

Suomen Säveltäjät ry

Viestintästrategia 2019–2020

1. Suomen Säveltäjät ry viestijänä

1.1. Suomen Säveltäjät ry yhdistyksenä

Suomen Säveltäjät ry on kansallisesti merkittävä ja tunnettu taidemusiikin säveltäjien yhdistys, joka edustaa koko suomalaista taidemusiikin säveltämisen alaa. Yhdistys tunnistaa säveltäjyyden muuntuvuuden ja monimuotoisuuden ja ottaa tämän huomioon toiminnassaan ja viestinnässään. Yhdistys valvoo ja tukee säveltäjien taiteellisia, ammatillisia ja taloudellisia etuja, edistää suomalaista luovaa säveltaidetta sekä valvoo ja pyrkii toiminnallaan edistämään säveltäjyyden yhteiskunnallista arvostusta. Jäsentoiminnan myötä yhdistys tarjoaa jäsenille koulutusta ja neuvontaa sekä jakaa tietoa.

1.2. Viestinnän arvot

Suomen Säveltäjät ry:n viestintä on avointa, asiantuntevaa, laadukasta ja oikeellista. Viestinnässään yhdistys sitoutuu toteuttamaan laatimansa tasa-arvon, yhdenvertaisuuden ja moninaisuuden strategian periaatteita. Viestinnän laatu syntyy luotettavuudesta, kattavuudesta, ajantasaisuudesta ja ennakoitavuudesta. Yhdistyksen viestintä reagoi nopeasti toimintakentän tarpeisiin ja muutoksiin. Yhdistyksen päätöksistä ja toiminnasta viestitään läpinäkyvästi ja tarkoituksenmukaisesti sekä organisaation sisällä että ulospäin.

1.3. Viestinnän tehtävät

Suomen Säveltäjät ry viestii toiminnastaan suomalaisen taidemusiikin säveltämisen yhdistyksenä. Viestinnällään yhdistys osoittaa myös aktiivisuutensa sekä omien hankkeiden toteuttajana että yhteistyökumppanina. Viestinnällään yhdistys haluaa

- vaikuttaa säveltäjyyden tunnettuuteen
- Voimistaa säveltäjyyden yhteiskunnallista asemaa ja arvostusta
- ylläpitää ja vahvistaa yhdistyksen kulttuuripoliittista asemaa
- edistää alan toimintaedellytysten suotuisaa kehitystä.

1.4. Viestinnän sidosryhmät

Suomen Säveltäjät ry:n viestinnän keskeisiä sidosryhmiä ovat

- yhdistyksen jäsenet
- taiteen alan sisärjestöt ja edunvalvontaorganisaatiot
- kulttuurin rahoittajat (muun muassa ministeriö ja säätiöt) ja kulttuuripoliittiset päättäjät (poliitikot ja virkamiehet)
- media ja toimittajat
- musiikkialan koulutus- ja tutkimusorganisaatiot (opettajat, opiskelijat ja tutkijat)
- musiikkifestivaalit ja -tapahtumat
- kansainvälinen säveltäjäyhteisö
- musiikkiyleisö.

2. Viestinnän keskeiset kanavat

- composers.fi-verkkosivu
- sosiaalinen media soveltuvin osin (esimerkiksi Facebook ja Twitter)
- painotuotteet ja painetut materiaalit: muun muassa jäsenlehti *Kompositio*
- sisäinen viestintä
- henkilökohtainen vuorovaikutus: esitykset, edustaminen ja muut tilaisuudet.

Verkkosivu composers.fi on yhdistyksen keskeisin viestintäkanava. Se on suunnattu sekä jäsenille että muille sidosryhmille.

Sosiaalinen media kanavat. Sosiaalisessa mediassa tehdään yhdistyksen ja sen jäsenten toimintaa näkyväksi, mutta sen avulla seurataan myös laajemmin kulttuurikentän toimintaa. Osa jaettavasta materiaalista tuotetaan itse verkkosivulle. Sosiaalisessa mediassa jaetaan myös muuta yhdistyksen, sen jäsenten ja taiteenalan ja edunvalvonnan sisältöjä.

Kompositio ja muut painotuotteet. *Kompositio* on yhdistyksen jäsenlehti, joka julkaistaan painettuna ja verkkoversiona. Yhdistys tuottaa myös muuta painettua materiaalia tarpeen mukaan ja on lisäksi yksi Finnish Music Quarterly -lehden julkaisijajärjestö.

Sisäinen viestintä. Yhdistyksen toimisto välittää jäsenilleen erityisen tärkeitä ja mahdollisesti kiireellisiä viestejä suoraan sähköpostitse tai kirjeenä.

Henkilökohtaisissa vuorovaikutustilanteissa yhdistystä edustavalla henkilöllä tulee olla ajantasainen ja oikea tieto yhdistyksen toiminnasta sekä sitä ohjaavista päätöksistä ja strategioista.

3. Viestintävastuut ja resurssit

Vastuu viestinnän linjauksista on yhdistyksen hallituksella ja toiminnanjohtajalla. Suunnittelusta ja käytännön toimista vastaavat etupäässä toiminnanjohtaja, erikseen nimetty tai palkattu viestintävastaava ja *Kompositio*-lehden toimitusryhmä. Viestintävastaava koordinoi myös verkkoviestintää. Päivittäisestä jäsenviestinnästä vastaa yhdistyksen toimisto. Yhdistys tarkistaa viestinnän henkilö- ja rahallisia resursseja tarpeen mukaan.

Yhdistyksen viestinnän toteuttamisessa otetaan huomioon muun muassa seuraavat seikat:

- **Yhdistyksen hankkeissa** otetaan huomioon jo suunnitteluvaiheessa viestinnän mahdollisuudet ja vaatimukset. Viestintävastaava auttaa viestinnän toteuttamisessa.
- **Yhdistyksen viralliset lausunnot** antaa hallituksen puheenjohtaja tai toiminnanjohtaja. Viestintävastaava avustaa tarvittaessa.
- **Kriisiviestintätilanteissa** vastuu on hallituksen puheenjohtajalla ja käytännön viestinnän vastuu toiminnanjohtajalla.
- **Viestinnän käytännön toteuttamista** linjataan toimintasuunnitelmaa laadittaessa.
- **Yhdistyksen edustustehtävien** jakamisesta vastaavat hallituksen puheenjohtaja ja toiminnanjohtaja. Kaikille yhdistystä edustaville henkilöille tulee varmistaa riittävät tiedot yhdistyksen toimintaperiaatteista ja sitoutumisesta tasa-arvon, yhdenvertaisuuden ja monimuotoisuuden periaatteisiin.
- Viestintäkanavien ylläpitämiseen ja kehittämiseen varataan tarvittavat henkilöstö- ja rahalliset resurssit toimintabudjetissa.
- Viestintästrategiaa päivitetään tarpeen mukaan, lisäksi sen ajantasaisuus tarkistetaan vähintään kolmen vuoden välein.

3. Viestinnän vaikuttavuuden mittaaminen

Viestinnän vaikuttavuutta arvioidaan

- seuraamalla kulttuuripoliittisten linjausten ja alan rahoituksen kehittymistä
- seuraamalla ja arvioimalla, miten viestintä tavoittaa tärkeimmät sidosryhmät.

Määrällisinä mittareina tarkastellaan

- verkkotilastoja: verkkosivuvierailuihin ja sosiaalisen median käyttöön liittyvää статистиikkaa
- yhdistyksen järjestämien tapahtumien osallistujamääriä.