

TOHOLAMMIN KUNNAN VIESTINTÄOHJE

Viestintäohje on työkalu kunnan henkilöstön viestinnän tueksi. Tämä ohje on tarkoitettu jokaiselle kunnan viestintään osallistuvalle. Ohje palvelee erityisesti esimiehiä ja eri osastojen viestinnästä ja markkinoinnista vastaavia. Ohjetta sovelletaan soveltuvien osin koko kuntakonserniin.



Sisällysluettelo

VIESTINNÄN PERUSLÄHTÖKOHDAT- MIKSI JA MITEN VIESTIMME.....	1
Digitaalisen maailman tuomat haasteet.....	2
VIESTINNÄN TAVOITTEET, NORMIT, VASTUUT JA ORGANISOINTI	3
Tavoitteet ja normit.....	3
Vastuut ja organisointi.....	4
TYÖNTEKIJÄLLÄ ON LOJALITEETTIVELVOLLISUUS TYÖNANTAJAA KOHTAAN	6
KUNTALAISEN OSALLISTUMINEN JA VAIKUTTAMINEN JA PÄÄTÖSVIESTINTÄ	7
Kuntalaisen osallistuminen ja vaikuttaminen.....	7
Päätösviestintä ja ilmoitukset.....	8
TOHOLAMMIN KUNNAN YLEISIÄ VIESTINTÄPERIAATTEITA - MITÄ, KENELLE JA MILLOIN?	10
Kenelle	10
Työyhteisön sisällä viestiminen	11
Viestintä kriisi- ja poikkeustilanteissa	12
Muutosviestintä.....	13
Ulkoinen viestintä ja mediatyö	14
Hyvän tiedotteen perussäännöt	14
KUNNAN VISUAALINEN ILME.....	16
KUNTA VIESTINNÄN VÄLINEET	17
VERKKOPALVELUJEN SAAVUTETTAVUUS	18
NYKYTILA SEKÄ KANAVIEN AKTIIVISUUDEN SEURAAMINEN	21
VIESTINTÄÄ KOSKEVA LAINSÄÄDÄNTÖ AVATTUNA	22
HYVÄ KUNNAN VIESTIJÄ, MUISTA AINAKIN SEURAAVAT ASIAT!.....	23
Lähteet:.....	24

VIESTINNÄN PERUSLÄHTÖKOHDAT- MIKSI JA MITEN VIESTIMME

Viestinnän tarkoituksena on ennen kaikkea luoda vuorovaikutusta, kuuntelua ja kohtaamista. Tavoitteena on kuntalaisen ja asiakkaan palveleminen eri kanavissa. Toholammin kunnassa palvelua saa kasvokkain asiakaspalveluna, puhelimitse, verkkosivuilla, digitaalisissa kanavissa ja sosiaalisessa mediassa. Avoin ja aktiivinen viestintä vahvistaa kuvaa asukkaitaan kuuntelevasta ja eteenpäin suuntaavasta kunnasta.

Viestintä selventää ja taustoittaa kunnan tavoitteita ja asioiden kokonaisuuksia. Viestinnällä tavoitetaan kuntalaisten lisäksi organisaation ulkopuolisia ryhmiä sekä organisaation omia työntekijöitä. Tämän ohjeen periaatteet tukevat koko kuntaorganisaation viestintää.

Perusviestit ilmentävät kunnan strategisia tavoitteita. Kuntastrategian ja sen sisältämän vision avulla kunta luo yhteisen mielikuvan siitä, mitä se haluaa itsestään kertoa ja miten erottaudutaan muista. Kuntastrategian sisältämässä visiossa kerrotaan seuraavaa:

Tokiottoinen Toholampi hyödyntää kestäväällä tavalla kauniin jokilaakson tuomat mahdollisuudet: maasta, metsästä, ilmasta ja vedestä.

Toholampi hakee innovatiivisilla ratkaisuilla vahvoja elinkeinopoliittisia avauksia, joilla turvataan ja vahvistetaan kunnan elinvoimaisuus ja sitä kautta ihmisten hyvinvoinnin lisääminen.

ASUMINEN: Hyvinvoivat asukkaat kokevat virikkeellisen asuin- ja toimintaympäristönsä omakseen sekä nauttivat hyvätasoisista lähi- ja peruspalveluista. Toholampi tarjoaa monipuoliset kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut.

MAISEMA: Kaunis vehreä jokilaakson viljelymaisema tarjoaa asumiseen ja vapaa-ajan viettämiseen viihtyisän elinympäristön ja puitteet.

MAA: Maatalouden tuotteet ja jatkojalosteet tulevat läheltä. Maatilat ovat ankkuriyrityksiä, joilla on myös tulevaisuuden mahdollisuus biotalouden alalla.

METSÄ: Uusiutuvat raaka-aineen ja energian lähteet tuovat työtä ja toimeentuloa sekä takaavat yritysten toimintaedellytysten vahvistumisen.

ELINTARVIKEJALOSTUS: Noudatetaan elinkeino-ohjelman linjauksia.

MATKAILU: Matkailua kehitetään yhdessä lähikuntien kanssa. Yhteistyöllä voimme tarjota kunnassamme ja lähialueella hyvät matkailupalvelut.

Toholampi on elinvoimainen maaseutukunta ja sitä kuvaa myös ”luonnollinen kotilaakso” -slogan, joka yhdistetään monessa yhteydessä Toholammin kunnan brändimielikuvaan.

Vuosien 2018 - 2022 Toholammin kuntastrategiaan kuuluvat seuraavat painopisteet:

1. hyvinvoiva kuntalainen
2. viihtyisä asuminen
3. aktiivinen elinkeinotoiminta
4. tasapainoinen talous
5. palveleva kunta.

Arvoihin kuuluvat:

- avoin, osallistava ja tasa-arvoinen toimintatapa
- vastuunkanto myös vaikeissa asioissa
- rohkeus ja innovatiivisuus päätöksenteossa.

Toholammin kunta viestittää kunnan tarjoamista palveluista ja mahdollisuuksista sekä vahvuuksista:

- puhdas luonto, ilma ja vesi
- maatalous ja biotalous
- turvallisuus
- hyvät sivistyspalvelut
- pienuus ja ketteryys
- työpaikkojen monipuolisuus
- lähellä olevat sote-palvelut
- tietoliikenneyhteydet, etätyö.

Digitaalisen maailman tuomat haasteet

Viestintäohjeen tarkoituksena on myös huomioida sähköisen toimintaympäristömme muutokset. Sähköiset foorumit asettavat työpaikan johdon, asiantuntijat ja luottamushenkilöt asukkaiden kanssa samalle viivalle. Johdon, etenkin kunnanjohtajan, yhtenä tehtävänä on viestiä kunnan strategiasta, arvoista ja toimintakulttuurista.

VIESTINNÄN TAVOITTEET, NORMIT, VASTUUT JA ORGANISOINTI

Tavoitteet ja normit

Julkishallinnollisen viestinnän pääasiallisena lähtökohtana ovat julkisuus ja läpinäkyvyys. Julkishallinnollisen organisaation viestintä tulee olla faktapohjaista niin myönteistä kuin kielteistä ilman henkilökohtaisia tai poliittisia painotuksia. Kunnalla on viestintävelvoite ja kuntalaisella on oikeus tietää, miten yhteisiä asioita hoidetaan. Kuntaviestintään sovelletaan useita lakeja ja asetuksia:

- Suomen perustuslaki
- kuntalaki
- hallintolaki
- julkisuuslaki
- tietosuojalaki
- EU:n tietosuoja-asetus
- kielilaki
- maankäyttö- ja rakennuslaki
- laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa
- tekijänoikeuslaki.

Kuntalaki (410/2015) velvoittaa kuntia vuorovaikutukseen. Kuntalaiselle tulee antaa mahdollisuus voida osallistua yhteisten asioiden käsittelyyn myös ennen päätöksentekoa.

Kuntalain 22 § mukaan osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää erityisesti:

1. järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja;
2. selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa;
3. valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin;
4. järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun;
5. suunnittelemalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa;

6. tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.

Kunnan ilmoitusten ja viestinnän pääkanava on kunnan verkkosivut. Verkkosivujen lisäksi kunnan sosiaalisen median kanavat tukevat onnistunutta kuntaviestintää ja markkinointia.

Vastuut ja organisointi

Viestintä on osa kaikkea kunnan toimintaa ja päätöksentekoa. Hallintosäännön mukaan kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta, ja antaa tarvittaessa yleisohjeita tiedottamisesta.

Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja sekä toimielinten tehtäväalueiden johtavat viranhaltijat huolehtivat siitä, että kunnan asukkaat saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista häneen liittyvistä asioista ja he voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun. Kunnan johtoryhmä vastaa viime kädessä päivittäisestä palvelu- ja päätösviestinnästä.

Viranhaltijat julkaisevat omat viranhaltijapäätöksensä kunnan verkkosivuilla.

Pääsääntöisesti toimistosihteerit julkaisevat toimielinten esityslistat ja pöytäkirjat kunnan verkkosivuille.

Tietohallinto- ja viestintäsihteeri kehittää, koordinoi ja toteuttaa kunnan päivittäisviestintää.

Tiedotustiimi kootaan kulloisenkin tapahtuman tms. tarpeiden mukaan.

Hallinto-osaston palveluneuvoja hoitaa kunnan puhelinvaihdetta ja asiakasneuvontaa.

Chattipalvelun asiakaspalvelijoita ovat kunnan informaattikko, hallinto-osaston palveluneuvoja ja tietohallinto- ja viestintäsihteeri.

Jokainen kunnan työntekijä osallistuu tavalla tai toisella viestimiseen tai hoitaa oman alueensa käytännön tai suullisen viestinnän. Käytännössä tiedotusvastuu kuuluu sille, joka tietää asiasta

eniten: jokainen oman osaston viestinnästä vastuullinen henkilö huolehtii loppujen lopuksi siitä, että omaa työtä koskevat tiedoksi saatettavat tiedot ovat ajan tasalla julkisilla ja sisäisillä verkkosivustoilla.

Kuntaliiton julkaisun (2016) mukaan jokainen organisaation jäsen on viestijä omassa työroolissaan. Viestimistä voi olla esimerkiksi:

- uutismedian haastateltavana omasta työstään
- henkilöstön keskuudessa yhteishengen kehittäjänä
- kuntalaisten kanssa asioidessa
- omassa lähipiirissään ja sosiaalisessa mediassa työasioista keskustellessaan.

TYÖNTEKIJÄLLÄ ON LOJALITEETTIVELVOLLISUUS TYÖNANTAJAA KOHTAAN

Työntekijää sitoo lainsäädännössä määritelty lojaliteettivelvollisuus työnantajaansa kohtaan. Salassa pidettävien asioiden kertominen julkisesti, omien esimiesten tai työkavereiden julkinen haukkuminen, moittiminen, arvostelu tai työnantajaa vahingoittavat julkiset puheet eivät ole hyväksyttäviä. Julkiseen keskusteluun osallistuessa on muistettava oma rooli, sen edellyttämä asenne ja korrekti toimintatapa. Kunnan sosiaalisen median toimintaohje kuvaa tarkemmin sosiaalisen median hyviä tapoja.

KUNTALAISEN OSALLISTUMINEN JA VAIKUTTAMINEN JA PÄÄTÖSVIESTINTÄ

Kuntalaisen osallistuminen ja vaikuttaminen

Kuntalaiset ovat kunnan tärkein kohderyhmä. Kuntalainen käyttää kunnan palveluja ja osallistuu sekä vaikuttaa kunnan toimintaan. Kunta viestii palvelulähtöisesti ja asiakasnäkökulman mukaisesti. Kuntalainen on tärkeä oman kotikunnan viestinvälittäjä.

Kuntalain 29 pykälä säätelee viestinnästä, joka kattaa kaiken kunnassa tapahtuvan toiminnan

Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätöksen vaikutuksista.

Kuntalaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat vaikuttaa ja osallistua päätösten valmisteluun.

Valtuuston kokoukset ovat julkisia tilaisuuksia, joihin kuka tahansa voi osallistua. Valtuuston kokouksia voi seurata kunnan kotisivuilla suorana lähetyksenä.

Toholammin kunnanvaltuuston, kunnanhallituksen sekä lautakuntien esityslistat julkaistaan ennen kokousta ja pöytäkirjat viedään kunnan verkkosivuille kokouksen jälkeen.

Valmistelu- ja päätösviestinnässä painotetaan päätöksiä, joilla on vaikutuksia kuntalaisten elämään, kuten palveluihin, palveluverkkoon, kaavoitukseen ja kunnan kehittämiseen. Asianosaisia informoidaan ja tarvittaessa kuullaan erikseen.

Pykälän toiminnot kuten tiedottaminen, valmistelun avoimuus ja vuorovaikutus ulottuvat myös kuntayhtymiin, kunnallisiin yhtiöihin ja yhteistyöhankkeisiin. Myös kunnan arvot tulevat sovellettavaksi näihin. Jokainen konsernin osa noudattaa viestinnässään ja toiminnassaan tapoja, jotka ovat kunnan arvojen mukaisia.

Kuntalaiselle on annettava mahdollisuus vaikuttaa asioihin jo varhaisessa vaiheessa. Kuntaliiton viestintäoppaan mukaisesti puhutaan varhaisesta julkisuudesta, joka alkaa jo ideoiden esittämisestä ja vastaanottamisesta.

Kuntalaisella on muun muassa seuraavia vaikutusmahdollisuuksia:

- kuntalaisaloite
- kunnan verkkosivujen palautelomake
- keskustelu- ja kuulemistilaisuudet
- asukas- ja/tai kuntalaisraadit
- paluumuuttajailta
- koulun järjestämät vanhempainillat
- välillinen vaikuttaminen, luottamushenkilöt ja viranhaltijat/työntekijät.

Kuntalainen tai asukas voi osallistua toimintaan muun muassa:

- sosiaalisen median kanavissa
- yhdistystoiminnan myötä
- alueellisten tapahtumien kautta.

Kuntalaisella on mahdollisuus ottaa kantaa ja antaa mielipiteensä kunnan järjestämissä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksissa.

Päätösviestintä ja ilmoitukset

Valmistelu- ja päätösviestinnässä noudatetaan suunnitelmallisuutta, korrektia ja yhtenäistä linjaa sekä lakeja. Kunnanvaltuuston ja kunnanhallituksen sekä lautakuntien pöytäkirjat ovat nähtävillä yleisessä tietoverkossa kaksi vuotta. Tämän jälkeen pöytäkirjoja voi tiedustella tietopalvelun kautta tai suoraan asianomaisen toimielimen sihteeriltä. Viranhaltijapäätökset ovat nähtävillä muutoksenhakuajan. Kuntaliitto ohjeistaa verkkoviestinnästä.

Kunnan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne yleisessä tietoverkossa, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu, sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla. Ilmoitusten on oltava yleisessä tietoverkossa 14 vuorokautta, jollei asian luonteesta muuta johdu. Ilmoituksen sisältämät henkilötiedot on poistettava tietoverkosta edellä mainitun ajan kuluttua.

TOHOLAMMIN KUNNAN YLEISIÄ VIESTINTÄPERIAATTEITA - MITÄ, KENELLE JA MILLOIN?

Kunnan verkkosivuilla on nähtävänä:

- kuntastrategia
- hallintosääntö ja toimintasäännöt
- talousarvio ja -suunnitelma
- tilinpäätös
- tarkastuslautakunnan arviointikertomus
- tilintarkastuskertomus
- kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset
- konserniohje
- luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset
- palveluista perittävät maksut
- toimielinten pöytäkirjat ja päätökset, kunnanvaltuuston kokoukset (tallenne säilyy 1 viikon).

Kenelle

Viestintää suunniteltaessa ja toteuttaessa otetaan huomioon kunnan keskeisimmät kohde- ja sidosryhmät, joita voivat olla muun muassa:

- nykyiset ja tulevat asukkaat
- nykyiset ja tulevat yritykset
- matkailijat, vierailijat
- luottamushenkilöt
- henkilöstö
- paikalliset yhdistykset
- media
- muut kunnat

- muut viranomaiset
- koulut, oppilaitokset, tutkimuslaitokset
- kansainväliset sidosryhmät
- kolmas sektori.

Työyhteisön sisällä viestiminen

- *Hyvä tiedonkulku kuuluu jokaiselle työntekijälle -*

Toholammin kunnassa pyritään jatkuvasti edistämään työyhteisön sisäistä viestintää. Viestinnän tulee toimia sekä esimiesten ja alaisten että yksiköiden ja työtovereiden välillä.

Työyhteisöviestinnällä varmistetaan, että henkilöstöllä on tiedossaan työn tekemisen kannalta olennainen tieto. Johdon tehtävänä on kertoa kunnan toiminnasta ja tulevaisuuden suunnitelmista henkilöstölle: hyvin toimiva työyhteisöviestintä on merkittävä osa hyvää johtamista ja työilmapiiriä.

Toholammin kunnan etuna on matala organisaatorakenne, jonka avulla viesti kulkee sujuvasti.

Viestintä on toimivaa kun:

- se toimii pohjana ulkoisen viestinnän onnistumiselle
- se motivoi ja lisää työtehoa
- se luo pohjan asiakaslähtöiselle ja ystävälliselle palvelulle
- se mahdollistaa henkilöstön vaikutusmahdollisuudet.

Sisäinen tiedottaminen tapahtuu Toholammin kunnassa muun muassa seuraavasti:

- työpaikkakokoukset
- työpaikkapalaverit
- aamu- ja iltapäiväkahvit
- työhön perehdyttäminen
- infotilaisuudet
- kehityskeskustelut

- palaute työstä
- ryhmätyöt
- tiedotteet
- tiedotustilaisuudet
- yleiskirjeet ja ohjeet
- henkilöstölehdet.

Näitä tukevia työyhteisöviestintävälineitä ovat muun muassa sisäisen tiedotuksen kanava intranet, sähköposti, verkkosivut, sosiaalinen media ja tiimikohtaiset WhatsApp-ryhmät.

Monikanavaisuuden avulla varmistetaan tiedon perille pääsy. Työpaikkakokouksien avulla varmistetaan tiedon siirto sekä annetaan henkilöstölle mahdollisuus suulliseen välittömään kanssakäymiseen. Esimiesten vastuulla on tiedon kulkeutuminen palaverista työyksiköihin.

Työnantajalla on lakisääteinen vastuu uuden työntekijän perehdyttämisessä. Työntekijän on silti hyvä olla itse aktiivinen tiedonhankinnassa. Jokainen työntekijä saa käyttöönsä oman työn kannalta olennaiset tietovarannot. Uusien työntekijöiden perehdyttämisen osalta noudatetaan erillistä ohjetta, joka löytyy henkilöstöoppaasta.

Viestintä kriisi- ja poikkeustilanteissa

Tässä osiossa kerrotaan valmius- ja poikkeustilanteiden viestinnän yleisistä päälinjoista.

Poikkeuksellisissa tilanteissa reagoidaan nopeasti. Laajan kriisin ollessa kyseessä on tärkeää tehostaa ja keskittää viestintää. Kunnan verkkosivut toimivat keskitettynä viestintuojana ja monikanavaisuuden kautta asiakas ohjataan alkuperäisen tiedon lähteille. Kriisitilanteessa kunnan etusivun tulee olla selkeä. Poikkeustilanteessa on hyvä poistaa isot kuvat ja tarvittaessa vähentää muun sisällön näkyvyyttä.

Kriisitilanteessa kunta tekee erillisen sivuston, johon keskitetään tilanteen edellyttämä viestintä, esimerkkinä kunnan koronasivuston tiedotepalkki.



Toholammin kunta tiedottaa koronaviruksesta (COVID-19)

Kunta tiedottaa kunnan omille asukkaille kunnan toiminnasta, palvelujen muutoksista ja ohjeistuksista. Kunnan etusivulta tulee löytyä linkit valtakunnalliseen ja alueelliseen materiaaliin ja ohjeistukseen. Poikkeusolot astuvat voimaan vain valmiuslainsäädännön kautta.

Poikkeuksellisissa oloissa kunta hyödyntää kuntaliiton julkaisuja kuten ”kunnan viestintään kriisi- ja erityistilanteissa” -opasta. Kunnan valmiussuunnitelma ohjaa kunnan toimintaa **normaaliolojen erityistilanteissa, häiriötilanteissa tai poikkeusoloissa**.

Hyvä kriisiohje on selkeä. Kriisitilanteessa ihmisen tiedontarve lisääntyy, mutta kyky vastaanottaa tietoa heikkenee, joten ohjeiden selkeys on erittäin tärkeää.

Alussa tärkeintä on estää lisävahingot, hälyttää pelastusviranomaiset ja varmistaa tiedonkulku. Tiedottaminen käynnistyy esimiehille ja toimivalle johdolle heti annettavasta tilannetiedotuksesta, jonka perusteella johto päättää tarvittavista toimenpiteistä ja johtoryhmän kokoontumisesta. Viestinnästä vastaavat henkilöt pidetään tilanteen tasalla ja heitä ohjeistetaan tarpeen mukaan.

Kunnan viestinnän tehtävänä on tukea pelastusviranomaisten toimintaa, varmistaa oikean tiedon leviäminen ja tarjota medialle luotettava ja reaaliaikainen tilannetieto. Työskentelymahdollisuudet on turvattava tilanteen sallimissa puitteissa.

Muutosviestintä

Tässä osiossa kerrotaan yleisesti organisaation muutostilanteissa tapahtuvasta sisäisestä viestinnästä.

Muutosviestintä on tehostettua normaaliajan viestintää, sillä henkilöstö tarvitsee muutostilanteessa enemmän ja nopeammin tietoa.

Muutosviestintä selventää, toteuttaa, tukee ja edistää muutosta. Henkilöstölle on kerrottava, mitä ollaan tekemässä ja miksi. Tämän lisäksi kerrotaan myös, miksi muutos toteutetaan valitulla tavalla ja mitä tapahtuisi, ellei muutosta toteutettaisi. Toimenpiteiden uskottu vaikutus organisaatioon, sen toimintaan sekä sidostyhmiiin ja asiakkaisiin on myös kerrottava.

Henkilöstön tulee saada tieto itseään koskevista asioista ensimmäiseksi kunnan sisäisistä kanavista. Heille, joiden työhön muutos vaikuttaa, kerrotaan heidän tulevista tehtävistään ja asemastaan tarkemmin. Kun henkilöstö pidetään ajan tasalla jo muutoksen suunnitteluvaiheessa, johto sitouttaa henkilöstön muutokseen. Usein muutokseen liittyy myös tekijöitä, jotka vaativat yhteistoimintamenettelyä.

Yhteistoimintalaki ohjaa työnantajan ja henkilöstön välistä yhteistoiminnan järjestämistä kunnissa ja kuntayhtymissä. Yhteistoiminnan tavoitteena on antaa henkilöstölle mahdollisuus osallistua toiminnan kehittämiseen yhteisymmärryksessä työnantajan kanssa ja vaikuttaa omaa työtä ja työyhteisöä koskevien päätösten valmisteluun.

Muutosviestinnässä kunnassa noudatetaan lakiin perustuvia yleisiä ohjeita ja suosituksia sekä kuntaliiton ohjeistuksia.

Ulkoinen viestintä ja mediayhteistyö

Kunnan tiedotteet lähetetään samanaikaisesti tiedotusvälineille sähköpostilla. Uutisarvo on tapaus- ja tilannekohtainen: avajaiset, vihkiäiset, merkittävän hankkeen aloittaminen, myönnetyt palkinnot ja muut kunnianosoitukset ovat tiedotustilaisuuden arvoisia tapahtumia.

Kielteinen tapahtuma vaatii tiedotustilaisuuden: onnettomuus, tulipalo, lomautus, irtisanomiset, palvelujen muutokset.

Hyvän tiedotteen perussäännöt

Viestinnässä tärkeintä on muistaa käyttää selkeää ja hyvää yleiskieltä. Lyhyet virkkeet pää- ja sivulauseilla selkeyttävät esitystä. Lauseenvastikkeita ja lyhenteitä kannattaa välttää. Lyhyt virke sisältää korkeintaan 15 sanaa. Verkossa käytetään vielä lyhyempiä ilmaisuja.

Muistilista tiedotteen perusasioille:

- Otsikko ja kolme ensimmäistä riviä ovat tärkeimmät: aseta asian tärkein ydin alkuun.
- Mahdollisimman lyhyt: kerrotaan sama asia vain kerran.
- Kerrotaan asiasta myös ongelmalliset puolet: älä piilottele tai silottele.
- Lisätietojen antajaksi annetaan yhteistiedot: henkilö, jolla on oikeus kertoa asiasta ja joka on tavoitettavissa sekä päivämäärä, numero, nimi ja paikka.
- Pituus enimmillään yksi A4-sivu.

Vältä:

- ammattislangia, ylistämistä, mainostavaa tekstiä sekä liian pitkiä virkkeitä
- täytesanoja esim. turhia verbejä, adjektiiveja tai superlatiiveja.

Suosi:

- tiivistä, helppolukuista ja informatiivista yleiskieltä
- kappalejakoja, jotka muodostavat itsenäisen kokonaisuuden edelliseen kappaleeseen
- silmäiltävää ja ilmavaa tekstiä
- pisteitä pilkkujen sijaan.

Korostuksia, lihavointia ja alleviivauksia tulee tiedotteessa käyttää maltillisesti ja vain silloin kun niiden käyttäminen helpottaa tai selkeyttää asian hahmottamista. Värien kirjo ja liialliset efektit eivät kuulu tiedotteeseen.

KUNNAN VISUAALINEN ILME

Visuaalisella ilmeellä tarkoitetaan kunnan logoa, värimaailmaa, typografiaa, slogania sekä muita graafisia elementtejä ja niiden käyttöä. Kunnan graafinen ohje määrittelee kyseiset periaatteet. Graafinen ohje täydentää tätä viestintäohjetta.

Yhtenäinen graafinen ilme auttaa kuntalaisia, ulkopaikkakuntalaisia, sidosryhmiä ja kunnan yhteistyökumppaneita hahmottamaan kunnan yhtenä kokonaisuutena. Yhtenäisen ilmeen avulla helpotetaan ja nopeutetaan viestinnän käytännön toteuttamista.

Kunnan visuaalinen ilme luo mielikuvia. Vaakuna on kunnan virallinen tunnus tai symboli, jota käytetään yleensä erityisesti viralliseen ja hallinnolliseen viestintään.

Vaakunan sijasta käytetään yleisesti logoa viestinnässä ja markkinoinnissa kuin myös virallisessa ja hallinnollisessa viestinnässä. Kunnan logo on tunnusomainen viesti paikkakunnan luonteesta. Kunnan logon yhteydessä käytetään slogania ”luonnollinen kotilaakso”.

Kuntabrändiä rakennetaan päivittäisviestinnän ohessa. Brändityön tarkoituksena on vahvistaa kunnan elinvoimaisuutta ja yhteisöllisyyttä. Maineella ja aktiivisella brändityöllä on vaikutus myös henkilöstön työtyytyväisyyteen sekä työantajamielikuvaan.

Kuntaliiton mukaan kuntabrändi koostuu teoista, viesteistä ja ilmeestä, joihin liittyvät

- kunnan arvolupauksien pääviestien yhtenäisyys
- yhtenäinen visuaalinen ilme
- termit ja tyyli, jolla kunnasta puhutaan
- asiakaspalvelu ja työpaikalla tapahtuvat kohtaamiset lunastavat pääviestien lupaukset.

Kunnassa pyritään kanavakohtaisesti (verkkosivut, some, painettu viestintä) sopivaan yhtenäiseen teemaan, ilmeeseen ja kirjalliseen ilmaisuun.

KUNTAVIESTINNÄN VÄLINEET

Toholammin kunta tiedottaa monikanavaisesti. Kunnan verkkosivut toimivat pääasiallisena tiedotuskanavana. Kunnan somekanavat toimivat kunnan virallista viestintää tukevana viestimenä. Sosiaalisen median avulla kunta luo persoonallisempaa sisältöä luoden kuvaa aktiivisesta ja avoimesta kuntatyöstä. Somessa kunta voi olla näkyvämminkin esillä. Kunnan somekanavat ovat Facebook, Instagram, LinkedIn ja YouTube.

Painettu viestintä:

- Tohotuli-kuntatiedote
- kuulutukset ja ilmoitukset
- tapahtumakohtaiset esitteet ja muut julkaisut.

Neuvonta ja asiakaspalvelu tapahtuu:

- kunnan puhelinvaihteen ja asiakasneuvonnan kautta
- puhelimitse
- chattipalvelun kautta
- kasvokkaisen ja henkilökohtaisen asiakaspalvelun avulla.

Kunnan asiakasviestintään kuuluvat päätökset, ohjeet, kyltit ja sähköposti- ja puhelinvastaajaviestit. Puhuminen ja kirjoittaminen on selkeää ja yksinkertaista sekä kaikki neuvonta ja asiakaspalvelu samansuuntaista. Kuntaliiton viestintäoppaan koulutusaineisto kiteyttää:

- Puhu ja kirjoita selkeästi ja yksinkertaisesti.
- Muista perustiedot: osoitteet, puhelinnumerot, aukioloajat.
- Varmista tietolähteiden ja verkkosivujen ajantasaisuus.
- Neuvonnassa tulee huomioida muut kieliryhmät sekä erityisryhmät.

Hyödynnä saamasi asiakaspalvelupalaute ja kehitä palvelua.

Kunnan muuta viestintää tukevat säännölliset tapahtumat kuten paluumuuttajaillat ja Sytykettä-rekryointitapahtuma.

Kunnan ja yrittäjien välistä yhteistyötä yllä pidetään järjestämällä säännöllisesti yhteisiä tapaamisia.

VERKKOPALVELUJEN SAAVUTETTAVUUS

Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet (29 §, kuntalaki).

Viestinnän saavutettavuudella edistetään kaikkien ihmisten mahdollisuutta toimia täysivertaisesti digitalisoituvassa yhteiskunnassa. Tämä tarkoittaa sitä, että verkkopalveluissa on tärkeää käyttää esimerkiksi vaihtoehtoisia tapoja sisällön esittämiseen kuten tekstiä, ääntä, videomateriaalia, kuvia ja symboleja sekä lisätä verkkopalveluihin viittomakielistä tietoa.

Saavutettavuudesta hyötyvät:

- sokeat, vaikeasti heikkonäköiset ja kuurosokeat
- heikkonäköiset ja värisokeat
- ikääntyneet
- kuulovammaiset ja henkilöt, joilla alentunut kuulo
- henkilöt, joilla on luki- ja hahmotusvaikeuksia
- henkilöt, joilla on motoristen syiden vuoksi vaikeuksia liikuttaa kättä tarkasti (painonappien yms. toimintoja edellyttävien painikkeiden on oltava riittävän suuria)
- mobiililaitteiden käyttäjät tai ne, joilla on käytössä vanhat tietokoneet ja hitaat yhteydet (tekstiversiot). Tekstiversiosta hyötyvät sekä ruudunlukuohjelmia käyttävät että ne, jotka käyttävät verkkopalvelua hitailla yhteyksillä.

Saavutettavuus voidaan summata alla olevan kuvan mukaisesti:

5 vinkkiä: näin teet verkkosisällöstä saavutettavaa



1. Käytä selkeää kieltä.



- Mieti, ketkä ovat tekstisi lukijoita. Yritä asettua lukijan asemaan.
- Mikä on tärkeintä? Tuo se heti tekstin alkuun.
- Käytä mahdollisimman tavallisia ja yleisiä sanoja. Vältä termejä.
- Käytä yksinkertaisia lauserakenteita. Vältä lauseenvastikkeitä.



2. Tee tekstistä silmäiltävää.



- Pidä kappaleet lyhyinä. Aloita kappale aina tärkeimmällä asialla.
- Käytä listoja.
- Käytä runsaasti väliotsikoita.
- Käytä myös kuvitusta keventämään tekstiä ja tukemaan viestiä.



3. Kirjoita kuvaavat otsikot.



- Kirjoita otsikkoon tiiviisti alla olevan tekstin keskeisin asia.
- Käytä mieluiten lauseotsikoita.
- Merkitse otsikot otsikoiksi editorissa – näin varmistat, että otsikot on myös html-kooditasolla oikein merkattu.
- Käytä otsikkotasoa loogisesti. Yläotsikon alla voi olla alaotsikoita, näiden alla taas alemman tason otsikoita jne.
- Älä hypi otsikkotasojen yli.



4. Varmista linkkien ymmärrettävyys.



- Kirjoita selkeä linkkiteksti, joka kuvaa linkin kohdetta.
- Lukijan pitäisi ymmärtää linkkitekstistä, mihin hän on siirtymässä.
- Jos linkki ohjaa esim. pdf- tai word-tiedostoon, kerro se linkkitekstissä.
- "Lue lisää" tai "Klikkaa tästä" on pääsääntöisesti huono linkkiteksti.

5. Käytä myös kuvia, infografiikkaa ja videoita.



- Osa ihmisistä omaksuu tiedon paremmin visuaalisten keinojen kautta.
- Kuvat auttavat kiinnittämään huomiota ja tehostavat viestin tavoitavuutta.
- Muista, että kuvien ja videoiden sisältämä tieto pitää antaa myös tekstinä: esimerkiksi kuvan tekstivastineena, tekstityksenä tai verkkosivun leipätekstissä.

Mitä hyötyä näistä ohjeista on?

- Tuottamasi sisältö on mahdollisimman saavutettavaa.
- Mahdollisimman moni ihminen saa tarvitsemansa tiedon helposti.
- Täytät omalta osaltasi saavutettavuuden WCAG-kriteerejä.
- Parannat merkittävästi myös sisällön näkyvyyttä verkon hakutuloksissa.

www.celia.fi/saavutettavuus

Lähde celia.fi

Toholammin kunnassa verkkopalveluiden ja sähköisten kanavien saavutettavuuden edistäminen on jatkuva prosessi. Vuonna 2020 Toholammin kunnan verkkosivut tarkistettiin ulkoisen konsultin toimesta. Korjattavista asioista saatiin raportti, josta tehtiin toimeksianto. Raportin edellyttämät korjaukset on tehty. Toholammin kunta tekee tulevaisuudessa aktiivisesti työtä erilaisin toimenpitein saavutettavuuden parantamiseksi.

Saavutettavuudesta hyötyvät kaikki. Hyvä virkakieli eli lauseiden lyhyys ja virkkeiden selkeys helpottavat viestin ymmärtämistä. Viestin tai tiedotteen pääasia on tultava selville tekstiä silmäilemällä. Hyvä ja laadukas viesti on myös kuntalain tasolla säädetty vaatimus.

NYKYTILA SEKÄ KANAVIEN AKTIIVISUUDEN SEURAAMINEN

Kunnan viestinnän ja markkinoinnin toimivuuden edellytyksenä on jatkuva sisällön tuottaminen ja toiminnan kehittäminen.

Tähän mennessä viestintää on kehitetty ottamalla käyttöön uusia sosiaalisen median kanavia (Instagram) ja uudistamalla olemassa olevia kanavia (Intra). Kunnan YouTube-kanavalle TohoTubeen on kehitetty uusi ”Toholampi- luonnollisen kotilaakson kuulumisia” -formaatti, jonka myötä luodaan nopeammin tiivistä ja napakkaa sisältöä. Lyhyiden videoiden esittäminen perustuu tilastoihin: keskimääräinen videon katseluaika on vähän yli minuutti. Kunnan työntekijöitä ja viranhaltijoita aktivoidaan ideoimaan ajankohtaista ja täsmällistä sisältöä hieman tiheämmällä julkaisutahdilla. Tämän kehityksen myötä muun muassa videoita katsotaan enemmän ja tilaajia tullut enemmän. Myös Toholammin kunnan LinkedIn-tili on aktivoitu. LinkedIn-tilin tarkoituksena on muun muassa positiivisen työnantajamielikuvan luominen.

Viestinnän tuloksia on mahdollisuuksia mitata niin määrällisesti kuin laadullisesti. Kunnan verkkosivuista saadaan tarvittaessa tilastollista kävijätietoa. Sosiaalisen median kanavissa on sisäänrakennetut statistiikkamittarit, joita seurataan tarpeen vaatiessa. Myös kuntalaiselta saatu asiakaspalaute huomioidaan viestintätyössä.

VIESTINTÄÄ KOSKEVA LAINSÄÄDÄNTÖ AVATTUNA

Julkisuuslaki turvaa ja edistää tiedonsaantia. Julkishallinnon viestintää ohjaa julkisuusperiaate, jonka mukaan jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta, ja viranomaisten asiakirjat ovat julkisuuslain mukaan pääasiassajulkisia. Salaisia asiakirjoja ovat vain perustellusta syystä, esimerkiksi ihmisten yksityiselämään ja yritysten liiketoimintaan liittyvät tiedot. Kunnan liikelaitoksia koskevat samat julkisuusperiaatteet kuin kuntaakin.

Hallintolaki määrittelee hyvää hallintoa ja täydentää kuntalain ja julkisuuslain tiedottamissäännöksiä. Hallintolaki edellyttää, että viranomaiset käyttävät viestinnässään asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä.

Tekijänoikeuslaki suojaa muun muassa valokuvia ja piirroksia. Vaikka valokuvaajalla on tekijänoikeus julkisella paikalla otettuihin valokuviinsa, kuvan kohteilla voi olla lainsäädännön nojalla oikeus rajoittaa kuvien julkaisemista. Julkisella paikalla kuvaaminen on yleensä sallittua. Julkisia paikkoja ovat esimerkiksi kadut, puistot, torit, kirjastot sekä kulttuuri- ja liikuntatilat. Myös ravintolat ja konsertit ovat julkisia paikkoja. Henkilöä esittävää valokuvaa ei saa julkaista henkilön kunniaa tai yksityisyyttä loukkaavalla tavalla. Henkilön kuvaa ei saa käyttää mainostarkoituksessa ilman henkilön suostumusta.

Maankäyttö- ja rakennuslaki säätelee erikseen alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Ympäristönsuojelulaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan ympäristön tilaa koskevista seurantatiedoista.

Lisäksi kunnan viestintään vaikuttavat muun muassa hankintalaki, sähköisen viestinnän lainsäädäntö sekä EU:n yleinen tietosuoja-asetus ja tietosuojalaki.

HYVÄ KUNNAN VIESTIJÄ, MUISTA AINAKIN SEURAAVAT ASIAT!

- Kunnan viestintä on avointa, aktiivista, keskustelevaa ja ymmärrettävää.
- Asiat kerrotaan totuudenmukaisesti, realistisesti ja objektiivisesti.
- Viestintä on osa kaikkea kunnan toimintaa.
- Viestintä tukee johtamista, kehittämistä ja strategisten tavoitteiden toteutumista.
- Viestintä edistää asukkaiden ja asiakkaiden hyvinvointia.
- Työntekijöille kerrotaan aktiivisesti heitä koskevista asioista.
- Jokaisella työntekijällä on vastuu hyvästä viestinnästä.
- Viestinnässä hyödynnetään monipuolisesti eri viestintäkanavia.
- Yhä merkittävämpi osa viestinnästä käydään sosiaalisessa mediassa.
- Markkinointiviestintä tuo esille kunnan vahvuuksia ja strategisia painotuksia.
- Viestinnässä käytetään yhtenäistä visuaalista ilmettä.
- Hyvä viestintä vaatii jatkuvaa kehittämistä.

Lähteet:

- Hyvä virkakieli -julkaisu:

<https://eoppiva.fi/kurssit/hyva-virkakieli-selkeyta-lauseita-ja-virkkeita/#/>

- Uusi kuntalaki pintaa syvemmälle:

<https://kalajoki.fi/wp-content/uploads/2015/10/Uusi-kuntalaki-pintaa-syvemmalta.pdf>

- Kuntaliiton viestintäopas löytyy sivulta:

<https://www.kuntaliitto.fi/osallistuminen-ja-vuorovaikutus/viestinta-ja-markkinointi/kuntaliitto-kuntien-viestinnan-tukena/ohjeita-ja-oppaita-kuntien-viestintaan>

- Kuntaliiton opas kunnan viestintään kriisi- ja erityistilanteissa:

<https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Opas%20kunnan%20viestint%C3%A4%C3%A4n%20kriisi-%20ja%20erityistilanteissa.pdf>

- Leivonniemi, Ida-Kaisa. Lehdistötiedotteella uutiseksi. Opiinnytetyö:

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/15176/Leivonniemi_Ida.pdf?sequence=1

- Kuntaliiton saavutettavuusopas:

<https://www.kuntaliitto.fi/tilastot-ja-julkaisut/verkko-oppaat/saavutettavuusopas>

- Kuntaliiton viestintäoppaan koulutusaineisto:

<https://www.kuntaliitto.fi/osallistuminen-ja-vuorovaikutus/viestinta-ja-markkinointi/kuntaliitto-kuntien-viestinnan-tukena/ohjeita-ja-oppaita-kuntien-viestintaan>

