



# **KARSTULAN KUNNAN JA KUNTAKONSERNIN VIESTINTÄSUUNNITELMA 2010-2015**

**Karstulan kunta  
Viestintäjaosto**

Tämä viestintäsuunnitelma on hyväksytty  
Karstulan kunnanvaltuuston kokouksessa  
21.06.2010 § 27

# Sisällysluettelo

## Tiivistelmä

1. Johdanto
2. Viestinnästä yleisesti
  - 2.1 Viestinnän keinot
    - 2.1.1 Perinteinen viestintä
    - 2.1.2 Uudet viestimet
    - 2.1.3 Sosiaalinen media
3. Karstunen viestintä
  - 3.1 Viestintämissio
  - 3.2. Viestintävisio
  - 3.3 Viestintästrategiat
  - 3.4 Arvot viestinnässä
  - 3.5 Kompetenssit viestinnässä
  - 3.6 Ydinkyvykkyys viestinnässä
  - 3.7 Viestinnän osaamistasojen määrittelyt
  - 3.8 Ydintekemiset ja tukitekemiset
  - 3.9 Tukimateriaali
4. Viestinnän karstunen käytäntö
  - 4.1 Viestintäsuunnitelman käyttö
    - 4.1.1 Karstulan kunnan viestinnästä vastaavat
    - 4.1.2 Karstulan kuntakonsernin viestinnästä vastaavat
  - 4.2 Ulkoinen viestintä
  - 4.3 Kunnan ilmoitusten julkaiseminen
    - 4.3.1 Kunnan virallisella ilmoitustaululla julkaistavat viralliset ilmoitukset
    - 4.3.2 Kunnan muut ilmoitukset
  - 4.4 Kunnan vireillä olevat asiat ja niitä koskevat suunnitelmat
  - 4.5 Sisäinen viestintä
  - 4.6 Vuorovaikutusviestintä
  - 4.7 Markkinointiviestintä
  - 4.8 Kriisiviestintä
    - 4.8.1 Kriisiviestinnän vastuuhenkilöt kunnan organisaatiossa
    - 4.8.2 Kriisiviestinnän vastuuhenkilöt kuntakonsernissa
  - 4.9 Toimintaohjeita epävarmoissa tilanteissa
5. Viestintälainsäädäntö

## Liitteet

- LIITE 1. *Karstulastrategia 2012*
- LIITE 2. *Kuntien verkkoviestintäohje*
- LIITE 3. *Kunnan viestintä*
- LIITE 4. *Vesihuoltolaitoksen kriisiviestintäohje*

## Tiivistelmä

*Viestintäjaoston yksi tärkeimmistä tehtävistä on määritellä tavoitteet ja mielikuva siitä, millaisena sidosryhmät ja kuntalaiset tulevat näkemään kunnan ja kuntakonsernin, kun viestintäsuunnitelma otetaan käyttöön. Näihin tavoitteisiin pääsemiseksi tulisi kaikessa viestinnässä olla lähtökohtana asiakaspalvelu, viestinnän avoimuus ja asukkaiden tietoisuus kunnan vireillä olevista asioista ja niitä koskevista suunnitelmista.*

Kunnanvaltuuston hyväksymä *Karstulastrategia* on lähtökohtana suunniteltaessa Karstula-viestintää. Viestintäsuunnitelman kehittämistä koskeva osio sisällytetään myös jatkossa Karstulastrategiaan.

Karstulastrategian ja siihen sisällytetyn viestintäsuunnitelman vaikuttavuus on niin merkittävä, että viestintäsuunnitelma tulee hyväksyttäväksi kunnanvaltuustossa.

*Kunnanvaltuuston hyväksytyä tämän viestintäsuunnitelman se samalla sitouttaa kunnan luottamushenkilöt ja palkatun henkilöstön toteuttamaan viestintäsuunnitelmaa. Luottamushenkilöt ja palkattu henkilöstö koulutetaan käyttämään sellaisia viestinnän perustaitoja, joilla yhtenäisen positiivisen kuntakuvan rakentaminen on mahdollista.*

**Tämä viestintäsuunnitelma ei tulkitse erilaisia viestintää sääteleviä lakeja eikä pyri antamaan juridisia neuvoja viestintää tekeville. Jokaisen kuntakonsernin ja kunnan viestinnästä vastaavan ja siihen osallistuvan on itse luotava sellainen viestintästrategia, joka ei ole ristiriidassa voimassaolevien lakien ja säädösten kanssa. Siksi tämän viestintäsuunnitelman lopussa on luku viestintälainsäädännöstä, josta kukin voi tarkistaa viestintäasioihin liittyvät lakiperustelut. Epäselvissä viestintään liittyvissä asioissa ja etenkin lakiasioissa on otettava yhteyttä viestintäjaoston esittelijään, joka selvittää kyseisen asian Kuntaliiton lakimiehen kanssa.**

### ohje

*Viestinnän toteuttamista ohjaa ja johtaa kunnanhallituksen viestintäjaosto. Epäselvissä viestintään liittyvissä asioissa ja etenkin lakiasioissa on otettava yhteyttä viestintäjaoston esittelijään, joka selvittää kyseisen asian Kuntaliiton lakimiehen kanssa.*

## 1. Johdanto

**K**arstulan kunnan ja kuntakonsernin viestintäsuunnitelma sai alkunsa Karstulan kuntastrategian 2008-2012 kohdasta ”*Tehostamme Karstula-viestintää*”.

Tämän lauseen kirjaaminen strategiaan aloitti viestinnän kehittämisen. Kehittämistyön toteuttamiseksi kunnanhallitus nimitti viestintäjaoston, johon kuuluvat *Riitta Suomäki* puheenjohtajana sekä jäseninä *Satu Koskinen*, *Teijo Peltonen*, *Pirjo Ruuska* ja *Aki Järvinen* sekä *Heli Korhonen* kunnanhallituksen puheenjohtajan ominaisuudessa ja kunnanjohtaja *Jukka Hiltunen* esittelijänä. Viestintäsuunnitelman tekijäksi kunnanhallitus nimesi kulttuurisihteerin *Seppöjuhani Ruotsalaisen*.

Viestintäsuunnitelman tekeminen eteni siten, että suunnitelman tekijä toimitti valmistuvaa suunnitelmaa lyhyin välein viestintäjaoston jäsenille ja kunnanjohtajalle. Suunnitelmaa käsiteltiin viestintäjaoston kokouksissa ja siihen tehtiin tuoreeltaan täydennyksiä ja tarkennuksia. Näin suunnitelma valmistui ryhmätyönä, johon viestintäjaoston jäsenet oleellisesti osallistuivat. Tässä yhteydessä lausun lämpimän kiitokseni professori *Aarre Heinolle* Tampereelta ja kunnanjohtaja *Jukka Hiltuselle*. Heidän asiantuntemuksensa ovat vahvistaneet työni etenemistä.

Karstulan kunnan ja kuntakonsernin viestintäsuunnitelma - jatkossa viestintäsuunnitelma - palvelee kuntakonsernin ja kunnan viestinnästä vastaavia antamalla jokaiselle *yhtenevät ohjeet viestintään*. Suunnitelman yhtenä tärkeänä tavoitteena on *lisätä avoimuutta ja positiivisuutta viestinnän toteuttamiseen*.

Viestintäsuunnitelman yksi osio on Karstulan kunnan kotisivujen uudistaminen.

Viestintäsuunnitelman kieliasu, kappalerakenne ja luettavuus on pyritty tekemään helpoksi. Viestintää säätelevä lakiosuus on koottu viestintäsuunnitelman loppuun.

## 2. Viestinnästä yleisesti

Nykyaikaisessa viestinnässä on monenlaisia mahdollisuuksia. Tehokkaalla viestinnällä synnytetään luottamusta organisaation sisällä ja hyvä viestintä heijastuu myös organisaation ulkopuolelle. Niukka viestintä aiheuttaa aina kysymyksiä ja epävarmuutta. Siksi *viestinnän tulisi olla asiallista, avointa ja positiivista*. Kun viestinnässä välittyy asioiden todellinen tila ja se kerrotaan mahdollisimman avoimesti, niin se itsessään synnyttää positiivisen ilmiön. Jos vielä viestikin on positiivisesti kerrottu, on viestinnän vaikutus tehokas.

Erilaisia viestintäryhpyitä suunniteltaessa tulisi koota erilaiset toimijat mahdollisimman laajasti mukaan osallistumaan viestinnän toteuttamiseen. Esimerkiksi kuntamarkkinoinnilla on vaikutusta, kun sitä tehdään yhdessä samansuuntaisesti. Tästä syntyy positiivinen kuntakuva.

Viestinnän onnistumisella on suuri merkitys. Se välittää vääjäämättä sitä julkisuuskuva, joka kulloisenkin viestin kautta saadaan. Jos viesti välittyy asiallisena, avoimena ja positiivisena, viestin vastaanottaja vakuuttuu saamastaan viestistä. Jos viestintä on horjuvaa, epäasiallista, peiteltyä ja kielteistä, on viestin vaikutuskin samanlainen.

### ohje

*Viestinnällä voidaan vaikuttaa asioihin positiivisesti. Viestinnässä kannattaa aina olla asiallinen ja avoin sekä hakea viestintään positiivinen näkökulma.*

## 2.1 Viestinnän keinot

### 2.1.1 Perinteinen viestintä

Kaikki *painetut materiaalit* ovat perinteistä viestintää. Näitä ovat mm. pöytäkirjat, tiedotteet, esitteet, julisteet jne. Ne ovat nykyisin myös digitaalisessa muodossa, josta johtuen niitä voidaan käyttää monimuotoisissa yhteyksissä tarpeen mukaan. Perinteiseen viestintään kuuluvat myös *sähköiset ja digitaaliset materiaalit*, jotka on tuotettu joltain viestintävälinettä varten. Näitä ovat digitaaliset kuvat, liikkuva kuva ja erilaiset äänimateriaalit. Karstulan kunnan videopajalla on erilaisia ohjelmistoja ja laitteita, joilla voidaan käsitellä digikuvia, digitaalista ääntä, videokuvaa, siirtää materiaalia erilaisiin formaatteihin, polttaa dvd:tä, taittaa julkaisuja ja toimittaa ne painokelpoisessa muodossa kirjapainoon.

### 2.1.2 Uudet viestimet

*Kotisivut* ovat laajalti näkyvä viestinnän laji. Siksi organisaation kotisivujen rakenteeseen ja sisältöihin kannattaa panostaa. Lähtitulevaisuudessa Karstulan kunnan kotisivuilla on *sähköisen asioinnin* mahdollisuus mm. lomakepankin muodossa. *Sähköposti* on yleinen viestinnän muoto, jota käytetään paljon. Se on helppokäyttöinen ja sen avulla tavoitettavuus on hyvä. *Messengeriä* käyttävät lähinnä nuoret. *Skypeä* käyttävät kaikki, mutta se ei ole työpaikalla toimiva, koska se vaatii läsnäoloa tietokoneen vierellä.

### 2.1.3 Sosiaalinen media

Sosiaalisen median ydin on se, että käyttäjät itse tuottavat kaiken sisällön. Näitä keskustelufoorumeita, joita eri ihmisryhmät käyttävät, ovat esimerkiksi *Facebook*. Sitä käyttävät kaikki, etenkin aikuisväestö (35-50 v). Myös *MySpacen* käyttäjäryhmä on laaja. Sen käyttö on yleistä ammattiryhmittäin. *LinkedIn* on liike-elämän ideapankki, jota käyttävät yritysjohtajat ja businessväki. Mielenkiintoinen eräänlainen suljettu Wikipedia on *Wigi*, jota jokainen käyttäjä päivittää itse. Kaikkia mainittuja voidaan käyttää kiinteiden yhteyksien lisäksi myös mobiiliversiona.

## 3. Karstunen viestintä

### 3.1 Viestintämissio

Karstulan kunta lisää asukkaidensa elämänlaatua korkeatasoisesti järjestetyillä palveluilla, jotka kohdistuvat kaikkiin ikäluokkiin. *Yksi elämänlaatutekijä on avoin viestintä.*

### 3.2 Viestintävisio

Karstulan kunta toteuttaa kulloinkin päätettyä Karstulastrategian mukaista viestintäsuunnitelman ohjeistusta viestimällä asioista mahdollisimman laajasti. Tulevaisuudessa Karstulan kunta *tunnetaan positiivisen ja avoimen viestinnän kuntana.*

### 3.3 Viestintästrategiat

Viestintäjooston yksi tärkeimmistä tehtävistä on määritellä tavoitteet ja mielikuva siitä, millaisena sidosryhmät ja kuntalaiset tulevat näkemään kunnan, kun viestintäsuunnitelma otetaan käyttöön. Näihin tavoitteisiin pääsemiseksi tulisi kaikessa viestinnässä olla lähtökohtana *asiakaspalvelu, viestinnän avoimuus ja asukkaiden tietoisuus kunnan vireillä olevista asioista ja niitä koskevista suunnitelmista.*

Kunnanvaltuuston hyväksyessä tämän viestintäsuunnitelman se samalla *sitouttaa kunnan luottamushenkilöt ja palkatun henkilöstön toteuttamaan hyväksyttyä suunnitelmaa. Luottamushenkilöt ja palkattu henkilöstö koulutetaan käyttämään sellaisia viestinnän perustaitoja, joilla yhtenäisen positiivisen kuntakuvan rakentaminen on mahdollista.*

Kunnanvaltuuston hyväksymä Karstulastrategia on lähtökohtana suunniteltaessa Karstula-viestintää. Viestintäsuunnitelman kehittämistä koskeva osio sisällytetään myös jatkossa Karstulastrategiaan.

#### ohje

*Luottamushenkilöt ja palkattu henkilöstö koulutetaan käyttämään sellaisia viestinnän perustaitoja, joilla yhtenäisen positiivisen kuntakuvan rakentaminen on mahdollista.*

### 3.4 Arvot viestinnässä

Karstulan kunnan toiminnassa tuetaan arvoja, jotka osaltaan säätelevät viestintää. *Sosiaaliset arvot puoltavat asiakaslähtöisyyttä ja huolenpitoa.* Tämän arvon viestiminen paikkakuntalaisille ja muualta Karstulaan muuttaville viestii kunnan uskalluksesta ottaa vastuuta asukkaistaan. *Taloudelliset arvot puoltavat ennaltaehkäisyä.* Näillä arvoilla korostetaan *asiantuntevaa taloudenhoitoa, jolla oleellisesti vaikutetaan asukkaiden hyvinvointiin.* *Ympäristölliset arvot puoltavat perinteiden ja yhteisöllisyyden tunnustamista.* Näillä arvoilla *viestitään jatkuvuutta.*

Menestyskuntien arvot ovat tarkemmin määriteltäviä kuin muiden kuntien. Menestystekijät lähtevät arvoista. Ne ilmenevät *taloudenhoidon suunnitelmallisuudessa, harkitsevassa elinkeinopolitiikassa, koulutuksen tasossa, sosiaalisten palvelujen tasapainossa eri ikäryhmille, kulttuurituotannon arvostamisessa ja runsaassa vapaa-ajan harrastustarjonnassa.* Tällaisia palveluarvoja korostava kunta on menestyskunta.

#### ohje

*Kunnan arvoja tulee sisällyttää viestintään aina, kun se on mahdollista.*

### 3.5 Kompetenssit viestinnässä

Viestintätavoitteiden toteuttamiseksi Karstulan kunta ja kuntakonserni luovat viestinnän tehokeinoiksi *yhteistyöverkostoja luottamalla laajojen yhteistyömallien voimaan.* Verkostot ovat poikkihallinnollisia käsittäen kuntia, yrityksiä ja yhteisöjä.

### 3.6 Ydinkyvykyys viestinnässä

Karstulan kuntakonsernin ja kunnan henkilöstöjen *ydinkyvykkyudet* ovat kehittyneet muutosprosessien mukana. Jatkuva hallinnollinen muutos kuntien palvelurakenteissa viimeisten vuosien aikana on lisännyt henkilöstön kykyä sopeutua muutostilanteisiin ja soveltaa ydinkyvykkyyttä viestintätehtävissä.

#### ohje

*Ei kannata viestiä muutoksesta ja hankaluuksista, vaan muutoksen synnyttämistä monista mahdollisuuksista.*

### 3.7 Viestinnän osaamistasojen määrittelyt

Viestinnän tehtäväkentässä on erilaisia osaamistasoja. Joukossa on harjoittelijoita, opiskelijoita, sektoroituneita työntekijöitä, spesialisteja sekä moniosaajia, jotka hallitsevat esimerkiksi *välineosaamisen, tuotanto-osaamisen sekä markkinointi- ja projektiosaamisen*. Kun koko kirjo tekee yhteistyötä organisaation viestinnän hyväksi, on lopputulos hyvä.

### 3.8 Ydintekemiset ja tukitekemiset

*Ydintekemiset* tarkoittavat niitä toimintoja, joilla luottamushenkilöt ja palkattu henkilöstö oppivat uusia asioita ja pystyvät arvioimaan viestintää sille määriteltyjen laatu- ja tavoitetasojen kautta. *Tukitekemisellä* rakennetaan palveluprosessiin kokonaisuus, joka tukee *ydintekemistä*. Se ei ole irrallista ja suunnittelematonta, vaan on selkeästi osa tekemisprosessia. Esimerkiksi tietotekniikan toimiva kokonaisuus laitteiden ja ohjelmistojen osalta toteutuu vasta silloin, kun *tukitekemiset palvelevat ydintekemisiä*.

#### ohje

*Tukitekemisten tulee palvella ydintekemistä.*

### 3.9 Tukimateriaali

Tukimateriaalia viestinnän tueksi tulee päivittää jatkuvasti. Tämän viestintäsuunnitelman lisäksi tehdään *PowerPoint -esitys*, jossa on lyhyesti kerrottu keskeiset faktat Karstulasta. Se palvelee viestinnän suorittajia erilaisissa tilanteissa nopeasti ja tehokkaasti ilman turhia tarkistuksia. *Infokalvoista rakennetaan kalvopankki erityiseen viestintäkansioon kunnan verkkoon. Samat tiedot liitetään luottamushenkilöille hankittavien tietokoneiden kovalevyille. Tukimateriaali on ulkoasultaan samannäköinen kuin kunnan uudet kotisivut.* Mahdollisesti toteutettava Karstula-DVD tukee osaltaan tasokasta tukimateriaalia.

#### ohje

*Kunnan yleiseen numeroon vastaaville ohjeeksi, että oman kunnan kännykkänumerot välitetään soittajalle, mutta muita numeroita tai organisaatioita tiedusteltaessa pyydetään soittamaan kunnassa mahdollisesti asiasta tietävälle tai suoraan numerotiedusteluun. Vastuutaho hallinto- ja talouspalvelukeskus.*

## 4. Viestinnän karstunen käytäntö

### 4.1 Viestintäsuunnitelman käyttö

Tämän viestintäsuunnitelman tarkoitus on antaa luottamushenkilöille ja palkatulle henkilöstölle vinkkejä viestintään. Kukin viestinnästä vastuussa oleva harkitsee tapauskohtaisesti, miten ja kenelle viestii. Viestinnästä järjestetään riittävästi koulutusta sekä luottamushenkilöille että palkatulle henkilöstölle.

#### 4.1.1 Karstulan kunnan viestinnästä vastaavat

Vastuualue	Viestinnän vastuuhenkilöt
Kunnanvaltuusto	Kunnanvaltuuston puheenjohtaja ja kunnanjohtaja
Kunnanhallitus	Kunnanhallituksen puheenjohtaja ja kunnanjohtaja
Sivistyslautakunta	Sivistyslautakunnan puheenjohtaja ja sivistyspalvelukeskuksen johtaja
Tekninen lautakunta	Teknisen lautakunnan puheenjohtaja ja teknisen palvelukeskuksen johtaja
Tarkastuslautakunta	Tarkastuslautakunnan puheenjohtaja ja tilintarkastajat
Kunnanhallituksen jaostot	Puheenjohtajat ja esittelijät
Palvelukeskukset	Palvelukeskusten johtajat ja vastuualueiden esimiehet
Henkilöstöinfot	Kunnanjohtaja, palvelukeskusten johtajat
Kehityskeskustelut	Kunnanjohtaja, palvelukeskusten johtajat, esimiehet
Kunnan virallinen ilmoitustaulu	Arkistonhoitaja
Kotisivut	Controller, koulutetut vastuuhenkilöt

#### 4.1.2 Karstulan kuntakonsernin viestinnästä vastaavat

Yritykset	Viestinnän vastuuhenkilöt
Karstulan Lämpöverkko Oy	Osakeyhtiön toimitusjohtaja ja hallituksen puheenjohtaja.
Karstulan Vuokra-asunnot Oy	Osakeyhtiön toimitusjohtaja ja hallituksen puheenjohtaja.
Kehittämissyhtiö Karstulanseutu Oy	Osakeyhtiön toimitusjohtaja ja hallituksen puheenjohtaja.
Puulaakson Energia Oy	Osakeyhtiön toimitusjohtaja ja hallituksen puheenjohtaja.

### ohje

*Epäselvissä viestintätilanteissa on kysyttävä neuvoa esimieheltä tai viestintäjaostolta.*

### ohje

*Viestintäkoulutusta järjestetään erikseen luottamushenkilöille ja palkatulle henkilöstölle. Viestintäkoulutuksen toteutuksesta vastaa viestintäjaosto.*

## 4.2 Ulkoinen viestintä

Niitä viestinnän keinoja, joilla *ulkoista viestintää* toteutetaan, on hyvin monenlaisia. Kuntakonsernin yritykset päättävät itsenäisesti omasta viestintäprofiilistaan. Kunnan viestintään kuuluvia ovat erilaiset asiakirjat, *pöytäkirjat ja päätökset* sekä *viralliset ilmoitukset*. Lisäksi voidaan *mediaviestinnän* keinoin viestiä *organisaation toiminnasta* ja erilaisista *tapahtumista*. Ehkä merkittävin ulkoisen viestinnän laji ovat *kunnan kotisivut*. Niitä julkaisemalla on mahdollisuus profiloitua osaavaksi ja menestyväksi kunnaksi. Sama koskee myös kuntakonsernin liikelaitoksia. Siksi kotisivujen päivittäminen ja ylläpito kannattaa tehdä huolella. *Kunnan kotisivut uudistetaan tämän viestintäsuunnitelman valmistumisen yhteydessä.*

Ulkoesien viestinnän vaikuttavuutta lisäävät monet *oheistoiminnot*. Asiakkaat muodostavat käsitystään esimerkiksi *tilojen toimivuudesta* sekä ennen kaikkea *asiakaspalvelusta*. Hyvään asiakaspalveluun kuuluu, että kokouksissa on *toimivat nettiyhteydet ja mahdollisuus käyttää erilaisia tietoteknisiä laitteita*.

### ohje

*Kunnanvaltuuston ja kunnanhallituksen pöytäkirjat edelliseltä ja kuluvalta vuodelta toimitetaan kunnan kotisivuille. Vastuutaho hallinto- ja talouspalvelukeskus. Muiden hallintokuntien pöytäkirjojen kotisivuille päivittämisistä vastaavat hallintokuntien pöytäkirjanpitäjät. Pöytäkirjat toimitetaan myös medialle viestintäjaoston suosittelemalla tavalla.*

### ohje

*Järjestetään nettiyhteys Himmellisä kokoustaan pitävälle ulkopuolisille käyttäjille. Vastuutaho hallinto- ja talouspalvelukeskus.*

### ohje

*Kukin vastuualue päivittää itse tietonsa uusille kotisivuille. Yleispäivityksistä vastaa controller.*

### ohje

*Henkilöstö liittää vastaisuudessa sähköposteihinsa ja matkapuhelimien vastaajaan ilmoituksen lomista ja pidemmistä poissaoloajankohdista.*

## 4.3 Kunnan ilmoitusten julkaiseminen

### 4.3.1 Kunnan virallisella ilmoitustaululla julkaistavat viralliset ilmoitukset

#### **Kuntalaki 64 § Kunnan ilmoitukset**

***Kunnan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne julkisten kuulutusten ilmoitustaululla sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla.***

Kuntalain tarkoittamilla kunnan ilmoituksilla tarkoitetaan tässä ns. *virallisia ilmoituksia*. Näitä ovat yleensä sellaiset, joista kunnalla on erityislakiin perustuva velvoite julkaista kuulutus tai ilmoitus virallisesti. Näitä ovat mm. valtion viranomaisten kuulutukset, kunnalliset tiedonannot (toimielinten kokoontuminen ja pöytäkirjojen nähtävänä pito, kaavoitus, tie-, katu- ja puistosuunnitelmat, rakennuslupa-asiat, suunnittelutarveratkaisut ja poikkeaminen, ympäristölupa-asiat, asunnot, asuntolainat ja korjausavustukset, avoimet virat ja työsuhteet, kunnan tarjouspyynnöt) sekä muut tiedonannot.

*Koska lain mukaan kunnan viralliset ilmoitukset tulee julkaista kunnan virallisella ilmoitustaululla, jokainen palvelukeskuksen johtaja ja vastuualueen vetäjä vastaa niiden asianmukaisesta toimittamisesta kunnan virallisen ilmoitustaulun hoitajalle. Kunnan viralliset ilmoitukset julkaistaan myös kunnan kotisivulla – ainakin työpaikkailmoitukset ja tarjoukset.*

### ohje

*Jokainen palvelukeskuksen johtaja ja vastuualueen vetäjä vastaa kunnan virallisten ilmoitusten asianmukaisesta toimittamisesta ilmoitustaulun hoitajalle. Tarvittaessa voi kysyä lisätietoja hallintojohtajalta tai arkistonhoitajalta.*

#### 4.3.2 Kunnan muut ilmoitukset

Kunnan muut ilmoitukset ovat yleensä tapahtumailmoituksia ja muita tiedotuksia, joiden julkaisemiseen ei ole erityisohjeita. Mainontaa säätelevät erilaiset eettiset säännöt, joihin kannattaa epäselvissä tilanteissa tutustua.

#### 4.4 Kunnan vireillä olevat asiat ja niitä koskevat suunnitelmat

##### Kuntalaki 29 § Tiedottaminen

***Kunnan on tiedotettava asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. Kunnan on laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristön-suojelua ja maankäyttöä koskevista asioista. Asukkaille on myös tiedotettava, millä tavoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille.***

***Milloin kunnan tehtävä on annettu yhteisön tai säätiön hoidettavaksi, kunnan on sopivin tavoin tiedotettava asukkailleen yhteisön tai säätiön toiminnasta.***

##### ohje

*Kunnan on tiedotettava asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. Tätä varten kunnan uusille kotisivuille laitetaan osio ”Kunnassa vireillä olevia asioita”.*

##### ohje

*Asukkaille on myös tiedotettava, millä tavoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille.*

#### 4.5 Sisäinen viestintä

Ne viestinnän keinot, joilla toteutetaan sisäistä viestintää, ovat mm. määräykset, ohjeet, päätökset, säädökset, tiedotteet, toimintasuunnitelmat ja toimintakertomukset. Tämän lisäksi sisäistä viestintää toteutetaan henkilöstöinfoissa, kehityskeskusteluissa ja erilaisissa kokouksissa. Luottamushenkilöiden kokoukset ovat foorumeita, joissa pitää puhua kaikista asioista avoimesti. Siksi kokouksista - kunnanvaltuuston kokousta lukuun ottamatta - ei tehdä avoimia kokouksia. Luottamuksellisten keskustelutilaisuuksien mahdollisuus on osa sisäistä viestintää. Kokousten päätökset ovat avoimia.

##### ohje

*Kokousten päätöksiä ei tule pantata. Sen sijaan kokousten sisältöjä ei saa julkistaa. Päätöksistä kerrotaan asiallisesti ja avoimesti. Vaikeatkin päätökset yritetään viestiä myönteisesti. Samalla kiinnitetään huomiota siihen, että viestinnän sisältö on selkeä ja ymmärrettävä.*

##### ohje

*Kunnassa on käytössä kulunvalvontajärjestelmä, jota jokaisen on noudatettava.*

##### ohje

*Sisäisen viestinnän toteuttamisessa on parempi kertoa mieluiten enemmän kuin jättää kertomatta. Epävarmuus yleensä lisää huhuja. Siksi oikea tieto nopeasti kerrottuna luo positiivisen työilmapiirin.*

##### ohje

*Henkilöstöinfojen tarkoitus on, että myös henkilöstö käyttää puheenvuoroja kyselemällä asioita ja kertomalla omia mielipiteitä kulloinkin käsiteltävinä olevista asioista.*

##### ohje

*Kehityskeskusteluja tulisi käydä säännöllisesti ja siten, että keskustelut kirjataan aina. Esimiesten tulee rohkaista henkilöstöä avoimuuteen keskusteluissa.*

## 4.6 Vuorovaikutusviestintä

Vuorovaikutusviestintään kuuluu oleellisesti *kuuleminen*. Ne voivat olla *läsnäolotilanteita* tai tapahtua *välineen kautta*. Läsnäolotilanteita ovat *henkilökohtaiset tapaamiset luottamushenkilöiden ja kuntalaisten kesken tai virkamiesten ja asiakkaiden kesken*. Ne voivat olla etukäteen järjestettyjä tai spontaanisti syntyviä. Erilaiset ajankohtaiset asia- tai aihekohtaiset *kansalaisfoorumit* (esim. Ideamyly), *yhdistysten ja yhteisöjen järjestämät keskustelut* sekä *tapahtumat* toimivat hyvinä vuorovaikutusviestinnän keinoina. Tavoitteena tulisi olla jatkuva valmius tällaisiin kuulemisiin.

### ohje

*Kunnan eri hallintokuntien tulee järjestää omaan toimintaansa liittyviä asiakkaiden kuulemistilaisuuksia.*

### ohje

*Viestintään kuuluu myös vuoropuhelu. Lähtökohta viestinnässä on se, että kerrotaan kulloinkin tarpeellinen tieto. Viestinnästä vastuussa olevan tulee viestiä asioista riittävän avoimesti. Tavoite on, että asiallinen tieto kerrotaan ja tietoa haluavalta varmistetaan, onko hän saanut tiedon kysymäänsä asiaan.*

### ohje

*Välineiden kautta tapahtuvassa vuorovaikutusviestinnässä asiakkaiden palautteisiin ja kysymyksiin annetaan vastaus. Tässäkin tulee noudattaa asiallisuutta, avoimuutta ja positiivisuutta.*

### ohje

*Kaikki kunnalle osoitetut kirjelmät, palautteet ja muut asiakirjat tulee koota keskitetysti yhteiseen sähköiseen arkistoon. Tämä siksi, että voidaan varmistaa asiapaperin saapuneen kuntaan. Toimenpiteen toteutuksen päättää viestintäjohto.*

## 4.7 Markkinointiviestintä

Kunta ja kuntakonserni järjestävät vuosittain mittavan määrän erilaisia tilaisuuksia ja tapahtumia. Näitä markkinoidaan *esitteillä, ilmoituksilla, julisteilla ja sähköisessä mediassa mainoksilla*. Markkinointiviestintää toteutetaan positiivisella yleisilmeellä. Viestinnän tulisi herättää tunne, että tilaisuus on tarkoitettu juuri minulle ja siksi minun on tärkeätä osallistua siihen. Siksi markkinointiviestintään tulee erityisesti paneutua niin sisällön kuin ulkoisen ilmeen suhteen. *Markkinointiviestintä profiloi paljon markkinoijaa itseään*. Siksi markkinointiviestintään tulee suhtautua ammattimaisella asenteella.

Markkinointiviestintää Karstulan kunnassa ovat luottamushenkilöiden ja kunnanjohtajan tervehdykset eri julkaisuissa. Tapahtumien järjestäjät vastaavat mm. tapahtumaesitteistä, ilmoituksista, julisteista, käsiohjelmista, mainoksista sekä tiedotteista medialle. Lisäksi joillakin tapahtumajärjestäjillä on vaadittavat tunnukset Viisaankivi-seutuportaaliin ja Keskisuomalaisen Arena -tapahtumakalenteriin. Kuntakonsernin markkinoinnista vastaavat eri yritysten nimeämät henkilöt.

### ohje

*Markkinoinnissa tulee näkyä asiantuntemus, tilaisuuden sisällön ja luonteen tietämys sekä asiakkaita palveleva informaatio.*

## 4.8 Kriisiviestintä

Kaikille kuntalaisille tulee turvata toimiva viestintä myös poikkeusoloissa. Tämä tarkoittaa vaihtoehtoisten viestintäkeinojen määrittämistä esimerkiksi silloin, kun joku kunnan alueista on ilman sähköä. Tällöin nettiyhteydet, sähköpostit, radiot, televisiot ja mahdollisesti puhelimetkaan eivät toimi. Tällaisten tapausten varalta tulee kannustaa esimerkiksi metsästys- ja urheiluseuroja sekä kyläyhdistyksiä kehittämään järjestelmiä, joiden turvin poikkeusolojen viestintä on mahdollista. Näitä järjestelmiä yhteensovitetaan viestintäjaoston kanssa, jolloin viestintäketjun toiminta ja hierarkia toimivat moitteettomasti kriisitilanteissa.

Kunnan eri työyksiköissä voidaan järjestää tulipaloharjoituksia ja kirjata tehdyt huomiot viestintätoimenpiteiden kehittämiseksi. Käydään läpi myös muut mahdolliset vaaratilanteet ja sovitaan näiden tapausten asianmukaisesta viestinnästä. Kunnantalolle ja vastaaville virastoille on tehty *Laitossuojelusuunnitelma*, jota on saatavissa kunnan teknisestä palvelukeskuksesta

Vesihuolto- ja viemärlaitoksen kriisitilanteita varten on *Vesihuoltopooli* (Huoltovarmuuskeskus, Suomen Kuntaliitto ja Vesi- ja viemärlaitosyhdistys) laatinut vesihuoltolaitosten tarpeisiin oman kriisiviestintäohjeen. Kyseinen ohje sisältää kriisitiedottamisen yleiset toimintaohjeet. Tämä erittäin kattava julkaisu *Vesihuoltolaitoksen kriisiviestintäohje* (LIITE 4) löytyy internetistä. Julkaisun internetiosoite on liiteluettelossa viestintäsuunnitelman lopussa.

### 4.8.1 Kriisiviestinnän vastuuhenkilöt kunnan organisaatioissa

Kriisiviestinnästä vastaavat ne organisaatioon kuuluvat, *joiden vastuualueita kriisitilanne koskee*. Erilaisia kriisi- ja vaaratilanteita tulee harjoitella työyksiköissä yhteistyössä pelastuslaitoksen yms. kanssa. Erilaiset harjoitusta tarvittavat tilanteet kirjataan erikseen.

#### ohje

*Kuntaorganisaatiossa ja paikkakunnalla tapahtuvien onnettomuuksien, tapaturmien ja vahinkojen aiheuttamien poikkeustilanteiden viestintä on aloitettava heti. Ensin aina yhteys hätänumeroihin sekä pelastuslaitokseen ja poliisiin tapauksesta riippuen ja vasta sen jälkeen viestinnän aloittaminen eri sektoreille.*

#### ohje

*Erilaisia kriisi- ja vaaratilanteita tulee harjoitella työyksiköissä yhteistyössä pelastuslaitoksen yms. kanssa. Erilaiset harjoitusta tarvittavat tilanteet kirjataan erikseen.*

### 4.8.2 Kriisiviestinnän vastuuhenkilöt kuntakonsernissa

#### ohje

*Jokainen kuntakonserniin kuuluva yritys vastaa omista kriisiviestinnän ohjeista.*

## 4.9 Toimintaohjeita epävarmoissa tilanteissa

### *Haastattelun etukäteen tarkistaminen*

#### **ohje**

*Jos kysymyksessä on haastattelu lehteen tai sähköiseen mediaan, on mahdollista keskustella toimittajan kanssa etukäteen hänen esittämistään kysymyksistä ja tarvittaessa tarkistaa vastausten asiakohtien paikkansapitävyys ennen haastattelun aloittamista. Samoin voi pyytää valmiin lehtiartikkelin luettavakseen ennen julkaisemista mahdollisten asiavirheiden tai väärinymmärrysten korjaamista varten. Tällaisissa toimenpiteissä ei ole kysymys ennakkosensuurista, vaan kuntalaisille suunnatun viestinnän asiallisuudesta ja paikkansapitävyydestä.*

### *Yleisönosaston kirjoitteluun vastaaminen*

#### **ohje**

*Yleisönosastoon kirjoittavalle nimimerkille ei yleensä kannata vastata. Jos nimimerkkikirjoittelu jatkuu samasta asiasta pidempään, voi julkaisun vastaavaa päätoimittajaa pyytää ilmoittamaan nimimerkin takana olevalle henkilölle, että ottaa suoraan yhteyttä asianomaiseen hallintoelimeen. Lehden tulee aina antaa mahdollisuus vastineen kirjoittamiseen samaan numeroon, missä yleisönosastokirjoitus julkaistaan.*

### *Henkilökohtaisuuksiin menevää arvostelua ei tule sallia*

#### **ohje**

*Yksittäiseen toimijaan kohdistuvaa henkilökohtaisuuksiin menevää arvostelua ei sallita. Tällaisessa tapauksessa mahdollinen vastine kirjoitetaan aina organisaation eikä yksittäisen työntekijän nimellä. Vastuutaho on asianomaisen esimies.*

### *Vastineen kirjoittaja(t) sovitaan johtoryhmässä*

#### **ohje**

*Jos arvostelun kohteeksi joutuvat useat kunnan palvelut/toimijat yhtäaikaa, sovitaan vastineen antaja/antajat johtoryhmässä.*

### *Missä tilanteissa kannattaa selvittää menettelytavat etukäteen*

#### **ohje**

*Viestijän on hyvä tuntea lakien lisäksi erilaisia viestinnän eettisiä säännöksiä. Kannattaa tutustua huolella eri tekijänoikeuslakeihin, kilpailulainsäädäntöön, tietosuojaan, yksilön suojaan ja yleensä kaikkeen sellaiseen, jossa välitetään sanallista tai kuvallista informaatiota toisesta ihmisestä. Varsinkin internetiin välitettävästä informaatiosta on syytä olla tarkkana.*

## 5. Viestintälainsäädäntö

Keskeiset kuntaviestintää säätelevät lait

- Arkistolaki (831/1994)
- Hallintolaki (434/2003)
- Henkilökorttilaki (829/1999)
- Henkilötietolaki (523/1999)
- Kielilaki (423/2003)
- Kuntalaki (365/1995)
- Laki sosiaalihuollon asiakkaan asemasta ja oikeuksista (812/2000)
- Laki julkisista hankinnoista (1505/1992)
- Laki julkisista kuulutuksista (34/1925) ja asetus sen voimaantulosta (36/1925)
- Laki potilaan asemasta ja oikeuksista (785/1992)
- Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä (460/2003)
- Laki sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa (13/2003)
- Laki viranomaistoiminnan julkisuudesta (621/1999) ja asetus viranomaistoiminnan julkisuudesta ja hyvästä tiedonhallintatavasta (1030/1999)
- Laki yksityisyyden suojasta työelämässä (759/2004)
- Maankäyttö- ja rakennuslaki (132/1999)
- Saamen kielilaki (1086/2003)
- Sähköisen viestinnän tietosuojalaki (516/2004)
- Tekijänoikeuslaki (404/1961), jonka muutos on vireillä: HE 28/2004

<http://www.finlex.fi>

<http://www.kunnat.net/>

## Liitteet

LIITE 1. *Karstulastrategia 2012*, Karstulan kunnanvaltuusto, © Karstulan kunta, Karstula 2009

LIITE 2. *Kuntien verkkoviestintäohje*, Pi Krogell-Magni, © Suomen Kuntaliitto, Helsinki 2010

<http://flash.kunnat.net/verkkoviestintaohje/>

LIITE 3. *Kunnan viestintä*, Satu Tyry-Salo, © Suomen Kuntaliitto, Helsinki 2004

[http://www.kunnat.net/k\\_perussivu.asp?path=1;29;355;741](http://www.kunnat.net/k_perussivu.asp?path=1;29;355;741)

LIITE 4. *Vesihuoltolaitoksen kriisiviestintäohje*, © Vesi- ja viemärilaitosyhdistys, Helsinki 2006

<http://www.vvy.fi/index.phtml?s=178>

## Kunnanvaltuusto 18.2.2008

# KARSTULASTRATEGIA 2012

<p><b>PERUSTEHTÄVÄ (Minkä vuoksi Karstulan kunta on olemassa? Mikä on Karstulan kunnan olemassaolon oikeutus vuonna 2012?)</b></p>	<p><b>ELINVOIMAINEN KARSTULA TARJOAA VUONNA 2012 YRITTÄMISELLE JA TYÖN TEKEMISELLE MENESTYVÄN SEKÄ ASUMISELLE JA VAPAA-AJALLE VIIHTYISÄN MAASEUTUMAISEN TOIMINTAYMPÄRISTÖN!</b></p>
<p><b>PÄÄMÄÄRÄ (Miten Karstulan kunnan perustehtävä suoritetaan? Miten turvataan karstusten hyväksyntä Karstulan kunnan olemassaololle ja tarjotaan muun kuntavaihtoehdon omaavalle / sitä harkitsevalle kilpailukykyinen vaihtoehto?)</b></p>	<p><b>KUNTAPALVELUJEN JÄRJESTÄMISESTÄ VASTUULLINEN JA PÄÄTTÄVÄ LUOTTAMUSHENKILÖHALLINTO SEKÄ NIITÄ TUOTTAVA PALKATUN HENKILÖSTÖN PALVELUORGANISAATIO TOIMIVAT TULEVAISUUSLÄHTÖISESTI JA YRITTÄJÄMÄISESTI SEKÄ TALOUDELLISESTI KESTÄVÄLLÄ TAVALLA. KUNTAPALVELUT TUOTETAAN KUNNAN OMANA PALVELUTUOTANTONA TÄYDENNETTYNÄ KUNTIEN YHTEISILLÄ SEKÄ KOLMANNEN SEKTORIN JA YKSITYISEN YRITYSTOIMINNAN PALVELUILLA.</b></p>
<p><b>VALITUT STRATEGIAT 2008-2012 (Miten Karstulan kunnan päämäärään päästään? Millaisin periaattein kunta toimii?)</b></p>	<p><b>KUNTAORGANISAATIOMME VAHVISTAA KARSTULAN ELINVOIMAISUUTTA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EDISTÄMÄLLÄ YRITTÄJYYDEN JA KOLMANNEN SEKTORIN SEKÄ KUNTIEN YHTEISEN PALVELUTUOTANNON EDELLYTYKSIÄ</li> <li>• HUOLEHTIMALLA KUNNAN JÄRJESTÄMISVASTUULLA OLEVIEN KUNTAPALVELUJEN TOIMINNALLIS-TALOUDELLISUUDESTA.</li> </ul>
<p><b>TOIMINTALINJAT (Miten kuntapalvelujen keskeiset kehittämistoimet suunnataan vuosina 2008-2012?)</b></p>	<p><b>TEHOSTAMME KARSTULA-VIESTINTÄÄ</b></p> <p><b>HUOLEHDIMME YRITTÄJYYDEN JA TYÖN TOIMINTAYMPÄRISTÖN KILPAILUKYVYÄ</b></p> <p><b>MONIPUOLISTAMME ASUMISEN JA VAPAA-AJAN MAHDOLLISUUKSIA</b></p> <p><b>KEHITÄMME PERUS- JA 2. ASTEEN KOULUTUSPALVELUITA</b></p> <p><b>VASTAAMME SOSIAALI- JA TERVEYSPALVELUIDEN PALVELUKYVYÄ MUUTOKSIIN</b></p>