



Keskustelukulttuuriin!

Kangasniemen kunnan viestinnän
pelisäännöt



Kangasniemi
SE ON SE PAIKKA

1. MIKSI VIESTIMME?

Viestinnän perustana on kunnan toiminta-ajatus/missio

- Aikaansaavuutta kuntalaisten hyväksi!

Lähtökohtana viestinnälle ovat kuntastrategian toteutumista tukevat toimintakulttuurin elementit:

- Sitoutuminen kunnan kehittämiseen
- Ketterä ja salliva kehittäminen
- Keskusteleva ja joustava päätöksentekokulttuuri
- Laaja-alainen ammatillinen osaaminen ja hyvä palvelu
- Kannustava ja motivoiva esimiestyö ja johtaminen

1. MIKSI VIESTIMME?

Viestinnällä tuetaan kuntastrategian toteutumista.

Viestinnän arvona on keskusteleva ja joustava päätöksentekokulttuuri.

Kuntalain nimeämät merkittävimmät viestinnän arvot: aktiivinen, monikanavainen, riittävä, ymmärrettävä ja oikea-aikainen. (Kuntalaki 29 § Viestintä)

Viestinnän tavoitteet

- Kerrotaan, kampanjoidaan
- Osallistutaan, osallistetaan
- Palvellaan, neuvotaan

- ✓ Viestinnän tulee perustua tietoon, joka kertoo totuuden ja suunnan
- ✓ Avoin ja johdonmukainen toiminta
- ✓ Haluamme olla näkyvä toimija eri areenoilla

- Markkinointiviestinnän tason nostaminen
- Imagon ylläpito ja nostaminen
- Yhteisöllisyyden vahvistaminen ja osallistamisen lisääminen
- Avoimuuden ja luottamuksen rakentaminen
- (Reaaliaikainen) vuoropuhelu
- Päätöksenteon ja päätösten viestiminen
- Jakaa tietoa palveluista
- Päätöksenteon läpinäkyvyys

Kunnan viestintä (hallintosääntö 6 §)

Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta.

Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa.

Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja sekä toimialojen johtavat viranhaltijat huolehtivat, että kunnan asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun.

Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.

Kunnan viestinnästä säädetään kuntalaissa. Kunnan viestinnän tulee antaa oikeat ja riittävät tiedot kunnan palveluista, päätöksenteosta ja toiminnasta. Viestintä on avointa, ajankohtaista, aktiivista ja oma-aloitteista sekä tasapuolista.

2. KUKA VIESTII ?

Kukin on vastuussa viestinnästä omassa toiminnassaan.

Kunnan henkilöstö ja luottamushenkilöt viestivät kunnan äänellä ja/tai kunnan näkökulmasta.

Viestiessä noudatetaan yhteisiä pelisääntöjä.



2. KUKA VIESTII ?

Viestintä on osa johtamista ja osa työtä johto- ja asiantuntijatasolla

- Sitoutetaan esimiehet, mutta myös koko henkilökunta ja luottamushenkilöt
- Kunnanjohtaja vastaa, käytännön vastuu viestintävastaavalla
- Johtoryhmä toimii tarvittaessa tiedostustyöryhmänä

Eri toimijoilla erilaiset viestintäroolit

Kunnanvaltuusto

Luo mahdollisuudet viestintään strategian ja hallintosäännön, sekä talousarvion avulla.

Kunnanhallitus

Linjaa viestinnän ja markkinoinnin toteutusta hyväksymällä viestintä-suunnitelman ja -ohjeet. Vastaa viestinnästä ja päättää kunnan yleisistä tiedotusperiaatteista sekä vastuunjaosta toimielimissä.

Kunnanjohtaja

Johtaa kunnan viestintää.

Toimialajohtajat

Johtavat ja koordinoivat oman toimialansa viestintää.

Eri toimijoilla erilaiset viestintäroolit

Viestintävastaava

Itsenäinen asema viestinnän linjausten toteuttamisessa ja hoitaa käytännön viestinnän. Verkkosivujen ja someviestinnän päätoimittaja. Viestinnän suunnittelu jo asioiden valmistelun yhteydessä. Tukee muuta organisaatiota, kehittää ja koordinoi koko kunnan viestintää.

Esimiehet

Sisäisen viestinnän avainhenkilöitä, joiden toiminnassa korostuvat kasvokkain viestintä, läsnäolo ja vuorovaikutus Linkki johdon ja henkilöstön välillä. Vastaavat oman yksikkönsä työyhteisöviestinnästä

Henkilöstö

Viestintä kuuluu kaikille organisaation jäsenille. Jokainen työntekijä viestii omassa roolissaan.

Eri toimijoilla erilaiset viestintäroolit

Luottamushenkilöt

Luottamushenkilöiden rooli on tärkeä arvo- ja linjakeskusteluissa sekä avoimen viestintäilmapiiirin aikaansaamisessa. Valmistelu- ja päätösviestinnässä on kuitenkin noudatettava suunnitelmallisuutta, korrektia ja yhtenäistä linjaa sekä lakeja.

Poliittisten päättäjien rooliin kuuluu visiointi ja kommentointi heidän omasta näkökulmastaan.

Toimivat työnantajan roolissa ja heidän toiminnallaan on merkitystä erityisesti henkilöstön motivoinnissa.

Merkittävä toimija ja voimavara viestinnässä. Toimii myös vuorovaikutteisena viestintäkanavana kuntalaisten suuntaan.

3. MITEN VIESTIMME?

Eri kokonaisuuksista ja tehtäväalueilla viestimisessä huomioidaan eri asioita.

Viestintä jaetaan eri osioihin:

- Työyhteisöviestintä
- Valmistelu- ja päätöksentekoviestintä
- Palveluviestintä
- Muutosviestintä
- Mediaviestintä
- Markkinointiviestintä
- Kriisiviestintä



Valmistelu- ja päätöksenteko

- Valmisteluvaiheen yleistä viestintää edellyttävät erityisesti suuret muutokset ja kuntalaisten elämään laajasti vaikuttavat asiat, kuten palveluihin, palveluverkkoon, kaavoitukseen ja kunnan kehittämiseen liittyvät päätökset.
- Valmisteltavien asioiden ja päätösehdotusten viestinnän aloite pidetään omissa käsissä.
- Esityslistat, pöytäkirjat ja viranhaltijapäätökset julkaistaan kunnan internetsivuilla. Media ym. tarvittava tiedotetaan kokousten jälkeen mahdollisimman pian.
- Asioiden niin vaatiessa ja tullessa valmisteille on kuntalaisille annettava mahdollisuus kertoa mielipiteensä. Osallistumisen tavat valitaan niin, että kaikilla kuntalaisilla on mahdollisuus vaivattomasti ja vaikuttavasti käyttää niitä.
- Viestintä on osallistumiseen kannustavaa.

Muutosviestintä

- Muutostilanteessa viestinnällä pyritään saavuttamaan yhteisymmärrys muutoksen tarpeellisuudesta ja tavoitteista. Muutokseen ei sitouduta, jos sen syitä ei ymmärretä.
- Muutosviestinnällä vaikutetaan asenteisiin ja vakiintuneisiin ajattelutapoihin. Viestinnässä tulee ottaa huomioon ihmisten tunteet.
- Tiedottaminen ja viestintä alkaa jo muutosprosessin alkuvaiheessa, vaikka ratkaisuja ei vielä ole tehty.
- Kunnan ylin johto antaa muutokselle kasvot.
- Eri viestintäkanavia käytetään monipuolisesti, mutta kasvokkain viestintä palaverien ja tiedotustilaisuuksien kautta on tärkeää.
- Muutoksen kokonaistavoite tulee pidetään esillä ja sitä selkeytetään, mutta myös toteutusvaiheessa eri osatavoitteet ja niiden toteutumisesta tiedottaminen on tärkeää.

Työyhteisöviestintä

- Perusta ulkoiselle viestinnälle, ja kehittää organisaatiokulttuuria avoimemmaksi ja vuorovaikutteisemmaksi.
- Voi olla suullista, kirjallista tai verkkoviestintää. Keinoja ovat mm. kehityskeskustelut, työnohjaus, palaute työstä, perehdyttäminen, työpaikka- ja henkilöstökokoukset, tiedotteet, sähköpostiviestit ja intranetit.
- Kunnanjohtajan johdolla pidetään koko henkilöstölle vähintään yksi henkilöstöinfo vuodessa.
- Tiedonhankinnassa keskeistä myös työntekijän oma aktiivisuus.

Palveluviestintä

- Kuntalaisille tietoa toiminnasta, palveluista ja taloudesta käyttäen monipuolisesti eri kanavia: Kangasniemen Kunnallislehti, ilmoitustaulu, yleisötilaisuudet, media, kotisivut, palautteet ja sähköpostit, sekä sosiaalinen media.
- Asiakaspalvelu on viestintää tehokkaimmillaan: suora kontakti yksittäiseen kuntalaiseen hänen omista lähtökohdistaan. Jokainen kohtaaminen on asiakaspalvelua, jossa tarvitaan vuorovaikutustaitoja.
- Toimiva palveluviestintä auttaa yksittäisen kuntalaisen asiointia, edesauttaa yleisen viestinnän toteuttamista ja samalla luo myönteistä mainetta.
- Kunnan asiointipisteellä on merkittävä osuus asiakaspalvelussa, mm. monipuoliset valtionhallinnon avustavat palvelut

Markkinointiviestintä

Kunnasta ulospäin suuntautuvaa viestintää, jolla luodaan tunnettuutta ja kuntakuvaa sekä kerrotaan kunnasta ja sen palveluista.

Taavoitteet:

- Kunnan ja sen palveluiden tunnetuksi tekeminen ja lisääminen.
- Positiivisen mielikuvan ylläpitäminen
- Uusien asukkaiden ja yritysten houkuttelevuus
- Matkailun edistäminen

Sanoma välitetään kohderyhmälle sellaisen viestintävälineen avulla, jolla kohderyhmä tavoitetaan mahdollisimman kattavasti ja kustannustehokkaasti.

Kohderyhminä kuntalaiset, kuntaan muuttavat, yritykset, vapaa-ajanasukkaat sekä matkailijat.

Mediaviestintä

Suuri osa kuntaa koskevista tiedoista välittyy kuntalaisille tiedotusvälineiden kautta. Median rooliin kuuluu tulkita ja havainnollistaa kunnan suunnitelmia ja päätöksiä. Etenkin paikalliset ja alueelliset tiedotusvälineet ovat usein vahvoja mielipidevaikuttajia seuduillaan. Media palvelee ennen kaikkea lukija- ja kuulijakuntaansa. Mediaviestinnässä huomioidaan viestinnän tasapuolisuus.

Mediaviestinnän välineitä:

- tiedotteet / uutiskirjeet / asiantuntija-artikkelit
- esityslistat ja pöytäkirjat
- tiedotus- ja taustatilaisuudet
- muut toimittajatapaamiset
- haastattelut
- kunnan verkkosivut
- sosiaalinen media

Kriisiviestintä

Varaudu ajoissa, reagoi nopeasti!

Puolustautumisen sijaan kannattaa olla aktiivisesti tarjoamassa ensimmäistä uutista. Jos kunta tuo kiusallisen asian itse julkisuuteen, se vähentää spekulatioita ja viestinnän yksipuolisuutta.

Tiedottaminen käynnistyy esimiehille ja toimivalle johdolle heti annettavasta tilannetiedotuksesta, jonka perusteella johto ja viestintävastaava päättävät tarvittavista toimenpiteistä ja johtoryhmän kokoontumisesta.

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

Kunnan verkkosivuston rinnalle voidaan perustaa poikkeustilanteita varten yksinkertainen varasivu, joka latautuu nopeasti ja kestää tavallista suuremman kävijämäärän.

Tekstiviestit, mobiililaitteet ja sosiaalinen media ovat kriisitilanteissa hyödyllisiä kanavia. Yhteystiedot ja verkostot on pidettävä ajan tasalla.

4. KENELLE VIESTIMME?

Keskeisimmät kohde- ja sidosryhmät:

- Kuntalaiset
- Vapaa-ajanasukkaat
- Yhteisöt
- Matkailijat

Kuntalaiset

Osallistetaan kuntalaisia ja jalkaudutaan kuntakuvaan. Huomioidaan kunnan eri väestöryhmät ja yhteisöt.

Aktiivista ja reaaliaikaisuuteen pyrkivää keskustelua.

Elinkeinoelämä

Osallistetaan paikallisia yrityksiä, ja informoidaan erityisesti kunnan hallinnosta.

Matkailijat

Yhteistyössä yrittäjien ja tapahtumajärjestäjien kanssa luodaan paikkakunnasta houkutteleva kohde, jossa toivotaan viipymistä pidempäänkin kaikkina vuodenaikoina.

Markkinoidaan kuntaa useiden eri kanavien kautta.

Vapaa-ajanasukkaat

Osallistetaan vapaa-ajanasukkaita mm. vuosittaisilla tapaamisilla ja erillisillä kohdennetuilla viesteillä. Viestintäkanavina käytetään postituksia, sähköpostia ja Facebookin Kangasniemi-foorumi.

5. MISSÄ VIESTIMME?

Kunnan pääviestintäkanavat ja -välineet ovat kotisivut, sähköposti, Kangasniemen Kunnallislehti, ilmoitustaulu ja kunnan viralliset tilit Facebookissa, Instagramissa ja Twitterissä.

Tämän lisäksi kunta käyttää myös Facebook ryhmää Kangasniemi-Foorumi.

Kunnan eri hallintokunnilla ja viranhaltijoilla on omia työhön liittyviä sosiaalisen median tilejä, jotka omalta osaltaan täydentävät kokonaisviestintää, sekä tavoittavat omat asiakaskunnat.



6. MILTÄ NÄYTÄMME?

Kaikessa viestinnässä pyritään käyttämään kunnan yhtenäistä, visuaalista ilmettä ja graafista ohjeistusta.



MITÄ KERROMME?

Viestinnällä pyrimme kertomaan tarinaa ja välittämään sanomaa, josta heijastuu myös kuntamme upea historia. Vain viestien voimalla vaikuttaa mielipiteisiin ja yhteiseen tahtotilaan saavuttaa kunnassa edelleen niin suuria kuin pieniä asioita.

Kaikk' yht' ovat, ei eri ryhmiä, eri viisait' ei, vaan tasatyhmiä. (Otto Manninen)

LOPUKSI

”Tieto, raha ja hymy täytyy panna kiertoon, että niistä olisi iloa. Panttaamalla ne eivät kasva korkoa.”

”Kun tietoa jaetaan, se jalostuu aina uudelle tasolle.”

