opettajat (myös väylänä nuorten tavoittamiseen),
- tiedotusvälineet (Ursan levittämän tiedon kohderyhmä sekä väline muiden sidosryhmien saavuttamiseen),
- muut tähtiharrastusyhdistyksen,
- erityisesti pääkaupunkiseudulla tähtitieteestä kiinnostuneet,
- edelliseen verrattuna laajempi ”suuri yleisö” (koko Suomi),
- kotimainen tähtitieteen ja lähialojen tiedeyhteisö Ursan levittämän tiedon tuottajana,
- muut tuki- ja sidosryhmät.

Viestintävastuut

Ursan viestintään osallistuvat toiminta- ja tiedotussuunnittelija (jatkossa tiedottaja) ja asiantuntijoiden¹ ohella kaikki toimihenkilöt².

Jokaisella toimihenkilöllä on oikeus antaa tietoja omaan vastuualueeseensa kuuluvista asioista. Yhdistyksen sujuvan toiminnan takaamiseksi toimihenkilöiden on pidettävä yhteistyökumppaninsa ajan tasalla oman vastuualueensa asioista.

Ursan johtosäännön mukaan toimitusjohtaja vastaa yhdistyksen ulkoisista suhteista. Ursan julkisesta tiedotuksesta vastaa etupäässä yhdistyksen tiedottaja. Tiedottajan vastuulla on sekä yhdistyksen ulkoinen (mm. lehdistötiedotteet) että sisäinen viestintä. Erityistä huomiota kiinnitetään yhdistyksen verkkosivuihin kiinteänä osana koko viestintää.

Ursan jäsenlehden ja muiden lehtien julkaisemasta materiaalista vastaavat lehtien päätoimittajat³ sekä tarvittaessa hoitavat tiedottamisen näiltä osin. Lehtien omat verkkosivut ovat niiden osa, joten päätoimittaja vastaa myös niiden sisällöstä⁴. Ursan julkaisemien kirjojen linjasta vastaa toimitusjohtaja.

Yksittäiset jäsenet ovat myös osa Ursan viestintää. He kertovat omissa piireissään tähtitieteestä ja toisinaan esittelevät harrastustaan myös tiedotusvälineissä. Näissä tapauksissa Ursa tukee mahdollisuuksiensa mukaan jäsentensä tiedonlevitystä.

Viestinnän pelisäännöt

Jotta viestintä (tässä muu kuin jäsenlehti tai kirjat) tukisi Ursan toimintaa järkevällä ja lisäarvoa tuovalla tavalla, on kaikkien viestinnässä toimivien toimihenkilöiden sitouduttava yhteisiin pelisääntöihin. Niistä tärkeimpiä ovat:

- Ursan viestinnän suunnittelusta, koordinaatiosta ja seurannasta vastaa tiedottaja.
- Viestinnän toimijat sitoutuvat Ursan viestintästrategian toteuttamiseen.
- Eri henkilöiden toteuttamien viestinnän toimenpiteet tukevat Ursan tavoitemielikuvan rakentamista ja siten Ursan strategian toteuttamista. Tiedottaja on pidettävä ajan tasalla tällaisista toimenpiteistä.
- On erittäin tärkeätä, että Ursan kertoma tieto on luotettavaa ja ajantasalla. Ursan julkaisuissa, tiedotteissa tai vastaavissa esiintyvät asiantuntijoina yleensä tieteenalan tutkijat, jotka edustavat tavallisesti omaa tutkimusorganisaatiotaan. Tiedon oikeellisuus on asiantuntijan vastuulla vaikka Ursa toimiikin tiedon välittäjänä.
- Julkisuudessa esiintyvien Ursan toimihenkilöiden tulee tehdä selväksi oma roolinsa tiedon levittäjänä ja Ursan rooli tähtiharrastajien yhteisönä.
- Ursan nimeä ja logoa käytetään aina Ursan viestinnässä.

Viestinnän keskeisiä kehittämiskohteita

- Verkkoviestintä. Ajantasaisen, helposti navigoitavan verkkosivuston rakentaminen on Ursan tavoitteen toteuttamisen kannalta keskeistä. Ursaa pidetään julkisuudessa luotettavana tietolähteenä. Nykyään ihmiset yhä enenevässä määrin hakevat tiedon verkosta, jolloin ensimmäinen kontakti tietoa etsivän ihmisen ja Ursan välillä tapahtuu verkossa. Mielikuvien ja kohdatun todellisuuden on mahdollisimman hyvin vastattava toisiaan.

¹ Esimerkiksi Ursan pyynnöstä lausuntoja antavat tutkijat, tai Ursan jaostojen asiantuntijat

² Palkatut toimihenkilöt ja vapaaehtoiset toimihenkilöt, kuten jaostojen vetäjät ja projekteihin nimetyt toimihenkilöt.

³ Kyseessä ovat lain edellyttämät vastaavat toimittajat, joiden tehtävänä on johtaa ja valvoa toimitustyötä, sekä päättää aikakautisen julkaisun, verkkojulkaisun tai ohjelman sisällöstä. (*Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä 13.6.2003/460*)

⁴ Lehtien verkkosivuja voidaan pitää lehden osana tai erillisenä verkkojulkaisuna. Verkkojulkaisulla tarkoitetaan julkaisijan tuottamasta tai käsittelemästä aineistosta aikakautisen julkaisun tapaan yhtenäiseksi laadittua verkkoviestien kokonaisuutta, jota on tarkoitus julkaista säännöllisesti. Siksi myös verkkojulkaisu tarvitsee vastaavan toimittajan. (*Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä 13.6.2003/460*)