

SELVITYS- JA TÄYTÄNTÖÖNPANOVAIHE

VIESTINNÄN PERIAATTEET

Satakuntalaisen hyvinvoinnin tukilähellä

SISÄLLYSLUETTELO

Lukijalle	3
Lähtökohdat	4
Eri toimijoiden roolit viestinnässä	6
Ydinviestit	8
Kohderyhmät	9
Epäonnistumisen riskit	12
Seuranta ja arviointi	13
Viestinnän operatiivinen suunnitelma vuodelle 2016	14

LUKIJALLE

Suomalainen kuntakenttä on suurten haasteiden edessä: väestö ikääntyy, palvelujen kysyntä nousee, henkilöstö eläköityy ja taloudelliset haasteet vaivaavat. Yhdessä kehitys pakottaa toimintatapojen, palveluiden ja rakenteiden muuttamiseen.

Erityisesti tämä realisoituu sosiaali- ja terveydenhuollossa, jossa palveluja lähdetään yhdistämään hallinnollisesti ja toiminnallisesti osana valtakunnallista sosiaali- ja terveydenhuollon (sote) uudistusta. Haasteiden kohtaaminen edellyttää tehokasta ja toimivaa viestintään. Sen rooli uudistuksen onnistumisessa on olennainen.

Yhteinen kuva muutoksen tarpeellisuudesta ja tavoitteista on keskeinen muutostilanteessa. Mikäli muutoksen syitä ei ymmärretä, niihin ei myöskään sitouduta. Yksi viestinnän tavoitteista muutostilanteessa onkin yhteisymmärryksen saavuttaminen.

Eri sidosryhmät on tärkeää pitää uudistuksessa ajan tasalla. Ensiarvoista on, että henkilöstö ja luottamushenkilöt ovat perillä suunnitelmista, tehtävistä päätöksistä ja niiden perusteista. Myös kuntalaiset, erilaiset sidosryhmät ja media odottavat tietoa siitä, kuinka muutokset vaikuttavat kuntien toimintaan ja sote-palveluihin.

Satasoten valmisteluorganisaatio tekee suunnitelman siitä, miten Satakunnan sosiaali- ja terveydenhuollon palvelut tuotetaan ja organisoidaan 1.1.2019 tai jopa 1.1.2018 alkaen. Uudistuksessa ovat mukana kaikki maakunnan kunnat sekä Pohjois-Satakunnan Peruspalvelukuntayhtymä, Keski-Satakunnan terveydenhuollon kuntayhtymä, Satakunnan sairaanhoitopiiri ja Satakuntaliitto. Uudistuksen valmistelualustana toimii Porin kaupunki.

Selvitys- ja täytäntöönpanovaiheen viestinnän periaatteet on laadittu Satasoten valmisteluun osallistuvien päättäjien ja virkamiesten tueksi. Asiakirjassa määritellään viestinnän yleisiä toimintaperiaatteita ja kuvataan eri kohderyhmille viestimistä.

Viestinnän periaatteita voidaan tarkentaa uudistustyön edetessä. Viestinnän käytännön toteuttamista varten on laadittu aikataulutettu, vastuutettu ja budjetoitu viestinnän operatiivinen toteuttamissuunnitelma.

Jos uusi alueellinen tuotantomalli päätetään ottaa käyttöön vuoden 2019 (tai 2018) alussa, uuden toiminnan aloittamiseen liittyvä viestintä suunnitellaan ja resursoidaan erikseen.

Uudistuksessa on kolme vaihetta

- nykytilanteen selvittäminen ja uusien toimintamallien kuvaaminen 1/2016–6/2016
- organisaatioiden lausunnot ja päätöksenteko 6/2016
- täytäntöönpanon valmistelu 7/2016–12/2018 (12/2017).

LÄHTÖKOHDAT

Viestinnän toimintakenttä on murroksessa. Erityisesti viestinnän sähköistyminen on muuttanut perinteisten medioiden asemaa. Samalla se on lisännyt organisaatioiden vaatimusta tiedonvälityksestä: viestinnän on oltava entistä avoimempaa, ennakoivampaa, monikanavaisempaa ja vuorovaikutteisempaa. Ennen kaikkea viestinnän on oltava nopeaa, oikea-aikaista, palvelevaa ja luotettavaa niin normaali- kuin häiriötilanteissakin.

Viestintä on organisaation kriittinen menestystekijä ja johtamisen väline. Jotta viestintä toimii hyvin ja on ajantasaisista, viestinnän ammattilaisten on oltava lähellä johtoa. Viestinnässä on kyse niin ikään toiminnan vaikuttavuudesta.

Yhdenmukaisuus tuo uskottavuutta

Julkisyhteisönä Satasoten viestintä perustuu yhteiskunnallisiin sopimuksiin ja lakeihin. Yhdessä ne ohjaavat, että viestinnän tulee olla vaikuttavaa ja lähteä vastaanottajan tarpeista: Satasoten valmistelusta on viestittävä tavalla, joka antaa kuntalaisille edellytykset sekä valvoa vallan ja varojen käyttöä että osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun ja sen myötä päätöksentekoon.

Kun viestitään avoimesti ja aktiivisesti niin hyvistä kuin huonoista tuloksista, luottamus säilyy. Kyse on kokonaisuudesta, joka koostuu sekä nopeasta ja herkästi reagoivasta viestinnässä. Lisäksi viestintäkanavia on hyödynnettävä monipuolisesti, jotta eri sidosryhmät tavoitetaan mahdollisimman hyvin.

Yhdenmukaiset viestit antavat uskottavuutta ja muutoksen toteu-

tuksesta vastaavien on toimittava yhtenä rintamana ja osoitettava omalla esimerkillään sitoutumista uudistukseen. Huhuja tai puskaradiota ei tarvitse pelästyä: vilkas taustakeskustelu kertoo, että asia kiinnostaa. Jokaisella on oikeus erilaisiin mielipiteisiin, mutta virheeliset tiedot oikaistaan nopeasti. Viestinnästä vastaava ammattiviestijä huolehtii siitä, että virallinen tieto ja faktat ovat ajan tasalla ja helposti kaikkien saatavilla.

Selkeys ja ymmärrettävyys

Viestinnän tulee olla avointa, aktiivista, ennakoivaa, oikea-aikaista, vuorovaikutteista ja ihmislähtöistä uudistuksen kaikissa vaiheissa. Tieto siitä, mistä päätetään ja milloin, on tärkeää kaikille kohderyhmille, joita muutos koskee.

Kaikessa viestinnässä vaatimuksena on selkeys ja ymmärrettävyys, ammattikielen käyttöä vältetään. Asiaan kiinnitetään huomiota niin erilaisissa kohtaamisissa kuin materiaaleja luodessa.

Ulkoista viestintää hoidetaan koordinoitusti sovittujen suunnitelmien mukaisesti. Käytännön tiedottamisesta vastaavat toimielinten puheenjohtajat yhdessä viestinnästä vastaavan ammattilaisen kanssa.

Nettisivut keskeinen viestintäkanava

Uudistuksesta käytetään nimeä Satasote. Uuden sote-mallin visuaalisen ilmeen suunnittelu aloitetaan keväällä 2016. Sitä ennen uudistuksen valmistelussa käytetään lomake-, tiedote- ja ppt-esityspohjia, joissa on siisti, mutta neutraali, toimijoista riippumaton ilme.

Viestintävelvollisuudesta säätävät

- perustuslaki
- laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta
- kuntalaki
- hallintolaki
- laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa
- laki sananvapauden käyttämisestä
- henkilötietolaki
- laki julkisista hankinnoista
- sähköisen viestinnän tietosuojalaki
- Satasotelle laadittava projektisuunnitelma

Uudistukselle on tehty verkkosivukokonaisuus. Sitä varten sille on haettu verkkotunnus satasote.fi. Sivustolle koostetaan uudistukseen liittyvä, viestintään tarkoitettu materiaali. Mukana olevat kunnat ja muut toimijat huolehtivat linkityksestä omilta sivuiltaan uudistuksen sivuille.

Nettisivujen sisältö: uudistuksen tavoite kansankielellä, vaihesuunnitelma, valmisteluryhmät ja niiden toimeksiannot, ohjaus- ja johtoryhmän sekä palvelurakennetyöryhmän ja työryhmien kokoonpanot,

kokousten muistiot, mediatiedotteet, keskustelupalsta/kysy-vastaa-palsta ja yhteystiedot. Uudistuksen edetessä tarvitaan mahdollisesti muita sivustoja, muun muassa asukkaiden osallistamiseen liittyen

Työryhmien välistä viestintää hoidetaan hyödyntämällä sisäisessä käytössä olevia sähköisiä työtiloja. Sitä varten uudistukselle tehdään oma extranetkokonaisuus osaksi verkkosivustoa. Extranetiä käytetään myös uuden sähköisiä työvälineitä hyödyntävän organisaatiokulttuurin luomiseen ja vuorovaikutukseen henkilöstön kanssa.

Satasoten nimissä lähetettyihin tiedotteisiin, sähköposteihin ja lomakkeisiin lisätään selvitys- ja valmisteluvaiheessa alatunnisteeseen uudistuksen kuvaus.

Yhteiset viestinnän linjaukset

Viestinnän päälinjaukset ovat yhteisiä Satasotelle ja uudistustyössä mukana oleville virkamiehille, päättäjille ja organisaatiolle. Kukin toimija täsmentää sisällöt omassa organisaatiossaan.

Viestinnän linjauksissa asetettuihin sisällöllisiin tavoitteisiin palataan uudistusprosessin kuluessa ja prosessin päättyessä. Lisäksi arvioidaan uudistuksen viestinnän onnistumista.

Näillä tiedoilla on käyttöä viestinnän kehittämistyössä ja viestinnän suunnittelussa.

Selvitysvaiheen kuvaus

Satasoten muutosorganisaatio tekee parhaillaan päätöksentekoa varten suunnitelmaa siitä, miten maakunnan sosiaali- ja terveydenhuollon palvelut tuotetaan ja organisoidaan. Uudistuksessa ovat mukana kaikki Satakunnan kunnat sekä Pohjois-Satakunnan Peruspalvelukuntayhtymä, Keski-Satakunnan terveydenhuollon kuntayhtymä, Satakunnan sairaanhoitopiiri ja Satakuntaliitto. Yhdessä ne ovat linjanneet valmiudesta siirtäjä maakunnalliseen sote-malliin jo vuoden 2018 alussa, mikäli 1.1.2019 voimaantulevaksi suunniteltu valtakunnallinen sotelainsäädäntö jää toteutumatta. Uudistuksen alustana toimii Porin kaupunki. www.satasote.fi

Viestinnän päälinjaukset

- yhtenäiset ja hyvin suunnitellut viestit
- läpinäkyvyyden ja ymmärrettävyyden lisääminen viestinnällä
- tiedolla vaikuttaminen on toimijoiden yhteistyötä
- kaikki viestintä on vuorovaikutteista, monikanavaista ja nykyaikaisia välineitä hyödyntävää
- henkilöstölle viestitään avoimesti työn iloa, tehoa, motivaatiota ja työhyvinvointia lisäävästi
- viestintäosaamista vahvistetaan

ERI TOIMIJOIDEN ROOLIT

Satasoten ohjausryhmän, johtoryhmän, palvelurakennetyöryhmän sekä valmisteluryhmien johdolla ja jäsenillä on jokaisella oma roolinsa viestimisessä.

Myös mukana olevien organisaatioiden johdolla, esimiehillä, henkilöstöllä kuin luottamushenkilöillä on jokaisella vastuunsa organisaatiossa ja sen palveluissa tapahtuvien muutosten viestimisessä.

Tiedonkulusta eri työryhmien välillä on huolehdittava, jotta kaikki asianosaiset tietävät, mitä tavoitellaan. Siksi kaikkien toimielinten jokaisen kokouksen asialistalla on koko uudistusprosessin ajan muistettava käsitellä, mitä viestintätoimenpiteitä kyseinen tilanne tai päätös vaatii.

Näin minimoidaan virheellisten tietojen leviäminen.

Viestintäammattilaiset ovat apuna muutostilanteen viestinnässä tuomalla välineitä ja tukea.

Valmisteluryhmien puheenjohtajat

Ohjaus-, johto- ja palvelurakennetyöryhmän puheenjohtajat antavat kasvot muutokselle. He motivoivat, sitouttavat ja näyttävät suuntaa esimerkillään, viestimällä sekä sanallisesti että sanattomasti.

Viestintä on olennainen osa johtamista. Muutostilanteessa johdolta edellytetään avointa, aktiivista ja vuorovaikutteista viestintää.

Puheenjohtajien viestien yksituumaisuus on vaikuttamassa olennaisesti muutoksen uskottavuuteen. Vastaavasti ristiriidat ja epä johdonmukaisuus ovat omiaan lisäämään epävarmuutta.

Puheenjohtajistolla on keskeinen rooli julkisessa keskustelussa sekä

vuoropuhelussa maakunnan medioiden ja toimittajien kanssa.

Johto ja esimiehet

Valmistelussa mukana olevien organisaatioiden johto ja esimiehet viestivät muutoksesta oman organisaationsa kuntalaisille, päättäjille ja henkilöstölle yhdessä sovittujen suunnitelmien, aikataulujen ja periaatteiden mukaisesti.

Henkilöstölle viestittäessä henkilökohtaista läsnäoloa, vuorovaikutusta ja kasvokkain tapahtuvaa viestintää voidaan pitää erityisen tärkeinä. Henkilöstölle tulee tarjota sekä tietoa että mahdollisuus kysymyksiin ja keskusteluihin.

Vaikka tehtävät ratkaisut eivät olisi kaikkien mieleen, muutokset on helpommin hyväksyttävissä, kun asianosaiset ovat voineet osallistua asioiden valmisteluun ja tuoda mielipiteensä esille muutoksen kaikissa vaiheissa.

Viestinnän ammattilaiset

Viestinnän ammattilaiset edesauttavat muutoksen toteuttamista viestinnän menetelmin. Viestintäammattilaiset toimivat ohjaus-, johto- ja palvelurakennetyöryhmien puheenjohtajien rinnalla ja työparina, tukevat organisaatioiden johdon ja esimiesten työtä, huolehtivat siitä, että tietoa on saatavilla ja että viestintäkanavia ja mahdollisuuksia keskusteluun on käytössä riittävästi.

Viestinnässä korostuvat avoimuuden, ennakoivuuden, oikea-aikaisuuden, vuorovaikutteisuuden, rehellisyyden, luotettavuuden ja

arvostuksen vaatimukset. Osana muutoksen viestimistä mahdollistetaan erilaisten näkökulmien esilletuonti sekä kiteytetään perustelut muutokselle ja sen vaikutuksille.

Viestintäammattilaiset toimivat sisäisinä valmentajina ja konsultteina ja ovat edistämässä henkilöstön ja sidosryhmien kuulemis- ja osallistumismahdollisuuksia.

Satasoten alustana toimii Porin kaupunki. Vetovastuu viestinnästä on Porin kaupungilla ja sen viestintäpäälliköllä, joka vastaa viestinnän käytännön toteutuksesta.

Jokainen uudistuksessa mukana oleva organisaatio nimeää viestintävastaavan, jonka kautta tiedotteet ja muu materiaali saadaan kunkin organisaation viestinnän käyttöön, esimerkiksi intraan, lehteen ja www-sivuille.

Kaikki mediatiedotteet valmistellaan viestintäpäällikön kanssa ja ne hyväksytetään ennen lähettämistä asianomaisilla henkilöillä, tiedotteen aiheesta riippuen. Tiedotteet lähetetään pääsääntöisesti viestintäpäällikö, joka vastaa myös tiedotteiden arkistoinnista ja kokoamisesta www-sivuille.

Henkilöstö

Henkilöstöltä odotetaan aktiivisuutta, halua osallistua ja taitoa etsiä tietoa oma-aloitteisesti.

Vastuu ulkoisesta viestinnästä on ohjaus-, johto- ja palvelurakenneryhmien puheenjohtajilla. Oman organisaationsa edustajana työntekijä voi vastata tiedotusvälineiden kysymyksiin, jotka käsittelevät hänen omaa työtään ja vastuualuettaan. Toimiessaan yksityishenkilönä julkisissa foorumeissa kuten sosiaalisessa mediassa, työntekijän tulee pitää mielessä, että ulkopuoliset voivat nähdä hänet Satasoten/uudistukseen osallistuvan organisaation edustajana.

Luottamushenkilöt

Satasoten valmisteluun osallistuvilla ja mukana olevien organisaatioiden luottamushenkilöillä on merkittävä rooli muutosta koskevassa julkisessa keskustelussa. Luottamushenkilöt käyvät arvo- ja linjakeskusteluja ja viestivät kuntalaisten ja eri sidosryhmien kanssa. Eri suuntiin vetävä toimintakulttuuri heikentää kuntalaisten luottamusta ja muutoksen toteuttamisen mahdollisuuksia.

Jokainen luottamushenkilö on Satasoten ja oman organisaationsa ”mainelähtettiläs”, ja yhtenäisyys on yksi onnistumiseen ja maineeseen eniten vaikuttavista seikoista.

YDINVIESTIT

Ydinviestit kertovat olennaisen uudistuksesta. Ne ovat asioita, joiden halutaan jättävän jäljen vastaanottajan mieleen. Ydinviestit vastaavat siihen, mistä uudistuksessa on kyse ja miksi sitä tehdään. Ydinviestit toimivat viestinnän tukena.

Viestinnässä perustellaan selkeästi, mitä on päätetty ja miksi uudistus on välttämätön. Kerrotaan, mitä vaihtoehtoja on edessä, miten muutoksen läpivieminen vaikuttaa kuntien ja eri toimijoiden tulevaisuuteen sekä se, mihin muutos ei vaikuta. Lähtökodit konkretisoidaan kertomalla esimerkkejä. Muutosta perustelevia perusviestejä toistetaan.

Täytäntöönpanovaiheen ydinviestit tarkennetaan uudistustyön edetessä.

Selvitysvaiheen ydinviestit kertovat, mistä uudistuksessa on kyse

- Valtakunnan tasolla sote-uudistuksella tavoitellaan yhdenvertaisia, asukaslähtöisiä ja laadukkaita sosiaali- ja terveystalviteita sekä palvelujen kustannustehokasta ja vaikuttavaa toteuttamista. Tämä toteutetaan poistamalla organisaatorajoja ja toteuttamalla lähipalvelut uudella tavalla. Tavoitteena on tehokas ja taloudellisesti kestävällä pohjalla oleva toimintatapa, jotta palvelut pystytään takaamaan väestön ikääntyessä. Satasote pyrkii vastaamaan valtakunnan sote-uudistuksen tavoitteisiin.
- Satasoten kaksi kovinta haastetta ovat sosiaali- ja terveydenhuollon yhdistäminen sekä perusterveydenhoidon ja erikoissairaanhoidon sulauttaminen. Tavoitteena on löytää yhteinen toimintamalli, joka mahdollistaa lankojen pysymisen maakunnan omissa käsissä. Yhdessä tekeminen tuottaa etua kaikille: se mahdollistaa alueen asukkaiden palvelutarpeiden ja maantieteellisten näkökulmien huomioinnin sekä erityisosaamisen tehokkaamman hyödyntämisen osana koko palvelurakennetta.
- Osana uudistusta selvitetään Satakunnan palveluiden ja palvelurakenteen nykytila ja tehdään esitys uudesta sosiaali- ja terveydenhuoltopalvelujen maakunnallisesta mallista. Selvitys kattaa palvelujen lisäksi myös hallinnon, tilaratkaisut ja tukipalvelut.
- Asukas on kaiken keskipisteessä: palvelujen tuottamista ja rakennetta tarkastellaan asiakkaiden ja tulevaisuuden tarpeista ja uusia palvelumalleja mahdollistetaan. Lähipalvelut turvataan, mutta niiden toteuttamiseen haetaan uusia tapoja. Yhteistyötä sosiaali- ja terveydenhuollon toimijoiden, kolmannen sektorin ja yrittäjien kanssa syvennetään. Yhteistyö integroidaan osaksi palvelurakennetta ja sen hyödyt tuodaan aiempaa lähemmäs asukasta. Asukkaiden osallisuutta ja vastuuta omasta hyvinvoinnista korostetaan.
- Toimijat ovat sitoutuneet uudistukseen. Uutta mallia luomassa ovat kaikki Satakunnan kunnat sekä Pohjois-Satakunnan Peruspalvelukuntayhtymä, Keski-Satakunnan terveydenhuollon kuntayhtymä, Satakunnan sairaanhoitopiiri ja Satakuntaliitto. Mukaan uudistuksen valmisteluun osallistetaan kolmannen sektorin toimijoita, yrityksiä, organisaatioiden henkilöstö sekä satakuntalaisia asukkaita. Valmistelutyöryhmissä on mukana niin sosiaali- kuin terveydenhuollon asiantuntijoita.
- Organisaatiot päättävät ohjaus- ja johtoryhmän sekä palvelurakennetyöryhmän ja työryhmien valmistelemalla Satasote-tuotantomallin hyväksymisestä kesäkuussa 2016. Mukana olevat organisaatiot ovat ilmoittaneet valmiudesta siirtyä maakunnalliseen sote-malliin vuoden 2018 alussa, mikäli 1.1.2019 voimaantulevaksi suunniteltu valtakunnallinen sote-lainsäädäntö jää toteutumatta.

KOHDERYHMÄT

Satasoten viestintää suunniteltaessa on mietittävä mitä viestitään, kenelle ja milloin. Olennaista on huomioida ja tunnistaa eri kohderyhmien erilaiset tarpeet.

Henkilöstö

Toimiva arjen työyhteisöviestintä on perusta toimivalle muutostilanteiden viestinnälle. Se on myös toimivan kuntalais- ja sidosryhmäviestinnän edellytys. Viestinnän toteutusta suunnitellaan yhdessä henkilöstön edustajien kanssa. Heidän saaminen mukaan viemään yhteneväistä viestiä eteenpäin on erittäin tärkeää ja herättää luottamusta henkilöstössä.

Alkuvaiheessa henkilöstöä kiinnostaa erityisesti oma tulevaisuus: Miten minun käy? Miten muutos vaikuttaa tehtäviini, palkkaukseeni ja henkilöstöetuihini? Kuka on esimieheni ja ketkä työtovereitani? Konkreettisten aikataulujen esittäminen on tärkeää, mutta työelämässä on siedettävä myös epävarmoja ja osin avoimia tilanteita.

Henkilöstöä koskevat tiedot tulee pyrkiä kertomaan henkilöstölle ennen kuin ne ovat mediassa. Tieto välitetään nettisivujen yhteyteen perustettavien henkilöstön ekstranetsivujen sekä organisaatioiden viestintävastaavien kautta.

Jokainen uudistuksessa mukana oleva organisaatio vastaa itse henkilökunnalle järjestettävistä tiedotus- ja keskustelutilaisuuksista. Aikataulusta ja käsiteltävistä aiheista päätetään yhteisesti ja tilaisuudet pyritään pitämään samanaikaisesti.

Koko henkilöstölle tarkoitettujen tiedotus- ja keskustelutilaisuuksi-

en ohella tarvitaan työyhteisökohtaisia lähimpien esimiesten ja henkilöstön tilaisuuksia. Tilaisuuksissa tulee korostaa työntekijöiden omaa panosta ja sen tärkeyttä muutoksen toteuttamisessa. Henkilöstön on hyvä antaa myös kertoa, miltä heistä tuntuu, miten he ymmärtävät asian ja millaisia ehdotuksia heillä on.

Epävarmuuden hälventämiseksi tulee viestiä myös siitä, ettei juuri nyt ole mitään uutta kerrottavaa.

Uudistuksen läpiviemiseksi jokaisesta organisaatiosta valjastetaan muutosviestijöitä, joiden tehtävänä on säännöllisesti viestiä muutoksen etenemisestä ja sen vaikutuksista henkilöstön arkeen. Säännöllinen viestintä on tärkeää, jotta henkilöstö tietää tulevansa huomioituksi myös muutoksen keskellä.

Muutosviestintä tulee jatkua myös uudistuksen jälkeen. On tarpeen, että viestintä tukee toiminnan uudelleenorganisointia uudessa tilanteessa.

Asukkaat

Asukkaiden kuuluu tietää, kuinka yhteisiä asioita hoidetaan sekä saada osallistua ja vaikuttaa. Kuntalaki ohjaa osallisuuteen ja vaatii selvittämään asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa. Tiedottaminen ja viestintä kuntalaisille aloitetaan jo uudistusprosessin alkuvaiheessa.

Kuntalaisia kiinnostaa ennen kaikkea se, millä tavoin uudistus vaikuttaa heidän arkeensa ja elämäänsä. Viestinnässä hyödynnetään eri viestintäkanavia ja -menetelmiä siten, että erilaiset kuntalaisryhmät tavoitetaan laajasti.

Viestinnässä huomioidaan eri kuntalaisryhmät (esim. nuoret, lapsiperheet, erityisryhmät, seniorit, eri kieliryhmät) ja heitä puhutellaan kunkin kohderyhmän edellyttämällä tavalla.

Myös kolmannen sektorin toimijoita ja eri järjestöjä kuullaan ja tietoa välitetään heidän avullaan. Kerrotaan, mitä uudistus merkitsee palveluiden näkökulmasta ja lähialueen kehitykselle.

Kuntalaisia halutaan haastaa keskusteluun ja vuorovaikutukseen. Heitä tavataan erilaisissa tilaisuuksissa niin kasvokkain kuin verkonkin välityksellä.

Osana uudistusta varmistetaan, että kuntalaisten palaute otetaan aidosti huomioon. Lisäksi kerrotaan matkan varrella eri kohderyhmille, millä tavoin heidän palautteensa on vaikuttanut uudistustyöhön.

Paikallismedian lisäksi keskustelua syntyy sähköisen median aikakaudella myös verkon yleisillä keskustelupalstoilla ja sosiaalisessa mediassa. Myös näitä keskusteluita tulee seurata ja luodata.

Tieto uudistuksesta kootaan sen omiin kanaviin. Kokonaisuus pidetään ajantasaisena ja helposti löydettävänä. Tämä auttaa myös katkomaan huhuilta siivet.

Luottamushenkilöt

Organisaatioiden luottamushenkilöt tulee pitää ajan tasalla uudistuksen etenemisestä ja vaiheista. Tiedottamisen tulee olla etupainotteista ja oikea-aikaista. Yhteistyön pohja syntyy keskinäisestä luottamuksesta ja avoimesta keskustelusta.

Jokainen uudistuksessa mukana oleva organisaatio vastaa itse luot-

tamushenkilöille järjestettävistä kuulemistilaisuuksista. Aikataulusta ja käsiteltävistä aiheista päätetään yhteisesti ja tilaisuudet pyritään pitämään samanaikaisesti.

Media

Alueelliset ja paikalliset tiedotusvälineet ovat vahvoja mielipidevaikuttajia. Median tehtävänä on jakaa tietoa ja nostaa esille kehittämistä vaativia yhteiskunnallisia asioita lukijoidensa ja kuulijoidensa edun mukaisesti.

Median avulla saavutetaan suuri yleisö paremmin kuin millään muulla keinolla. Yhteistyön pohja syntyy keskinäisestä luottamuksesta ja median työskentelytapojen ymmärtämisestä.

Nopean tiedonvälityksen aikakaudella media haluaa tuoda entistä aikaisemmin julkisuuteen valmisteilla olevia asioita. Satasoten valmisteluryhmien puheenjohtajiston tulee tuntee muun muassa julkisuuslainsäädäntöä ja keskustella sen asettamista vaatimuksista.

Tiedotusvälineiden kanssa toimitaan asiallisesti, avoimesti ja tasapuolisesti. Uudistuksen haasteista, ongelmista ja vaikeuksista kerrotaan avoimesti. Toimittajat tunnistavat silloin helpommin myös onnistumiset.

Yhteydet tiedotusvälineisiin pidetään avoinna. Satasoten puhemiesin valittujen ohjaus-, johto- ja palvelurakennetyöryhmän puheenjohtajien tulee olla tavattavissa toimittajien ottaessa yhteyttä. Viestinnän ammattilainen voi antaa taustatietoja, mutta haastateltavaksi ohjataan aina asiantuntija. Haastattelu tulee nähdä mahdollisuutena kertoa uudistuksesta.

Median kysymyksiin vastaavien johtohenkilöiden tulee tuntee me-

dian tarpeet ja toimintatavat. Esimerkiksi on hyvä muistaa, että toimittajat tekevät töitä useimmiten kiireellisellä aikataululla. Siksi yhteydenotto pyyntöihin tulee vastata ripeästi, sillä haastattelua tarvitaan usein joko välittömästi nettiä, seuraavaa radio- tai tv- uutislähetystä varten tai viimeistään seuraavan päivän lehteen.

Tietojen ja haastatteluiden antamisessa tulee muistaa olla ehdottoman tasapuolinen. Samalla on hyvä pitää mielessä kunkin median erityistarpeet.

Tiedotusvälineitä tulee palvella myös oma-aloitteisesti esimerkiksi tiedotteita lähettämällä ja pitämällä toimittajiin säännöllisesti yhteyttä puhelimitse. Median edustajille järjestetään myös taustatilaisuuksia, joissa on aikaa keskustella ja tavata kasvotusten.

Mediatiedotteet lähetetään jokaisen ohjausryhmän kokouksen jälkeen. Muita tiedotteita tehdään tarpeen mukaan. Tiedotteiden sisältö sovitaan ohjausryhmän kanssa. Tiedotteet ja kutsut tiedotustilaisuuksiin lähetetään keskitetysti kaikkiin Satakunnan alueella toimiviin tiedotusvälineisiin – myös paikallislehtiin. Jakelussa ovat mukana myös merkittävimpien valtakunnallisten medioiden aluetoimitukset sekä sosiaali- ja terveysalan ammattijulkaisut.

Median kanssa toimittaessa molemminpuolinen luottamus on tärkeää, ja tiedotusvälineillä on jatkuva uutiskilpailu käynnissä. Kun joku toimittaja kysyy tiettyä asiaa, tiedustelusta ei pidä kertoa muille väli-neille.

Median läsnäolo tulee sallia mahdollisimman monissa tilaisuuksissa. Mikäli jokin tilaisuus on suljettu, se tulee perustella hyvin. Avoimuutta lisätään myös lähettämällä tiedote niidenkin tilaisuuksien jälkeen, joihin mediaa ei voi kutsua.

Esimerkkejä sidosryhmistä

- asukasyhdistykset, terveyteen ja hyvinvointiin liittyvät yhdistykset
- järjestöt
- seurakunnat
- oppilaitokset
- yrittäjät, yrittäjäyhdistykset
- naapurikunnat ja maakunnan sote-toimijat
- alueelliset ja maakunnalliset toimijat

Median kritiikkiä ei pidä säikähtää. Keskustelu on useimmiten hyväksi. Hedelmätön väittely sen sijaan on haitaksi. Virheistä tulee vaatia oikaisua, mutta sävyerimielisyydet kannattaa ohittaa.

Sidosryhmät

Sote-uudistus vaikuttaa monin tavoin kuntien ja muiden organisaatioiden sidosryhmiin kuten elinkeinoelämään, oppilaitoksiin, yhdistyksiin ja seurakuntiin. Niillä kaikilla on keskeinen rooli uudistuksessa mukana olevien organisaatioiden palvelutarjonnan täydentäjänä ja kansalaisvaikuttamisen kanavana. Niille tulee kertoa läpi uudistuksen, kuinka muutos vaikuttaa organisaatioiden ja sidosryhmien välisiin suhteisiin. Myös uudistuksessa mukana olevien toimijoiden pitää muistaa jatkuvan keskinäisen vuorovaikutuksen merkitys.

Henkilöstöviestinnän keinoja ja kanavia

- sosiaalinen intranet
 - ajankohtaiset uutiset
 - keskustelupalstat
 - digitaaliset työtilat
 - sisäiset blogit ja vlogit
 - usein kysytyt kysymykset
- aloite-palauttejärjestelmät
- digitaaliset henkilöstölehdet ja uutiskirjeet
- sisäiset tiedotteet
- tiedotus- ja keskustelutilaisuudet
- johdon kyselytunnit livenä tai videolla/intrassa
- videot
- visualisoinnit: grafiikka, sarjakuva, valokuvat
- puhelin- ja videoneuvottelut, tiedostojen jakaminen, pikaviestintä
- yksikkö/osastopalaverit
- kehityskeskustelut

Asukas- ja sidosryhmäviestinnän keinoja ja kanavia

- esitteet ja julisteet
- uudistuksen omat verkkosivut
- uudistuksen omat sosiaalisen median välineet
- kuntalaisille jaettava tieto mukana olevien organisaatioiden toimipisteissä
- kuntalaisten kuulemis- ja keskustelutilaisuudet
- kysy-vastaa-osiot/tunnit uudistuksen verkkosivuilla tai sosiaalisen median välineissä
- uudistusta johtavien kirjoitukset verkkoblogeissa ja paikallislehdissä
- yhteistyö alueellisen ja paikallisen median kanssa
- tiedotuslehdet ja uutiskirjeet
- videot
- visualisoinnit: grafiikka, sarjakuva, valokuvat
- yleiset keskustelupalstat – keskustelun luotaaminen ja siihen osallistuminen

Mediaviestinnän keinoja ja kanavia

- artikkelit ja mielipidekirjoitukset
- juttuvinkit
- taustatilaisuudet
- kutsut muihin tapahtumiin ja tilaisuuksiin
- mediatiedotteet
- sosiaalinen media
- tiedotustilaisuudet
- verkkosivut
- visualisoinnit: grafiikka, sarjakuva, valokuvat

EPÄONNISTUMISEN RISKIT

Toimiva tiedonkulku ja hyvin hoidettu viestintä luovat edellytykselle niistä tilanteista selviytymiseen, joissa tarvitaan tehostettua viestintää. Satasoten selvitys- ja täytäntöönpanovaiheissa tällaiset tilanteet voivat liittyä muun muassa maineriskeihin.

Kriisi- ja häiriötilanteiden viestintää hoidetaan pitkälti normaaliolojen ohjein ja järjestelyin. Riskien hallintaan ennalta kiinnitetään huomioita ja heikot signaalit pyritään tunnistamaan mahdollisimman varhain, sillä niihin on reagoitava viestinnän keinoin mahdollisimman nopeasti.

Häiriötilanteissa olennaista on, että tiedonkulku valmisteluorganisaation välillä on sujuvaa ja tiedotusvastuut selkeät.

Mikäli ydinviestien välittämisessä epäonnistutaan, riskinä on, että

- maakunnallinen sote-uudistus ja sen tulevaisuus vaikuttaa sekavalta
- sote-uudistuksen ja maakunnan kokaisen toimintamallin tulevaisuuteen ei uskota
- uudistuksen merkittävyyttä maakunnan palvelujen turvaamiseksi ei ymmärretä
- asukkaat ja yhteistyökumppanit vetäytyvät, samoin potentiaaliset työntekijät
- asukkaat ja päättäjät kokevat, että uudistuksella karsitaan palveluita erityisesti reuna-alueilta ja pienemmistä kunnista
- asukkaat kokevat ja henkilöstö tuntevat, ettei heitä ole kuultu
- henkilöstö ajattelee, että uudistus uhkaa työsuhteen jatkumista
- henkilöstö kokee, että työtaakka lisääntyy
- henkilöstö ajattelee, ettei pääse vaikuttamaan työnsä kehittämiseen
- päättäjät eivät sitoudu hankkeen toteutumiseen
- isojen ja pienten kuntien väliset ristiriidat kärjistyvät

SEURANTA JA ARVIOINTI

Satasoten viestinnän toimivuutta seurataan jatkuvasti, jotta voidaan varmistua sen tehokkuudesta uudistuksen strategian toteuttamista tukevalla tavalla.

Kuntalaisjulkisuudet

Kuntalaispalautteen sisältöä ja palautejärjestelmän toimivuutta arvioidaan jatkuvasti. Satasoten perusviestien tunnettuutta kuntalaisten ja muiden sidosryhmien keskuudesta seurataan kuukausittain. Tapahtumien ja kampanjoiden onnistumista arvioidaan erikseen niiden päätyttyä.

Mediajulkisuudet

Satasoten näkymistä mediassa ja mediajulkisuuden teemoja seurataan jatkuvasti.

Verkkojulkisuudet

Verkkoviestinnän tavoitettavuutta arvioidaan palveluiden kävijämäärillä ja palautteella. Verkossa esille nousevia teemoja, argumentteja ja toimijoita seurataan.

Sidosryhmäjulkisuudet

Satasoten tunnettuutta, yhteisökuvaa ja tiedonkulkua tärkeiden sidosryhmien keskuudessa seurataan säännöllisesti. Myös keskeisimpien sidosryhmien käsityksiä uudistuksen viestinnän onnistumisesta ja viestintävälineiden ja -kanavien toimivuudesta arvioidaan.

Sisäiset julkisuudet

Henkilöstön käsityksiä sisäisestä viestinnästä ja viestinnän johtamisesta arvioidaan kyselyiden ja saadun palautteen perusteella.

VIESTINNÄN OPERATIIVINEN SUUNNITELMA VUODELLE 2016

Aikataulu	Toimenpide	Budjetti	Vastuhenkilö/muu taho
01-12/2016	Satasoteen liittyvä ajankohtaisviestintä tiedotteiden avulla.	0 euroa	Salla Rajala ja puheenjohtajat
02-06/2016	Varmistetaan viestinnän suunnitelmallisuus ja tehokkuus uudistuksen strategian toteuttamista tukevalla tavalla laatimalla viestintäsuunnitelma.	0 euroa	Salla Rajala ja Terttu Nordman
02-12/2016	Avataan verkkosivut osoitteessa www.satasote.fi. Sivuston tavoitteina ovat tiedottaminen ja ajankohtaisviestintä. Samalla ne syventävät viestinnällisiin kärkein liittyvää viestiä kohderyhmät huomioiden. Sivut toimivat kaikkien toimenpiteiden kulmakivenä. Avainsanoja ovat ajantasainen, faktapohjainen, mielenkiintoinen ja tarinallinen sisältö sekä vuorovaikutteiset ja osallistavat elementit. Verkkosivuille ohjataan mm. sosiaalisen median avulla.	500 euroa	Salla Rajala, Heli Koskela ja Marika Virtanen
03-12/2016	Median tausta- ja tiedotustilaisuudet 2-4 kertaa vuodessa.	600 euroa	Salla Rajala ja puheenjohtajat
04-06/2016	Osana brändityötä luodaan erilaistava brändistrategia, yhteiset työkalut ja suunnitelmat, joiden avulla parannetaan Satasoten vetovoimaisuutta, kilpailukykyä, arvostusta ja tunnettuutta palveluna ja työpaikkana.	Omana työnä toteutettuna 500 euroa	Salla Rajala ja Terttu Nordman
04-10/2016	Viestinnän työkalupakki organisaation käyttöön. Keskitetään kaikki olennainen viestintämateriaali ja -tieto yhteen paikkaan (sisältäen mm. viestintäohjeen, ideoita viestinnän alueelliseen toteutukseen, logot, ilmoituspohjat, bannerit, tiedotepohjat, julisteet, roll upit). Varmistetaan viestinnän laajentuminen alueelliselle tasolle: työpajatyöskentely teeman ympärillä, tuki teeman jalkauttamiseksi.	0 euroa	Salla Rajala
04-10/2016	Alueelliseen käyttöön soveltuvan viestintäkonseptin suunnittelu ja tarvittavan materiaalin hankinta.	1000 euroa	Salla Rajala
04-12/2016	Henkilöstölle viestittäessä ja eri työryhmien työskentelyssä hyödynnetään verkkosivujen yhteyteen rakennettavia ekstranetsivustoja. Avainsanoja ovat oikea-aikainen tiedonkulku, vuorovaikutteisuus, osallisuus ja digitaalinen organisaatiokulttuuri.	0 euroa	Salla Rajala, Heli Kokela ja Marika Virtanen

Operatiivinen suunnitelma on johdettu viestinnän päälinjauksista.

Aikataulu	Toimenpide	Budjetti	Vastuhenkilö/muu taho
04-12/2016	Henkilöstöinfot.	0 euroa	Salla Rajala, puheenjohtajat, organisaatiot
04-12/2016	Otetaan käyttöön Facebook ja Twitter -tilit tiedottamisen, ajankohtaisviestinnän, vuorovaikutteisuuden ja osallisuuden varmistamiseksi.	0 euroa	Salla Rajala
04-12/2016	Hyödynnetään sähköisiä viestintävälineitä (esim. Lync) ohjaus-, johto- ja palvelurakennetyöryhmien työskentelyssä.	Organisaatiokohtainen	Puheenjohtajat ja mukana olevat organisaatiot
04-12/2016	Kuukausittaiset sote-tv-lähetykset sosiaalista mediaa hyödyntämällä; organisaatiotarina, vuorovaikutus ja osallisuus.	0 euroa	Salla Rajala ja puheenjohtajat
04-12/2016	Viestintäverkoston kokoukset noin 4-7 kertaa vuoden aikana.	600 euroa	Salla Rajala
06-12/2016	Uutiskirje 2-4 kertaa vuodessa: uutiskirjepohjan laadinta ja sisällöntuotanto.	0 euroa	Salla Rajala
06-12/2016	Tarvittavat esitteet ja muut esitysmateriaalit: pohjien laadinta ja sisällöntuotanto.	1000 euroa	Salla Rajala
08-11/2016	Viestinnän ”Innovaatioseminaari” kohderyhmänä organisaatioiden muutosviestijät.	200 euroa	Salla Rajala ja puheenjohtajat
08-11/2016	Tiedotuksellinen kampanja tukemaan alueilla järjestettäviä kuntalaistapahtumia (tiedotteet, ilmoitukset, kutsut, artikkelit alueellisiin medioihin, some-sisältö ja -mainonta).	1000 euroa	Salla Rajala ja puheenjohtajat
09/2016	Kansalaisraadinn valinta.	0 euroa	Salla Rajala ja puheenjohtajat
09-12/2016	Organisaatiotarinat videolla; videoiden hankinta.	5000 euroa	Salla Rajala
10-11/2016	Kuntalaisten kuuleminen; kysely ja aluekierrokset.	1000 euroa	Salla Rajala, puheenjohtajat ja organisaatiot

W W W . S A T A S O T E . F I



Satasote

PL 121, 28101 PORI

p. 044 701 9789

viestinta.satasote@pori.fi

www.satasote.fi