



VIESTINTÄOHJE

voimaantulo 1.1.2024 alkaen
hyväksytty khall 27.11.2023 § 212

Sisällysluettelo

1	Viestintäohjeen tavoitteet	2
1.1	Kunnan viestintä ja lakivaatimukset	3
1.2	Saavutettavuusvaatimukset.....	3
1.3	Viestinnän eettiset ohjeet	3
1.4	Kuntastrategian toteuttaminen viestinnän avulla	4
1.5	Markkinointistrategian tavoitteet viestinnässä	4
1.6	Isonkyrön strategiasta johdetut viestinnän tavoitteet.....	5
2	Sisäinen viestintä.....	5
2.1	Sisäisen viestinnän kanavat ja niiden käyttö.....	6
3	Vastuut ja organisointi.....	6
3.1	Ulkoisen viestinnän suunnittelu ja toteutus.....	7
3.1.1	Palvelualueiden viestintähenkilöt.....	7
3.1.2	Henkilöstö viestijöinä.....	7
3.1.3	Luottamushenkilöt viestijöinä.....	7
4	Ulkoisen viestintä.....	7
4.1	Graafinen ohjeistus	7
4.2	Vaakuna, symboli ja logo	7
4.3	Kuvien käyttö ulkoisessa viestinnässä.....	8
5	Ulkoisen viestinnän kanavat ja kohderyhmät.....	8
5.1	Mediaviestintä.....	9
5.1.1	Tiedotteet.....	9
5.1.2	Tiedotustilaisuudet.....	10
5.1.3	Haastattelut ja lähdesuoja	10
5.1.4	Vastineet ja oikaisu	11
5.2	Valmistelu ja päätösviestintä.....	11
5.2.1	Julkiset ja salassa pidettävät asiat.....	11
5.2.2	Kuulutukset.....	11
5.2.3	Kuntalainen vaikuttajana.....	11
5.3	Markkinointiviestintä.....	12
5.3.1	Messut ja tapahtumat.....	12
5.3.2	Lehti-ilmoitukset	12
5.3.3	Verkkoviestintä.....	12
5.3.4	Kunnan verkkosivut	12
5.3.5	Sosiaalinen media.....	13
5.4	Kriisiviestintä.....	13

1 VIESTINTÄOHJEEN TAVOITTEET

Isonkyrön kunnan viestinnän perustehtävä on edistää isokyröläisten hyvinvointia tarjoamalla tietoa kunnan toiminnasta, palveluista, suunnitelmista ja tavoitteista. Viestintä tukee johtamista, kehittämistä ja strategisten tavoitteiden toteutumista. Viestintä edesauttaa Isonkyrön kunnan mission ja vision toteutumista.

Kuntastrategiassa Isonkyrön kunnan missio on:

”Isokyrö huolehtii asukkaidensa hyvinvoinnista laadukkailla palveluilla, mahdollistaa viihtyisän ja turvallisen elämisen sekä monimuotoisen yrittämisen”

Kuntastrategian visio 2030

”Parasta, mitä Suomessa voit tehdä, on elää ja yrittää Isossakyrössä”

Isonkyrön slogan: *Isokyrö – Elämää suurempi*



Kuva 1 Kuva 1 Miksi kunta viestii ja markkinoi. Lähde viestintäopas 2016 mukailten

Markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut muodostavat toisiaan tukevan kokonaisuuden, jonka tehtävänä on toisaalta kunnan markkinointi ja toisaalta asukkaiden hyvinvoinnin edistäminen avoimella ja osallistavalla viestinnällä sekä laadukkaalla asiakaspalvelulla.

Viestintäohjeessa määritellään toimintojen ja palvelujen yhdenmukainen toimintatapa, sisäiseen ja ulkoiseen viestintään käytettävät kanavat, ulkoisen viestinnän yhdenmukaisen ilmeen saavuttamiseen ja kriisiviestintä. Viestinnän avulla toteutetaan markkinointistrategien tavoitteita parantaa kunnan kilpailuasemaa asukkaista, yrittäjistä, työpaikoista, työvoimasta ja matkailusta.

1.1 Kunnan viestintä ja lakivaatimukset

Kunnan viestintä perustuu muun muassa kuntalakiin, hallintolakiin ja julkisuuslainsäädäntöön.

Kuntalain keskeisiä tavoitteita ovat valmistelun avaaminen ja kaksisuuntainen vuorovaikutus. Viestinnän merkittävimmät arvot mainitaan lain perusteluissa: ”Aktiivinen, monikanavainen, riittävä, ymmärrettävä ja oikea-aikainen viestintä luo edellytyksiä osallistumiselle ja vaikuttamiselle”.

Julkisuuslaki turvaa ja edistää tiedonsaantia. Julkishallinnon viestintää ohjaa julkisuusperiaate, jonka mukaan jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta ja viranomaisten asiakirjat ovat julkisuuslain mukaan pääasiassa julkisia. Asiakirjat ovat salaisia vain perustellusta syystä, esimerkiksi ihmisten yksityiselämään ja yritysten liiketoimintaan liittyvät tiedot.

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

Erityislainsäädännöstä mm. Maankäyttö- ja rakennuslaki säätelee erikseen alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Ympäristönsuojelulaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan ympäristön tilaa koskevista seurantatiedoista. Lisäksi kunnan viestintään vaikuttavat muun muassa henkilötietolaki, hankintalaki sekä sähköisen viestinnän lainsäädäntö.

Kuntalaki 29 § Viestintä

Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelystä toteutuu.

Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.

1.2 Saavutettavuusvaatimukset

Saavutettavuusvaatimukset perustuvat Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviin Saavutettavuusdirektiivi (EU) 2016/2102 sekä digitaalisten palvelujen tarjoamista koskevaan asetukseen 306/2019. Saavutettavuuslain tarkoitus on edistää digitaalisten palvelujen saatavuutta, laatua, tietoturvallisuutta ja edesauttaa mahdollisuutta käyttää digitaalisia palveluita yhdenvertaisesti.

1.3 Viestinnän eettiset ohjeet

Viestinnän eettinen neuvottelukunta päivittää ja ylläpitää viestinnän eettisiä ohjeita. Vastuullinen viestintä on avointa, rehellistä, luotettavaa ja arvostavaa. Viestinnän eettiset ohjeet löydät: <https://ven.fi/ohjeet/viestinnan-eettiset-ohjeet//>

1.4 Kuntastrategian toteuttaminen viestinnän avulla

Viestinnän avulla tuodaan näkyviin kunnanvaltuuston hyväksymässä kuntastrategiassa määriteltyjä arvoja **avoimuus, vastuullisuus, ketteruus ja yhteisöllisyys**. Arvojen toteutuminen ja vahvistaminen tarvitsee avointa, vastuullista, ketterää ja yhteisöllistä vuorovaikutukseen aktivoivaa viestintää kunnan työntekijöiltä, luottamushenkilöiltä, kuntalaisilta, yrityksiltä sekä matkustajilta.

Toimiva ja suunnitelmallinen viestintä vahvistaa Isossakyrössä elämistä, yrittämistä ja yhteisöllisyyttä. Viestintä tuo näkyvyyttä, herättää mielenkiintoa ja luo mielikuvia.

Viestinnällä vaikutetaan työnantajakuvaan ja palveluiden sekä viestinnän sisällön vastatessa asukkaiden, yrittäjien ja matkailijoiden kohtaamiin haasteisiin luodaan pohjaa kunnan strategian ja markkinointistrategian tavoitteiden saavuttamiselle.

Avoimuus perustuu aitoon vuorovaikutukseen, yhteistyön arvostukseen ja oikea-aikaiseen sekä selkeään viestintään.

Isonkyrön kuntastrategiassa määritellyt kolme painopistettä ovat **eläminen, isokyröläisyys ja yrittäminen**.



Kuva 2 Kuntastrategian päämäärät

Viestinnän avulla tuetaan kuntastrategiassa määriteltyjen painopisteiden toteutumista. Viestinnän näkökulmasta näiden kärkien kohderyhmäksi muodostuvat kuntalaiset, yrittäjät ja ihmiset yli kuntarajojen. Edellä mainittujen kohderyhmien sisälle muodostuu palvelukohtaisia kohderyhmiä, joiden toimintatapojen tunteminen ja tunnistaminen nousevat viestinnän onnistumisessa keskeiseen rooliin. Esimerkiksi kuntalaisista muodostuvat viestinnän kohderyhmät iän perusteella ovat: alle kouluikäiset, ala- ja yläkoululaiset, opiskelijat, työikäiset ja eläköityneet. Ihmisistä, yhteisöistä, yhdistyksistä ja yrityksistä muodostuu myös erilaisia viestinnän kohderyhmiä, joiden palvelut ja toiminnot ovat erilaisia ja tavoitettavuus sekä mielenkiinnot ryhmäkohtaisia.

Yrittäminen ja yritykset nousevat esiin kuntastrategiassa sekä kunnan markkinointistrategiassa. Yrittäjyys ja yritystoiminta perustuu ihmisiin, jolloin viestinnän kannalta tärkeää on tunnistaa asumiseen, yrittäjyyteen ja elämiseen liittyviä ongelmia ja haasteita, joihin kunnan viestinnällä vastataan.

1.5 Markkinointistrategian tavoitteet viestinnässä

Isonkyrön kunnan viestinnällä tuetaan sekä toteutetaan markkinointistrategiassa (Kunnanhallitus 4/2023 13.3.2023) asetettuja tavoitteita.

”Markkinointistrategiassa tavoitteena on parantaa kunnan asemaa kilpailussa asukkaista, yrittäjistä, työpaikoista, työvoimasta ja matkailijoista.”

Isokyrö haluaa olla houkutteleva vaihtoehto yrityksille, yhteisöille ja yksilöille, jotka haluavat tehdä maailmasta omanlaisensa ja paremman paikan olla, elää ja yrittää. Viestintä kunnan järjestämistä palveluista, sijainnista, monipuolisista asumismahdollisuuksista, luonnosta, elinympäristöstä sekä kulttuurihistoriasta toteuttaa markkinointistrategiassa määritellyjä tavoitteita ja auttaa saavuttamaan tavoitteita.

Oikea-aikainen ja suunnitelmallinen sekä Isokyrö-brändiä vahvistava viestintä lisää kunnan vetovoimaa ja luo tietoisuutta markkinointistrategiassa määritellyille veto- ja pitovoimatekijöille **koti, paikka, kunta ja yrittäjyys**. Markkinointitoimenpiteiden toteutuminen viestinnän kanssa yhteistyössä toteuttaa Isokyrön palvelujen ja aktiviteettien löydettävyyttä ja houkuttavuutta. Viestinnänkanavien avulla muodostetaan vuorovaikutteisia kanavia ja toimia, mahdollistetaan osallistaminen ja luodaan suhteita.

Isokyrön markkinointistrategiaa toteutetaan yhdessä Isokyrön Kehitys Oy:n kanssa.

Markkinointistrategian mukaisesti Isokyrön markkinointiviestinnässä haetaan uusia, innovatiivisia ja erottuvia tapoja tehdä asioita ja resurssit kohdennetaan täsmällisesti. Avainsanoja ovat **luovuus, mielikuvitus, ketteryys ja tuloksellisuus**. Markkinointi jalkautetaan kohderyhmälle sopivia keinoja ja kanavia käyttäen: esimerkiksi sosiaalinen media, kokemuksellinen markkinointi, ulkomainonta ja sissimarkkinointi.

1.6 Isokyrön strategiasta johdetut viestinnän tavoitteet

Kuntastrategiaa on jalkautettu tavoitteiksi talousarviossa 2023 seuraavasti:

”Kunnan viestintää ja markkinointia tehostetaan hyväksytyjen ohjeiden ja strategioiden mukaisesti. Sosiaalista mediaa hyödynnetään positiivisen julkisuuskuvan vahvistamisessa ja kunnan yleisen tunnettavuuden parantamiseksi yhdessä henkilöstön ja luottamushenkilöiden kanssa. Markkinointistrategian mukaisesti kunnan vetovoimatekijöitä ovat koti, paikka, kunta ja yrittäjyys, jotka luovat erinomaiset edellytykset merkityksellisemmälle elämälle.

Kuntalaisten osallisuutta ja vaikuttamismahdollisuuksia sekä ulkoista viestintää lisätään edelleen.

Sisäistä ja ulkoista viestintää ja tiedonkulkua kehitetään. Myös tavoitteiden asettamista ja tulosraportointia kehitetään jatkuvasti. Toiminnan tavoitteet, tulosten ja osaamisen arviointi sekä kehittämistarpeet ovat keskeinen osa kehityskeskusteluja. Vapaata keskustelua ja vuorovaikutusta lisätään kehittämällä virasto-, palvelualue- ja työpaikkapalavereita sekä järjestämällä muita vapaamuotoisia yhteisiä työpaikkarajat ylittäviä tilaisuuksia. Toimintansa kehittämiseksi toimielimet järjestävät myös vapaamuotoisia tilaisuuksia erilaisissa toimintaympäristössä.”

2 SISÄINEN VIESTINTÄ

Kaiken ulkoisen viestinnän perustana on hyvä sisäinen viestintä.

Hyvä sisäinen viestintä ja tiedonkulku auttavat organisaatiota työskentelemään tehokkaasti. Kunnan sisäinen viestintä tulee olla kaksisuuntaista, avointa vuorovaikutusta työntekijöiden, esihenkilöiden ja johdon välillä. Suuri vastuu sisäisestä tiedonkulusta on yksiköiden esihenkilöt, joiden tulee pitää oma joukko ajan tasalla. Säännölliset viikkopalaverit ja päivittäinen kommunikointi on tärkeää ja siihen sisältyy myös rakentavan palautteen antaminen. Hyvät ja huonot uutiset/asiat on kerrottava riittävän varhaisessa vaiheessa ja tasapuolisesti. Työntekijällä on myös vastuu selvittää asioita oma-aloitteisesti.

Sisäinen viestintä voi olla suullista, kirjallista tai sähköistä. Sisäisen viestinnän välineitä ovat mm. esihenkilöpä-laverit sekä palvelualueen tai työyksikön palaverit, sähköpostiviestit ja pikaviestimet (teams).

2.1 Sisäisen viestinnän kanavat ja niiden käyttö

Toimiva sisäinen viestintä auttaa onnistumaan ulkoisessa viestinnässä. Hyvä sisäinen viestintä auttaa ylläpitä-mään Isonkyrön kunnan yhteishenkeä ja se vaikuttaa työnantajamaaineeseen. Onnistunut sisäinen viestintä näkyy ulkoisessa viestinnässä.

Isonkyrön kunnassa kehitetään sisäisen viestinnän välineitä ja hyödynnetään seuraavia työyhteisöviestinnän kanavia:

- Henkilöstöinfot
- Sähköposti
- Yksikkökohtaiset viikko- tai kuukausipalaverit
- Kehityskeskustelut
- Pikaviestimet (Teams)
- Face to face-viestintä

Pikaviestimiä, esimerkiksi Teams-sovellusta, voidaan käyttää kiireellisten asioiden hoitoon tai yhteisöllistä sopi-mista vaativien keskustelujen alustana. Teamsiin voi muodostaa ryhmän esimerkiksi dokumentin tekemistä varten ja ryhmässä kaikki osalliset saavat tiedon muutoksista, työn etenemisestä ja keskustelusta heti. Teams on toimiva alusta tervehdyksille sekä muille keskusteluille ja otetaan aktiiviseen käyttöön.

3 VASTUUT JA ORGANISOINTI

Hallintosäännön 7 §:n mukaan

”Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vas-taavat viranhaltijat.

Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä osallistavalle ja avoimelle toiminnalle asioi-den 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. Vies-tinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kunnan eri asukasryh-mien tarpeet.”

Viestintää tapahtuu monissa eri kanavissa ja vastuu kunnan viestinnästä sekä sen suunnittelusta ja ohjeista-misesta on kunnanjohtajalla, palvelualueiden johtajilla oman palvelualueen osalta sekä viranhaltioilla ja asian-tuntijoilla.

Jokainen kunnan organisaatiossa viestii työssään koko ajan. Viestintä kuuluu kaikille.

3.1 Ulkoisen viestinnän suunnittelu ja toteutus

3.1.1 Palvelualueiden viestintähenkilöt

Palvelualueiden viestintää hoitavat henkilöt toimivat yhteistyössä esihenkilöiden kanssa ja hoitavat oman palvelualueensa viestintää oman työnsä ohella, viestimällä ajankohtaisista ja kiinnostavista asioista monipuolisesti. He lisäävät ja päivittävät osaston tietoja sähköisiin kanaviin ja aktivoivat palvelualueen henkilöstöä tuomaan esiin viestittäviä asioita. Päivityksen vastuut tulee jakaa selkeästi ja usealle päivittäjälle.

3.1.2 Henkilöstö viestijöinä

Jokainen kunnan työntekijä viestii mielikuvaa Isonkyrön kunnasta. Asiakaspalvelu on oleellisesti kunnan imagoon vaikuttava tekijä. Viestinnän tulee olla omaa työyhteisöä ja kuntalaisia arvostavaa. Asioista ulospäin viestiessä on tärkeää, että se tapahtuu yhteisesti hyväksytyjen pelisääntöjen mukaisesti ja tehtyjä päätöksiä kunnioittaen. Jokainen kunnan työntekijä on velvollinen opastamaan kuntalaista/asiakasta oikean tiedon/palvelun löytämisessä. Opastukseen on suhtauduttava asiakkaan näkökulmasta käsin ja oltava valmiina auttamaan asiakasta eteenpäin myös oman vastuualueen ulkopuolelle menevissä kysymyksissä.

3.1.3 Luottamushenkilöt viestijöinä

Kuntalaisten, luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden vuoropuhelua tulee edistää. Rakentava vuoropuhelu tuo uusia näkökulmia asioiden valmisteluun ja päätöksentekoon.

Kunnan luottamushenkilöllä on oikeus saada kunnan viranomaiselta tietoja ja nähtäväkseen asiakirjoja, joita hän toimessaan pitää tarpeellisena, jolleivät ne sisällä salassa pidettäviä tietoja. Ja hänellä on oikeus niihin salassa pidettäviinkin tietoihin, joita hän tarvitsee toimielimen käsiteltävinä olevissa asioissa.

4 ULKOINEN VIESTINTÄ

4.1 Graafinen ohjeistus

Graafisessa ohjeistuksessa määritellään Isonkyrön kunnan visuaalinen ilme ja ohjeistetaan vaakunan, logon ja symbolin käyttö, ulkoasu, suoja-alueet, värit ja fontti.

Graafinen ohjeistus löytyy: Henkilöstöasiat → Viestintä_Markkinointi → Isokyro_ohjeisto_kasikirja_260619visuaalinenilme.pdf.

4.2 Vaakuna, symboli ja logo

Isonkyrön vaakuna: kultakilvessä pystyssä musta karhu, jonka varukset (kieli, hampaat, kynnet) ovat punaiset, pidellen kämmenissään vihreää kuusentyveä.

Isonkyrön kunnan vaakunaa käytetään kunnan toimielimien **esityslistoissa ja pöytäkirjoissa**. Sitä voidaan käyttää korkeatasoisissa julkaisuissa, joissa tehdään tunnetuksi Isonkyrön kuntaa sekä paikkakuntalaisissa erityistuotteissa ja niiden markkinoinnissa. Vaakunan käytöstä päättää kunnanjohtaja, joka antaa tapauskohtaisesti harkintansa mukaan vaakunan käyttöluvan. Vaakunaa on käytettävä heraldisten ohjeiden mukaisesti.

Isonkyrön kunnan logo, jossa on Tohnin ikkuna, käytetään markkinointiviestinnässä; mainoksissa, ilmoituksissa ja markkinointimateriaaleissa sekä pääosin työpaikkailmoituksissa.

Logon ja sloganin käyttö

- Logoa sloganilla ”Elämää suurempi” käytetään kunnan toiminnasta kertovissa julkaisuissa ja tapahtumailmoituksissa, jotka ovat vähemmän virallisia ja slogan sopii tapahtuman luonteeseen.
- Logoa ilman slogania käytetään virallisissa yhteyksissä.
- Logo + palvelualue lisätään ilmoituksiin, jotka selvästi toteutetaan tietyn palvelualueen toimesta.

Tohnin akkuna – **symbolin** pisaraa voidaan käyttää myös infograafina.

Tohnin akkuna -symbolin pisarat kuvaavat strategisia veto- ja pitovoimatekijöitä:

- 1 pisara = sijainti ja paikka
- 2 pisaraa = koti ja sydän
- 3 pisaraa = kunta ja palvelut,
- koko Tohnin akkuna = yrittäjyys ja yhteishenki.

Logon mittasuhteet eivät saa muuttua ja logoa ei saa sijoittaa taustaan, josta se ei selkeästi erotu ja suoja-alueet on huomioitava aina. Käytä taustaväriä, mikäli logo ei selvästi erotu taustaväristä.

Tarkista graafisesta ohjeistosta tarkemmat ohjeet suoja-alueeseen, logon ja kunnan värimaailmaan.

4.3 Kuvien käyttö ulkoisessa viestinnässä

Kunnalla on viestinnän käyttöön kerättyä kuvamateriaalia. Eri palvelualueilla on myös käytössä omaa kuvamateriaalia mm. tapahtumista, kohteista ja rakentamisesta, joita voidaan käyttää.

Valokuvien käytön kanssa tulee olla tarkkana, että ei rikota yksityisyyden suojaa ja käytettävään kuvaan tulee olla käyttöoikeus. Yksinkertainen perussääntö on aina luvan kysyminen kuvattavalta sekä kuvaamiseen että julkaisemiseen. Lupa olisi hyvä olla kirjallisena.

Kuvien käytössä on huomioitava saavutettavuuden vaatimukset.

5 ULKOISEN VIESTINNÄN KANAVAT JA KOHDERYHMÄT

Viestintää suunniteltaessa ja toteutettaessa otetaan huomioon Isonkyrön kunnan keskeisimmät kohde- ja sidosryhmät. Viestinnän sisältö on asiakkaan tarpeesta lähtevää, oikea-aikaista, avointa ja vastuullista. Kieli on selkeää, ymmärrettävää ja vastaanottajaa kunnioittavaa. Sisällön tuottamisessa ymmärretään kohderyhmän toimintaa ja tarpeita sekä valitaan kanavat sekä kieli siten, että kohderyhmä ymmärtää viestin ja saavutetaan oikea-aikaisesti.

Palvelualueilla on omanlaiset viestinnän tarpeet ja kohderyhmät, jotka on huomioitava palvelualue- ja palvelukohtaisesti. Kohderyhmän tunnistamisen kautta pystytään viestintää tekemään oikeissa kohderyhmän käyttämissä kanavissa.

Isonkyrön kunnan keskeisimmät kohderyhmät ovat:

- Kuntalaiset ja potentiaaliset kuntalaiset
 - Nykyiset ja potentiaaliset yritykset
 - Vierailijat, vapaa-ajan viettäjät ja matkailijat
 - Luottamushenkilöt
 - Kunnan henkilöstö
 - Media
-

- Muut kunnat
- Muut viranomaiset
- Koulut ja oppilaitokset
- Kunnassa toimivat yhdistykset ja järjestöt

Isonkyrön kunta käyttää monipuolisesti ja -kanavaisesti eri viestinnän kanavia.

Viestinnän kanavat:

- Isonkyrön kunnan verkkosivut
- Tiedotus- ja infotilaisuudet
- Tiedotteet ja kuulutukset
- Etelä-Pohjanmaan tapahtumakalenteri
- Some-kanavat; Facebook, Instagram, YouTube-kanavat, LinkedIn, TikTok
- Suljetut ryhmät; esim. Wilma, Daisy, Whatsapp, Snapchat
- Sanomalehdet (painettu+digi)
- Tv
- Radio
- Esitteet
- Valotaulu
- Markkinat
- Tapahtumat
- Ilmoitustaulu

Viestinnän kanavia hyödynnetään kohderyhmäkohtaiseen viestintään sekä vuorovaikutuksen luomiseen ja Isonkyrön kunnan palveluista sekä toiminnasta kertomiseen.

5.1 Mediaviestintä

Tiedotusvälineitä kohdellaan tasapuolisesti, ystävällisesti ja aktiivisesti. Tieto eri tiedotusvälineille annetaan samanaikaisesti ja samansisältöisenä. Kunnanvaltuuston, kunnanhallituksen ja lautakuntien esityslistat ovat tiedotusvälineiden saatavilla Isonkyrön kunnan verkkosivuilta [esityslistahausta](#) 4 päivää ennen kokousta. Tieto kokouksen esityslistasta lähetetään tiedotusvälineille.

Tiedotusvälineet ovat tervetulleita seuraamaan kunnanvaltuuston kokouksia paikanpäälle. Kunnanhallituksen päätökset lähetetään sähköpostitse tiedotusvälineille kokousten jälkeen. Kokousten pöytäkirjat ovat nähtävillä Isonkyrön kunnan verkkosivulla vähintään nähtävilläoloajan. Päätöksistä voi myös tiedustella puhelimitse tai sähköpostitse. Kunnanhallituksen, -valtuuston ja lautakuntien kokouspöytäkirjat ovat verkkosivuilta haettavissa 5 vuoden ajan.

5.1.1 Tiedotteet

Tiedote voi olla mediatiedote, taloustiedote tai tilinpäätöstiedote. Tiedotteen sisällön ajankohtaisuus ja uutisen tuoreus lisäävät kiinnostusta asiaa kohtaan.

Mediatiedote kirjoitetaan uutisesta tai ajankohtaisesta tapahtumasta. Kerro tiedotteen sisältämä uutinen otsikossa ja kirjoita tiedotteen sisältö otsikkoa tukevaksi.

Taloustiedotteen kautta kerrotaan organisaation talouteen liittyvistä asioista ja vaikuttavuudesta tietyille kohderyhmälle tai sidosryhmälle suoraa tai pyritään saamaan media kiinnostumaan tiedotteesta. Tiedotteessa kuvataan asioita konkreettisin asioita avaavien lukujen kautta. Taloustiedotteen laadinnassa on huomioitavaa asian vaikuttavuus, ajankohtaisuus ja tiedon tarve sidos- ja kohderyhmän näkökulmasta.

Tilinpäätöstiedotteessa julkistetaan tilinpäätöksen pääkohdat tilikauden päättymisen jälkeen.

Tiedotteen tulee olla tiivis, selkeä, neutraali ja asiapitoinen.

Tiedotteen sisältö:

- Otsikko on tärkeä
- Julkaisuaika ja julkaisija
- Ingressi eli johdanto
- Kuva, jos aiheen voi luontevasti kuvittaa
- Leipäteksti
- Kuka antaa tai mistä saa lisätietoja.
- Linkki isokyro.fi-sivustolle tarvittaessa

Tiedotteen **otsikko** herättää mielenkiinnon asiaan. Hyvä otsikko on informatiivinen, selkeä ja tuo esiin tiedotteen sisällöstä tärkeimmän.

Ingressi teksti eli lyhyt **johdanto** tiedotteen sisältöön nostaa esiin esim. 3 tärkeintä nostoa tiedotteesta yleisellä tasolla. Ingressi teksti voi myös olla suoraan some-postaukseen liitettävä lyhyt, informatiivinen ja mielenkiintoa herättävä tiivistelmä. **Kuva**, jonka media voi liittää omaan uutiseen ja se kuvastaa tiedotteen sisältöä.

Leipäteksti sisältää tiedotteen varsinaisen sisällön. Kirjoita uutinen selväsanaisesti ja lisää asiaan liittyviä tarkentavia yksityiskohtia, asian/päätöksenteon taustaa, joka avaa asiaan liittyvää kokonaiskuvaa. Tiedote on noin yhden A4 sivun mittainen. Käytä kuvaavia väliotsikoita.

Ilmoita tiedotteen loppuun **kuka antaa** tiedotteen sisältöön liittyvää **lisätietoa**. Lisää isokyro.fi -sivuston **linkki** tai linkki tiedotteen taustalla olevaan päätökseen.

Tiedotteet julkaistaan kunnan verkkosivuilla/ Tiedotteet-kohdassa ja tiedote lähetetään tiedotusvälineille. Tiedotteen sisällöstä riippuen sitä voidaan jakaa myös sisäisen tiedottamisen kautta sähköpostilla.

Tiedotteesta tehtyyn uutiseen ei tiedotteen tekijä voi vaikuttaa vaan media tekee tiedotteen pohjalta omia intressejä tukevan uutisen.

5.1.2 Tiedotustilaisuudet

Tiedotustilaisuus järjestetään, kun tiedote ei riitä selventämään asiaa riittävällä tavalla tai asiasta tulee paljon kyselyitä ja niihin vastaaminen ei ole mahdollista. Tiedotus- tai infotilaisuuden kautta pyritään tyydyttämään kohderyhmän tai median tiedon tarve. Kohderyhmään vaikuttavasta tai merkittävästä asiasta voidaan pitää tiedotustilaisuus, jossa annetaan asiaan tarkentavia lisätietoja ja kuunnellaan kohderyhmää.

Tiedotustilaisuus voidaan järjestää pelkästään tiedotusvälineille tai tiedotustilaisuus voi olla kuntalaisille suunnattu yleisötilaisuus, johon media on myös tervetullut osallistumaan. Tiedotustilaisuus voi olla samalla kuntalaisten kuulemistilaisuus tai esim. kaavoituskatsaus tai markkinavuoropuhelu. Näistä tilaisuuksista voidaan tehdä myös tiedote, jossa saadaan painotettua juuri niitä asioita, mitkä järjestäjän kannalta ovat tärkeitä ja tieto tulee kaikille osapuolille (tiedotusvälineet) samansisältöisenä ja riittävänä. Tiedote voidaan lähettää myös tilaisuuden jälkeen niille kanaville, jotka eivät olleet paikalla.

5.1.3 Haastattelut ja lähdesuoja

Haastatteluun tulee valmistautua keräämällä tarpeellinen materiaali valmiiksi ja valitsemalla rauhallinen paikka. Haastateltavan tulee tietää, mihin haastattelu tulee ja mihin sitä käytetään. Haastattelun jälkeen teksti on syytä pyytää luettavaksi ennen julkaisua.

Lähdesuoja antaa viestin laatijalle ja julkaisijalle oikeuden olla paljastamatta lähteen henkilöllisyyttä. Lähdesuoja voidaan kuitenkin tietyissä tapauksissa tuomioistuimen päätöksellä murtaa.

Haastattelua ennen on hyvä selvittää haastattelijalta tarkemmin tietoa haastattelun taustasta, jutun aiheesta ja tarkoituksesta, haastateltavan roolista ja haastattelussa käsiteltävistä aiheista. Toimittaja ja media päättävät haastattelun lopullisen sisällön, muodon ja uutisen ajankohdan. Maineen ja imagon kannalta on tärkeää myös tuntea haastattelevan median arvot ja asenteet sekä miettiä, miten haastattelu tukee organisaation mainetta ja imagoa.

5.1.4 Vastineet ja oikaisu

Vastineen avulla kunta voi tarvittaessa puolustautua kohtuutonta tai asiatonta arvostelua vastaan. Pelkkä mielipide-ero ei oikeuta vastineeseen. Yleisönosaston yksilöityihin kysymyksiin voidaan vastata, mikäli vastauksella katsotaan olevan yleisempää merkitystä. Selvät asiavirheet voidaan korjata. Mielipiteitä ei sen sijaan ole tarpeellista kommentoida. Vastineen ja oikaisun tekemisestä julkaisuun tai mielipidekirjoitukseen päättää kunnanjohtaja, joka antaa tapauskohtaisesti harkintansa mukaan ohjeita vastineen tai oikaisun laatimiseen. Vastine tai oikaisu on tehtävä mahdollisimman nopeasti.

5.2 Valmistelu ja päätösviestintä

Kuntalain 29 § velvoittaa kuntaa mm. tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat osallistua päätösten valmisteluun.

Kuntalaisten osallistumista valmisteluun pyritään lisäämään mm. kysymällä heidän mielipidettään vireille tulevista asioista ja järjestämällä kuntalaisille keskustelutilaisuuksia.

5.2.1 Julkiset ja salassa pidettävät asiat

Viranomaisten asiakirjat ovat pääsääntöisesti julkisia. Julkisuuslain mukaan salassa pidettäviä asioita ei anneta julkisuuteen. Kokousasiat on pyrittävä kirjoittamaan niin, että käsiteltävä asia on varsinaisessa pykälätekstissä eikä liitteessä. Pykälätekstin tulee olla ymmärrettävää.

5.2.2 Kuulutukset

Kuntalain 108 §:n mukaan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne yleisessä tietoverkossa, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu, sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla. Ilmoitusten on oltava yleisessä tietoverkossa 14 vuorokautta, jollei asian luonteesta muuta johdu. Ilmoituksen sisältämät henkilötiedot on poistettava tietoverkosta edellä mainitun ajan kuluttua.

Erityislainsäädännössä on edelleen mainintoja kunnan ilmoitusten julkaisemisesta paperimuotoisena fyysisellä ilmoitustaululla. Isonkyrön kunnan ilmoitustaulu sijaitsee kunnanviraston pääsisäkäynnin läheisyydessä ensimmäisessä kerroksessa. Erityislain niin vaatiessa on kuulutus siis julkaistava myös fyysisellä ilmoitustaululla.

5.2.3 Kuntalainen vaikuttajana

Kuntalainen voi tehdä kuntalaisaloitteen Isonkyrön kunnalle sivustolta [kuntalaisaloite.fi](https://www.isonkyro.fi/kuntalaisaloite). Kuntalaissa (410/2015 22–29§) on asetettu kunnalle veloitteet, joissa määritellään kuntalaisen oikeudet osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan.

Kuntalainen voi antaa kunnalle lisäksi palautetta tai esittää kysymyksen mm. kirjeitse, sähköpostilla tai verkkosivujen kautta chat-toiminnolla. Kunnanvaltuuston, -hallituksen ja lautakuntien esityslistat ja pöytäkirjat ovat luettavissa kunnan verkkosivuilla.

5.3 Markkinointiviestintä

Isonkyrön kunta markkinoi erilaisissa median kanavissa tapahtumia, toimintaa ja kuntaa. Markkinointiviestintä tuo näkyvyyttä ja vahvistaa tunnettavuutta.

5.3.1 Messut ja tapahtumat

Messuille ja tapahtumiin kunta osallistuu osastollaan harkinnan mukaan. Osastolla on oltava näkyvässä kunnan logo selkeästi ja edustavasti.

Isokyrö järjestää myös kuntana ja palvelualueittain erilaisia tapahtumia, jotka ovat suunnattu kunnan kohde- ja sidosryhmille.

Tapahtumailmoituksen sisältö

- Isonkyrön logo tapahtuman luonteen mukaan valitaan oikea esitys muoto
- UNICEFin Lapsiystävällinen -kunta tunnus, jos ilmoitus tukee Lapsiystävällinen kunta -suunnitelmaa
- Paikka
- Aika
- Tapahtuman luonne/kohderyhmä
- Ohjelma

Tapahtumailmoituksessa pyritään käyttämään värimaailmassa Isonkyrön kunnalle määriteltyä värimaailmaa ks. graafinen ohjeisto/visuaalinen ilme ja kuvamaailma.

5.3.2 Lehti-ilmoitukset

Kunnan viralliset ilmoitukset julkaistaan paikallislehdessä (Pohjankyrö-lehti). Maakuntalehdissä, ammattilehdissä ja joissakin alan erikoislehdissä on ilmoituksia satunnaisesti, esim. työpaikka-, tontti- ja metsänmyynti-ilmoitukset.

Ilmoitukset tehdään ohjeistuksen mukaisesti ja niissä käytetään kunnan logoa. Pohjankyrö-lehden ilmoituksissa kunnalla on oma ilmoitussarake, jossa logo ja yhteystiedot ovat valmiina, eikä sitä laiteta joka ilmoitukseen erikseen. Pohjankyrö-lehden perusilmoitukset tehdään lehdessä. Valmis ilmoitusteksti toimitetaan hallintopalveluiden hallintosihteerille, joka keskitetysti toimittaa ilmoitukset Pohjankyrö-lehteen. Ilmoituksesta pyydetään nähtäväksi vedos, jonka ilmoittaja tarkistaa. Lehti-ilmoitusten koko pyritään pitämään pienenä/kohtuullisena ja lisätietoa asiasta saa isokyro.fi -sivujen kautta.

5.3.3 Verkkoviestintä

Isonkyrön kunta käyttää sisäiseen verkkoviestintään pääsääntöisesti sähköpostia. Ulkoisen verkkoviestinnän kanavia ovat pääsääntöisesti kunnan verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat, mutta myös sähköposti.

Viralliseen käsittelyyn tulevat asiat pyydetään lähettämään osoitteeseen: kirjaamo (at) isokyro.fi

5.3.4 Kunnan verkkosivut

Kunnan verkkosivut tarjoavat kuntalaisille ajankohtaista ja ajan tasalla olevaa tietoa. Uusi tieto päivitetään sivuille heti, kun se on saatu. Kunnan palveluista pyritään tiedottamaan kattavasti. Kunnan verkkosivuilla tiedotteet julkaistaan välittömästi Ajankohtaista-sivulla. Kuulutukset julkaistaan lainsäädännön vaatimusten mukaisesti. Tiedotusvälineissä tiedotettavat asiat tulee löytyä myös kunnan verkkosivuilta Tiedotteista:

Kunnan verkkosivujen kautta kuntalainen voi ottaa kantaa ja vaikuttaa Isonkyrön kunnan kehittämiseen. Kunnalle voi mm. lähettää kysymyksiä, antaa palautetta, kommentoida uutisia, tehdä kuntalaisaloite, seurata päätöksiä pöytäkirjoista.

Kunnan verkkosivujen ylläpidosta vastaa jokainen palvelualue omalta osaltaan. Verkkosivujen päivitykseen liittyvissä asioissa voi ottaa yhteyttä ko. palvelualueen viestintähenkilöön.

5.3.5 Sosiaalinen media

Isonkyrön viestinnässä käytetään monikanavaisesti erilaisia sosiaalisen median kanavia. Sosiaalisen median kanavissa tavoitteena on aktivoita kuntalaisia, yrityksiä ja matkustajia osallistumaan Isonkyrön toimintaan ja näkyvyyteen.

Kunnan käytössä on julkisia sosiaalisen median kanavia käytössä monipuolisesti; Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Snapchat, TikTok ja WhatsApp. Sosiaalisen median kanavista Snapchat ja WhatsApp ovat suljettuja medioita ja viestit kohdennetaan tietyille kohderyhmälle. Julkisten sosiaalisen median kanavien kautta viestitään palvelualueiden toiminnasta ja tapahtumista monipuolisesti ja kohderyhmäkohtaisesti. Sosiaalisen median ja sähköpostin käytöstä sosiaalisen median perustamisessa on oma ohjeistuksensa.

Sosiaalisen median ohje on löydettävissä kunnan verkkosivuilta:

- Kunta- ja hallinto > Asiakirjat > Säännöt ja ohjeet > [Sosiaalisen median ohje](#).

5.4 Kriisiviestintä

Isonkyrön valmiussuunnitelman pohjalta on hyväksytty erillinen kriisiviestintäsuunnitelma, jonka ylläpidosta vastaa kunnanjohtaja. Kriisiviestinnästä vastaa kunnan johtoryhmä kunnanjohtajan johdolla.

Valmiussuunnitelman yleinen osa on julkinen ja se löytyy kunnan verkkosivuilta:

- Kunta- ja hallinto > Asiakirjat > Ohjelmat, suunnitelmat ja tutkimukset > [Valmiussuunnittelu](#).

Palvelualueittaiset valmiussuunnitelmat ovat salassa pidettäviä asiakirjoja.
