

Tarja Wörlin

SIEVIN KUNNAN VIESTINTÄ

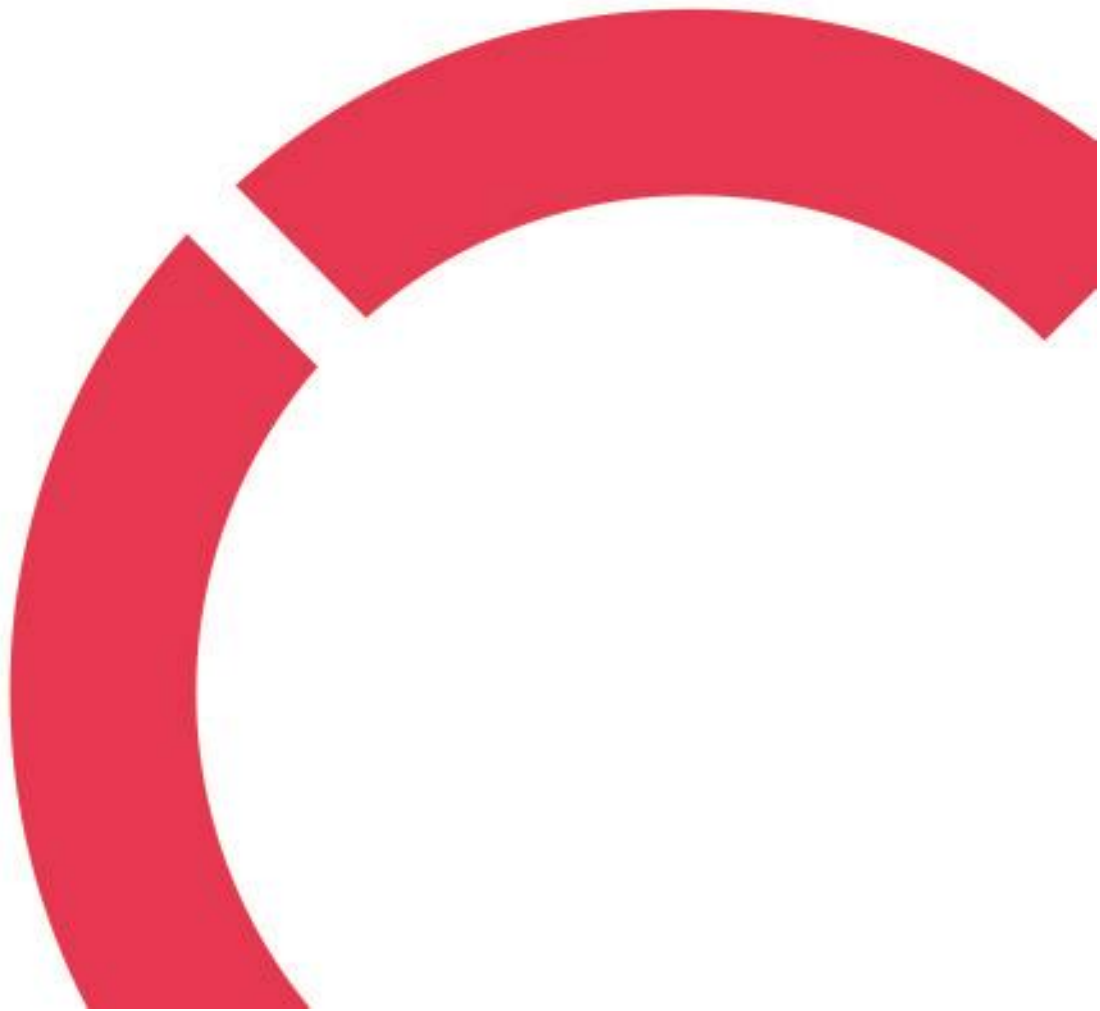
Sievin kunnan viestinnän toimintamalli

Opinnäytetyö

CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous

Huhtikuu 2022



Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Huhtikuu 2022	Tekijä/tekijät Tarja Wörlin
Koulutus Liiketalous		<input checked="" type="checkbox"/> AMK <input type="checkbox"/> YAMK
Työn nimi SIEVIN KUNNAN VIESTINTÄ. Sievin kunnan viestinnän toimintamalli		
Työn ohjaaja Virve Antinoja		Sivumäärä 29 + 2
Työelämäohjaaja Kai Korhonen		
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli toimeksiantajan Sievin kunnan pyynnöstä tehdä toimiva ja käytännönläheinen viestinnän toimintamalli kunnalle.</p> <p>Työssä lähdettiin liikkeelle Sievin kunnan viestinnän nykytilan ja kuntakuvan selvittämisellä. Sisäisen viestinnän haastattelu toteutettiin haastattelemalla kunnan työntekijöitä. Ulkoisen viestinnän haastattelu toteutettiin haastattelemalla kuntalaisia. Osa haastatteluista toteutettiin kasvokkain osa Teams-sovelluksen avulla ja jotkut vastasi kirjallisesti haastattelukysymyksiini.</p> <p>Haastattelusta saadut vastaukset ovat toimineet tämän opinnäytetyön tausta-aineistona, jonka pohjalta on kerätty johtopäätökset käytännönläheisestä viestinnän toimintamallista.</p> <p>Teoriaosuudessa käsitellään kuntaviestintää, sisäistä -ja ulkoista viestintää, kriisiviestintää, viestinnän vastuut ja organisointi sekä lainsäädäntöä kuntaviestinnässä. Viestintä on kunnille strateginen menestystekijä, joka tulee kytkeä kaikkeen toimintaan ja tekemiseen.</p> <p>Tämän opinnäytetyön lopputuloksena syntyi ehdotus Sievin kunnan viestinnän toimintamallista.</p>		
Asiasanat sisäinen viestintä, SWOT-analyysi, ulkoinen viestintä, viestintä, vuosikello		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date April 2022	Author Tarja Wörlin
Degree programme Business and Administration		
Name of thesis SIEVI MUNICIPALITY COMMUNICATION. Sievi municipality's communication operating model.		
Centria supervisor Virve Antinoja	Pages 29 + 2	
Instructor representing commissioning institution or company Kai Korhonen		
<p>The thesis of this final project was to make a functional and practical communication operating model for the municipality AT the request of the municipality of Sievi.</p> <p>The work started by finding out the current state of communication and the image of the municipality of Sievi. The internal communication interview was conducted by interviewing municipal employees. The external communication interview was conducted by interviewing local residents. Some of the interviews were conducted face-to face using the Teams-app, and some answered my interview questions in writing.</p> <p>The answers obtained from the interview have served as the background material for this thesis, on the basis of which conclusions have been collected about a practical communication model.</p> <p>The theory section deals with municipal communications, internal and external communications, crisis communications, the responsibilities and organization of communications, and legislation in municipal communications. Communications is a strategic success factor for municipalities, which must be connected to all activities and activities.</p> <p>The result of this thesis was a proposal for a communication model for the municipality of Sievi,</p>		
Key words internal communications, SWOT-analysis, external communications, communication, year clock		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

SISÄINEN VIESTINTÄ

Organisaation sisällä tapahtuvaa viestintää, joka kohdistuu työyhteisön jäseniin ja heidän välillään tapahtuvaa viestintään.

SWOT-ANALYYSI

Suunnittelun työkalu, jonka avulla hahmotellaan sisäisiä vahvuuksia (strengths) ja heikkouksia (weaknesses) sekä ulkoisia mahdollisuuksia (opportunities) ja uhkia (threats).

ULKOINEN VIESTINTÄ

Viestintää, joka on suunnattu muille kuin jäsenille. Ulkoinen viestintä koostuu yrityksen tai organisaation tietojen suunnittelusta ja välittämisestä yleisölle ja yhteisölle eri viestintäkanavien välityksellä.

VIESTINTÄ

Sanomien välitystä ja vaihdantaa lähettäjän ja vastaanottaja välillä. ”Viestintä on prosessi, tapahtuma, jossa merkityksen antamisen kautta tulkitaan asioiden tilaa ja tulkinta saatetaan muiden tietoisuuteen vuorovaikutteisen sanomia välittävän verkoston kautta”. (Åberg 2000, 54).

VUOSIKELLO

Vuosikello on vuosisuunnitelma, jonka avulla eri organisaatioissa tai tiimeissä voidaan suunnitella ja aikatauluttaa vuoden tekemiset ja erilaiset projektit. Vuosikello on vuoden aikana tapahtuvien toimintojen aikataulu, jota voidaan muokata tarpeen mukaan.

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 KOHTI SIEVIN KUNNAN VIESTINNÄN TOIMINTAMALLIA	2
2.1 Kohdeorganisaation kuvaus	2
2.2 Viestintä kunnan strategiassa	3
2.3 Sievin kunnan viestinnän nykytila.....	3
2.4 Sievin kunnan viestinnän kehittämiskohteet	4
3 KUNTAVIESTINNÄN PERUSTEET	5
4 SISÄINEN JA ULKOINEN VIESTINTÄ	6
4.1 Sisäinen viestintä	6
4.1.1 Sisäisen viestinnän kohderyhmät.....	7
4.1.2 Sisäisen viestinnän kanavat	7
4.2 Ulkoinen viestintä.....	7
4.2.1 Ulkoisen viestinnän kohderyhmät	8
4.2.2 Ulkoisen viestinnän kanavat.....	8
4.3 Kriisiviestintä.....	9
5 VIESTINNÄN VASTUUT JA ORGANISOINTI.....	10
5.1 Viestinnästä vastaavat henkilöt	10
5.2 Viestijän vastuut.....	11
5.3 Viestinnän uudistaminen	11
5.4 Viestintäkalenteri (vuosikello)	12
5.5 Viestinnän tehtävät yhteisössä	13
6 LAINSÄÄDÄNTÖ JA KUNTALAISTEN OSALLISTUMISMAHDOLLISUUDET	15
6.1 Kuntaviestinnän lainsäädäntö	15
6.2 Kunta viestijänä	16
6.3 Kuntalainen vaikuttajana.....	16
6.4 Yhteistyöelimet ja eri organisaatiot viestijänä ja vaikuttajana	17
7 TUTKIMUSMENETELMÄT, AINEISTO JA ANALYSOINTI.....	18
7.1 Tutkimusaineiston kerääminen ja analysointi	18
7.2 Sievin kunnan viestinnän SWOT -analyysi	21
7.3 Vuosikalenteri.....	25
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	26
9 POHDINTA	27
LÄHTEET	29

LIITTEET

LIITE 1. Haastattelukysymykset Sievin kunnan työntekijät	30
LIITE 2. Haastattelukysymykset Sievin kunnan kyläyhdistyksen jäsenille	31

KUVIOT

KUVIO 1. Vuosikello	13
KUVIO 2. Yhteisöviestinnän perustehtävät kuvitettuna sateenvarjoon	14
KUVIO 3. Vuosikalenteri	24
KUVIO 4. Esitys Sievin kunnan viestinnän kanavista	25

KUVAT

KUVA 1. Sievin kunnan sijainti Suomen kartassa	3
--	---

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Sievin kunnan viestinnän SWOT-analyysi	23
--	----

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Sievin kunta. Kunnassa päivitetään parasta aikaa kuntastrategiaa ja minun tehtävänäni on laatia Sievin kunnalle viestinnän toimintamalli. Pohtia ja selvittää mitkä ovat käytännön keinot, kuinka ja miten Sievin kunnassa viestitään. Ajatuksena on, että tämä viestinnän toimintamalli olisi toimiva ja käytännönläheinen. Toimintamalli tulisi helpottamaan ja yhdenmukaistamaan eri järjestöjen ja yhteisöiden viestintää Sievin kunnassa.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on löytää Sievin kunnalle käytännönläheinen viestinnän toimintamalli, joka on helposti toteutettavissa, käytännönläheinen toimintamalli. Pysin löytämään vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä ovat kanavat työyhteisöviestinnässä?
- Mitkä ovat kanavat kuntalaisviestinnässä?
- Mitkä ovat kanavat yhdistys- tai järjestöjen viestinnässä?
- Mitkä ovat keinot aikatauluttaa viestintää osaksi jokapäiväistä työtä?

Työssä lähdettiin liikkeelle Sievin kunnan viestinnän nykytilan ja kuntakuvan selvittämisellä. Sisäisen viestinnän ja ulkoisenviestinnän kysely toteutettiin haastatteleamalla Sievin kunnan työntekijöitä ja eri järjestöjen ja yhdistysten jäseniä. Annoin myös mahdollisuuden vastata haastattelukysymyksiin kirjallisena, koska aikataulujen sovittaminen oli haasteellista.

Haastattelututkimuksen tulokset ovat toimineet tämän opinnäytetyön ja Sievin kunnan viestinnän toimintamallin tausta-aineistona, jonka pohjalta on määritelty Sievin kunnan sisäisen ja ulkoisen viestinnän painopistealueet ja viestinnän kohderyhmät.

Kunnan muodostavat sen jäsenet eli kuntalaiset. Jäseniksi katsotaan kaikki kuntalaiset, vapaa-ajanasukkaat sekä yritykset. Sievin kunta on pieni maalaispitäjä Pohjois-Pohjanmaalla. Sievin kunnan elinkeinoelämä koostuu maataloudesta, teollisuudesta ja matkailusta. Sievissä järjestetään kesäisin paljon erilaisia kesätapahtumia, joista on muodostunut monelle yksi kesätapahtuma, johon tullaan vuodesta toiseen. Nämä erilaiset kesätapahtumat tuovat matkailijoita ympäri Suomea. Sievistä on moni muuttanut työn tai opiskelun perässä muualle, mutta monella rakkaus kotipitäjään kuitenkin säilyy läpi elämän, joten paluumuuttajiaakin on jonkin verran Sieviin palannut.

2 KOHTI SIEVIN KUNNAN VIESTINNÄN TOIMINTAMALLIA

Sievin kunnan viestinnällä on useita kohderyhmiä ja eri viestinnän välineitä ja kanavia käytettävänä. On kuitenkin hyvä muistaa, että eri kohderyhmät painottuvat kussakin kanavassa eri tavalla.

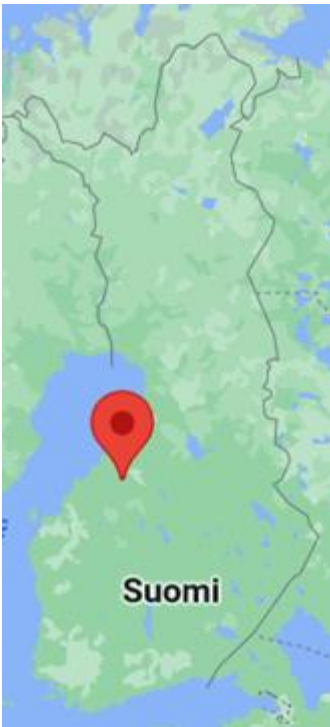
Viestintä liittyy kaikkeen organisaation toimintaan, ja se on yksi tärkeimmistä voimavaroista, mitä ilman työyhteisön on vaikea toimia. Viestintää tulee johtaa ja suunnitella kuten kaikkia muitakin organisaation voimavaroja. Hyvällä strategisella suunnitelulla pystytään määrittelemään, kuinka viestinnällä pystyttäisiin tukemaan koko organisaation yhteistä strategiaa.

Viestintästrategiassa siis luodaan isot linjaukset, kehykset ja suunta koko organisaation viestinnälle. Näiden määrittely luo suunnitelmallisuutta ja pitkäjänteisyyttä viestinnän kehittämiseksi sekä viestinnän johtamiselle.

2.1 Kohdeorganisaation kuvaus

Sievin kunta on pieni maalaiskunta, joka sijaitsee Pohjois-Pohjanmaan maakunnan lounaisosassa Keski-Pohjanmaan maakunnan rajalla Oulun Eteläisessä. (KUVA 1.) Kunnan maapinta-ala on 794,5 km² ja kokonaispinta-ala noin 860 km². Sievissä asuu noin 4 800 asukasta ja Sievi on toiseksi teollisunein kunta. Sievin kunnan työpaikat työllistävät paljon henkilöitä kuntarajojen ulkopuoleltakin, eli työpaikkaliikennettä on joka suunnasta. (Kuntainfo 2022.)

Sievin kunta koostuu useasta aktiivisesta kylästä: Kukonkylästä, Sievinkylästä, Järvikylästä, Jokikyylästä, Lahdenperästä, Kiiskilästä ja kahdesta taajamakylästä Asemanseudusta ja Kirkonseudusta. Peruskylä on kaiken kaikkiaan 12. Kunnassa on 6 kyläkoulua ja Jussinpekan koulukeskus, jonka muodostavat Lauri Haikolan koulu, Jussinpekan yläkoulu ja lukio. Sievin kunta on turvallinen asuin- ja kasvuympäristö lapsiperheille ja vähän varttuneemmillekin. Kunnan kehittyvät vapaa-ajan palvelut ja aktiiviset kylät mahdollistavat vetovoimaisen maineen syntymisen.



KUVA 1. Sievin kunnan sijainti Suomen kartassa (Google Maps 2022)

2.2 Viestintä kunnan strategiassa

Kommunikointi on ihmisen ominaisuus. Se että kykenemme puhumaan, jäsentämään käsitteitä ja vaihtamaan keskenämme tietoja ja kokemuksia, erottaa meidät muista olioista. Tästä voi päätellä, että viestintä on ehto ihmisyydelle elämälle sekä sosiaaliselle järjestykselle. (Juholin 2006, 30.)

Viestinnän tavoitteena on parantaa tiedon ajankohtaisuutta, ymmärrettävyyttä ja saatavuutta lisäämällä avoimuutta erilaisissa kunnan suunnitelmista, valmisteluista ja päätöksenteosta. Näillä toimenpiteillä halutaan myös lisätä kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia, joka osaltaan tukee kunnan vetovoimaisuutta. Aktiivisella viestinnällä pystytään lievittämään huolenaiheita ja katkaisemaan perättömiä huhuja.

2.3 Sievin kunnan viestinnän nykytila

Tiedottamisen ja vuorovaikutuksen tehtävä kunnissa on luoda asukkaille edellytyksiä vaikuttaa yhteisiin asioihin ja toimia kunnan jäsenenä. Viestintä myös tukee kunnan kehitystä ja esittää asukkaiden hyvinvointia sekä mahdollistaa kunnan toiminnan arvioinnin. (Seppälä J. 2001.)

Sievin kunnassa ei tällä hetkellä ole nimettyä henkilöä, joka vastaisi tiedottamisesta. Tällä hetkellä muutamat henkilöt kunnan työntekijöistä hoitavat viestintää kunnassa. Omien havaintojeni perusteella resurssien puute näkyy viestinnän laadussa ja määrässä.

2.4 Sievin kunnan viestinnän kehittämiskohteet

Avoin ja läpinäkyvä toiminta vaatii tiedottamista jo suunnitteluvaiheessa, mikä Sievin kunnassa on puutteellista tietyissä asioissa. Kuntalaisille on tiedotettava selkeästi siitä, miten he voivat esittää mielipiteitä ja kysymyksiä. Asukkaiden viestejä on kuunneltava aidosti ja uskottavasti.

Tasapuolisella ja kattavalla tiedottamisella varmistetaan kuntalaisten mahdollisuus muodostaa mielipiteensä asiatietojen pohjalta.

Luottamushenkilöillä on merkittävä rooli kunnan viestinnässä ja tämän takia heidän olisi syytä paneutua asioihin, joita he käsittelevät kokouksissa. Jokainen luottamushenkilö on kunnan "mainelähettiläs", ja kunnan johtamiskulttuuri on yksi kunnan maineeseen eniten vaikuttavista tekijöistä. (Kuntaliitto 2021.)

Tulevaisuudessa viestintää tulisi kehittää tälle vuosituhanneelle. Netistä löytyy paljon erilaisia ohjelmia, jotka helpottavat viestinnän suunnittelussa. Viestintää suunniteltaessa on jo mietittävä mitä viestitään, kenelle ja milloin. Erityisen tärkeää on huomioida ja tunnistaa eri organisaatioiden ja kohderyhmien erilaiset tarpeet.

3 KUNTAVIESTINNÄN PERUSTEET

Kunnan viestintä perustuu erilaisiin lakeihin, kuten kuntalakiin, hallintolakiin ja julkisuuslainsäädäntöön sekä erityislaille kuten hankitalailla että maankäyttö- ja rakennuslakiin. Kuntalaisissa on määritelty kunnan viestintävelvoite, eli kuntalaisella on lakiin perusturva-oikeus tietää, miten yhteisiä asioita kunnassa hoidetaan sekä osallistua ja vaikuttaa sen toimintaan. Viestinnän tulisi tukea kunnan kehitystä ja edistää asukkaiden hyvinvointia. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

Kuntien viestinnän tärkein tehtävä on tiedottaminen kunnan palveluista ja päätöksenteosta. Tiedottaminen koskee kunnan asukkaita, jäseniä ja työntekijöitä. Tärkeintä on, että kaikki kohderyhmät saavat tietoa ajankohtaisista asioista helposti ja ymmärrettävästi. Aktiivisella viestinnällä lievitetään huolenaiheita ja mahdollisesti saadaan katkaistua perättömien huhujen leviäminen. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

Hyvin toimiva kunta painottaa avoimuutta ja viestintää jo kunnan strategiassa. Kunnan vision ja strategian pohjalta on hyvä laatia viestintästrategia. Viestintästrategiassa määritellään viestinnän peruslinjat ja kunnalle tavoiteltavan yhteisökuvan eli profiilin. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

Viestintä on kytkettävä kunnan kaikkiin merkittäviin hankkeisiin alusta lähtien, joten viestintäsuunnitelma kannattaisi tehdä aina vuosibudjetin yhteydessä. Lisäksi keskeisille hankkeille ja työryhmille olisi syytä nimetä oikea tiedotusvastaava, joka hoitaa hankkeen tiedottamisesta. Näitä erilaisia hankkeita on käytännössä koko ajan meneillään. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

4 SISÄINEN JA ULKOINEN VIESTINTÄ

Vanhat viestinnän rajat ovat katoamassa eli on yhä vaikeampaa vetää rajaa sisäisen ja ulkoisen viestinnän välille. Tämä jaottelu on nykyään jo vähän vanhentunut käsite, mutta selventää asioita. Jokaisen tulisi huomata, että perinteisten sisäisten ja ulkoisten viestintäkanavien sekoittumista tapahtuu väistämättä. Viestinnässä on erityisen tärkeää huomioida ja tunnistaa eri kohderyhmien tarpeet ja mieltä, kenelle, milloin ja mitä viestitään. (Kuntaliitto 2021.)

Viestinnässä valitsemme sopivan tavan viestiä sen mukaan, kenelle ja miksi viestimme. Kohderyhmä ja tavoite vaikuttavat viestimme sisältöön ja muotoon eli siihen, mitä sanomme ja miten esitämme asiamme. Kuulija ja lukija kuuntelevat meitä sitä paremmin, mitä onnistuneemmin puhuttelemmekin heitä. (Lohtaja, & Kaihovirta-Rapo 2007, 12.)

4.1 Sisäinen viestintä

Työyhteisöviestinnän eli sisäisen viestinnän avulla voidaan varmistaa, että kunnan henkilöstöllä ja luottamushenkilöillä on tiedossa olennainen tieto asioista, joita tehdään. Sisäinen viestintä muodostaa kokonaisvaltaisen viestinnän ytimen, jonka ympärillä on ulkoinen viestintä eli markkinointiviestintä ja yritysviestintä. Sisäisen viestinnän onnistuminen näkyy ulospäin, joten se muokkaa suuresti eri sidosryhmien mielikuvaa. Hyvä sisäinen viestintä lähtee toisen ihmisen kunnioittamisesta, hyvästä käytöksestä ja ystävällisestä vuorovaikutuksesta. (Kuntaviestinnän opas 2016.)

Jaakko Lehtinen on määritellyt sisäisen viestinnän seuraavasti: *”Työyhteisön sisäinen viestintä käsittää kaiken sen tiedonkulun ja vuorovaikutuksen mitä tapahtuu yhteisön eri henkilöiden, henkilöryhmien ja yksiköiden välillä”*.

Elisa Juholin (2006) korostaa määritelmässään myös yhteisöllisyyttä: *”Sisäinen viestintä on tiedon kulua, vuorovaikutusta ja yhteisöllisyyttä organisaation sisällä ja läheisten kumppanien kesken”*.

Sisäinen viestintä on nimensä mukaisesti organisaation sisäistä tiedottamista ja kommunikointia. Sisäisen viestinnän tehtävän on rakentaa työyhteisöä, niin että jokainen ymmärtää toimintaympäristön

meille asettamat haasteet, strategiset tavoitteet ja oman roolinsa niiden saavuttamisessa. Sisäinen viestintä on ennen kaikkea johtamisen työkalu.

4.1.1 Sisäisen viestinnän kohderyhmät

Esimiehellä on suurin vastuu työyhteisön sisäisestä viestinnästä. Hyvän johtajan piirteitä on, että hän pystyy selkeään henkilöstöviestintään kunnan tavoitteista, synnyttää avointa vuorovaikutusta, luo uskoa henkilöstöön ja kunnan mahdollisuuksiin ja kykenee myös myötäelämään huonotkin ajat. (Suomen Kuntaliitto 2001.)

Suunniteltaessa viestintää on otettava huomioon ne kohderyhmät, joita halutaan puhutella, ja mistä viestinnän kanavista kyseinen kohderyhmä tavoitetaan. Viestinnällä on lukuisia eri kohderyhmiä sidosryhmien suuresta määrästä johtuen. Sisäisiä viestinnän kohderyhmiä ovat kunnantyöntekijät, kunnanhallitus, kunnanvaltuusto ja lautakunnat.

4.1.2 Sisäisen viestinnän kanavat

Viestintäkanavia valittaessa tulee pohtia, minkälainen tiedottaminen sopii kulloinkin viestittävään asiaan. Sievin kunnan sisäisen viestinnän pääkanavana toimii sähköposti. Tulevaisuudessa olisi hyvä miettiä myös muita kanavia, jotka helpottavat aikataulutusta. Sisäisen viestinnän kanavia ovat sähköposti, tiedotteet, WhatsApp, Teams, tekstiviestit, infotilaisuudet, facetoface tapaamiset, Wilma ja sisäiset palaverit.

4.2 Ulkoinen viestintä

Ulkaisen viestinnän tarkoituksena on jakaa tietoa organisaation toiminnasta eri sidosryhmille ja median välityksellä yleisölle. Kaikilla on oikeus tietoon ja vuorovaikutukseen. Kuntalaissa veloitetaan kuntaa tiedottamaan valmistelussa olevista asioista, ja vuorovaikutuksen onnistuminen vaatii hyvää suunnitelmallisuutta. (Suomen Kuntaliitto 2016.) Ulkoisessa viestinnässä, verkko on lunastanut paikansa itsestäänselvyytenä yhtenä viestinnän välineenä.

Ulkoisen viestintä on uutisten ja muun informaation välittämistä sekä sidosryhmäsuhteiden hoitamista. Sen tavoitteena on avoin vuorovaikutus ulkopuolisiin sidosryhmiin kuuluvien ihmisten kanssa, kunnan tunnettuuden lisääminen sekä hyvän maineen ja myönteisen kuntakuvan ylläpitäminen ja kehittäminen. (Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, Rosenström & Siira-Jokinen 2017, 104.)

4.2.1 Ulkoisen viestinnän kohderyhmät

Ulkoisen viestinnän kohde- ja sidosryhmiä on paljon ja resurssit ovat kuitenkin rajalliset, joten on hyvä miettiä tarkkaan, mitkä ovat missäkin asiassa ne tärkeimmät ryhmät ja millä keinoin ne ovat parhaiten tavoitettavissa. Yksi keino jolla saadaan laajaa julkisuutta, on media mutta suoralla yhteydenpidolla saavutetaan kuitenkin tehokkaasti juuri halutut vastaanottajat. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2002, 119.)

Ulkoisen viestinnän kohderyhmiä ovat kuntalaiset ja palveluja tarvitsevat asiakkaat, kunnan ja kuntakonsernin henkilöstö, media, yritykset, järjestöt, seurakunnat, yhteisöt, kyläyhdistykset, kuntakumppanit, koulujen oppilaat, vanhemmat, muut sidosryhmät, matkailijat ja mökkiläiset.

4.2.2 Ulkoisen viestinnän kanavat

Viestintäkanavaa valittaessa tulee myös ulkoisen viestinnän kanavaa pohtia, minkälainen tiedottaminen sopii kulloinkin viestittävään asiaan. Sievin kunnan ulkoisen viestinnän pääkanavana toimivat kunnan kotisivut www.sievi.fi. Tässä kehittyvässä maailmassa digitaalisten kanavien kehittäminen on välttämätöntä viestinnässä onnistumiseksi ja siten keskeinen tehtävä myös tuleville vuosille.

Ulkoisen viestinnän kanavia ovat kunnan internetsivut, erilaiset tiedotteet, esitteet, paikallislehdet, infotaulu, tiedotustilaisuudet, sähköposti, asiakaspalvelu ja sosiaalinen media, esimerkiksi LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter jne.

Kuntaviestijöiden keskeiseksi viestintäkanavaksi on määritelty verkkoviestintä (internet), jonka avulla kuntalain säättämä viestintävelvollisuus on mahdollista toteuttaa tasa-arvoisesti riippumatta siitä, miten käytännön toiminta on organisoitu. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

4.3 Kriisiviestintä

Erilaisissa kriisi- ja poikkeustilanteissa kunnan viestintää tehostetaan poikkeusjärjestelyin ja muuttuvista tilanteista tiedotetaan nopeasti. Tehostetulla viestinnällä turvataan kuntalaisten ja henkilöstön tiedonsaanti ja annetaan toimintaohjeita. Tällä tavoin toimien taataan kuntalaisten ja henkilöstön turvallisuus sekä kunnan toimintaedellytykset. (Kuntaliitto 2021.)

Kunnan verkkosivut toimivat kriisiviestinnässä pääkanavana ja tarvittaessa käytetään erillisiä kriisiviestintäsivuja. Poikkeustilanteet, joista syntyy tarve käyttää tehostettua viestintää ovat esimerkiksi tarttuva tautiepidemia, veden-, sähkön-, tai lämmönjakeluun liittyvät häiriöt ja ongelmatilanteet tai henkilöiden aiheuttama uhkaava tilanne. Tehostettua viestintää voi vaatia jokin muukin asia tai tilanne kuin edellä mainitut. (Suomen Kuntaliitto 2016.) Sievin kunnalla on erilliset kriisiviestintäohjeet osana valmiussuunnitelmaa.

Tiedottamista erityistilanteissa ja poikkeusoloissa on suunniteltava etukäteen. Tiedonkulku ja tiedotusvastuut on määriteltävä kunnan ja valtion viranomaisten sekä tiedotusvälineiden kesken. Ihmisten tavallisuudesta poikkeava käyttäytyminen ja suuri tiedontarve on hyvä ottaa huomioon myös kriisitiedottamisessa. Yllättävät tilanteet edellyttävät myös nopeaa sisäistä tiedonkulkua. (Seppälä J. 2001.) Kriisiviestinnän tarve on vuosien varrella muuttunut ja kiinnostus siihen lisääntynyt.

5 VIESTINNÄN VASTUUT JA ORGANISOINTI

Kunnan hallintosäännön mukaan hallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Hallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat. Toimielimet luovat omalla toiminnallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa. Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja sekä toimielinten tehtäväalueiden johtavat viranhaltijat huolehtivat siitä, 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. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

Kuntaviestinnässä tulee ottaa myös huomioon yhdenvertaisuusvaatimukset, eli sen on kohdeltava kaikkia tasavertaisesti. Viestinnässä tulisi käyttää selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja ottaa myös huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet. Päävastuu kaikesta tiedottamisesta on kuitenkin kunnanjohtajalla, vaikka kunnan viestintä onkin hajautettu. (Suomen kuntaliitto 2016.) Vastuu hyvästä ja oikeasta tiedottamisesta kuuluu meille jokaiselle.

5.1 Viestinnästä vastaavat henkilöt

Kunnan strategian linjaa kunnanvaltuusto ja luo edellytykset viestinnälle, sekä asukkaiden ja palvelujen käyttäjien osallistumiselle kunnan toimintaan. Kunnanhallitus johtaa ja valvoo viestintää, mutta käytännössä kuitenkin kunnanjohtaja vastaa siitä. (Suomen kuntaliitto 2016.)

Viestintä on organisoitava hyvin, jotta sen kehittämisestä, koordinoinnista ja toteuttamisesta vastaa nimetty viranhaltija. Koko kunnan viestintää hoitavan henkilön tulee olla suoraan kunnanjohtajan alaisuudessa ja yksiköiden tiedottajien yksikön johtajan alaisuudessa. Jotta viestintä olisi tehokasta, tulisi viestintävastaavan kuulua myös kunnan ja eri yksiköiden johtoryhmiin. Näin hänellä olisi riittävät mahdollisuudet tarpeellisten tietojen saantiin sekä omatoimiseen tiedottamiseen. Kuntalaisten oikeuksien turvaamiseksi viestinnän on oltava avointa ja oikeudenmukaista. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

Kunnanhallituksen, lautakuntien, kunnanjohtajan sekä toimielinten tehtäväalueiden johtavat viranhaltijoiden tehtävänä on huolehtia siitä, että kunnan asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja

valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja näin voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmistelussa. Viestinnässä tulisi käyttää selkeää ja ymmärrettävää kieltä sekä ottaa huomioon myös kunnan eri asukasryhmien tarpeet. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

Luottamushenkilöillä on tärkeä rooli arvo- ja linjakeskusteluissa sekä avoimen viestintäilmapiirin aikaansaamisessa. Käytännön viestintävastuut ovat aina toimivalla johdolla ja viestintähenkilöstöllä. Jokaisella organisaatiolla olisi hyvä olla nimetty viestintävastaava, joka on sitten päätoiminen tai sivutoiminen tiedottaja. Sisäisessä viestinnässä esimiehillä on keskeinen ja vaativa rooli, koska he ovat linkki johdon ja henkilöstön välillä. On kuitenkin hyvä muistaa, että jokainen organisaation jäsen on viestijä omassa työroolissaan missä sitten työskenteleekään. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

5.2 Viestijän vastuut

Päävastuu viestinnän toteutuksesta on johdolla, jonka tukena toimivat nimetyt henkilöt ja tiimit. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet kunnan tiedottamisen periaatteista. Kunnanjohtajalla on vastuu koko kunnan organisaatiota koskevasta viestinnästä, ja jokaisen vastualueen johtajalla on vastuu oman vastualueensa liittyvästä viestinnästä. Kaikilla on kuitenkin velvollisuus viestiä omaan tehtäväalueeseensa liittyvistä asioista faktoissa pitäytyen. Ero oman mielipiteen ja kunnan asioiden tiedottamisen välille on tehtävä selväksi. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

5.3 Viestinnän uudistaminen

Sosiaalinen media on tuonut meille verkostot avoimeen internettiin. Avoimissa kansainvälisissä verkostoissa toimiminen vaatii uudenlaisia taitoja. Aktiivinen avoimuus on noussut näin keskeiseksi toimintatavaksi digitaalisessa ja verkostoituneessa viestintäympäristössä. Näin ollen, omien uusien viestintätaitojen kehittäminen koskee tavallaan meitä kaikkia.

Viestintä on noussut avainasemaan eri organisaatioiden strategiatyössä. Viestintä on yksi työkalu, jolla strategiaa voidaan tehdä yhdessä koko työyhteisössä, ja se on jatkuvaa työtä. Tässä työssä viestinnällä ja vuorovaikutuksella on tärkeä tehtävä. (Viestinnän trendit 2022.)

Korona-aikana on itsekin tullut huomattua, että teknologian tuoma harppaus on tuonut työyhteisöviestinnälle muutoksia. Vuorovaikutuksen ja yhteisöllisyyden merkitys ovat kasvaneet, koska yhteisöt ovat olleet erillään toisistaan.

5.4 Viestintäkalenteri (vuosikello)

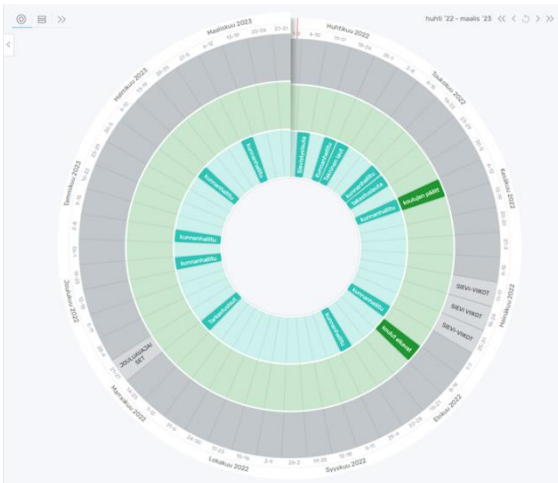
Vuosikello on vuosisuunnitelma, jonka avulla eri organisaatioissa tai tiimeissä voidaan suunnitella ja aikatauluttaa vuoden tekemiset ja erilaiset projektit. Vuosikello on vuoden kuluessa tapahtuvien toimintojen aikataulu, jolla voidaan muokata tarpeen mukaan vuoden aikana. Vuosikelloa voidaan esittää sanallisesti tai graafisena kuvauksena. (Innokylä, Vuosikello 2022.)

Vuosikellon muodossa esitetty vuosisuunnitelma auttaa pysymään ajan tasalla ja varaamaan riittävästi aikaa eri asioiden valmisteluun. Kaikkein ei kuitenkaan pystytä varautumaan ennalta. Vuosikello helpottaa vuositason työskentelyn ja toiminnan jäsentämistä. Vuosikellon hyötyinä pitäisin ajanhallintaa, tekemisten ennakointi, läpinäkyvyys prosessien synkronisointi toisiinsa, sekä mahdollisten päällekkäisten tekemisten ja työkuormien näkyväksi tekemistä.

Vuosikello on erinomainen työkalu, millä pystytään tehostamaan suunnitelmien tekemistä, hallintaa, jalkauttamista ja seuranta. Erilaisilla vuosikello-ohjelmilla voidaan tehdä suunnitelmat koota kätevästi pilveen, jossa ne ovat kaikkien saatavilla. Erilaisia vuosikello ohjelmia löytyy internetistä sekä ilmaisia, että maksullisia sovelluksia. Erilaisia vuosikello sovelluksia löytyy netistä, esimerkiksi Plandisc ja Vuosikello.net.

Itse tutustuin lähemmin Plandisc-vuosikelloon, joka on maailman ensimmäinen digitaalinen vuosikello. (Kuvio 1.) Plandisc-vuosikello on helppokäyttöinen ja sitä pystyy helposti muokkaamaan omia tarpeita vastaavaksi. Lisäksi Plandisc-vuosikellosta löytyy valmiiksi erilaisia vuosikellopohjia, joista voi valita omia tarpeita parhaiten vastaavan pohjan. Vuosikellon graafinen kuva näyttää selkeästi eri tapahtumat ja lisäksi vuosikelloon voi laittaa muistutuksen joka muistuttaa tulevasta tapahtumasta esimerkiksi viestillä sähköpostiin.

Vuosikellon avulla organisaatio pystyy suunnittelemaan vuosittain toistuvat tehtävät, kuinka ne saadaan hoidettua tehokkaasti ja tavoitehakuisesti. Siitä näkee yhdellä silmäyksellä, milloin mitkäkin tehtävät on hoidettava sekä vuoden kiireisimmät ajankohdat. Vuosikello antaa hyvin kattavan kokonaiskuvan vuoden aikana tapahtuvista tehtävistä. (Plandisc 2022.)



KUVIO 1. Vuosikello Plandisc -sovelluksella (mukaiillen Plandisc 2022)

5.5 Viestinnän tehtävät yhteisössä

Viestintä on meidän yhteinen ja arkisin asia, joka koskettaa meitä jokaista. Sanan latinankielinen muoto on *communicare* eli tehdä yhdessä, mikä kuvastaa sekä informaationvaihtoa että yhteisöllisyyttä, sitä että kuulumme esimerkiksi samaan perheeseen, sukuun, työyhteisöön tai kansakuntaan. Viestintä eli kommunikointi on ihmiselle lajityypillinen ominaisuus. Ihmisen erottaa muista olioista kyky puhua, jäsentää käsitteitä sekä vaihtaa keskenään tietoa ja kokemuksia. (Juholin 2006, 30.)

Viestinnän tehtäviä voidaan ryhmitellä monin tavoin karkeasti ja yksityiskohtaisesti. Leif Åbergin 1980-luvulla syntyneen tulosviestinnän mallissa viestintä jakautuu neljään ulottuvuuteen, jotka ovat perustoimintojen tuki, kiinnittäminen, informointi ja profilointi. Viestinnän tarkoitus on tukea yhteisöjen toimintaa ja olla mukana tuottamassa tulosta. Yhteiskunnallinen vaikuttaminen, yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistuminen, sekä organisaatioiden viestinnän oma vastuullisuus ovat entistä tärkeämpiä tehtäviä viestinnässä. (Juholin 2006, 36.)

Viestinnällä on erilaisia rooleja eri tehtävissä ja siksi niiden painotus vaihtelee tilanteiden ja ajankohdan mukaan. Viestinnän suunnittelun ja tulosten arvioinnin kannalta on siis tärkeää täsmentää, miten yhteisö ymmärtää viestinnän ja mitä tehtäviä ja tavoitteita se sille asettaa. (Juholin 2006.)

Vakuuttava määrä tutkimuksia on tullut päätelmään, että myönteisesti koettu viestintä ja viestintäilmasto lisää yleistä tyytyväisyyttä ja tehostaa yhteisön toimintaa eli parantaa tuloskykyä. (Juholin 2006, 112.)

Yhteisöviestinnän perustehtävät pelkistettynä sateenvarjoon mukaillen Elisa Juholinin näkemystä (KUVIO 2). Tiedonkulku ja tiedon saatavuus, minkä tavoitteena on se, että henkilöt saavat tarvitsemansa tiedon tai se on helposti saatavilla ja etsittävässä. Näin luodaan edellytykset sitoutumiseen. Kuunnellaan ja käydään vuoropuhelua henkilöstön ja eri sidosryhmien kesken. Rakennetaan yhteisökuvaa ja näin voidaan hallita brändiä ja mainetta. Luodaan yhteiskunnallista keskustelua ja pyritään vaikuttamaan yhteiskunnallisesti. Herätetään tuotteiden ja palveluiden kiinnostavuutta markkinoinnin avulla. Selvitetään ja tutkitaan sisäistä ja ulkoista viestintää säännöllisesti. (Juholin 2006.)



KUVIO 2. Yhteisöviestinnän perustehtävät kuvitettuna sateenvarjoon (mukaillen Juholin 2006)

Viestinnässä eri tehtävien roolit ja painotus vaihtelevat ajankohdan ja tilanteiden mukaan. Suunnittelussa ja tulosten arvioinnissa on siis hyvä aina täsmentää, kuinka yhteisö ymmärtää viestinnän ja mitä tavoitteita ja tehtäviä sille on asetettu. (Juholin 2006.)

6 LAINSÄÄDÄNTÖ JA KUNTALAISTEN OSALLISTUMISMAHDOLLISUUDET

6.1 Kuntaviestinnän lainsäädäntö

Kunnan viestintä perustuu kuntalakiin, hallintolakiin ja julkisuuslainsäädäntöön.

Kuntalaki 29 § määrittelee viestintää seuraavasti:

Kunnan toiminnasta on tiedotettava kunnan asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee jakaa riittävästi tietoa kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, demokraattisesti tehdyistä päätöksistä ja niiden vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa. (Kuntalaki 29§.)

Kunnan on huolehdittava, että eri toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelussa annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeelliset tiedot yleisessä tietoverkossa. Verkoviestinnässään kunnan on pidettävä huoli siitä, että salassa pidettäviä tietoja ei jaeta yleiseen tietoverkkoon. Yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä on toteuduttava. Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

Julkisuuslaissa 3§ säädettyjen tiedonsaantioikeuksien ja viranomaisten velvollisuuksien tarkoituksena on toteuttaa avoimuutta viranomaisten toiminnassa sekä antaa yksilöille ja yhteisöille mahdollisuus valvoa julkisen vallan ja julkisten varojen käyttöä, muodostaa vapaasti mielipiteensä sekä vaikuttaa julkisen vallan käyttöön ja valvoa oikeuksiaan ja etujaan (Kuntalaki 3§.).

Hallintolain 7§ tarkoituksena on toteuttaa ja edistää hyvää hallintoa sekä oikeusturvaa hallintoasioissa. Lain tarkoituksena on myös edistää hallinnon palvelujen laatua ja tuloksellisuutta. Hallintolaki edellyttää viranomaiselta selkeää, asiallista ja ymmärrettävää kieltä. Viranomaisen on kohdeltava hallinnossa asioivia tasapuolisesti sekä käytettävät toimivaltaansa yksinomaan lain mukaan hyväksyttäviin tarkoituksiin. Viranomaisen toimien on oltava puolueettomia ja oikeassa suhteessa tavoiteltuun päämäärään nähden. (Hallintolaki 7§.)

Valtuuston on pidettävä huolta siitä, että kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on edellytykset osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan (27§ Laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta). Kunnan on

tiedotettava asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. (29 § Tiedottaminen.)

Maankäyttö- ja rakennuslaki on yksi kuntien erityislaista. Maankäyttö- ja rakennuslain 7§ velvoitetaan kuntaa laatimaan vähintään kerran vuodessa kaavoituskatsaus. (Kuntaviestinnän opas, 2016.) Maankäyttö- ja rakennuslain tavoitteena on järjestää alueiden käyttö ja rakentaminen niin, että siinä luodaan edellytykset hyvälle elinympäristölle sekä edistetään ekologisesti, taloudellisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävä kehitystä. (Kuntalaki 1§.)

6.2 Kunta viestijänä

Kuntalaki (410/2015) korostaa kunnan ja sen asiakkaiden välistä vuorovaikutusta, jonka keskeiseksi viestinnän kanavaksi määritellään tietoverkko internet. Sievin kunnan keskeinen ja virallinen ulkoisen viestinnän kanava on kunnan verkkosivut. (Suomen Kuntaliitto 2016).

Kunnan tehtävä viestijänä on välittää kuntalaisille tietoa kunnan toiminnasta ja päätöksenteosta sekä lisätä kuntalaisten kiinnostusta ja osallistumista kunnan toimintaan ja hallintoon. Vuorovaikutteinen viestintä ja se, että kuntalaiset osallistuvat, on mielestäni yksi tärkein asia kunnalle. Mikäli kuntalaiset saadaan mukaan keskusteluun, niin silloin kunta on onnistunut viestinnässään.

Luottamushenkilöillä on suuri vaikutus kunnan viestinnässä ja näin ollen he ovat yksi tärkeimmistä voimavaroista kuntaviestinnässä. Kuntalaisten ja luottamustoimihenkilöiden välinen vuorovaikutus kokousten, tapaamisten ja sähköisten kanavien kautta vahvistaa kuntaa tuomalla uusia näkökulmia asioiden hoitoon. (Suomen Kuntaliitto 2016.)

6.3 Kuntalainen vaikuttajana

”Kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Valtuuston on pidettävä huolta monipuolisista ja vaikuttavista osallistumisen mahdollisuuksista.” (Kuntalaki, luku 22§.)

Kunnan asukkaalla sekä kunnassa toimivalla yhteisöllä ja säätiöllä on oikeus tehdä aloitteita kunnan toimintaa koskevissa asioissa. Aloitteen tekijälle on ilmoitettava aloitteen johdosta suoritettujen toimenpiteet. (Kuntalaki 5 luku, 23§.)

6.4 Yhteistyöelimet ja eri organisaatiot viestijänä ja vaikuttajana

Kunnan eri organisaatiolla ja yhteistyöelimillä on oikeus osallistua ja antaa omia näkemyksiään asioista. Yksi viestinnän päätehtävä kaikissa yhteisöissä ja organisaatioissa on vahvistaa sen päämääriä ja tukea määriteltyjen tavoitteiden saavuttamista.

Yhteistyöelimien ja eri organisaatioiden mielipiteet ovat arvokasta tietoa kuntaa kehittäessä. Kuntalaisten oma-aloitteista toimintaa kunnan tulisi tukea yleisesti, mikä luo yhteishenkeä puolin ja toisin. Kuntalaiset tulisi nähdä enemmän oman elämänsä toimijoina kuin palveluiden ja tiedon vastaanottajina. Sievin kunnassa on tämä asia otettu hyvin huomioon, kun on perustettu kyläneuvosto, joka koostuu kyläyhdistysten edustajista.

7 TUTKIMUSMENETELMÄT, AINEISTO JA ANALYSOINTI

Opinnäytetyöni tutkimuksen tavoitteena oli selvittää ne käytännön keinot, jolla viestitään ja miten viestintää voitaisiin kehittää. Opinnäytetyön tutkimus rajattiin käsittelemään kymmenen kunnan työntekijää ja kyläneuvoston jäsentä. Tutkimus suoritettiin haastattelemalla tutkimukseen valittuja henkilöitä henkilökohtaisesti haastateltavan luona tai Teams-sovelluksen välityksellä ja osa vastasi kirjallisesti haastattelukysymyksiin. Tutkimuksen pääongelma oli seuraava:

Mitkä ovat ne käytännön keinot, kuinka viestiä Sievin kunnassa?

Alaongelmat, jotka täydentävät pääongelmaa olivat seuraavat:

- Mitkä ovat kanavat työyhteisöviestinnässä?
- Mitkä ovat kanavat kuntalaisviestinnässä?
- Mitkä ovat kanavat yhdistys- / järjestöjen viestinnässä?
- Mitkä ovat keinot, aikatauluttaa viestintää osaksi jokapäiväistä työtä?

Koostin SWOT -analyysin haastatteluista saatujen tietojen perusteella. Vuosikalenterin suunnittelu lähti liikkeelle siitä, että toivottiin yksinkertaista ja helppoa kalenteria mihin merkitään esimerkiksi, nettisivujen päivitysvuorot.

7.1 Tutkimusaineiston kerääminen ja analysointi

Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Mäntynevan, Heinosen ja Wrangen (2008, 69-70) mukaan laadullinen tutkimus tutkii aihetta syvällisesti. Tässä tutkimusmenetelmässä pyritään tutkimaan sellaisia asioita, joita ei kvalitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella pystytä tutkimaan esimerkiksi tutkittavan kohteen tai ryhmän tuntemukset ja asenteet. Kvalitatiivisella tutkimuksella pyritään siis selvittämään sitä, miksi me ihmiset toimimme ja käytäydymme niin kuin toimimme. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2008, 69-70.)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusaineistoa tulee enemmän, joten haastateltavien määrä on yleensä pienempi. Tässä tutkimusmenetelmässä haastateltavilta ja haastattelijalta vaaditaan perehtyneisyyttä ja tiettyä osaamista tutkimusaiheeseen tai ilmiöön. Laadullisen tutkimuksen aineiston analysointi on tulkitsevaa. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2008, 70.)

Valitsin tutkimukseni menetelmäksi teemahaastattelun, koska halusin saada mahdollisimman paljon tietoa siitä, mikä on viestinnän tila Sievin kunnassa ja mihin suuntaa sitä pitäisi kehittää. Haastattelukysymyksissä (liite 1 ja 2) lähdin liikkeelle Sievin kunnan viestinnän nykytilasta ja siitä, miten sitä pitäisi kehittää. Lisäksi selvitin tärkeimpiä sidosryhmiä ja mitä kanavia käytetään eri sidosryhmien välisessä viestinnässä ja mitkä ovat ongelmallisimpia sidosryhmiä viestinnän osalta. Haastattelussa kysyin myös viestinnän suurimmista haasteista eli mikä ei toimi ja mihin haluaisitte parannusta. Miten toimivatko sisäinen ja ulkoinen viestintä Sievin kunnassa, ja mitkä ovat kunnan vahvuudet viestinnässä. Haastattelun loppupuolella halusin, että jokainen nimeää kolme tärkeintä tehtävää kunnan viestinnässä.

Kunnanjohtaja lähetti haastattelukutsun katsomilleen avainhenkilöille ja hyvinvointijohtaja lähetti haastattelukysymykset kyläneuvoston jäsenille. Kovin montaa vapaaehtoista ei itse vapaaehtoisesti ilmoittautunut eli jouduin kyselemään haastateltavia. Loppujen lopuksi sain haastateltua kymmenen henkilö ja se oli sopiva määrä tutkimusnäytteeksi. Haastattelujen edetessä huomasin, että mitä enemmän haastatteluja teki, sitä enemmän vastauksissa alkoi nousemaan samoja asioita esille.

Haastateltavien kanssa sovittiin sähköpostitse tai puhelimella tarkemmat aikataulut, jotta haastattelut saataisiin suoritettua. Aikataulut pitivät hyvin paikkaansa eikä muutoksia tarvinnut kovin paljon tehdä. Haastattelupäiviä ja iltoja kertyi mielestäni sopivasti suhteutettuna siihen, että teen tätä päivätyön ohella. Teams-sovellus osoittautui oivaksi haastatteluvälineeksi, koska pystyi tekemään haastattelut kotoa käsin ja nauhoittamaan haastattelun. Aikataulujen sovittaminen oli haasteellista, joten muutama henkilö antoi haastattelun kirjallisena.

Haastattelut tehtiin maaliskuu- ja huhtikuussa 2022. Teams-puhelut nauhoitettiin, asiakkaan luona tehdyt puhelut nauhoitettiin ja kirjallisesti jätetyt vastaukset haastattelukysymyksiin kerättiin samaan tiedostoon muiden kanssa. Aineiston keräämisen jälkeen nauhoitetut haastattelut hävitettiin.

Haastattelun alussa esittelin itseni ja taustaa opinnäytetyöstäni sekä lyhyesti haastattelun käytännön läpi haastateltavan kanssa. Varmistin vielä ennen haastattelua haastateltavalta, että haastattelun nauhoitus sopii hänelle. Näin saatiin luotua luottamuksellinen tilanne haastattelun alusta lähtien.

Ensimmäisenä haastattelukysymyksenä kysyin Sievin kunnan viestinnän nykytilasta ja miten sitä pitäisi kehittää. Monessa vastauksessa nousi esille kiire ja se, että viestintää hoidetaan vähän toisella kä-

dellä. Selkeät vastuut puuttuvat eli viestintä on pirstaloitunut liian monelle henkilölle. Yhteinen näkemys viestinnän merkityksestä ja sen tärkeydestä ei ole kaikille selvä. Sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä olisi parantamisen varaa. Luomalla yhteiset pelisäännöt ja määritellemällä kanavat mitä tietoa informoidaan mitäkin kanavaa käyttäen.

Toisena kysymyksenä oli sidosryhmien välinen viestintä ja se, mitä kanavia käytetään. Erilaiset sähköiset kanavat tulivat selvästi esille haastattelujen aikana. Pikaviestintäkanavina käytetään WhatsAppia, Teamsia, tekstiviestejä ja sähköpostia. Lisäksi palaverieita pidetään 1-2 kertaa kuukaudessa ja johtoryhmä kokoontuu kerran viikossa joko kasvokkain tai Teamsin välityksellä. Koronaaika on lisännyt Teamskokousten määrää. Onko se sitten hyvä vai huono asia? Vuorovaikutus jää vähemmälle ja yhteisöllisyys kaikkoo. Ollaan vain ruudun takana, jos sitäkään.

Kolmantena kysymyksenä oli suurimmat haasteet viestinnässä. Monen vastauksissa nousi esiin kiire, ajanpuute ja ajankäytönhallinta. Yksi haastateltava kertoi, ettei ole kuvattu ajankäyttöä työtehtävissä ja yksi haastateltava taasen tiivistä hyvin eli ihminen itse.

Neljäntenä kysymyksenä kyselin sisäisestä ja ulkoisen viestinnän toiminnasta. Sisäisen viestinnän osalta nousi haasteena esiin kaikkien tavoittaminen. Tiedottaminen toimii jotenkin ja jokaisen tulisi muistaa, että vastuu tiedottamisesta kuuluu kaikille, mutta miten se saadaan arkipäivään. Ulkoisen viestinnän osalta nousi esiin sähköpostien puute ja, että kaikilla kuntalaisilla ei ole sähköpostia eikä välttämättä nettiyhteyttä (vanhus- ja vammaisväestö). Perinteinen sanomalehti koetaan vielä tärkeäksi viestinnän välineeksi, vaikka tieto on saattanut muuttua tai vanhentua ennen kuin lehti kolahtaa postilaatikkoon esimerkiksi korona-aikana. Viestinnässä tulisi kehittää toimintatapoja hyödyntäen eri sosiaalisen median kanavia.

Viidentenä kysymyksenä halusin kysellä Sievin kunnan viestinnän vahvuuksista verrattuna muihin kuntiin. Kovasti yritetään parantaa ja hyödyntää eri sosiaalisia kanavia. Kotisivut on uusittu, mistä löytyy hyvin tietoa, asioista puhutaan avoimesti ja säännölliset julkaisut paikallislehti Sieviläisessä. Vertailuna muihin kuntiin parantamista olisi esimerkiksi, aktiivisempaa tiedottamista hyödyntäen eri sosiaalisia kanavia. Osattaisiin hyödyntää kaikkea sitä mitä meiltä täältä Sievistä löytyy ja tiedotettaisiin siitä eri kanavissa eli näytettäisiin tiedottamalla koko Suomelle ja maailmalle mitä meillä Sievissä on.

Kuudentena kysymyksenä selvittelin ongelmallisinta sidosryhmää viestinnässä. Molemmissa sekä sisäisen että ulkoisen viestinnän sidosryhmissä nousi haasteena esiin kaikkien tavoittaminen. Kaikki eivät lue sähköpostia säännöllisesti ja kaikilla ei ole edes sähköpostia. Oletetaan että kaikilla on nettiyhteys käytettävissä ja lisäksi vaikka olisikin niin yhteydet eivät aina tahdo toimia.

Seitsemäntenä kysymyksenä pyysin haastateltavia määrittämään kolme kunnan viestinnässä tärkeitä tehtävää. Päällimmäiseksi nousivat ajantasainen tiedottaminen, tasapuolisuus, oikeudenmukaisuus. Tiedon tulisi tavoittaa kaikki, joita asia koskee ja palvella kuntalaisia ja luoda positiivista kuntakuva. Lisäksi nousi esiin tiedottaminen kriisitilanteissa ja viestintää vieraalla kielellä esimerkiksi englanniksi.

Kahdeksantena kysymyksenä halusin, että haastateltavat nimeäisivät ne viestintäkanavat, joita pitäisi käyttää sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä. Sisäisessä viestinnässä nousi esiin sähköposti, intranet, yhteiset palaverit, eri pikaviestimet ja Teams. Ulkoisessa viestinnässä nousi esille nettisivut, sosiaalinen media, paikallislehdet, Teams, Wilma, infotaulut ja opastekyltit.

Yhdeksäntenä kysymyksenä halusin, että haastateltavat miettivätkin myös kriisiviestintää, kuinka se on kunnassa hoidettu ja tietävätkö kaikki mitä kriisiviestintä tarkoittaa. Tämän kysymyksen tiimoilta tein sellaisen johtopäätöksen, että olisi varmaan hyvä tuoda asia esille ihan vaikka lehtijutun myötä. Monellakaan ei ollut tietoa kuinka tällaisissa tilanteissa tulisi toimia, mistä saa oikean tiedon ja se että miten tieto tavoittaisi kaikki kuntalaiset. Kuinka meidän kuntalaisten ja kunnan työntekijöiden tulisi toimia kriisi- ja poikkeustilanteessa.

Viimeisenä kysymyksenä halusin, että haastateltava kertoisi itse mitä haluaisi nostaa esille Sievin kunnan viestinnässä tai tiedottamisessa. Jokainen tietää sen, että viestintä kuuluu meille kaikille ja jokaisella meistä on peiliin katsomisen paikka. Viestinnän roolijakoja tulisi selventää ja samoin viestintäkanavat mitä käytetään missäkin tapauksessa.

7.2 Sievin kunnan viestinnän SWOT -analyysi

SWOT-analyysi on menetelmä, jolla voidaan selvittää heikkouksia ja vahvuuksia organisaatiossa, sekä uhkia ja mahdollisuuksia tulevaisuudessa. Menetelmää voidaan hyödyntää eri osa-alueiden suunnittelussa ja kehittämisessä. SWOT-analyysissä toimintaan vaikuttavat tekijät ryhmitellään nelikenttämoodon. (Riskikompassi 2022.)

Organisaation vahvuudet (Strengths) ja heikkoudet (Weaknesses) ovat sisäisiä toimenpiteitä ja resursseja, tulevaisuuden mahdollisuudet (Opportunities) ja uhat (Threats) ulkoisia tekijöitä. (Suomen riskienhallintayhdistys 2021.) Keräsin haastattelujeni pohjalta Sievin kunnan viestinnästä SWOT-analyysin. (TAULUKKO 1.)

Sievin kunnan vahvuuksia viestinnässä on kova halu kehittyä ja kehittää brändiä. Sähköposti on hyvä työkalu viestimiseen, ja se tavoittaa lähes kaikki Sievin kunnan työntekijät. Muutama vuosi sitten Sievin kunnan alueella vedettiin kuituliittymät, mikä luo nopeat ja toimivat nettiyhteydet, jotka kattavat melkein koko Sievin. Monella kuntalaisella on positiivinen asenne, mikä luo minusta uskoa tulevaan ja oman kunnan kehittymiseen.

Heikkouksina pitäisin viestinnän roolin ja merkityksen tunnistamista läpi koko kuntaorganisaation. Ei osata hyödyntää eri viestintäkanavia tarpeeksi ja eikä ole selvää ohjeistusta mitä kanavaa käytetään milloinkin. Erilaisia viestejä tulee paljon ja näin tärkeät viestit saattavat hukkuu viestitulvaan. Helposti rutinoidutaan siihen, miten on totuttu viestimään ja tekemään asioita eikä haluta tai ehditä etsiä muita vaihtoehtoja. Viestintä vaatii aikaa, joten resurssien puute näkyy myös Sievin kunnan sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä.

Mahdollisuuksia viestinnän parantamiseen löytyy, mikäli vain halutaan kehittää Sievin kunnan viestintää. Aktiivisempaa käyttöä eri viestintäkanavissa ja luomalla entistä avoimempaa viestintäkulttuuria, esimerkiksi tarinallistamista sosiaalisen median päivityksissä, jolloin saadaan seuraajia ja näkyvyyttä lisää. Avointa viestintäkulttuuria, verkostoitumista eri ryhmien kanssa ja rakennetaan yhdessä kunnan imagoa ja brändiä. Sisäinen intranet eli kunnan sisäinen verkko missä voitaisiin tiedottaa sisäisiä ajankohtaisista asioista. Luodaan selkeät vastuut ja tavoitteet, miten kunnassa viestitään sisäisesti ja ulkoisesti. Kartoitetaan kuntalaisten ja kunnan työntekijöiden tarve kehittää omaa viestintätaitoja.

Uhkina on ihmisten tyytymättömyys kunnan viestintään. Erilaisista palveluista ja tapahtumista ei viestitä tarpeeksi ja viestit eivät tavoita kaikkia kuntalaisia tai kunnantöntyöntekijöitä. Ei olla tarpeesi esillä julkisissa medioissa ja muututaan vähän niin kuin näkymättömiksi. Resurssien puute viestinnässä voi

johtaa pahimmassa tapauksessa siihen, että ei nähdä tiedottamiselle todellista tarvetta. Pienet vähäpätöiset asiat saattavat jäädä tiedottamatta. Negatiivinen julkisuus on helpompi saada kuin positiivinen, ja senkin takia olisi hyvä viestiä useasti, vaikka asia ei aina olisikaan kovin tärkeä. Pääasia on, että viestitään ja se luo meille ihmisille sen kuvan, että asioista halutaan tiedottaa, oli ne sitten hyviä tai huonoja uutisia.

TAULUKKO 1. Sievin kunnan viestinnän SWOT-analyysi

<p>S = VAHVUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • halu kehittyä • kehittyvä brändi • sähköposti tavoittaa monet • nopeat yhteydet (kuitu) • positiivinen asenne 	<p>W = HEIKKOUEDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • viestinnän roolin tunnistaminen läpi organisaation • viestinnän merkityksen tunnistaminen • aktiivisempi eri viestintäkanavien käyttö • sähköposti ei ole kaikilla • viestien tulva-tärkeitä viestejä voi hukata massaan • ei käytetä hyväksi kaikkia viestinnän keinoja • resurssien puute • rutinoituminen
<p>O = MAHDOLLISUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktiivisempi käyttö eri viestintäkanavissa • viestinnän kytkeminen strategian toimintaohjelmiin • verkostoituminen • intranet • entistä avoimempi viestintäkulttuuri • koulutusta halukkaille • näkyvyyttä lisää • Imagon ja brändin rakentamista 	<p>T = UHAT</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihmisten tyytymättömyys kunnan viestintään • resurssien puute • näkymättömyys julkisissa medioissa • huhut • ei nähdä tiedottamisen todellista tarvetta • henkilökohtaisen vuorovaikutuksen heikkeneminen • negatiivinen julkisuus ja sen korostuminen

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• selkeät vastuut ja tavoitteet viestinnässä | |
|--|--|

7.3 Vuosikalenteri

Sosiaalisen median sivut vaativat jatkuvaa päivitystä. Suunnittelin Excel-pohjaisen vuosikalenterin, jota on helppo käyttää ja muokata sopivaksi oman toimenkuvaan ajatellen. Vuosikalenterista näkee helposti ja vaivattomasti vuorot kenen tehtävä on milloinkin päivittää sosiaalisia kanavia. (KUVIO 3.)

Vuosikalenteri		2022												2022													
		tammikuu												helmikuu													
		la	su	ma	ti	ke	to	pe	la	su	ma	ti	ke	to	pe	la	su	ma	ti	ke	to	pe	la	su	ma	ti	ke
Hallintokunta Henkilö		52	viikko 1				viikko 2				viikko 3				viikko 4				viikko 5				viikko 6				
Hallinto	Kunnanjohtaja																										
	Hallintopäällikkö																										
Tekninen	Tekninenjohtaja																										
	Toimistosihteerit 1 & 2																										
Koulutoimi	Koulutoimenjohtaja																										
	Sihteerit & Rehtori 1																										
Hyvinvointi	Hyvinvointijohtaja																										
	Kirjasto, liikunta, järjestöt, nuorisio																										
Selite	Tarina someen																										
	somepäivitys																										
	suunnittelu																										
	talousarvio																										
	tärkeä																										

KUVIO 3. Vuosikalenteri (Excel-pohja)

Facebookin viestimistiheydeksi suositellaan yhtä päivitystä päivässä. Iltapäivällä kello 13 – 16 tutkimusten mukaan on kannattavin hetki julkaista päivitys. Päivitys mikä tehdään ei voi olla mitä tahansa, vaan sisällön tulisi olla asetettujen tavoitteiden mukainen. (Kananen 2018.)

Vuosikalenteri on hyvä lisä muun sisällön ja julkaisujen tueksi, joten vuosikalenteriin kannattaa merkitä jokaiselle viikolle vähintään yksi julkaistava päivitys. Mikäli viikoilla löytyy useampia julkaisunaiheita, niin niistä voidaan valita ajankohtaan nähden parhaiten sopiva tai julkaista tasaisin väliajoin useampi julkaisu.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia Sievin kunnalle viestinnän toimintamalli. Opinnäytetyön idea kehittyi pikkuhiljaa oman kiinnostukseni pohjalta ja halusta kehittää Sievin kunnan viestintää tähän päivään. Viestinnällä on suuri merkitys jokapäiväisten toimintojen sujuvuudessa, markkinoinnissa, tavoitteissa ja palveluiden tiedoksi saattamisessa. Onnistuneella viestinnän toimintamallilla toivon olevan paljon merkitystä väkilukuaan menettävässä pienessä maalaiskunnassa, joka haluaa pysyä vetovoimaisena ja elinvoimaisena kuntana.

Ajattelin että haastatteleamalla saisin parhaiten uusia ideoita ja erilaisia näkökulmia asioihin mutta jouduin vähän pettymään. Vastaukset olivat aika lailla saman suuntaisia, muutama haastateltava antoi vähän erinäköisiä näkökulmia.

Sievin kunnan tulisi kehittää viestintää jo tälle vuosituhannele. Viestinnän roolia tulisi vahvistaa entisestään ja käyttää tehokkaasti erilaisia digitaalisia kanavia apuna esimerkiksi Instagram, TikTok, LinkedIn ja Facebook. PowerPoint-esityksessä listasin edotuksiani Sievin kunnan viestinnän kanaviksi. (KUVIO 4.)



KUVIO 4. Ehdotus Sievin kunnan viestintäkanavista

9 POHDINTA

Tämän päivän vuorovaikutuksen maailmassa, jossa viestitään paljon, on entistä tärkeämpää, että kunnassa on määritelty selvästi viestinnän vastuut ja rooli- jaot, kuka viestii, kenelle viestii, milloin viestitään. Sosiaalisen median merkitys on vallitseva kaikessa viestinnässä, oli se sitten mitä tahansa. Maailmantilanne on avannut sosiaalisen median voimaa ja avointa keskustelukulttuuria entisestään. Sosiaaliseen mediaan on myös kunnissa panostettava enemmän nyt ja tulevaisuudessa.

Viestintä on joka päiväistä, se ei rajoitu aikaan, paikkaan eikä tietyn maan rajojen sisälle. Viestintää ei käytännössä pystytä rajoittamaan, vaan sen tulee luottaa työntekijöiden harkintaan ja näin ollen yhteisten pelisääntöjen löytäminen on erittäin tärkeää.

On erittäin tärkeää luoda ne yhteiset viestintäkanavat, sopia paikat missä tietoa säilytetään ja kuka tietoja päivittää. Hyvä viestintä on johdettua ja suunniteltua. Tiedonmäärä on lisääntynyt ja tavallaan vaikeuttanut ymmärtämään asioita. Tästäkin syystä ihmisten välinen vuorovaikutus ja keskinäinen viestinnän rooli on kasvanut.

Viestinnän tavat ja ympäristö ovat muuttuneet paljon viime vuosien aikana erilaisten sähköisten kanavien myötä esimerkiksi internet ja monet sosiaaliset kanavat. Näiden johdosta viestintä on aktivoitunut ja tullut entistä läpinäkyväksi, mikä on lisännyt työtä ja kiirettä. Ihmiset ovat tiedonhaluisempia ja siitä syystä tiedon tulisi olla aina ajantasaista.

Mikäli kunta haluaa tiedottaa, viestiä, mainostaa ja tuoda omia hyviä puoliaan esiin lisäksi, että saisi kuntalaiset mukaan oman kunnan kehittämiseen on sosiaalisen median kehittäminen paikallaane esimerkiksi, tulla entistä näkyvämmäksi osaksi jokapäiväistä sosiaalista mediaa tarinoiden ja muiden tiedotettavien asioiden muodossa. On kuitenkin muistettava, että tietojen tulee pohjautua todellisuuteen eli aitoon elämänmakuiseen ja avoimeen tarinaan esimerkiksi kunnantyöntekijöihin tai kuntalaisiin esimerkiksi, millaista on elää Sievissä ja mitä täällä voi harrastaa, mitä päiväni työtehtäviin kuuluu.

Story videot Instagramissa avaavat paljon eri mahdollisuuksia markkinoida kuntaa ja sen palveluita muulle maailmalle. Eri linkkien jakaminen mahdollistaa sen, että kuka tahansa pystyy ohjaamaan halutulle verkkosivulle.

Erilaiset yhteiskunnalliset keskustelut ovat viime vuosina lisääntyneet sosiaalisessa mediassa. Ihmiset ottavat kantaa entistä rohkeammin ja keskustelua halutaan käydä hyvinkin julkisesta, mutta tässäkin on hyvä muistaa se, että esiintyykö yksityishenkilönä vai kunnan edustajana.

Kuntaviestintä tai mikä tahansa viestintä ei ole vain tiedottamista, vaan se on yhteistyötä, tiedon käsittelyä ja yhteisten ymmärryksen saavuttamista. Hyvä kuntaviestintä on ymmärrettävää, oikea-aikaista ja aktiivista, monipuolista, johdonmukaista ja läpinäkyvää, lainmukaista, avointa ja totuudenmukaista.

Tässä opinnäytetyössäni tehdystä tutkimuksesta tuli paljon kehitysideoita kuinka Sievin kunnassa pitäisi viestiä ja kuinka tärkeää se on. Uskon ja toivon, että toimeksiantaja saa työni pohjalta hyviä kehitysideoita toimintaan ja pystyy sitä kautta uudistamaan viestintäkanavia ja löytää ne keinot, kuinka saadaan kaikki ymmärtämään viestinnän tärkeys, oli se sitten sisäistä tai ulkoista viestintää. Tuloksia ei voi kovin yleistää koska haastateltavien määrä oli aika suppea. Haastattelusta saaduilla tuloksilla voidaan kuitenkin nähdä suunta, mitä kohti tulisi lähetä viestintää kehittämään ja uskon, että jotain vinkkejä niistä otetaan käytäntöön pikaisellakin aikataululla.

LÄHTEET

Google Maps 2020. Sievin kunnan sijainti Suomen kartassa. Saatavissa: <https://www.google.com/maps/>. Viitattu 1.6.2022.

Honkala, P., Kortetjärvi-Nurmi, S., Rosenström, A., Siira-Jokinen, S., 2017. Työyhteisöviestintä. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Innokylä. Vuosikello. Saatavissa: <https://innokyla.fi/tyokalut/vuosikello>. Viitattu 22.4.2022.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. uud. p. Helsinki: Inforviestintä.

Kananen, J. 2018. Digimarkkinointi ja sosiaalisen median markkinointi. Jyväskylä: Jamk.

Kuntainfo. 2022. Sievin kunnan verkkosivu. Saatavissa: <https://www.sievi.fi/kuntainfo>. Viitattu 1.6.2022.

Kuntalaki 410/2015. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/201504410> . Viitattu 9.3.2022

Kuntaliitto 2021. Kuntaviestinnän opas. Helsinki: Suomen Kuntaliitto

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-L., Ollikainen, M. 2002. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. Helsinki: WSOYpro.

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Plandisc. Vuosikello. Saatavissa: <https://plandisc.com/fi/vuosikello-luo-kattavan-kokonaiskuvan/> Viitattu 22.4.2022.

Riskikompassi 2022. Saatavissa: <https://riskikompassi.fi/rhprosessi/tyokaluja/>. Viitattu 22.4.2

Seppälä J., Suomen Kuntaliitto 2001, Kunnan viestintä. Helsinki: Kuntatalon paino.

Suomen Kuntaliitto 2016. Kuntaviestinnän opas. Helsinki: Kuntatalon paino.

Viestinnän trendit 2022. Saatavissa: <https://viesti.fi/viestinnan-trendit-2022/> Viitattu 22.4.2022.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

Haastattelukysymykset Sievin kunnan työntekijöille, jotka vastaavat pääsääntöisesti viestinnästä (työntekijöiden näkökulmasta katsottuna)

1. Mikä Teidän, mielestä on Sievin kunnan viestinnän nykytila ja miten haluaisitte kehittää sitä?
2. Mitkä ovat tärkeimmät sidosryhmänne? Miten viestitte tällä hetkellä ja mitä kanavia käytätte kullekin sidosryhmälle?
3. Mitkä katsotte, että ovat suurimmat haasteet viestinnässä? Mikä ei toimi ja mihin haluaisitte parannusta?
4. Miten koette, toimiiko sisäinen ja ulkoinen tiedottaminen / viestintä Sievin kunnassa?
5. Mitkä ovat Sievin kunnan vahvuudet viestinnässä? Mitä Sievin kunnassa tehdään paremmin kuin muissa kunnissa ja mitä taasen huonommin?
6. Mitkä sidosryhmät ovat teille ongelmallisimpia viestinnän osalta? Oma arvionne siitä, että eri sidosryhmät eivät toimi niin kuin haluaisitte.
7. Mitkä ovat mielestänne kunnan viestinnässä tärkeimmät tehtävät? (min. kolme)
8. Mitä viestintäkanavia Sievin kunnan pitäisi käyttää sisäisessä viestinnässä ja mitä ulkoisessa viestinnässä? (kolme)
9. Mikä viestintäkanava on käytössä kriisi- ja poikkeustilanteissa? (kuka, kenelle, milloin).
10. Jotain muuta mitä haluatte nostaa esille Sievin kunnan viestinnässä / tiedottamisessa?

Haastattelukysymykset Sievin kunnan kylien kyläneuvoston jäsenille (kuntalaisten näkökulmasta katsottuna)

1. Mikä Teidän, mielestä on Sievin kunnan viestinnän nykytila ja miten haluaisitte kehittää sitä?
2. Mitkä ovat tärkeimmät sidosryhmänne? Miten viestitte tällä hetkellä ja mitä kanavia käytätte kullekin sidosryhmälle?
3. Mitkä katsotte, että ovat suurimmat haasteet viestinnässä? Mikä ei toimi ja mihin haluaisitte parannusta?
4. Miten koette, toimiiko sisäinen ja ulkoinen tiedottaminen / viestintä Sievin kunnassa?
5. Mitkä ovat Sievin kunnan vahvuudet viestinnässä? Mitä Sievin kunnassa tehdään paremmin kuin muissa kunnissa ja mitä taasen huonommin?
6. Mitkä sidosryhmät ovat teille ongelmallisimpia viestinnän osalta? Oma arvionne siitä, että eri sidosryhmät eivät toimi niin kuin haluaisitte.
7. Mitkä ovat mielestänne kunnan viestinnässä tärkeimmät tehtävät? (min. kolme)
8. Mitä viestintäkanavia Sievin kunnan pitäisi käyttää sisäisessä viestinnässä ja mitä ulkoisessa viestinnässä? (kolme)
9. Mikä viestintäkanava on käytössä kriisi- ja poikkeustilanteissa? (kuka, kenelle, milloin).
10. Jotain muuta mitä haluatte nostaa esille Sievin kunnan viestinnässä / tiedottamisessa?