

Krista Lähdemäki

KUNTALAISVIESTINTÄ JA -TIEDOTTAMINEN  
CASE: NAKKILAN KUNTA

Liiketalous, matkailu, tietojenkäsittely ja viestintä Pori  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinoinnin ja viestinnän suuntautumisvaihtoehto  
2009



Satakunnan ammattikorkeakoulu

KUNTALAVISVIESTINTÄ JA -TIEDOTTAMINEN  
CASE: NAKKILAN KUNTA

Lähdemäki, Krista  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinoinnin ja viestinnän suuntautumisvaihtoehto  
Kesäkuu 2009  
Niskanen, Harry  
UDK: 659.2, 659.3  
Sivumäärä: 83

Asiasanat: julkisyhteisöt, kuntaliitokset, muutos, organisaatioviestintä, ulkoinen tiedotus

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tutkia kuntalaisviestinnän toimivuutta sekä kunnan muutosviestintää. Lisäksi tutkittiin julkisyhteisön viestintäkanavien käyttöä, saavatko kuntalaiset tarvitsemansa tiedon käytettyjä kanavia pitkin ja mitä kanavia kuntalaiset käyttävät aktiivisimmin. Tutkimuksen kohteena oli Nakkilan kunta. Ajankohtaisena aiheena on kuntaliitosselvitys, jonka vaiheista tiedottaminen oli alaongelmana tutkimuksessa.

Aineisto tutkimukseen kerättiin www-kyselynä, kvantitatiivisella, strukturoidulla kyselylomakkeella, jossa oli myös tarkentavia avoimia kysymyksiä. Tutkimukseen osallistui 140 nakkilalaista ikäjoukosta 18–64-vuotiaat. Tutkimuskutsu henkilökohtaisena kirjeenä postitettiin joulutammikuun 2008–2009 vaihteessa 400:lle kyseiseen ikäryhmään kuuluvalla, satunnaisotoksella valitulle, nakkilalaiselle ja lisäksi tutkimuksesta oli ilmoitus marraskuussa 2008 ilmestyneessä Nakkila tiedottaa -lehdessä. Linkki tutkimukseen löytyi Nakkilan kunnan internetkotisivuilta.

Tutkimus osoitti, että nakkilalaiset olivat keskimäärin melko tyytyväisiä kunnan viestinnän ja tiedottamisen toimivuuteen ja riittävyteen. Parhaimmiksi ja käytetyimmiksi viestintäkanaviksi listautuivat kunnan tiedotuslehti, internetsivut ja viikoittain ilmestyvä Nakkila - Harjavalta ilmoittaa -lehtinen sekä sanomalehdet. Kunnan toiminta joissakin viestintätilanteissa koettiin välttäväksi. Kuntaliitosselvityksestä viestiminen koettiin pääosin myös keskitasoa huonommaksi. Tutkimuksen avulla saatiin runsaasti tietoa siitä, miten viestintää ja tiedottamista kuntalaisille voitaisiin kehittää.

COMMUNICATION FOR INHABITANTS OF MUNICIPALITY  
CASE: THE MUNICIPALITY OF NAKKILA

Lähdemäki, Krista

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business and Administration

Marketing and Communication

June 2009

Niskanen, Harry

UDC: 659.2, 659.3

Number of Pages: 83

Key Words: change communication, the consolidation of municipalities, external communications, municipal communication, public corporation

---

The purpose of this thesis was to explore the functionality of municipal communication and municipal change communication. In addition, public corporations use of communicational channels was examined, as well as what channels were used by the inhabitants of the municipality. The focus of this thesis was the municipality of Nakkila. Informing about the current matter of settlement for the consolidation of municipalities was also inquired in the survey.

The material for the study was collected via internet survey, as a quantitative, structured questionnaire, which also included specifying open questions. 140 18-64 year old inhabitants of the municipality of Nakkila took part in the survey. A notice for the survey was mailed during December 2008 and January 2009 as a personal letter to a random sample of 400 inhabitants of the municipality belonging to the age group in question. Furthermore, an announcement regarding the survey was posted November 2008, in a local municipal newsletter. On the internet home page of the municipality of Nakkila was a link to the questionnaire.

The survey showed that inhabitants of Nakkila, on an average, were fairly pleased with the functionality and sufficiency of municipal communications and publication of municipal notices. Municipal newsletter, internet page, weekly issued joint leaflet with the municipality of Harjavalta and newspapers were listed as the best and most used channels of communication. In certain communication situations, municipal functions were seen as adequate. Communication concerning the settlement for the consolidation of municipalities was seen mostly as insufficient. Through this study, much information on developing the communication to inhabitants of the municipality was acquired.

# SISÄLLYS

|  |    |
|--|----|
| KÄSITTEITÄ .....   | 6  |
| 1 JOHDANTO.....  | 7  |
| 2 VIITEKEHYS JA TUTKIMUSONGELMA .....  | 9  |
| 2.1 Tutkimuksen tarkoitus .....  | 9  |
| 2.2 Tutkimusongelma .....  | 10 |
| 3 NAKKILAN KUNTA.....  | 10 |
| 3.1 Nakkila kuntana .....  | 12 |
| 3.2 Kuntaliitosselvitys .....  | 13 |
| 4 ULKOINEN VIESTINTÄ JA TIEDOTUS .....   | 14 |
| 4.1 Tiedotus ja viestintä.....   | 14 |
| 4.2 Yhteisöviestintä .....   | 15 |
| 4.3 Julkisyhteisön viestintä .....   | 16 |
| 4.4 Viestintästrategia ja -suunnitelma.....                                    | 17 |
| 4.4.1 Viestinnän vuosisuunnitelma .....  | 19 |
| 4.4.2 Hankesuunnitelma.....  | 20 |
| 4.5 Ulkoinen informointi .....   | 20 |
| 5 KUNNAN VIESTINTÄ.....  | 21 |
| 5.1 Linjauksia kunnan viestintään .....  | 21 |
| 5.2 Kanavia ja keinoja .....   | 22 |
| 5.2.1 Tiedotustoiminta ja tiedotusaineisto.....                                | 24 |
| 5.2.2 Yhteystoiminta .....   | 24 |
| 5.3 Kohderyhmät ja asukasviestintä .....                                       | 25 |
| 5.4 Lainsäädäntö kunnan tiedottamisen ohjeena .....                            | 27 |
| 5.5 Nakkilan kunnan viestintä .....  | 28 |
| 6 MUUTOSVIESTINTÄ .....  | 29 |
| 6.1 Muutosviestinnän strategioita ja keinoja .....                             | 31 |
| 6.2 Muutosviestintä kuntaliitosselvityksessä.....                              | 33 |
| 6.2.1 Muutosviestinnän lähtökohdat kuntaliitosselvityksessä.....               | 34 |
| 6.2.2 Kuntalaiset vaikuttajina.....  | 35 |
| 6.2.3 Kuntaliitosviestintäsuunnitelma .....                                    | 36 |
| 6.2.4 Verkkosivut ja kuntaliitosselvitys .....                                 | 37 |
| 6.3 Muutosviestintä Nakkilan kunnassa ja kuntaliitosviestintäsuunnitelma ..... | 37 |
| 7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TUTKIMUSMENETELMÄ .....                              | 39 |
| 7.1 Tutkimuksen vaiheet.....   | 39 |

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 7.2 | Tutkimusmenetelmä.....                                 | 41 |
| 7.3 | Otanta ja perusjoukko .....                            | 42 |
| 7.4 | Kyselylomake .....                                     | 44 |
| 7.5 | Tutkimuksen tavoitteet ja niiden toteutuminen .....    | 45 |
| 8   | TUTKIMUSTULOKSET .....                                 | 46 |
| 8.1 | Taustamuuttajat .....                                  | 46 |
| 8.2 | Kunnan viestintäkanavat ja -keinot.....                | 50 |
| 8.3 | Tyytyväisyys kunnan viestintään ja tiedottamiseen..... | 57 |
| 8.4 | Viestinnän riittävyys ja toimivuus .....               | 61 |
| 8.5 | Muutosviestintä kuntaliitosselvityksessä .....         | 69 |
| 8.6 | Avoimet kysymykset .....                               | 71 |
| 8.7 | Yhteenveto tuloksista.....                             | 74 |
| 8.8 | Kehitysehdotuksia.....                                 | 76 |
| 9   | TUTKIMUKSEN TARKASTELU .....                           | 78 |
| 9.1 | Johtopäätökset.....                                    | 78 |
| 9.2 | Tutkimuksen arviointi.....                             | 79 |
| 9.3 | Luotettavuuden arviointi.....                          | 79 |
|     | LÄHTEET .....  | 81 |

## LIITTEET

Liite 1. Tutkimuskutsu

Liite 2. Kyselyn etusivu

Liite 3. Kyselylomake

Liite 4. Avoimet kysymykset ja vastaukset

## KÄSITTEITÄ

*Perusjoukko* tarkoittaa määrällisessä tutkimuksessa tutkimuskohteeksi määriteltyä joukkoa, joka sisältää kaikki havaintoyksiköt, joista tutkimuksessa halutaan tietoa (Vilka 2005, 182). Tässä tutkimuksessa havaintoyksiköitä ovat kaikki Nakkilan kunnan asukkaat ikävälillä 18–64 vuotta eli työkäiset.

*Yksinkertainen satunnaisotanta* tarkoittaa otantamenetelmää, jossa havaintoyksiköt numeroidaan, jonka jälkeen otantaan poimittavat havaintoyksiköt arvotaan (Vilka 2005, 184). Tässä tutkimuksessa satunnaisotanta on tehty 18–64-vuotiaille asukkaille, joiden kotikunta on Nakkila. Otannan on suorittanut Satakunnan Maistraatti antamieni ehtojen mukaan.

*Toteutunut otos* tarkoittaa kyselylomakkeisiin vastanneiden määrää (Vilka 2005, 183). Tässä tutkimuksessa toteutunut otos on internetkyselyyn vastanneiden määrä.

*Tutkimusongelma* on ”aihepiiristä johdettu pääongelma, johon viime kädessä koko tutkimuksella haetaan vastausta. Ongelma on yleisluonteinen asia, pulma tai kysymys, joka halutaan selvittää tutkimuksen avulla.” (Vilka 2005, 184.) Tämän tutkimuksen tutkimusongelma on määritelty luvussa 3.

*Strukturoitu kysymys* tarkoittaa suljettua kysymystä, jossa on valmiit vastausvaihtoehdot, joista valitaan sopiva tai sopivat vastaukset (Heikkilä 2008, 50).

*Monivalintakysymyksessä* vastaaja voi valita useita vaihtoehtoja (Heikkilä 2008, 51).

*Likertin asteikko* on tavallisesti mielipideväittämässä käytetty 4-9-portainen asenneasteikko, jossa toisena ääripäänä on yleensä ’täysin samaa mieltä’ ja toisena ääripäänä ’täysin eri mieltä’. Vastaus valitaan parhaiten omaa käsitystä vastaavasti. (Heikkilä 2008, 53.)

*Luottamustaso* ilmaisee, kuinka todennäköisesti saatu tulos pätee perusjoukossa. Käytännössä 95 %:n luottamustaso on yleensä riittävä. (Heikkilä 2008, 42.)

*Virhemarginaali:* otokseen perustuvassa tutkimuksessa ei saada koskaan täysin täsmällistä tulosta, vaan arvio eli estimaatti. Mitä pienempi virhemarginaali halutaan, sitä suurempi otoksen on oltava. Luottamusväliksi kutsutaan sitä väliä, jonka alaraja saadaan, kun lasketusta tunnusluvusta tai prosenttiluvusta vähennetään virhemarginaali, ja yläraja kun vastaavasti laskettuun arvoon lisätään virhemarginaali. (Heikkilä 2008, 42.)

*Mittaustulosten toistettavuus* tarkoittaa sitä, että toistettaessa mittaus saman henkilön kohdalla, saadaan täsmälleen sama mittausulos riippumatta tutkijasta. (Vilka 2005, 161).

*P-arvo:* Ryhmien välisten erojen suuruuden kuvaamiseen käytetään usein tilastollista merkitsevyyttä (p). Merkitsevyytaso eli riskitaso (p-arvo) ilmoittaa, kuinka suuri todennäköisyys on, että saatu ero tai riippuvuus johtuu sattumasta. P-arvoon vaikuttaa vastanneiden lukumäärä ja keskiarvotesteissä keskihajonta. Kun p-arvo on korkeintaan 0,05 eli 5 % voidaan sanoa, että ero on tilastollisesti merkitsevä. (Heikkilä 2008, 194–195.) Tässä tutkimuksessa p-arvot laskettiin tekemällä Excelillä parittainen kahden otoksen t-testi keskiarvoille tai annetuille arvosanoille.

*Keskihajonta* kuvaa sitä, kuinka hajallaan arvot ovat keskiarvon ympärillä (Heikkilä 2008, 86).

*Keskiarvon keskivirhe* kuvaa keskiarvon luotettavuutta ja sen suuruuteen vaikuttaa muuttujien arvon keskihajonta ja havaintojen lukumäärä (Heikkilä 2008, 88).

## 1 JOHDANTO

Kunnan onnistunut viestintä ja tiedottaminen asukkaille on yksi tärkeimmistä asukas-  
tyytyväisyyden ehdoista. Opinnäytetyöni käsittelee pääongelmanaan yleisesti Nakkilan kunnan kuntalaisviestintää ja -tiedotusta sekä tärkeänä alaongelmanaan erityisesti muutosviestintää, joka nousee ajankohtaiseksi teemaksi mahdollisten kuntaliitosten myötä. Ehdotus opinnäytetyöni aiheesta tuli Nakkilan kunnalta. Tutkimusta lähdin

työstämään mielelläni, koska itse nakkilalaisena pidän aihetta tärkeänä ja ajankohtaisena, ja myös itse henkilökohtaisesti pysyn sitä tyytyväisempänä kuntaani, mitä enemmän asukkaat otetaan huomioon ja mitä enemmän heille tiedotetaan asioista.

Moni asia uudistuu kuntaliitosten myötä, jolloin viestinnän ja tiedottamisen merkitys korostuu kunnan ja kuntalaisten välillä asukastyytyväisyyden ylläpitämiseksi. Opin- näytetyössäni selvitän kuntalaisten mielipiteitä nykyisestä viestintämallista, ovatko kunnan asukkaat tyytyväisiä viestintään ja tiedotukseen kotikunnassaan, sekä pyrin kartoittamaan kuntalaisten tärkeinä pitämiä viestintäkanavia. Tutkimukseni tarkoituksena on siis selvittää, onko tiedottaminen ja viestintä kuntalaisille selkeää ja onko sitä riittävästi sekä minkälaista viestintää kuntalaiset seuraavat ja toivovat. Tärkeänä osana tutkimusta on myös muutosviestintä, saavatko asukkaat riittävästi tietoa uudesta, suunnitellusta kunnasta ja kuntaliitoksesta.

Työssäni selvitän yleisesti, minkälaisia keinoja sekä kanavia julkisyhteisöllä on käytössään viestiessään tärkeistä asioista sidosryhmilleen, ja tässä tapauksessa kuntalaisille, sekä mitä näistä Nakkilan kunta käyttää. Työ on rajattu ulkoisen, kuntalasiin kohdistuvan viestinnän tutkimiseen. Sisäinen viestintä ja muut ulkoiset sidosryhmät on jätetty tutkimuksen ulkopuolelle.

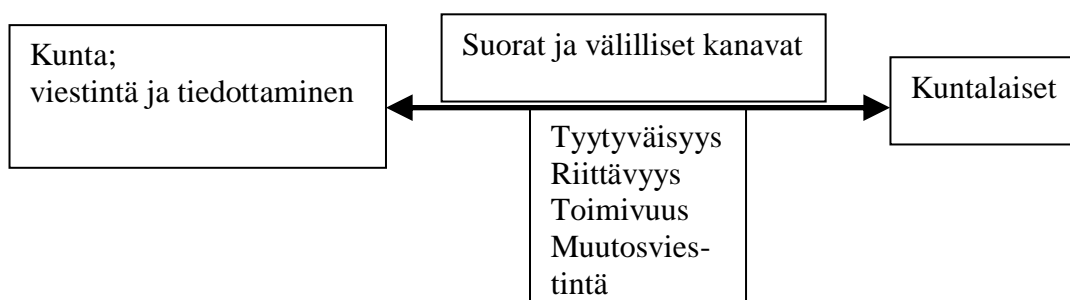
Tutkimuksen edetessä törmäsin siihen ongelmaan, että julkisyhteisön viestintää ja erityisesti kunnallista viestintää on tutkittu melko vähän. Materiaalin vähyden vuoksi jotkin osa-alueet jäivät yhden lähteen varaan. Selväksi kävi kuitenkin se, että kunnallinen viestintä poikkeaa jonkin verran normaalista yhteisöviestinnästä, vaikkakin se seuraa samoja linjoja.

Tutkimus toteutettiin sähköisesti kvantitatiivisena survey-kyselynä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin tai kuvioin (Heikkilä 2008, 16).



## 2 VIITEKEHYS JA TUTKIMUSONGELMA

Viitekehys muodostuu kunnan viestinnästä ja tiedottamisesta kuntalaisille ja päinvas-  
toin. Kunnan ja kuntalaisten välillä käytetään suoria ja välillisiä kanavia, joiden avul-  
la pyritään selvittämään tyytyväisyyttä viestintään, viestinnän riittävyyttä ja toimi-  
vuutta sekä muutosviestinnän onnistuneisuutta.



Kuvio 1. Viitekehyskuvio

### 2.1 Tutkimuksen tarkoitus

Työni tarkoitus on selvittää, ovatko yhteisön viestinnässään ja tiedottamisessaan käyttämät kanavat ja keinot saavuttaneet kuntalaiset, ovatko kuntalaiset tyytyväisiä oman kuntansa viestintään ja tiedottamiseen, sen kanaviin ja keinoihin sekä riittävyyteen ja toimivuuteen. Tarkoitus on siis selvittää Nakkilan kunnan asukkaiden mielipiteitä ja tyytyväisyyttä kunnan asukkaille suuntaamasta viestinnästä sekä vuorovaikutus- ja vaikuttamismahdollisuuksista ja tiedonsaannista. Tutkimuksen tarkoituksena on myös mahdollistaa kunnan viestintäsuunnitelman teko työn tuloksia hyväksi käyttäen.

Tuloksia käsitellään pääasiallisesti kokonaistasolla, mutta lisäksi hyödynnetään myös useita taustamuuttujia. Tutkin muun muassa, vaikuttavatko asuinalue tai ikä tyytyväisyyteen tai tiedonsaantiin. Oleelliset erot tuloksissa eri taustamuuttujien välillä on raportoitu erikseen. Taustatietoina kysyin näiden lisäksi sukupuolta, ammattiasemaa ja asuinvuosia sekä sitä, mistä vastaaja oli saanut tiedon tutkimuksesta. Näitä tietoja en kuitenkaan käyttänyt vertailuissa.

Teoriaosuudessa perehdyn ulkoiseen tiedotukseen ja viestintään ja sen osa-alueisiin, kunnan ja julkisyhteisön viestintään sekä muutosviestintään.

## 2.2 Tutkimusongelma

Työni tutkimusongelmana on *kuntalaisviestinnän toimivuus*. Ongelmaan sisältyy alaongelmina, *miten Nakkilan kuntalaisviestintä ja tiedotus toimii?* Tutkitaan, ovatko kuntalaiset saaneet tarvitsemansa tiedon kunnan toiminnasta ja ovatko he tyytyväisiä siihen sekä *minkä kanavien kautta asukkaat hankkivat tietonsa?* Eli mitä kanavia kunnan kannattaa käyttää ja hyödyntää tiedottamisessaan.

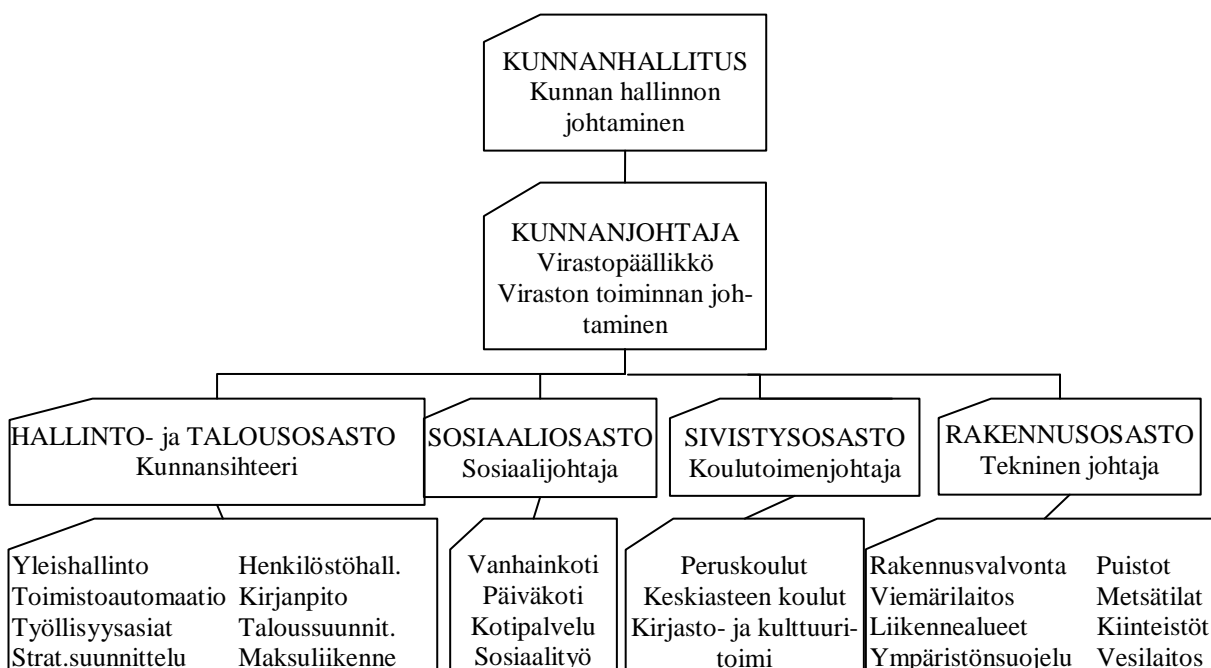
Erillisenä alaongelmana on vielä: *miten muutosviestintä kuntaliitosselvityksestä kuntalaisille toimii?* Halutaan selvittää, ovatko asukkaat saaneet tietoa kuntaliitoksen suunnitteluvaiheista sekä muutoksen etenemisestä ja vaikutuksista.

## 3 NAKKILAN KUNTA

Nakkila on pieni kunta Kokemäenjoen varrella, Harjavallan ja Ulvilan kaupunkien välissä. Kokemäenjoki halkoo Nakkilaa kaakkois-luoteissuunnassa ja on kunnan ainoa vesistö. Joen suuntaisesti Nakkilan läpi kulkee myös rautatie Pori - Tampere sekä valtatie 2 Pori – Helsinki. (Nakkilan kunta 2009, [verkkodokumentti].)

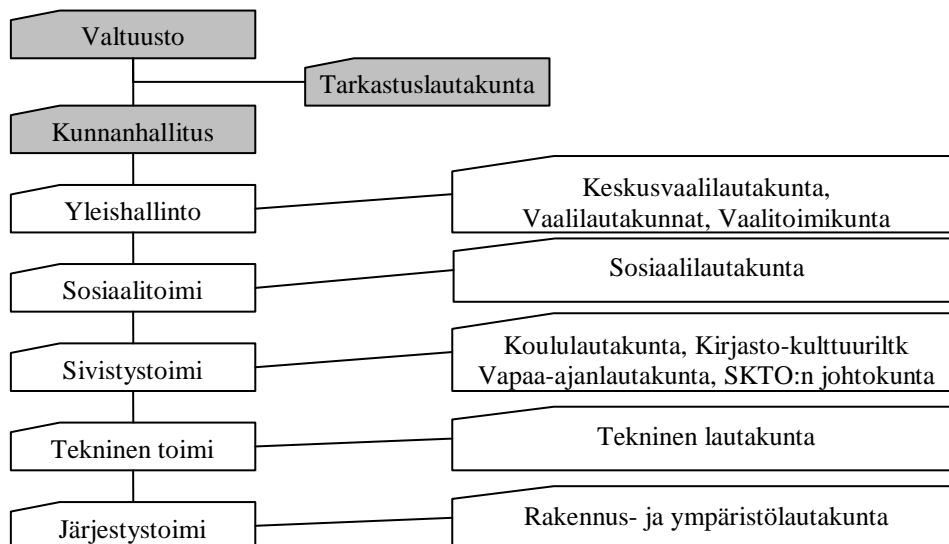
Nakkilan kunta on perustettu vuonna 1861 ja kunnallishallintoa on hoidettu jo vuodesta 1868 lähtien. Ensimmäinen kunnanvaltuusto valittiin vuonna 1917. Tänä päivänä kunnallishallinnossa toimii 7-henkinen hallitus ja 27-jäseninen valtuusto. Nakkilan kunnanjohtajana toimii Kalevi Viren. Kunnanjohtaja johtaa kunnanhallituksen alaisena kunnan hallintoa, taloudenhoitoa sekä muuta toimintaa. Kunnanjohtajalla on oikeus käyttää puhevaltaa kunnanhallituksen puolesta. (Nakkilan kunta 2009, [verkkodokumentti]; Nakkila-esittely 2008, [PowerPoint-esitys].)

Seuraavasta kaaviosta (Kuvio 2) ilmenee kunnanviraston rakenne ja alaisuudet. Hallinto- ja talousosasto valmistelee valtuuston ja kunnanhallituksen käsittelemät asiat, täytäntöön panee päätökset sekä vastaa talous- ja henkilöstöhallinnosta. Myös tiedotustoiminta ja moni muu tehtävä arkistoinnista tonttien markkinointiin ja myyntiin kuuluu hallinto- ja talousosaston tehtäviin. Tiedotustoiminnan valmistelusta vastaavat kunnanhallitus ja kunnansihteeri Matti Sjögren, käytännön tiedottamisen kuitenkin hoitaa pääasiallisesti osastosihteeri Sirkka Kankaanpää. Jokainen osasto hoitaa käytännössä omaa tiedottamistaan. (Nakkilan kunta 2009, [verkkodokumentti]; M. Sjögren, henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2009). Nakkilan tiedottamisesta kerrotaan tarkemmin luvussa 5.5.



Kuvio 2. Nakkilan kunnan virasto-organisaatio kaavio. (Nakkilan kunta. Nakkila-esittely [PowerPoint-esitys]. 2008.)

Tärkeänä osana kunnan toimintaa kuuluvat erilaiset lautakunnat (Kuvio 3), joilla jokaisella on tärkeä tehtävä kunnassa. Lautakunta tarkoittaa toimielintä, joka toimii kunnanhallituksen alaisena ja hoitaa tehtäviä, joita valtuusto on sille antanut, muun muassa Nakkilan sosiaalilautakunta on 7-jäseninen ja kokoontuu tarvittaessa. (Harjula & Prättälä 2007, 210; Nakkilan kunta 2009, [verkkodokumentti].)



Kuvio 3. Nakkilan kunnan toimielinorganisaatio kaavio. (Nakkilan kunta. Nakkila-esittely [PowerPoint-esitys]. 2008.)

### 3.1 Nakkila kuntana

Asukkaita Nakkilassa on Väestörekisterikeskuksen joulukuun 2008 tietojen mukaan 5783, joista kohderyhmääni 18–64-vuotiaisiin kuuluvia 3404 (Tilastokeskus vuodelta 2007). Nakkila kuuluu Länsi-Suomen lääniin, Satakunnan maakuntaan ja Porin seutukuntaan. Työpaikkoja Nakkilassa on noin 1800 ja asukastiheys on 32,4 asukasta per km<sup>2</sup>. Nakkilan naapurikunnat ovat Eurajoki, Harjavalta, Kiukainen, Luvia, Pori ja Ulvila. (Nakkila-esittely 2008, [PowerPoint-esitys]; Tilastokeskus 2009, [verkkodokumentti]; Väestörekisterikeskus 2009, [verkkodokumentti].)

Väestö ikäluokittain (Tilastokeskuksen vuoden 2007 vahvistettujen tietojen mukaan):

|                   |       |                                      |
|-------------------|-------|--------------------------------------|
| alle 18-vuotiaita | 1 221 | } Tutkimuksen kohderyhmään kuuluvat. |
| 18–24-vuotiaita   | 374   |                                      |
| 25–34-vuotiaita   | 525   |                                      |
| 35–44-vuotiaita   | 725   |                                      |
| 45–54-vuotiaita   | 825   |                                      |
| 55–64-vuotiaita   | 955   |                                      |
| yli 64-vuotiaita  | 1 133 |                                      |

(Tilastokeskus 2009, [verkkodokumentti].)

Nakkila on merkittävä teollisuuskunta Satakunnassa, jonka suurin työnantaja on Suominen Kuitukankaat, jossa on noin 300 työntekijää. Kunnassa toimii Satakunnan käsi- ja taideteollisuusoppilaitos, jonka opetusohjelma keskittyy kädentaitoihin ja media-alaan. Nakkilassa sijaitsee myös Länsi-Suomen tv- ja elokuvakeskus Villilä, jonka toiminta on keskittynyt vanhalle Villilän kartanoalueelle. (Nakkilan kunta 2009, [verkkodokumentti]; Nakkila-esittely 2008, [PowerPoint-esitys].)

### 3.2 Kuntaliitosselvitys

Nakkilan kunnan itsenäinen kausi on mahdollisesti pian päättymässä todennäköisten kuntaliitosten myötä. Harjavallan, Kokemäen, Nakkilan ja Ulvilan valtuustot ovat päättäneet käynnistää kuntajakoselvityksen kyseisten kuntien kesken siten, että uusi kunta voisi aloittaa toimintansa vuoden 2011 alusta. Kuntajakoselvityshankkeen työnimenä toimii ”Jokilaakson kaupunki”. Uuden kaupungin nimeksi on kaavailtu Ulvila-nimeä. (Jokilaakson kaupunki 2009, [verkkodokumentti].)

Kuntaliitoksen tarkoituksena on muun muassa edistää palvelujen järjestämistä alueen asukkaille, parantaa alueen asukkaiden elinolosuhteita, parantaa alueen elinkeinojen toimintamahdollisuuksia sekä edistää kuntien toimintakykyä ja toiminnan taloudellisuutta. (Jokilaakson kaupunki 2009, [verkkodokumentti].)

Kuntaliitosselvitystä varten on koottu oma ohjausryhmä, jossa on jäseniä kaikista liitoskunnista. Ohjausryhmä, jonka kuntien hallitukset ovat valinneet, on hankkeen korkein elin. Sen kautta kulkevat kaikki hankkeen keskeiset asiat, se tekee hanketta koskevat linjaukset sekä hyväksyy erilaiset selvitykset ja muun valmisteluaineiston. Jokilaakson kaupungin organisaatioon kuuluu ohjausryhmän lisäksi työvaliokunta ja kuntajakokoordinaattori. Kuntajohtajien muodostama työvaliokunta pitää käytännön tasolla hanketta koossa, vastaa sen aikataulun mukaisesta etenemisestä sekä vastaa ohjausryhmän käsittelyyn tulevien asioiden ja asiakirjojen asianmukaisuudesta. (Jokilaakson kaupunki 2009, [verkkodokumentti].)

Maaliskuussa 2009 tilanne Jokilaakson kaupungin osalta on seuraava: 3.3.2009 Ulvilan valtuusto päätti monien mutkien jälkeen irtautua suunnitellusta nauhakaupungis-

ta. Ulvilan jättäytymisen seurauksena Nakkilalla on edessään uusi tilanne. Nakkilan, samoin kuin muiden kuntaliitosselvittelyssä mukana olleiden kaupunkien ja kuntien, tulee miettiä uusi ratkaisu tulevaisuutta varten. Vaihtoehtoista suunnitelmaa Nakkilalla ei valmiina ole. Tällä hetkellä jatketaan itsenäisenä kuntana, mutta uusia kuntaliitoksia aletaan myös mahdollisesti pohtia, nyt keskitytään kuitenkin enemmän sosi-  
aali- ja terveystyön yhteistyöhön. (Kummala 2009, 3.)

## 4 ULKOINEN VIESTINTÄ JA TIEDOTUS

### 4.1 Tiedotus ja viestintä

Yhteisöjen viestinnästä käytettiin pitkään käsitteitä tiedotus, tiedottaminen tai tiedotustoiminta. Usein käsite tiedotus mielletään yksisuuntaiseksi ja yksipuoliseksi, yhteisöltä sidosryhmille suuntautuvaksi tiedottamiseksi. Käsite tiedotus tunnetaan siis yritysten ja yhteisöjen omana tiedonvälityksenä. Joukkotiedotuksella tai -viestinnällä tarkoitetaan taas viestintää, jonka välittäjinä toimivat joukkoviestimet ja niissä työskentelevät toimittajat ja jossa viestejä välitetään samanaikaisesti monille vastaanottajille eri välineitä käyttäen. Joukkoviestinnän intressinä ei ole edistää organisaatioiden menestystä, vaan luoda asioista jäsenneltyä kuvaa yleisölleen. (Juholin 2006, 16–19.)

Viestintätilanteissa tulee huomata, että toimintaympäristö ja olosuhteet vaikuttavat tapahtumaan monin eri tavoin, jokainen viestin vastaanottaja tulkitsee viestejä ainutkertaisesti omalla tavallaan. Viestintä on monimutkainen tapahtuma, jonka vaikutuksia on vaikea ennustaa, se on suunniteltua, johdettua ja tavoitteellista toimintaa. Viestinnässä on kyse sekä teknisestä prosessista että ihmisten välisistä suhteista. Näin ollen viestin muoto saattaa olla yhtä tärkeä tekijä kuin sisältö. Viestinnästä puhuttaessa tarkoitetaan myös viestintävälineitä, esimerkiksi lehtiä ja internetiä, jotka mahdollistavat viestien liikkumisen ja vuorovaikutuksen yksilöiden tai yhteisöjen välillä. (Juholin 2006, 16–17; Siukosaari 2002, 11.)

Ulkoinen viestintä tarkoittaa yhteisön viestimistä asioistaan ulospäin sekä yhteyden pitämistä erilaisiin ryhmiin yhteisön ympärillä. Ulkoinen yhteystoiminta määritellään

yhteydenpitona niihin ryhmiin, joiden kanssa yhteisö on yhteistyössä tuloksensa saavuttamiseksi. (Siukosaari 2002, 131–136.)

Uutiset ja tapahtumatiedot sekä ajankohtaiset ja pysyvät tiedot yhteisöstä välitetään ulkoisella tiedotuksella yhteistyö- ja kohderyhmille. Ulkoisessa tiedotuksessa tulee ottaa huomioon vastaanottajat, rakentaa sanomat heille sopiviksi sekä valita keinot ja kanavat vastaanottajien mukaan. Tavoitteena ulkoisessa tiedottamisessa on tietoisuuden lisääntyminen yhteisölle tärkeissä yhteistyö- ja kohderyhmissä. (Siukosaari 2002, 163.) Tässä tutkimuksessa pyritään kartoittamaan kunnan tiedottamisen lisäämää tietoisuutta 18–64-vuotiaissa kuntalaisissa. Muut yhteistyö- ja kohderyhmät on jätetty tarkastelun ulkopuolelle.

Käsite tiedotus määritellään tässä työssä, kuten Juholin sen on määritellyt, yksisuuntaiseksi tiedonvälitykseksi kunnalta asukkaille (Juholin 2006, 16). Esimerkiksi erilaiset tiedotteet kunnan asioista ovat yksisuuntaista tiedottamista. Viestintä kuvaa taas vuorovaikutteista yhteydenpitoa kunnan ja asukkaiden välillä eri välineiden kautta tai ilman välineitä suorana viestintänä kunnalta asukkaalle ja päinvastoin. Asukkailla on siis mahdollisuus vastata kunnan viestintään.

#### 4.2 Yhteisöviestintä

Yhteisöviestintä, aikaisemmin tiedotustoiminnaksi kutsuttu ala, alkoi syntyä jo 1900-luvun alussa eli varsinaista yhteisöviestintää on harjoitettu jo niin kauan kuin on ollut organisoitua toimintaa. Juholinin mukaan käsite yhteisöviestintä on vakiintunut vasta viime vuosien aikana suomen kieleen. Hänen mukaansa yhteisöviestintä tarkoittaa erilaisten yhteisöjen, kuten yritysten, julkisyhteisöjen ja järjestöjen viestintää. (Juholin 2006, 17–19).

ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry (2007 [verkkodokumentti]) määrittelee www-sivuillaan, asiakirjassa ”Yhteisöviestinnän periaatteet” yhteisöviestinnän käsitteen seuraavasti:

Yhteisöviestintä on työyhteisön viestintätoiminto eli funktio, jossa viestinnän keinoin edistetään työyhteisön vision, strategioiden ja tavoitteiden saavuttamista. Tärkeimmät keinot ovat pitkäjänteinen profilointi ja maineenhallinta, ulkoi-

nen ja sisäinen viestintä, ohjaus ja valmennus sekä luottamus ja viestinnän toimivuuden arviointi ja mittaaminen. (ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry 2007, [verkkodokumentti])

Juholin kokoaa eri lähteiden perusteella tiivistetysti yhteisöviestinnän sanoman, joka mukailee ProComin määritelmää. Yhteisöviestintä on siis organisaation tavoitteellista, suunniteltua ja jatkuvaa toimintaa, joka pyrkii aikaansaamaan ja ylläpitämään organisaation ja sen yleisöjen välistä yhteisymmärrystä ja luottamusta. Samoin määrittellään usein myös organisaation suhdetoiminta. (Juholin 2006, 19.)

Anssi Siukosaari (2002, 11) tiivistää yhteisöviestinnän käsitteen ytimekkäästi yhteen lauseeseen ”Yhteisöviestinnällä rakennetaan yhteisökuvaa ja varmistetaan vuorovaikutteinen tiedonvälitys”. Tämän opinnäytetyön yhteydessä yhteisöviestintä rajoittuu kunnan ja kuntalaisten välille, ja tutkimuksessa on otettu tarkempaan käsittelyyn ProComin määrittelemistä keinoista ulkoinen viestintä (luku 4) sekä viestinnän toimivuuden arviointi kyselytutkimuksen avulla.

#### 4.3 Julkisyhteisön viestintä

YVY eli Yhteiskuntaviestinnän yhdistys ry on määritellyt yhteiskuntaviestinnän kotisivuillaan seuraavasti:

Yhteiskuntaviestinnäksi katsotaan kaikki kansalaisten hyvinvointia lisäävä ja yhteiskuntaa hyödyttävä voitto tavoittelematon viestintä, jolla pyritään vaikuttamaan kohderyhmien tietoihin, asenteisiin ja käyttäytymiseen. (Yhteiskuntaviestinnän yhdistys ry 2008, [verkkodokumentti].)

Julkisyhteisön viestintä on yhteiskunnallista. Yhteiskunnallisessa viestinnässä perustana toimivat kansalaisten perustarpeet ja oikeudet, ja ne turvataan lainsäädännöllä. Yhteiskuntaviestintä on myös Anne Högströmin mukaan yhteiskunnan ja kansalaisten hyvinvointia edistävää, eikä se tavoittele välitöntä taloudellista hyötyä. (2002, 19–26.)

Julkisyhteisön viestinnän lähtökohtina on tasa-arvo ja tasapuolisuus. Yhtenä tasa-arvon osana on kansalaisten mahdollisuus osallistua itseään koskevaan päätöksentekoon. Vaikka yhteiskuntaviestinnässä tulee huomioida tasapuolisuus, se ei tarkoita



kaikkea kaikille -tapaa, vaan myös siinä tulee harjoittaa kohderyhmäajattelua ja kohdistettua viestintää. (Högström 2002, 44–46.)

Högströmin määrittelemässä julkisyhteisön viestinnän suunnittelussa pätevät pääasiassa samat periaatteet ja käytännöt kuin normaalissa yhteisöviestinnässäkin: viestinnän suunnittelu perustuu yhteisön tehtävään, päämääriin ja tavoitteisiin. Högström listaa yhteiskunnallisen viestinnän tehtäviksi tiedon lisäämisen, asenteisiin vaikuttamisen sekä toimintatapojen muuttamisen. Tiedon lisääminen tapahtuu pääasiallisesti tiedottamisen kautta, ja se on suhteellisen vaivatonta. Tiedottaminen on keskeisin osa yhteiskunnallista viestintää, mutta se ei kuitenkaan saa olla ainoa keino. Yksisuuntainen tiedottaminen voi johtaa tiedon ylitarjontaan, ja näin ollen viestinnästä tulee tehotonta. Asenteisiin ja toimintatapoihin vaikuttaminen on monimutkaisempaa, se vaatii pitkäjänteisyyttä ja suunnitelmallisuutta. Yhteiskuntaviestinnässä on alettu käyttää yhä enemmän myös markkinoinnillista viestintää halutun kohderyhmän saavuttamiseksi. Yhteiskunnallisessa viestinnässä markkinointi kuitenkin painottuu kampanjointiin ja sponsorointihankkeisiin. (Högström 2002, 29–36.)

Hannu Nieminen toteaa julkisyhteisön poikkeavan muista yhteisöistä niin olennaisesti, että myös viestinnän tarkastelussa tämä tulee ottaa huomioon. Hänen mukaansa julkisyhteisön jäseniä ovat kaikki sen piiriin kuuluvat, myös yhteistyö- ja kohderyhmät, ja kaikki jäsenet ovat tasavertaisia. Niemisen määritelmän mukaan julkisyhteisön toiminta on kommunikatiivista ja se tähtää yhteisymmärryksen saavuttamiseen, jossa jokaisella yhteisön jäsenellä on tasavertaiset oikeudet osallistua yhteisymmärrykseen tähtäävään julkiseen keskusteluun. Julkisen organisaation viestintä on kaikissa vaiheissaan viranomaisen ja lakien ohjaamaa. (Nieminen 2000, 109–122.)

#### 4.4 Viestintästrategia ja -suunnitelma

Nakkilan kunnalla ei ole varsinaista kirjattua viestintästrategiaa tai viestintäsuunnitelmaa. Ohjeistusta tiedottamiseen löytyy kuntalaista ja erilaisista säädöksistä ja ohjeista. Tarkemmin Nakkilan kunnan viestintää on selvitetty luvussa 5.5 (s. 29). Viestintästrategian ja -suunnitelman selvitys on kirjattu työn teoriaosaan, koska tutkimuk-

sen yhtenä tarkoituksena on alustaa kirjatun viestintäsuunnitelman tekoa Nakkilan kunnalle.

Viestinnän kokonaisvaltaista suunnitelmaa kutsutaan usein viestintästrategiaksi, joka perustuu koko yhteisön strategiaan. Silloin kun yhteisön päästrategiat muuttuvat, muuttuvat myös viestintästrategiat. Elisa Juholinin mukaan viestintästrategia muodostuu niistä määrittelyistä, valinnoista ja tavoitteista, jotka vievät toimintaa samaan suuntaan ja joita soveltamalla ja toteuttamalla yhteisö menestyy. Strategiassa päähuomio on tulevaisuudessa ja se sisältää sekä tavoitteet että toiminnan keskeiset suuntaviivat. (2006, 65.)

Viestintäsuunnitelman perustana on yhteisön toiminta-ajatus, tavoitteet ja visio. Viestinnän suunnittelu on vaikeaa, koska viestintäprosessi on arvaamaton ja toisaalta juuri siksi viestintää tulee suunnitella. Yhteisöviestinnässä (josta tarkemmin kerrottu luvussa 4.2) pyritään vastaamaan yhteistyö- ja kohderyhmien odotuksiin ja tarpeisiin onnistuneesti, joten työyhteisössä on tärkeää tuntea hyvin omat yhteistyö- ja kohderyhmät. Kun sidosryhmät tunnetaan hyvin, tiedetään myös, millaista viestintää ja tiedottamista he tarvitsevat. Sidosryhmien tuntemuksen lisäksi viestinnän suunnittelussa on huomioitava sekä lyhyemmällä että pidemmällä aikavälillä yhteisön omat tarpeet, mitä halutaan kertoa ja mistä on tärkeää tiedottaa. Viestintäsuunnitelman laatii yleensä viestintätoimesta vastaava, ja sen hyväksyy työyhteisön ylin johto. (Siukosaari 2002, 20; Åberg 2000, 244–245.)

Leif Åbergin määritelmän mukaan yhteisöviestinnän suunnittelumalliin kuuluu kolme tasoa: strateginen, taktinen ja operatiivinen. Strategiseen suunnitteluun sisältyy viestinnän peruslinjojen määrittely, joiden avulla viestintä tukee työyhteisön strategisia tavoitteita. Se perustuu, kuten Juholinkin toteaa, työyhteisön kokonaisstrategiaan. (Åberg 2000, 227.)

Taktisella tasolla taas suunnitellaan, miten voimavarat sidotaan. Taktiseen suunnitteluun voi kuulua muun muassa viestintään tarvittavien voimavarojen erittely, yhteistyöryhmien erittely tai viestinnän osa-alueiden toimintaohjeet. Taktiset ohjeet ovat lähinnä suuntaa antavia, toimintaa ohjaavia muistilistoja. (Åberg 2000, 235.)

Operatiivista suunnittelua voidaan kutsua myös lyhyen tähtäyksen suunnitteluksi, ja se tarkoittaa toiminnan suunnittelua sidotuin resurssein, jossa tähtäin on yleensä vuoden päässä. Operatiivisia viestintäsuunnitelmia voivat olla yhteisöviestinnän eri osa-alueiden talousarvio ja vuosi- tai kampanjasuunnitelmat. (Åberg 2000, 242.)

#### 4.4.1 Viestinnän vuosisuunnitelma

Viestintästrategia toimii viestinnän suunnittelulle eräänlaisena puitemallina. Jos yhteisöllä on pitkän aikavälin suunnitelma (2-4 vuotta), tulee yhteisön laatia vastaava suunnitelma myös viestinnästä. Tällaista viestintäsuunnitelmaa voidaan kutsua viestinnän vuosisuunnitelmaksi ja sillä pyritään rakentamaan hyvää yhteisökuva. Viestinnän vuosisuunnitelmaan kirjataan tavoitteet, keinot, aikataulut, toteuttajat ja kustannukset sekä talousarvio. (Siukosaari 2002, 21–23.)

Tavoitteet voivat vaihdella yhteisön ja sen viestinnän iästä, laajuudesta ja laadusta riippuen. Tavoitteita määritettäessä otetaan tarkasti huomioon yhteisön vuosisuunnitelma ja siihen kirjatut tavoitteet. Keinot valitaan aina tavoitteiden mukaan, valitaan siis ne viestinnän keinot, joilla tavoitteisiin päästään. Aikataulujen suunnittelussa tulee huomioida se, että yhtäkkiset toteutukset saattavat viedä aikaa. Aikatauluihin on siis syytä varata riittävä turvamarginaali. Viestinnän toteutuksen vaatima aika saattaa ylittyä tiedottajasta tai viestijästä riippumattomista syistä. Aikataulutus vaatii siis runsaasti kokemusta. Viestinnän ensimmäiset voimavarat ovat toteuttajat. Yhteisön johto määrää toteuttajat ja viestintävastuullinen määrittelee tarpeet. Toteutusta voi tehdä itse ja sitä voidaan myös ostaa ulkopuolelta. Hyvästä viestintäsuunnitelmasta löytyy myös tiedottajien käyttösunnitelma, jossa määrätään, ketkä vastaavat viestinnästä tulosvuoden alussa, tarvitaanko lisää henkilökuntaa viestintään ja millaisia palveluja tulee ostaa yhteisön ulkopuolelta. (Siukosaari 2002, 21–24.)

Viestinnän vuosisuunnitelma laaditaan yleensä samaan aikaan viestinnän talousarvion kanssa ja talousarvio määritetään omaksi viestintäsuunnitelman osaksi. Ellei yhteisöltä löydy määrärahoja viestintään, ei ole myöskään viestintää. Määrärahojen käyttö suunnitellaan tarkoin. Talousarvioon kirjataan siis viestinnän toiset voimavarat eli rahat. (Siukosaari 2002, 21–24; Åberg 2000, 243.)

#### 4.4.2 Hankesuunnitelma

Vuosisuunnitelman lisäksi yhteisö voi tehdä vuoden mittaan useitakin hanke- eli projektisuunnitelmia, jotka saattavat liittyä yhteisön muihin tapahtumiin, mutta usein myös suoraan viestintään. Hanke on kertaluonteinen ja siihen ryhdytään tietyn tehtävän suorittamiseksi. (Siukosaari 2002, 21; Åberg 2000, 244.)

Hyvästä projektisuunnitelmasta löytyy samat voimavarat kirjattuina kuin vuosisuunnitelmastakin: tavoitteet, keinot, aikataulut, toteuttajat ja rahat. Tällaisten niin kutsuttujen lyhyemmän aikavälin projektien vaikutukset saattavat olla näkyvissä välittömästi tai vasta vuosien kuluttua. Viestintähankkeiden välittömät vaikutukset yhteisökuvaan ovat helpommin arvioitavissa kuin niiden pitkäaikaiset vaikutukset. (Siukosaari 2002, 25–26.)

#### 4.5 Ulkoinen informointi

Leif Åberg sisällyttää käsitteen ulkoinen informointi alle ulkoisen tiedotuksen, ulkoisen viestinnän, lehdistösuhteet, julkissuhteet, yhteiskuntasuhteet, sijoittajasuhteet, suhdetoiminnan, sidosryhmäsuhteet, PR:n, yhteystoiminnan sekä yhteiskuntaviestinnän. Åbergin mukaan ulkoisessa informoinnissa on kaksi päämekanismia, välitetty viestintä ja suora yhteydenpito. (2000, 152.)

Kohderyhmän ollessa suuri, kuten tutkimukseni kohdalla kuntalaiset, käytetään usein välitettyä viestintää. Ulkoinen tiedotus on usein välitettyä, eli työyhteisön ja vastaanottajien välissä toimii esimerkiksi uutistoimittaja. Välitetyn viestinnän kanavina toimivat yleensä sanomalehdet, radio ja televisio. Kohderyhmän ollessa pieni ja tunnettu käytetään taas suoraa, henkilökohtaista viestintää. (Åberg 2000, 152–157.) Kun kyseessä on pieni kunta, Nakkila, on mahdollista käyttää myös suoraa viestintää. Nakkilan kunnan ulkoisessa informoinnissa voi siis käyttää sekä suoraa että välitettyä viestintää.

## 5 KUNNAN VIESTINTÄ

Yhteisön eli tässä tapauksessa kunnan viestintä on yhteisö- tai organisaatioviestintää, ja se voidaan jakaa kahteen osaan, tiedotustoimintaan ja suhde- eli yhteystoimintaan (Luoto 2000, 31). Tiedotus- ja yhteystoiminnasta on kerrottu lisää kanavien ja keinojen yhteydessä luvuissa 5.2.1 ja 5.2.2. Nakkilan kunnan viestinnästä kerrotaan omassa luvussaan (5.5).

### 5.1 Linjauksia kunnan viestintään

Suomen Kuntaliiton laatimassa kunnan viestintäoppaassa viestinnän visio määritellään seuraavasti: ”Viestintä ylläpitää asukkaiden hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Päätöksenteko on läpinäkyvää ja kuntalaisten osallistuminen laajaa.” (Suomen Kuntaliitto 2004, 7.)

Kunnassa valtuusto linjaa kunnan strategian ja näin ollen luo edellytykset viestinnälle. Viestintää johtaa ja valvoo kunnanhallitus, mutta käytännössä siitä vastaa kunnanjohtaja. Kunnanhallitus päättää kunnan yleisistä tiedotusperiaatteista ja tiedotusvastuun jaosta eri toimielimissä. Kunnan viestinnän suunnittelu toimii saman mallin mukaan kuin kaikkien muidenkin yhteisöjen viestintä, se suunnitellaan kunnan strategian pohjalta. Viestinnän suunnittelu alkaa nykytilan ja kohderyhmien selvittämisellä, tavoitteiden asettamisella ja keinojen valinnalla. (Suomen Kuntaliitto 2004, 15.)

Aktiivinen ja ennakoiva tiedottaminen sekä vuorovaikutus luovat asukkaille mahdollisuuksia vaikuttaa yhteisiin asioihin ja toimia kunnan jäsenenä. Kunnan on tärkeää informoida kuntalaisia siitä, miten he voivat esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille. Kuntalaisilla on oikeus tehdä aloitteita ja saada tietoja julkisista asiakirjoista sekä hakea muutosta toimielinten tekemiin päätöksiin. Kuntalaki vaatii kuntaa selvittämään asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa. Kuntalaisilla on mahdollisuus mielipiteen ilmaisemiseen ottamalla yhteyttä luottamushenkilöihin ja viranomaisiin sekä median kautta. Kunnan on vastattava tiedotusvälineissä esitettyihin kuntalaisten kysymyksiin. (Suomen Kuntaliitto 2004, 7-9.)

## 5.2 Kanavia ja keinoja

Tässä luvussa kerrotaan yleisesti kunnan viestinnän kanavista ja keinoista. Nakkilan kunnan viestinnästä kerrotaan tarkemmin omassa luvussaan (5.5).

Kunnan käytössä on useita eri välineitä, joilla tavoittaa kuntalaiset. Viestinnän kanavia ovat esimerkiksi tiedotusvälineet, maksullinen mainonta sekä suora kuntalaisviestintä. (Suomen Kuntaliitto 2004, 19.) Suoria kanavia ja keinoja asiakas- ja sidosryhmäviestintään ovat Juholinin mukaan henkilökohtainen yhteydenpito ja tapaamiset, pienryhmätilaisuudet ja paneelit, suuret tilaisuudet ja tapahtumat sekä avointen ovien päivät. Suomen Kuntaliiton mukaan suoraan kuntalaisviestintään kuuluu muun muassa tiedotuslehdet, esitteet, internet ja muu sähköinen viestintä sekä yleisötilaisuudet. Välitetyiksi keinoiksi Juholin taas listaa seuraavat: internet ja ekstranet, sähköposti, tiedotteet ja kirjeet, säännöllisesti ilmestyvät sidosryhmäjulkaisut, esitteet ja julkaisut, mainonta eri muodoissaan ja mediajulkisuus. Käteviä välineitä ovat myös näyttelyt, videot, diaohjelmat, kalvosarjat ja multimediaesitykset. Uusia kanavia viestintään tuovat mobiiliviestimet ja digi-tv sekä erilaiset mediaelementit kuten kuva, ääni ja webbivideo. (Juholin 2006, 210–211; Suomen Kuntaliitto 2004, 19.)

Viestinnän tehostamiseksi kunnan taholta on kannattavaa järjestää asukasiltoja ja tapaamisia, parantaa internetin, sähköpostin ja kuntalaistiedotteiden käyttöä sekä julkaista oppaita, esitteitä ja katsauksia toiminnasta, palveluista, taloudesta, maankäytön suunnittelusta ja tarvittaessa muistakin osa-alueista. (Suomen Kuntaliitto 2004, 8.)

Vuonna 2005 toteutetun kuntien viestintätutkimuksen mukaan ehdottomasti tärkeimpänä välineenä kunnan asukas- tai asiakasviestinnässä kunnat pitävät internetiä. Internetin avulla voidaan järjestää kyselyjä ajankohtaisista asioista, herättää keskustelua ja pyytää ehdotuksia asukkailta sekä pitää nähtävillä suunnitelmat, esityslistat ja viranhaltijapäätökset. Kotisivut mahdollistavat myös asukkaiden nopean palautteenannon ja vastaavasti kunnan nopean palautteeseen vastaamisen. Julkishallinnon suosituimmaksi verkkopalveluksi luokitellaan oman asuinkunnan internetpalvelut. Useissa kunnissa on mahdollisuus käyttää ilmaiseksi internetiä muun muassa kirjastoissa. Vuorovaikutteisilla verkkopalveluilla voidaan edistää kuntalaisten osallistumismahdollisuuksia. Tavoitteena on ottaa kuntalaiset mukaan kunnan toimintaan ja

sen kehittämiseen internetin avulla. (Suomen Kuntaliitto 2004, 9-22; Suomen Kuntaliitto 2006, 24.)

Luottamushenkilöt ovat tärkeä viestinnän voimavara kunnassa. Luottamushenkilöiden julkinen rooli ja laajat sidosryhmäsuhteet ovat kunnalle tärkeä tapa viestiä. Kunnan luottamushenkilöstön ja virkamiesjohdon kiinteällä vuorovaikutuksella varmistetaan sujuva tiedonkulku. (Suomen Kuntaliitto 2004, 16.)

Kuntalaisilla on mahdollisuus päästä kuuntelemaan myös valtuuston kokouksia, jotka ovat kuntalain mukaan julkisia, ellei valtuusto jossakin asiassa toisin päättä. Valtuuston ja kunnanhallituksen sekä lautakuntien esityslistat liitteineen ovat merkittävä tiedon lähde kunnassa valmisteilla olevista asioista. Esityslistojen julkistaminen auttaa kuntaa tiedottamaan valmisteilla olevista asioista kuntalaisille. Ne voidaan toimittaa tiedotusvälineille julkaistavaksi, mikä on maksutonta ja näin ollen hyödyllistä ilmaista viestintää. Esityslistat kannattaa julkaista myös kotisivuilla heti niiden valmistuttua. (Suomen Kuntaliitto 2004, 17.)

Neuvonta ja tiedottaminen sekä palautteen vastaanotto on osa asiakaspalvelua ja viestintää kaikissa kunnan toimipisteissä. Tiedon perille saattaminen ja palautteen vastaanottaminen on tehokkainta silloin, kun viestintä on henkilökohtaista ja asiakaspalvelu ja -neuvonta tavoittavat suoraan tietoa tarvitsevat kuntalaiset. Info- ja palvelupisteistä löytyy yleensä ajan tasalla olevat yhteystiedot, oppaat, esitteet ja lomakkeet. (Suomen Kuntaliitto 2004, 21.)

Kunnat kehittävät jatkuvasti uusia kanavia ja panostavat ammattimaiseen viestintään, hallittuun visuaaliseen ilmeeseen, asiakaspalauteanalyysiin sekä sanoman kohdentamiseen. Kuntien viestintämateriaali on yleensä selkeää ja vastaanottajan tarpeista lähtevää. Viestintä pitäisi kohdistaa niin, että tieto tavoittaa mahdollisimman hyvin kaikki sitä tarvitsevat ja viestinnän vaikutuksia pitäisi arvioida säännöllisesti. (Suomen Kuntaliitto 2004, 19.)

### 5.2.1 Tiedotustoiminta ja tiedotusaineisto

Tiedotustoiminta on usein välitettyä ja se tähtää tietoisuuteen (Siukosaari 2000,32). Myös Reima T.A. Luoto on samoilla linjoilla Siukosaaren kanssa: tiedotustoiminnalla välitetään uutisia ja kerrotaan muutoksista, tuloksista, toiminnasta ja tulevaisuudesta. Tiedotustoiminta tapahtuu välineillä, joilla saavutetaan samanaikaisesti suurrehko kohderyhmä. (Luoto 2000, 32.)

Anssi Siukosaaren mukaan yhteisölle voidaan laatia pysyvää tiedotusaineistoa, jota voidaan käyttää erilaisissa tilanteissa tärkeille kohderyhmille. Pysyvän tiedotusaineiston lisäksi voidaan kehittää jollekin tietylle ryhmälle tai johonkin tiettyyn asiaan painottuvaa aineistoa. Siukosaari listaa useita esimerkkejä pysyvästä tiedotusaineistosta. Seuraavaksi listataan niistä ne, jotka sopisivat myös Nakkilan kunnan tiedotusaineistoksi.

**Taskutieto:** Sisältää perustietoja ja tunnuslukuja yhteisöstä kirjattuna pieneen taskutietoon, jota on helppo pitää mukana.

**Yhteisöesite:** Esittelee yhteisön toimintaa, tavoitteita ja tuloksia sekä henkilöitä ja toimitiloja. Esitteen tulee olla mielenkiintoisen näköinen ja selkeä.

**Kalvosarja:** Toimii hyvänä tukena yhteisön esittelijälle. Monessa yhteisössä, on siirrytty sähköiseen muotoon, esimerkiksi PowerPoint-esityksiin, joita on helppo muokata tilanteen mukaan ja päivittäminen käy nopeasti.

**Www-kotisivut:** Päivitys on kotisivujen a ja o. Yhteisön tiedottajan on hyvä osata itse päivittää kotisivut ja pitää ne ajan tasalla.

**Arkistot:** Pysyvään tiedotusaineistoon kuuluu hyvä ja hyvin hoidettu arkisto, josta löytyy muun muassa historiikki ja valokuvia.

(Siukosaari 2002, 163–166.)

### 5.2.2 Yhteystoiminta

Yhteystoiminta käsitetään suorana ja henkilökohtaisena viestintänä, joka tähtää tunnetuksi tulemiseen, ja sen työvälineet ovat niin sanotusti intiimimmät kuin tiedotustoiminnan. Yhteystoiminnassa ollaan yleensä tekemisissä henkilökohtaisesti pienehkön kohderyhmän kanssa. (Luoto 2000, 32; Siukosaari 2002 16–17.)



Yhteisöiltä löytyy yleensä suunnitelma ja ohjelma yhteydenpitoa ulkomaailmaa varten. Anssi Siukosaari (2002, 16–17, 137–161) listaa tärkeimmiksi yhteydenpitomuodoiksi ulkoisessa yhteystoiminnassa seuraavat tavat: henkilökohtainen viestintä (kuten puhelinsoitto), kirje, tapaaminen ja yleinen huomaavaisuus, yhteisövierailut, huomionosoitukset, edustaminen, yhteisö- ja mainoslahjat, yhteydenpito toimittajiin ja virkamiehiin, kansainvälinen yhteystoiminta sekä hyväntekeväisyys ja luotaus eli yhteisössä ja sen ympäristössä tapahtuvien muutosten selvitys. Luodon (2000, 32) mukaan yhteystoiminnan välineitä voivat olla vapaampimuotoisetkin tilaisuudet ja teot, kuten saunaillat ja kukkakimpulla muistamiset. Nakkilan kunnan kannalta näistä olennaisimpina voisi pitää yhteisövierailua, huomionosoituksia, edustamista, yhteisö- ja mainoslahjoja sekä hyväntekeväisyyttä.

Kunnassa yhteisövierailun voi käsittää esimerkiksi kuntalaisille suunnattuna tutustumistapahtumana kunnantalolla. Erilaisilla huomionosoituksilla, esimerkiksi onnitteilla, kunta osoittaa kiinnostusta kuntalaisia kohtaan. Edustamista esiintyy kunnallisella alalla paljon, kunnan päättäjät voivat edustaa kuntaa esimerkiksi erilaisissa juhlatilaisuuksissa. Yhteisölahjoja voidaan jakaa esimerkiksi menestyneille kuntalaisille ja mainoslahjoja taas esimerkiksi messuilla mainostamaan kuntaa. Hyväntekeväisyyden sanotaan lisääntyvän koko ajan, ja kunnan tukiessa erilaisia hyväntekeväisyysmuotoja, luodaan kuntalaisille positiivista kuvaa omasta asuinkunnasta. Hyväntekeväisyydellä kunta voi tukea esimerkiksi kunnan omia liikunta- tai kulttuurijärjestöjä.

### 5.3 Kohderyhmät ja asukasviestintä

Yhteisöviestinnän onnistumisen kannalta on oleellista määrittää yhteistyö- ja kohderyhmät (Siukosaari 2002, 133). Ulkoisen viestinnän kohderyhmiä on monia. Tässä tutkimuksessa keskitytään kuitenkin vain kuntalaisiin, jotka ovat kunnan tärkein kohderyhmä.

Sana asiakas voidaan Elisa Ikävalkon mukaan korvata myös muun muassa sanoilla jäsen ja asukas. Termi asukas on tätä tutkimusta ajatellen tarkoituksenmukainen. Asukkaat pyritään ryhmittelemään erilaisiin ryhmiin viestinnän kohdentamisen hel-

pottamiseksi. Eri ryhmille muokataan omat viestintämuotonsa ja mietitään oikeat kanavat. (Siukosaari 2002, 133; Ikävalko 1999, 196.)

Julkisyhteisön viestinnän tärkeimpänä kohderyhmänä Hannu Nieminen mainitsee kansalaiset. Niemisen mukaan julkisyhteisössä kohderyhmä-termin käyttö saattaa kuitenkin olla harhaanjohtavaa. Kommunikatiivisen toiminnan näkökulmasta julkisyhteisön viestinnän tavoitteena on tavoittaa kaikki, joita julkisyhteisön toiminta koskee, esimerkiksi kaikki kunnan asukkaat. (Nieminen 2000, 113–128.)

Anne Högströmin mukaan taas kohderyhmäajattelu on tavallista yhteiskuntaviestijöille. Hän toteaa, että on tehokkaampaa kohdistaa viesti tiettyyn ryhmään ja määrittellä tälle ryhmälle omat viestinnän tavoitteet, koska ilman kohderyhmämäärittelyä on vaikea arvioida, mitä keinoja tulee käyttää haluttujen tavoitteiden saavuttamiseksi. (Högström 2002, 79.)

Viestinnän eri kohderyhmät tulee ottaa huomioon kaikessa kunnan viestinnässä ja sen suunnittelussa. Kunnan viestinnän kohderyhmistä tärkein on kuitenkin asukkaat, samoin kuin muidenkin julkisyhteisöjen viestinnässä, kuten aikaisemmin jo mainittiin. (Suomen Kuntaliitto 2004, 19.)

Asukkaiden tulee olla jatkuvasti tietoisia siitä, mitä yhteisössä tapahtuu nyt ja mitä on tulossa. Asukasinformaatio on merkittävää kunnalle, sillä asukkaat muodostavat mielipiteensä paljolti saamansa informaation perusteella. Ikävalko toteaa, että kuntalainen haluaa todennäköisesti saada tietoa kaikista merkittävistä asioista heti ja jatkuvasti. (1999, 201.)

Asukasviestinnän välineinä voi toimia Ikävalkon mukaan asukastiedote ja -lehti, asukastilaisuus ja -rekisteri sekä erilaiset huomionosoitukset. Asukastiedotteen on oltava lyhyt ja kerrottava vain oleellinen. Asukaslehti taas tiedottaa laajemmin ja syvemmin yhteisön tapahtumista ja toiminnasta, tulevaisuudesta ja henkilöistä. Asukaslehdelle tulee määrittellä ja kirjata kohderyhmä, toiminta-ajatus, luonne ja sisältöalueet, jotta perusasiat lehdestä ovat kaikkien sen tekijöiden tiedossa. (Ikävalko 1999, 203–221.)

Suurissa kunnissa kommunikaatio kuntalaisten kanssa tapahtuu yleensä tiedotusvälineiden välityksellä, kun taas pienessä kunnassa voidaan pitää yhteyttä kuntalaisiin kiertokirjein ja keskustelutilaisuuksia järjestämällä. (Luoto 2000, 41.)

Vaikka kanavista ja keinoista on kerrottu jo omassa luvussaan (5.2) kerrottakoon tässä vielä, että vuonna 2005 toteutetusta kuntien viestintätutkimuksesta ilmenee, että yleisimmin käytettyjä asukasviestinnän välineitä ovat internet, sähköposti, suora viestintä asukastilaisuuksissa sekä tiedotteet ja esitteet. Oma tiedotuslehti tai tiedotuslehti osana jotain muuta lehteä on myös käytössä useassa kunnassa. (Suomen Kuntaliitto 2006, 24.)

#### 5.4 Lainsäädäntö kunnan tiedottamisen ohjeena

Lainsäädäntö on ohjannut kuntien tiedottamista vuodesta 1977. Suomen Kaupunki-  
liitto laati vuoden 1978 alussa mallin kaupunkien tiedotustoiminnan ohjeiksi. Vuonna 1986 julkaistiin kuntien tiedotusohjeet, jotka edellyttivät, että tiedottaminen on olennainen osa kaikkea kunnan hallintotoimintaa. Vuoden 1995 kuntalaki korosti entisestään tiedottamisen ja vuorovaikutuksen merkitystä; kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia tahdottiin edistää. (Suomen Kuntaliitto 2004, 35–36.)

Nykyisin kunnan viestintää ohjaavat monet lait. Kuntalaki, julkisuuslainsäädäntö, hallintolaki, kielilaki ja monet erityislait täsmentävät kunnan viestintävelvoitteita. Kuntalaki korostaa kunnan ja asukkaiden vuorovaikutusta. Laki velvoittaa tiedottamaan asioista jo valmisteluvaiheessa, ja sen mukaan samassa yhteydessä on tiedotettava, miten kuntalaiset voivat esittää mielipiteitä ja palautetta asioiden valmistelijoille ja päättäjille. Näiden lisäksi kuntalain tiedotussäännöksessä korostetaan tiedottamista tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. (Suomen Kuntaliitto 2004, 38.)

Hallintolaissa täydennetään kuntalain tiedottamissäännöstä sekä julkisuuslain säännöksiä tiedonsaannin edistämismahdollisuudesta. Julkisuuslainsäädäntö muodostuu julkisuuslaista ja asetuksesta viranomaisten toiminnan julkisuudesta sekä hyvästä tiedonhallintatavasta. Sen tarkoituksena on edistää tiedonsaantia ja hyvää tiedonhallintatapaa sekä selkeyttää salassapitoperusteita. (Suomen Kuntaliitto 2004, 40–41.)

## 5.5 Nakkilan kunnan viestintä

Nakkilan kunnan viestintä on hyvin perinteistä ja mukaillee hyvin pitkälti kuntien tiedotusohjeita. Kuntalaisille tiedottamista ja vuorovaikutteista yhteystoimintaa pidetään Nakkilassa tärkeänä. Kunta tiedottaa asioista sanomalehtien, mainoslehtisten, tiedotuslehden ja internetin avulla sekä henkilökohtaisella vuorovaikutuksella. Kunnan internetsivut ovat kattavat ja sieltä löytyy myös kunnan tiedotuslehti PDF-muodossa. Nakkilan kunnan muutosviestinnästä kerrotaan omassa luvussaan 6.4 (s. 38).

Kirjattua viestintäsuunnitelmaa tai -strategiaa Nakkilan kunnalla ei ole, mutta Nakkilan kunnan toimintaa ja kehittämistä ohjaavat kuitenkin seuraavat eettiset periaatteet ja arvot, jotka pätevät myös viestintään:

- taloudellisuus
- suunnitelmallisuus
- oikeudenmukaisuus
- avoimuus
- ennakkoluulottomuus.

(Nakkilan kunnanvaltuusto 2002, 5.)

Tiedotustoiminnan valmistelusta vastaa kunnanhallitus yhdessä kunnansihteeri Matti Sjögrenin kanssa, käytännön tiedottamisen kuitenkin hoitaa pääasiallisesti osastosihteeri Sirkka Kankaanpää ja jokainen osasto hoitaa omalta osaltaan omaa viestintäänsä. Kunnan internetsivujen ylläpito kuuluu Ulvilan tietohallinnolle. Internetsivujen päivityksestä vastaa pääasiallisesti Sirkka Kankaanpää ja tiedotuslehden toimituksesta vastaavat Sirkka Kankaanpää ja toimistoapulainen Tuula Lähdekorpi. Tiedotuslehden ulkoasun suunnittelu ja sivunvalmistus on ulkoistettu, ja sen hoitaa mainostoimisto Studio Satu Kukka. Lehti painetaan Ai-Ri Offset Ky:ssä. (M. Sjögren, henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2009.)

Sirkka Kankaanpää listaa seuraavat välineet kunnan tiedotusvälineiksi:

- paikallislehdet: Sydän Satakunta, Ulvilan seutu
- maakunnalliset lehdet: Satakunnan Kansa, Satakunnan Työ, Lalli, Uusi Aika
- valtakunnalliset lehdet: Helsingin Sanomat, Turun Sanomat, Aamulehti
- ilmaisjakelulehdet: Porin Sanomat, Uusi Pori

paikallisradiot ja yleisradio

messutapahtumiin osallistuminen

henkilökohtaiset kirjeet esim. uusille kuntalaisille

kunnan tiedotuslehti, joka jaetaan 2 kertaa vuodessa joka kotiin (ilmestynyt jo vuodesta 1997 lähtien)

Nakkila ilmoittaa -mainoslehtinen

internetsivut: kunnan omat kotisivut ja lisäksi ollaan mukana esim. Satakuntaliiton sivuilla, erilaisilla matkailusivuilla ja etuovi.com-sivustoilla

mukana Karhukuntien kanssa yhteisesti Porin kaupungin matkailutoimisto MAI-SAn matkailujulkaisussa

(S. Kankaanpää, sähköpostiviesti 10.12.2008.)

## 6 MUUTOSVIESTINTÄ

Muutos on uuden alku, siirtyminen tilanteesta toiseen. Toisille muutos on mahdollisuus, toisille taas uhka, lähes aina joku on muutosta vastaan ja yhtä usein jotkut eivät tiedä, mitä mieltä olisivat muutoksesta. Näihin mielipiteisiin pystytään vaikuttamaan hyvällä tiedottamisella ja viestinnällä. Muutos voi koskea organisaatiota sisäisesti tai organisaation sidosryhmiä, sen toimintaympäristöä tai kaikkia näitä yhdessä. Muutos voi liittyä nykyhetkeen tai tulevaisuuteen. Jokaisella muutoksella on tarkoitus ja tavoite, jolloin sillä on myös erilaisia aikarajoja. Muutos voi tapahtua nopeasti, jolloin tiedetään selkeä tavoiteaika, tai se voi olla prosessi, jonka päätepistettä ei varmasti tiedetä. Yhteistä kaikelle muutokselle on se, että muutostilanteessa tiedon ja keskustelujen tarve kasvaa merkittävästi, ja silloin ei riitä pelkkä perinteinen tiedottaminen. (Juholin 2006, 317; Juholin 2008, 125–126.)

Muutosviestinnässä on kyse asioiden käsittelyn syvyydestä ja perusteellisuudesta, ja sitä voidaan käsitellä omana viestinnän lajinaan, vaikka se onkin osa strategista viestintää. Muutosviestinnässä sekä kuvataan että toteutetaan muutosta samanaikaisesti. Muutosviestinnän keskeisimmät periaatteet ovat avoimuus, jatkuvuus ja vuorovaikutteisuus sekä sisältöjen yhtenäisyys. Viestinnän tulee olla selkeää, informatiivista ja totuudenmukaista. Myös ikävät asiat tulee kertoa niin kuin ne ovat. Organisaatiossa

tapahtuvat muutokset vaativat aina viestinnän tehostamista. (Juholin 2006, 317–329; Stenvall & Virtanen 2007, 72.)

Muutosviestinnän jatkuvuutta tukee viestinnän monikanavaisuus, joka mahdollistaa tiedon ja vuorovaikutuksen tarpeeseen vastaamisen. Vuorovaikutus, tarkemmin kasvokkaisuviestintä mahdollistaa asioiden syvemmän tason käsittelyn, ja sähköinen viestintä taas on nopeaa ja oikea-aikaista. Muutosviestinnässä luova toisto on tärkeää, vaikka ydinviesti pysyy aina samana, se voidaan pukea eri muotoihin eri kanavia varten. Kasvokkaisuviestinnän ja sähköisen viestinnän rinnalla toimivat muun muassa radio, televisio sekä lehdet ja media yleensä. (Juholin 2006, 331; Erämetsä 2003, 251.)

Ajoitus on tärkeä osa muutosviestintää. Täytyy miettiä tarkoin, milloin on oikea aika kertoa tapahtumista ja ottaa ne yleiseen keskusteluun. Tieto tulee välittää sellaisessa tilanteessa, että se on hyödyllistä ja välttämätöntä vastaanottajalle. Liian aikainen viestintä epävarmoista asioista saattaa harhauttaa ihmiset luulemaan, että asioista on jo päätetty ja ne ovat varmoja. Suunnitteilla olevat asiat voivat vaarantua, jos tieto tulee julkisuuteen liian varhain. Monet ulkoiset tekijät vaikuttavat oleellisesti muutosviestinnän ajoitukseen. (Juholin 2006, 330; Stenvall & Virtanen 2007, 113.)

Juholinin (2006, 330) mukaan avoimuutta muutosviestinnässä perustellaan sillä, että asia tulee joka tapauksessa tietoon ennemmin tai myöhemmin sekä sillä, että ihmiset ottavat huonotkin asiat mieluummin vastaan aikaisemmin kuin myöhemmin, jotta heille jää aikaa sulatella asiaa ja tehdä omia suunnitelmia. On tärkeää, että yhteisö pääsee itse tiedottamaan asiasta ensimmäiseksi, jotta ihmiset saisivat asiasta faktatietoa ennen huhuja. Faktat auttavat ymmärtämään, mistä muutoksessa on kyse. (Juholin 2006, 330; Stenvall & Virtanen 2007, 114.)

Ajoituksen lisäksi aikajänteen esittäminen on yksi muutosviestinnän keskeisimmistä kohdista. Yhteisön tulee miettiä selkeitä viestejä pitkälle ja lyhyemmälle tähtäimelle, ja jos muutos kestää pitkään, on hyvä nimetä myös erilaisia välietappeja. (Juholin 2008, 129.) Ihanteellinen muutoksen käsittely vaiheittain on Juholinin (2008, 129) mukaan seuraava:

1. muutoksen perustelu

2. pohdinta ja uuden ideointi
3. uuden muotoilu ja keskustelut
4. uuden koettelu ja kehitysideat
5. kokeilu
6. palaute ja parantaminen
7. vertaaminen lähtötilanteeseen.

Muutosviestinnän ensisijaisena kohderyhmänä on yleensä henkilöstö, jäsenistö, omistajat ja muu lähipiiri. Tyypillisiä ulkoisia muutosviestinnän kohderyhmiä ovat asiakkaat, yhteistyökumppanit, viranomaiset, yhteiskunnan ja kyseisen alan päättäjät, järjestöt, liitot ja media. Julkisessa organisaatiossa ulkoiseen yhteistyöryhmään voivat kuulua kaikki kuntalaiset tai kansalaiset sekä poliittiset päättäjät ja erilaiset luottamushenkilöryhmät. (Juholin 2006, 323–324.)

Tässä tutkimuksessa käsiteltävä kuntaliitos on muutos, joka on niin suuri ja merkittävä, että se koskee kunnan hallinnon ja työntekijöiden lisäksi läheisesti erityisesti kuntalaisia. Tässä opinnäytetyössä muutosviestintää käsitellään kuntaliitoksen näkökulmasta ja tutkitaan kunnan ulkoista muutosviestintää kuntalaisille. Kohderyhmänä näin ollen tutkimuksessa ovat kuntalaiset, muut kohderyhmät on jätetty tässä tutkimuksessa tarkastelun ulkopuolelle.

### 6.1 Muutosviestinnän strategioita ja keinoja

Muutosviestintätilanteessa viestinnältä vaaditaan erilaisia ominaisuuksia kuin normaalissa viestintätilanteessa. Tyypillinen muutosviestintästrategia on Elisa Juholinin mukaan reaktiivinen. Reaktiivisessa viestinnässä kommentoidaan ja selitetään jo tapahtuneita asioita jälkikäteen. Tämä tapahtuu yleensä kirjallisesti tai muodollisesti ja on näin ollen yksittäinen tapahtuma. (Juholin 2006, 325.)

Toinen muutosviestinnän strategia on Juholinin (2006, 325) mukaan proaktiivinen, jolloin tilanteisiin varaudutaan etukäteen ja viestintää pystytään käyttämään tehokkaasti hyväksi muutoksen hallinnassa. Juholin kuvaa proaktiivista viestintää prosessiksi, joka on vuorovaikutteista toisin kuin reaktiivinen viestintä. Proaktiivisella vies-

tinnällä pyritään kertomaan, mitä on muutoksen taustalla ja mitä yhteisö pyrkii saavuttamaan. Muutosviestintätilanteessa toimivampana keinona pidetään juuri proaktiivista mallia, jossa kasvokkaisviestinnällä on suuri osuus, ja näin ollen sitä voidaan käyttää paremmin muutoksen hallintaan. (Juholin 2006, 325–326.)

Juholin kuvailee myös kolmannen vaihtoehdon muutosviestinnän strategiaksi. Reaktiivinen ja proaktiivinen strategia ovat molemmat joissain määrin ylhäältä alaspäin johdettuja, eli johtoportaasta alaisille ja työntekijöille, ja niiden tavoite on saada ihmiset toimimaan ja ajattelemaan tietyllä tavalla. Kolmas malli on työläs ja aikaa vaativa, mutta toimiva, ja sillä saatetaan saada aikaan paremmat tulokset. Tässä viestinnän mallissa ei ole valmiita vastauksia, vaan niitä luodaan yhdessä, jolloin ihmiset eivät ole viestinnän kohteita vaan tekijöitä. (Juholin 2006, 326.)

Muutosprosessi on mahdollista toteuttaa monella tavalla, nopeasti tai vähittäin. Stenvall ja Virtanen kuvaavat kaksi mallia: rationaalisen ja inkrementaalisen. Rationaalissa muutoksessa toteutetaan kaikki muutoksen vaatimat toimenpiteet nopeasti, rajallisessa aikataulussa. Rationaalissa muutoksessa päämäärä ohjaa strategioita ja yksittäisiä operationaalisia toimenpiteitä. Koska rationaalisen muutoksen toteutusvaihe on nopea, organisaatio pystyy prosessin onnistuessa keskittymään perustehtäviinsä heti uudistuksen jälkeen. (Stenvall & Virtanen 2007, 54.)

Inkrementaalista muutosta kutsutaan myös askeltavaksi muutosprosessiksi, ja siinä edetään vähitellen ongelmista pois päin. Tässä prosessissa ei ole tarkoitus toteuttaa kerralla koko muutosta, vaan uudistus, jonka avulla saadaan ratkaistuksi keskeisen ongelman epäkohtia. Ihmisten on helpompi päästä yhteisymmärrykseen pienistä kokonaisuuksista kuin koko muutkokokonaisuudesta. Inkrementaalinen prosessi saattaa kuitenkin rasittaa organisaatiota, koska siinä muutosprosessi kestää ajallisesti pitkään. (Stenvall & Virtanen 2007, 54–55.)

Muutosviestinnässä tulee miettiä tarkkaan, mitä sanotaan ja miten sanotaan, jotta saadaan ihmiset vakuuttumaan muutoksen tarpeellisuudesta ja ymmärtämään se. On erityisen tärkeää tunnistaa ne kysymykset, joihin ihmiset haluavat eniten saada vastauksia, jotta vältytään tiedon ylitarjonnasta. Ylitarjonta aiheuttaa usein enemmän hämmennystä kuin ymmärrystä. Muutosviestinnän kanavia on monia, ja niistä pitää



osata valita kulloinkin tarkoituksenmukaisimmat. (Juholin 2006, 326–327; Stenvall & Virtanen 2007, 69.) Kuntaliitosviestinnässä tulee siis pohtia kuntalaisten tiedontarvetta sekä mihin kysymyksiin asukkaat haluavat saada vastauksia ja minkä kanavien kautta.

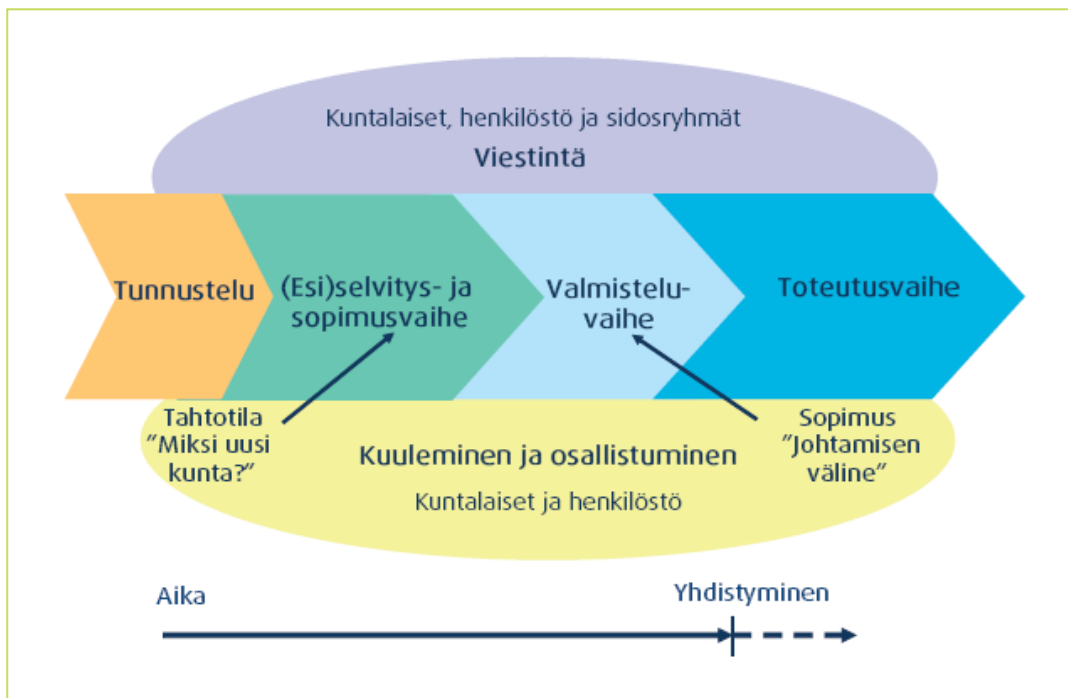
Elisa Juholinin mukaan keinoja muutosviestinnän suunnitteluun ovat yksinkertainen ja selkeä perustelu muutoksen välttämättömyydestä ja vaikutuksesta sekä asioiden toisto kaikissa mahdollisissa yhteyksissä. Juholin kokee myös tärkeänä korostaa ihmisten omaa panosta sekä vuorovaikutusta heidän kanssaan. Kasvokkaisviestinnän tulisi olla muutosviestinnän tärkein keino. (Juholin 2006, 327–330.)

## 6.2 Muutosviestintä kuntaliitosselvityksessä

Kunnan asukkaita kiinnostaa muutosviestinnässä eniten asiat, jotka vaikuttavat suoraan kuntalaisten arkeen. Vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä sekä tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista kunnan tulee tiedottaa kuntalain ja julkisuuslainsäädännön periaatteiden mukaan. Tiedottamatta jättäminen vaikeuttaa muutoksen toteuttamista, ja viestintä tukee myös uuden kunnan identiteetin ja yhteisöllisyyden vahvistumista. (Suomen Kuntaliitto 2008, 2 [verkkodokumentti].)

Kuntaliitosta koskevassa selvitysvaiheessa on tärkeää kertoa kuntalaisille ajoissa ja ymmärrettävästi, mitä yhdistymisellä tavoitellaan. Muutoksen tarpeellisuus on myös perusteltava ymmärrettävästi. Onnistunut viestintä vähentää epävarmuutta ja ohjaa vastustusta positiiviseksi muutosvoimaksi sekä rohkaisee ihmisiä näkemään muutos uutena mahdollisuutena. (Suomen Kuntaliitto 2008, 3 [verkkodokumentti].)

Kuntaliitoksen toteuduttua tulee suunnitella uudelle kunnalle viestintää muun muassa verkkosivuilla ja erilaisilla esitteillä. Uuden viestinnän suunnittelu on haastavaa, koska siinä tulee ottaa huomioon tasapuolisesti jokainen liitokseen tullut kunta ja niiden perinteet. (Suomen Kuntaliitto 2008, 3 [verkkodokumentti].)



Kuvio 4. Kuntaliitos ja muutosviestintä (Kuvio: Suomen Kuntaliitto 2008, 3 [verkkodokumentti]).

### 6.2.1 Muutosviestinnän lähtökohdat kuntaliitosselvityksessä

Suomen Kuntaliitto listaa keskeisimmiksi muutosviestinnän lähtökohdiksi avoimuuden, ennakoivuuden, demokraattisuuden, johdonmukaisuuden sekä vastuullisuuden (Suomen Kuntaliitto 2008, 3 [verkkodokumentti]). Nämä samat periaatteet pätevät yleisesti myös muussa julkisyhteisön muutosviestinnässä.

Kunnan viestijöiden on oltava aktiivisia ja ennakoivia ja heidän on kerrottava avoimesti erilaisia välineitä käyttäen vireillä olevista asioista, suunnitelmista, aikatauluisista ja tehdyistä päätöksistä. Huhuista ja puskaradiosta syntyneet virheelliset tiedot on syytä oikaista välittömästi, mutta tulee myös muistaa, että jokaisella on oikeus erilaisiin mielipiteisiin. Niitä ei tule myöskään pelästyä, koska ne kertovat, että asiasta ollaan kiinnostuneita. (Suomen Kuntaliitto 2008, 4 [verkkodokumentti].)

Julkisessa organisaatiossa on tärkeää sopia tarkoin, ketkä vastaavat viestinnästä. Lopullinen vastuu viestintätoimista on kuitenkin johto- ja valmisteluryhmällä, joten tiedonkulusta johtoryhmän ja sen alaryhmien välillä tulee muistaa huolehtia. Yhdenmukaiset viestit ovat muutosviestinnän yksi ydinasioista. Muutoksen toteutuksesta

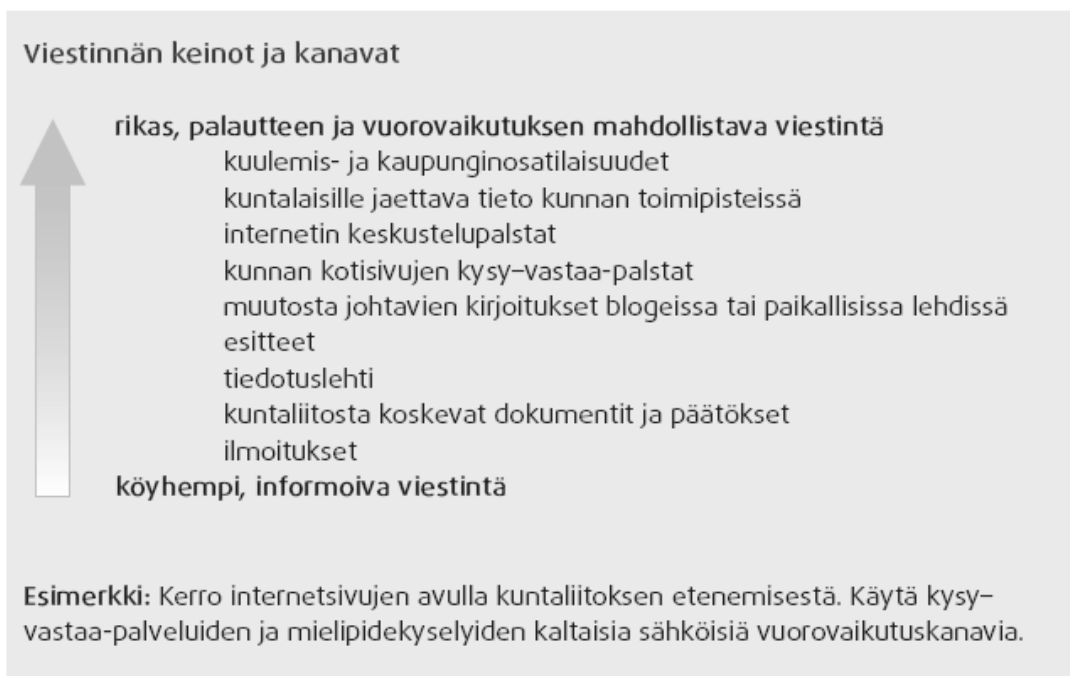
vastaavien on toimittava yhteisen päämäärän mukaan. On tärkeää seurata ilmapiiriä, tunnelmaa ja viestinnän onnistumista sekä reagoida nopeasti ja muistaa myös joustavuus ja erilaiset keinot viestinnässä. (Suomen Kuntaliitto 2008, 4 [verkkodokumentti].)

Samoin kuin yleensä muutosviestinnässä, myös kuntaliitosviestinnässä toisto on oleellista. Perusviestejä tulee toistaa useasti, mutta hukuttamatta kuntalaisia tietotulvaan. Muutosta johtavat henkilöt ovat vastuussa siitä, että tietoa on saatavilla riittävästi, mutta myös kuntalaisilla on oma vastuunsa tarvittavien tietojen hankkimisessa. (Suomen Kuntaliitto 2008, 4 [verkkodokumentti].)

### 6.2.2 Kuntalaiset vaikuttajina

Kuntalaissa määrätään selvittämään kuntalaisten mielipiteitä ennen päätöksentekoa. Asukkailla on oikeus osallistua ja vaikuttaa sekä saada tietoa siitä, miten yhteisiä asioita hoidetaan. Tiedottaminen kuntalaisille aloitetaan jo selvityksen alkuvaiheessa, vaikka mitään ratkaisuja tai varsinaisia päätöksiä ei vielä ole tehty. (Suomen Kuntaliitto 2008, 6 [verkkodokumentti].)

Suomen kuntaliiton mukaan muutosviestinnässä hyödynnetään eri viestintäkanavia ja -menetelmiä siten, että se tavoittaa laajasti erilaiset kuntalaisryhmät. Eri kanavien kautta on tärkeää kertoa heille, mitä muutos merkitsee palveluille ja lähialueen kehitykselle sekä kuinka muutos vaikuttaa heidän arkeensa ja elämäänsä. Viestinnässä tulee pyrkiä vuorovaikutukseen, ajastustenvaihtoon ja keskusteluun. Erityisen tärkeänä kuntaliitto pitää myös palautteen käsittelyä. Kunnan viestijöiden tulee pohtia, miten kuntalaisten palaute voidaan ottaa osaksi kuntaliitosprosessia, ja jälleen kertoa kuntalaisille, miten heidän mielipiteensä ja palautteensa on vaikuttanut prosessiin. (Suomen Kuntaliitto 2008, 6 [verkkodokumentti].)



Kuvio 5. Viestintä kuntalaisille - keinot ja kanavat (Suomen Kuntaliitto 2008, 6 [verkkodokumentti]).

### 6.2.3 Kuntaliitosviestintäsuunnitelma

Kaikkien yhdistyvien kuntien kesken laaditaan yhteiset viestinnän linjaukset muutosprosessille. Linjauksissa ilmenevät tavoitteet, viestintävastuut ja viestinnässä noudatettavat periaatteet. Suomen Kuntaliiton ohjeiden mukaan jokaiselle yhdistymisprosessin vaiheelle voidaan laatia omat viestintäsuunnitelmansa, jotka ovat yhteydessä kunnan muutosprosessin eri vaiheisiin, eri vaiheille asetettuihin tavoitteisiin, kuntalaisten, sidosryhmien ja henkilöstön tiedontarpeisiin sekä kuntalaisten ja henkilöstön osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksiin. (Suomen Kuntaliitto 2008, 9 [verkkodokumentti].) Tarkennettakoon vielä, että tässä tutkimuksessa keskitytään vain kuntalaisten osuuteen viestintäsuunnitelmassa.

Viestintävastuut määritellään tarkoin. Suomen kuntaliitto ohjeistaa niin, että vastuu viestintätoimenpiteiden linjauksista on *selvitysvaiheessa* ohjausryhmällä, työvaliokunnalla tai vastaavalla, *valmisteluvaiheessa* järjestelytoimikunnalla ja *toteutusvaiheessa* valtuustolla ja hallituksella. Viestintävastuita jaettaessa otetaan huomioon myös se, että kuntalaisille tuntemattomien henkilöiden vaikuttavuus on viestinnässä vähäisempi kuin entuudestaan tunnettujen. (Suomen Kuntaliitto 2008, 9 [verkkodokumentti].)

Muutosprosessin kuluessa ja sen päättyessä muistellaan viestinnän linjauksissa asetettuja sisällöllisiä tavoitteita sekä arvioidaan muutostilanteen viestinnän onnistumista. Nämä tiedot ovat hyödyksi viestinnän kehittämistyössä ja viestinnän suunnittelussa. (Suomen Kuntaliitto 2008, 9 [verkkodokumentti].) Jokilaakson kaupungin kuntaliitosviestintäsuunnitelmasta kerrotaan omassa luvussaan 6.5, sivulla 38.

#### 6.2.4 Verkkosivut ja kuntaliitosselvitys

Kunnat tiedottavat ja perustelevat jo kuntaliitosselvitysvaiheessa kuntalaisille, mitä ollaan tekemässä tai suunnittelemassa. Verkkosivut ovat yksi hyvä tapa vastata kuntalaisten ja sidosryhmien tiedontarpeeseen. Selvityspäätös kuntaliitoksesta tehdään valtuustossa. Päätöksen valmistuttua voidaan luoda oma verkkosivusto selvitykselle, josta kuntalaiset saavat ajantasaista tietoa kuntaliitosselvityksen vaiheista. Verkkosivustolla voidaan myös perustella, mihin muutostarpeeseen yhdistymisellä vastataan ja mitä kuntaliitoksella tavoitellaan. Kuntalaisten vastarinnan torjumiseksi verkkosivustolla voidaan kertoa myös, mihin asioihin liitos ei tule vaikuttamaan. (Suomen Kuntaliitto 2008, 9 [verkkodokumentti].)

Edellisessä kappaleessa mainittujen perustietojen lisäksi sivustolla kerrotaan kuntaliitoksen vaikutuksista palvelujen käyttäjille, kuinka kunnan tarjoamat palvelut muuttuvat uudistuksen myötä. Sivut tarjoavat myös tietoa siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat vaikuttaa liitosprosessin aikana. Voidaan kertoa esimerkiksi info- ja keskustelutilaisuuksien aikataulusta ja sisällöistä sekä antaa mahdollisuus esittää hanketta koskevia kysymyksiä ja lukea niihin annettuja vastauksia. Verkkosivusto on hyvä kanava antaa kuntalaisille myös mahdollisuus palautteen antoon ja osallistua kuntaliitosselvitystä koskeviin keskusteluihin. (Suomen Kuntaliitto 2008, 9 [verkkodokumentti].)

#### 6.3 Muutosviestintä Nakkilan kunnassa ja kuntaliitosviestintäsuunnitelma

Muutoksista tiedottaminen hoidetaan Nakkilan kunnassa samoin kuin muukin tiedotustoiminta (luku 5.5). Tiedottamisesta on vastuussa muutostilanteessakin, ja erityisesti muutostilanteessa, kunnanhallitus yhdessä kunnanjohtajan ja -sihteerin kanssa.

Usein erilaisille muutoksille kootaan oma ohjausryhmä, joka hoitaa muun muassa tiedottamisen. (M. Sjögren, henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2009.)

Viestintä kuntaliitosselvityksestä on sovittu ja hoidettu yhdessä niiden kuntien kanssa, jotka liitoksesta neuvottelevat. Kuntaliitosselvityksen kuntalaisviestinnän kohderyhmät ovat Harjavallan kaupungin, Kokemäen kaupungin, Nakkilan kunnan ja Ulvilan kaupungin asukkaat (Jokilaakson kaupungin tiedotus- ja viestintäsuunnitelma 2008, [verkkodokumentti]). Tässä tutkimuksessa on kiinnostuttu vain kohderyhmästä Nakkilan kuntalaiset ja heihin vaikuttavasta viestinnästä.

Viestinnän tehtävänä kuntajakoselvityksen eri vaiheissa on paitsi tarjota tietoa kuntajakoselvityksen etenemisestä, suunnitelmista ja tehdyistä päätöksistä antaa myös kuntalaisille mahdollisuus vaikuttaa. Ohjausryhmä ja työvaliokunta laativat tiedottamisen aikataulun ja suunnitelman etukäteen. (Jokilaakson kaupunki 2009, [verkkodokumentti]; Jokilaakson kaupungin tiedotus- ja viestintäsuunnitelma 2008, [verkkodokumentti].)

Jokilaakson kaupungin tiedotus- ja viestintäsuunnitelmassa määritellään kuntaliitosviestintä aktiiviseksi, avoimeksi, yhdenmukaiseksi ja tasapuoliseksi huomioiden eri kohderyhmien tarpeet. Jokilaakson tiedotus- ja viestintäsuunnitelmassa määritellään myös viestinnän kohderyhmät, keinot ja kanavat, aikataulu sekä toteutusvastuu. (Jokilaakson kaupungin tiedotus- ja viestintäsuunnitelma 2008, [verkkodokumentti].)

Suunnitelmasta ilmenee, että kuntalaisille järjestetään jokaisessa neljässä kunnassa kaksi kaikille avointa yleisötilaisuutta kuntajakoselvityksen eri vaiheissa. Yleisötilaisuuksien lisäksi kuntalaisille lähetetään kaksi kuntalaistiedotetta esimerkiksi paikallislehtien liitteenä. Tiedotteet jokaisesta kokouksesta välitetään tiedotusvälineiden kautta kuntalaisille ja kokousten esityslistat ja pöytäkirjat ovat myös kuntajakoselvityksen internetsivuilla. (Jokilaakson kaupungin tiedotus- ja viestintäsuunnitelma 2008, [verkkodokumentti].)

Kuntajakoselvityksen internetsivut löytyvät osoitteesta [www.jokilaaksonkaupunki.fi](http://www.jokilaaksonkaupunki.fi). Internet-sivuille ohjaustyöryhmä kokoaa kaiken olennaisen tiedon kuntajakoselvityksen tavoitteista, toteuttamisesta, aikataulusta, päätöksistä ja toimijoista. Viestintä-

suunnitelmassa määrätään internetsivujen riittävästä päivityksestä. Kuntajakoselvityksen etenemisestä tiedotetaan viikoittain julkaistavalla viikkotiedotteella ja kaikki kuntajakoselvityksen tiedotteet julkaistaan myös kuntaliitosselvityksen internetsivuilla. (Jokilaakson kaupungin tiedotus- ja viestintäsuunnitelma 2008, [verkkodokumentti].)

Suunnitelmasta löytyy kirjattuna myös viestinnän vastuut. Kuntajakoselvityksen viestinnän kokonaisuudesta vastaavat ohjausryhmän ja työvaliokunnan puheenjohtajat sekä kuntajakokoordinaattori. Käytännön tiedottamisesta huolehtii kuntajakokoordinaattori. (Jokilaakson kaupungin tiedotus- ja viestintäsuunnitelma 2008, [verkkodokumentti].)

Kuntaliitoksesta on jo tiedotettu monella tavalla. Ensimmäinen kuntalaistiedote jaettiin jokaiseen kotiin Jokilaakson alueella lokakuussa 2008. Samoihin aikoihin ensimmäisen tiedotteen kanssa pidettiin ensimmäiset tiedotustilaisuudet erikseen henkilöstölle ja muulle yleisölle. Marraskuussa 2008 lähetettiin toinen kuntalaistiedote ja järjestettiin toinen henkilöstötilaisuus ja toinen yleisötilaisuus. (Jokilaakson kaupunki 2009, [verkkodokumentti].)

## 7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TUTKIMUSMENETELMÄ

Suunniteltaessa tutkimusta ja sen sisältöä päätetään ensin tutkimusmenetelmä, sitten aineiston keräämisen tapa ja vasta sitten pohditaan tutkimusaineiston kokoa eli sitä, paljonko aineistoa tarvitaan, jotta tutkimusongelmaan saataisiin kattava vastaus. (Vilka 2005, 77.)

### 7.1 Tutkimuksen vaiheet

Opinnäytetyöni tutkimussuunnitelma hahmottui, kun viestinnän tutkimista ehdotettiin minulle kunnan taholta. Erityisesti kunnassa haluttiin tietää muutosviestinnästä. Tästä aiheesta muokkasin sopivan tutkimusaiheen. Opinnäytetyössäni yhtenä tutki-

muksen kohteena on muutos- ja kuntaliitosviestintä. Aihe on ajankohtainen ottaen huomioon tällä hetkellä monessa kunnassa käytävät kuntaliitosselvitykset. Aiheeksi mietittiin myös pelkästään kuntaliitosviestinnän tutkimista, mutta lopulta päädyttiin kunnan viestinnän kokonaisvaltaiseen tutkimukseen, jossa yhtenä alaongelmana on muutosviestintä.

Tutkimus aloitettiin pohtimalla sopivaa otoskokoa, otantamenetelmää ja tutkimusmenetelmää. Tutkimuksen perusjoukkona on se kohdejoukko, josta halutaan tietoa (Heikkilä 2008, 34). Tässä tutkimuksessa perusjoukoksi määriteltiin kaikki työikäiset (18–64-vuotiaat) Nakkilan kunnan asukkaat. Keskustelemalla kunnan toimihenkilöiden kanssa sain selville, että maistraatilla on kattava rekisteri kunnan asukkaista, ja sieltä on mahdollista tilata osoitetarrat tutkimuskutsun lähettämistä varten.

Maistraatin kanssa keskusteltuani päädyin yksinkertaiseen satunnaisotantaan 18–64-vuotiaista nakkilalaisista edustavan otoksen saamiseksi. Satakunnan maistraatin Porin yksikkö suoritti satunnaisotannan väestötietojärjestelmästäan Nakkilan kunnan pyynnöstä ja toimitti valmiit osoitetarrat kunnalle. Tarkemmin otannasta kerrotaan luvussa 7.3.

Ikäluokkaan 18–64-vuotiaat päädyttiin yhdessä kunnansihteerin kanssa siksi, että kyseinen ikäryhmä on työikäisiä henkilöitä, joilla on todennäköisesti mahdollisuus ja edellytykset käyttää internetiä. Tilastokeskuksen keväällä 2008 tekemän tutkimuksen mukaan noin 83 prosenttia 16–74-vuotiaista oli käyttänyt internetiä viimeksi kuluneiden kolmen kuukauden aikana (Tilastokeskus 2009, [verkkodokumentti]).

Tutkimuslomake (LIITE 3) laadittiin yhteistyössä Matti Sjögrenin ja osastosihteerin Sirkka Kankaanpään kanssa. Lisää kyselylomakkeesta kerrotaan luvussa 7.4 (s. 44). Satunnaisotannalla valituille 400 kuntalaiselle lähetettiin henkilökohtainen tutkimuskutsu (LIITE 1) kotiin joulutammikuun vaihteessa ja lisäksi tutkimuksesta ilmoitettiin Nakkila tiedottaa -lehdessä marraskuussa.

Ennen tutkimuksen alkamista kyselylomake esiteltiin viidellä henkilöllä. Esitelmän jälkeen, 5.1.2009, lomake avattiin vastaajia varten ja linkitettiin Nakkilan kun-



nan kotisivuille. Lomakkeen oli tarkoitus olla avoinna kaksi viikkoa, mutta vastausaikaa jatkettiin niin, että kysely oli avoinna kolme viikkoa.

## 7.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen otoskoko on melko suuri yhden henkilön tutkittavaksi, joten ainoana mahdollisena tutkimusmenetelmänä pidettiin sähköisesti toteutettavaa internetitutkimusta. Parhaaksi ja edullisimmaksi sähköisen tutkimuksen ohjelmistoksi todettiin Kyselykone. Tutkimusmenetelmäksi valittiin siis kvantitatiivinen, sähköisesti tapahtuva survey-tutkimus. Survey-tutkimuksessa kerätään tietoa standardoidussa muodossa joukolta ihmisiä. Tavallisesti ihmisjoukosta poimitaan otos yksilöitä, joilta kerätään tietoa strukturoidulla kyselylomakkeella. (Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 130.)

Tutkimuksen aineisto kerättiin Internet-pohjaisella kyselylomakkeella käyttäen pääasiallisesti suljettuja kysymyksiä, jossa oli valmiit vastausehdot. Suljettujen kysymysten lisäksi käytettiin myös joitakin avoimia kysymyksiä tarkentamaan vastaajan mielipiteitä. Lomake tehtiin Kyselykone-ohjelmalla ja se suoritettiin internetkyselyinä.

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi ja sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen ja sen tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin tai kuvioin. (Heikkilä 2008, 16.)

Kyselytutkimuksessa vastaaja lukee kirjallisesti esitetyt kysymykset ja vastaa niihin kirjallisesti. Tutkimuksessa käytettyä suunnitelmallista kyselytutkimusta kutsutaan survey-tutkimukseksi, ja se tarkoittaa, että kysely on vakioitu, eli kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään sama asiasisältö täsmälleen samalla tavalla. Verkkokyselynä tehty survey-tutkimus on melko edullinen ja nopea tapa kerätä tietoa silloin, kun tutkittavia on paljon. (Juholin 2006, 352; Vilka 2005, 73–74.)

Internetin kautta suoritettavat www-kyselyt ovat nopeasti yleistyneet viime vuosina. Tällaisessa tutkimuksessa tulee kuitenkin ottaa huomioon vastaajien mahdollisuus käyttää internetiä. Tärkeää on myös ratkaista, miten kohderyhmälle saadaan tieto tutkimuksesta. (Heikkilä 2008, 18–19.) Tässä työssä tutkittavaksi kohderyhmäksi valittiin työikäiset, joilla todennäköisesti on mahdollisuus käyttää internetiä ja tieto tutkimuksesta heille välitettiin kirjeen ja Nakkila tiedottaa -lehden kautta.

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus sopii aiheeseen, koska tutkittiin ihmisten mielipiteitä, käsityksiä ja osittain myös asenteita. Määrällinen tutkimustapa virtuaalisesti helpotti ja nopeutti myös vastausten analysointia. Aineiston analysointi ja tilastollinen käsittely tapahtui Kyselykonetta sekä Excel-tilastointiohjelmaa hyväksi käyttäen. Aineisto siirrettiin Kyselykoneesta Exceliin numeeriseen muotoon, josta oli helppo alkaa analysoimaan tuloksia. Avointen kysymysten vastaukset siirrettiin suoraan Wordiin tekstimuotoon.

Internet-kyselyissä vastaukset tallentuvat tietokantaan, jolloin on mahdollista käsitellä aineistoa tilasto-ohjelmalla heti aineiston keruun päätyttyä. Ongelmana internet-kyselyssä nähdään se, että jos tutkitaan suuria heterogeenisiä väestöryhmiä, kuten tässä tutkimuksessa, voi vastanneiden ikä- ja ammattijakauma olla hyvin erilainen kuin perusjoukon jakaumat. Tämä taas vaikuttaa tulosten luotettavuuteen. (Heikkilä 2008, 69.)

### 7.3 Otanta ja perusjoukko

Hanna Vilka määrittelee otannan seuraavasti: ”Otanta tarkoittaa menetelmää, jolla otos poimitaan perusjoukosta.” Otos taas muodostuu havaintoyksiköistä, ja perusjoukko on tutkimuksessa määritetty joukko, joka sisältää kaikki havaintoyksiköt, joista tutkimuksessa halutaan tietoa, tässä tutkimuksessa kuntalaiset. (Vilka 2005, 77.)

Perusjoukon koko ei vaikuta suoraan valittavaan otoskoko, ainakaan silloin, kun perusjoukko on useita tuhansia. Perusjoukon koko määrittää sen, että tehdäänkö kokonaistutkimus vai otantatutkimus. Mitä suurempi perusjoukko on, sitä pienempi

suhteellinen osuus riittää otokseksi luotettavien tietojen saamiseksi. (Heikkilä 2008, 44.)

Otantamenetelmiä on useita. Tutkijan tulee päättää, mikä niistä on tarkoituksenmukaisin tutkimusongelman, tutkimuksen tavoitteiden ja käytettävissä olevien resurssien kannalta. Otantamenetelmää valitessa tulee huomioida, että kaikilla perusjoukon havaintoyksiköillä pitää olla yhtäläinen mahdollisuus tulla valituksi otokseen. Otanta voidaan toteuttaa kokonaisotantana, yksinkertaisena satunnaisotantana, systemaattisena, ositettuna tai ryväotantana. (Vilka 2005, 78.)

Koska tämän tutkimuksen perusjoukko on suuri, pyrittiin myös kattavaan otantaan. Otoksiksi valittiin yhdessä kunnansihteeri Matti Sjögrenin kanssa 400 henkilöä. Otoksoon määrittelyssä käytettiin hyväksi myös laskuria (Sample Size Calculator; <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>). Tarvittavaan otoskoon päädyttiin, kun luottamustaso on 95 % ja virhemarginaali +5 % (käsitteet määritelty käsitteitäluettelossa).

Tässä tutkimuksessa tutkimuskutsun ovat saaneet kaikki nakkilalaiset Nakkila tiedottaa -lehden kautta, eli kaikilla nakkilalaisilla tutkimuksen ikäryhmään kuuluvilla on ollut mahdollisuus osallistua tutkimukseen. Periaatteessa myös alle 18- ja yli 64-vuotiaat ovat voineet vastata kyselyyn, jolloin heidän olisi tarvinnut valehdella ikänsä. Tutkimuksesta lähetettiin kuitenkin vielä erikseen henkilökohtainen kutsu (LIITE 1) 400:lle 18–64-vuotiaalle nakkilalaiselle. Tässä tapauksessa otantamenetelmäksi valittiin satunnaisotanta. Otannan suoritti Satakunnan maistraatin Porin yksikkö väestötietojärjestelmästäan Nakkilan kunnan pyynnöstä. Maistraatin palvelun käyttöön päädyttiin, koska maistraatilla oli jo valmiina rekisteri henkilöistä, joiden kotikunta on Nakkila. Näillä määritteillä kutsuisin tutkimusta kaiken kaikkiaan satunnaisotannalla tehdyksi.

Yksinkertaisessa satunnaisotannassa havaintoyksiköt numeroidaan ensin ja sen jälkeen niistä arvotaan otantaan poimittavat yksiköt. Näin meneteltäessä jokaisella perusjoukon yksiköllä on yhtä suuri mahdollisuus tulla valituksi tutkimuksen otokseen. (Vilka 2005, 79.)

## 7.4 Kyselylomake

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa yksi tärkeimmistä asioista on kyselylomakkeen suunnittelu. Tutkijan on tiedettävä etukäteen tutkimuksensa tavoitteet, joihin halutaan vastauksia. Määrällisessä tutkimusmenetelmässä käsitellään havaintoyksiköitä, joita ovat tässä tutkimuksessa kuntalaiset, eli havaintoyksiköt ovat ihmisiä. Muuttujat tarkoittavat havaintoyksiköiden ominaisuuksia, joilla voi olla vaikutusta tutkittaviin asioihin. (Vilka 2005, 84.)

Kunnan viestintätutkimuksen kyselylomake laadittiin joulukuussa 2008. Kysymykset laadittiin tutkimusongelmaa ja alaongelmia hyödyntäen sen perusteella, mihin asioihin kunta halusi vastauksia. Lomakkeen alkuun sijoitettiin ohjeet lomakkeen täyttämistä varten sekä taustamuuttujia koskevat kysymykset.

Kysymyslomakkeessa voidaan käyttää monivalintakysymyksiä eli suljettuja tai strukturoituja kysymyksiä, avoimia kysymyksiä tai sekamuotoisia kysymyksiä. Lomakkeessa voidaan käyttää useita kysymysmuotoja ja erityyppisiä kysymyksiä. (Vilka 2005, 85–86.)

Kunnan viestintätutkimuslomakkeessa käytettiin pääosin strukturoituja kysymyksiä, joissa vastaajille asetettiin valmiit vastausvaihtoehdot. Strukturoituja kysymysmuotoja lomakkeesta löytyi kolme erilaista. Eniten käytettiin Likertin asteikon mukaista asenneasteikkoa (katso Käsitteitä-luettelo). Lähes yhtä paljon käytettiin monivalintakysymyksiä, joissa vastaaja sai valita useamman vastausvaihtoehdon annettujen joukosta. Kolmas muoto oli valmiit vastausvaihtoehdot, joista sai valita yhden sopivan vastauksen. Osa näistä kysymyksistä otettiin suoraan Kuntaliiton ”kuntalaiskysely kunnan viestinnästä ja viestintäpalveluista” – lomakkeesta niiden hyvän kysymysmuodon vuoksi. Kuten myös Vilka (2005, 86) toteaa, omassa tutkimuksessa on hyvä käyttää valmiita malleja niiltä osin kuin se on mahdollista.

Osa viestintätutkimuksen kyselylomakkeen kysymyksistä oli sekamuotoisia ja lomakkeen lopussa oli myös muutama avoin kysymys. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista on annettu, mutta kysymykseen voi vastata myös ”avoimesti”, eli yksi vastausvaihtoehto voi olla esimerkiksi ”jokin muu, mikä?”, johon

vastaaja voi vastata haluamallaan tavalla. Vilkka perustelee, että sekamuotoinen kysymys on toimiva, jos epäillään, ettei kaikkia vastausvaihtoehtoja varmuudella tunneta. Avoimissa kysymyksissä on tarkoitus saada vastaajalta spontaaneja mielipiteitä, eikä vastaamista rajoiteta juuri mitenkään. (Vilka 2005, 86–87.)

Kysymykset 2.1, 2.2, 2.5 sekä 4.2 ja 5.2 olivat monivalintakysymyksiä, joihin sai valita useamman vastusvaihtoehdon. 2.3, 3.1, 3.2, 3.3 ja 4.3, 4.4 sekä 5.1 olivat Likertin asteikon mukaisia asenneasteikkoja, joissa väittämille annettiin arvosana 1–5, jossa 1= ”erittäin huonosti”/ ”ei lainkaan tärkeä” ja 5= ”erittäin hyvin”/ ”erittäin tärkeä” tai 0 en osaa sanoa. Lisäksi kysymyksissä 2.2, 2.5, 3.2, 4.2 ja 5.2 oli annettu avoin vastaus vaihtoehto, kuten ”jokin muu, mikä?”. Kysymyksessä 4.1 oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista sai valita yhden. Kysymykset 6.1–6.3 olivat avoimia. Viimeisenä kohtana lomakkeesta löytyi yhteystietojen jättöön varattu alue. Yhteystietoja käytettiin vain tuotepalkintojen arvontaan. (LIITE 3).

Lomake esiteltiin viidellä henkilöllä joulukuussa 2008. Testaajina toimi kolme naista ja kaksi miestä eri ikäluokista. Testauksen perusteella parin kysymyksen sanamuotoa hieman muutettiin ja kyselyn täyttämisen ajaksi mitattiin noin kymmenen minuuttia. Pääosin testaajat pitivät lomaketta onnistuneena. Näillä perusteilla lomake todettiin hyväksi ja tarpeenmukaiseksi. Lomakkeeseen löytyi linkki Nakkilan kunnan kotisivuilta ja siihen pääsi suoraan osoitteesta [www.nakkila.kyselykone.fi](http://www.nakkila.kyselykone.fi). Sivulle avautui ensin kyselyn etusivu, jossa kerrottiin kyselystä ja sen tarkoituksesta (LIITE 2). Etusivulta linkin kautta pääsi varsinaiseen lomakkeeseen (LIITE 3).

## 7.5 Tutkimuksen tavoitteet ja niiden toteutuminen

Tavoitteena oli saada käsitys kuntalaisten yleisestä mielipiteestä, miten kunnan viestintä ja tiedottaminen toimii ja minkä kanavien kautta kuntalaiset tietoa hakevat, jotta kunta voisi tehostaa viestintäänsä ja osattaisiin käyttää kuntalaisten mielestä parhaita välineitä.

Kysely oli avoinna kolme viikkoa ja vastauksia kertyi sinä aikana 140. Vastanneista 59 % (82 henkilöä) oli saanut tiedon tutkimuksesta kirjeellä, yksi vastaaja Nakkila

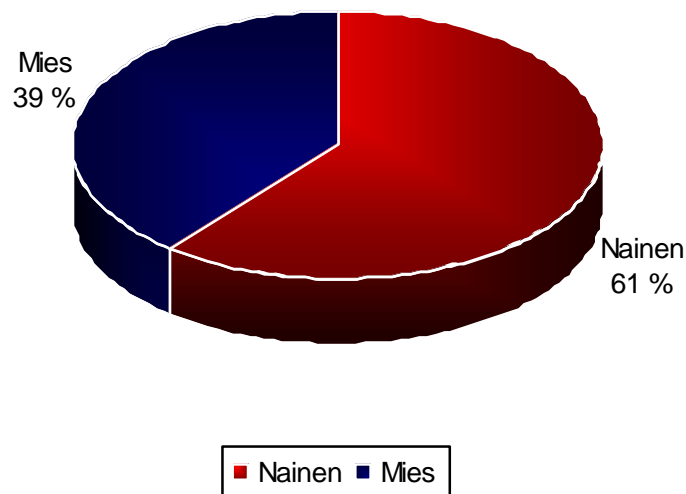
tiedottaa -lehdestä ja loput muualta. Vastausprosentti laskettuna otoksesta (400 kirjeen saanutta, joista vastasi 82) oli 20,5 %. Tässä tulee kuitenkin ottaa huomioon se, että vajaa puolet vastaajista oli saanut tiedon muualta kuin kirjeellä, ja vastausprosentti nämä huomioon ottaen (140 vastaajaa) olisi 35 %.

## 8 TUTKIMUSTULOKSET

Kyselyssä olleet kysymykset jaettiin kuuteen osa-alueeseen. Tässä luvussa 8 käydään kyselylomakkeen kysymykset läpi ja analysoidaan niiden tuloksia kaaviokuvilla ja taulukoilla havainnollistettuna. Kyselyn alkuun sijoitettiin taustamuuttujat, joita on tarkasteltu lähemmin seuraavassa luvussa (8.1). Toisena osa-alueena olivat kunnan viestintäkanavat ja -keinot, kolmantena tyytyväisyys yleisesti kunnan viestintään ja tiedottamiseen, neljäntenä viestinnän riittävyys ja toimivuus ja viidentenä muutosviestintä kuntaliitosselvityksestä. Viimeisenä eli kuudentena kohtana olivat avoimet kysymykset.

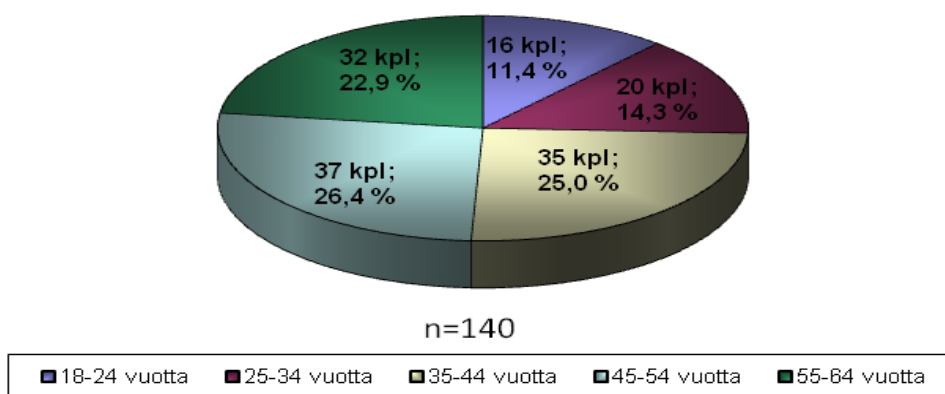
### 8.1 Taustamuuttujat

Taustatietoina kysyttiin sukupuolta, ikäluokkaa, asuinpaikkaa, ammattiasemaa sekä Nakkilassa asuttua aikaa. Varsinaisina taustamuuttujina perusjoukkoon yleistettäessä ja tuloksia verrattaessa käytettiin vain ikäluokkaa ja asuinpaikkaa. Tutkimukseen vastasi 140 henkilöä, joista 55 oli miehiä ja 85 naisia (Kuvio 6). Perusjoukossa miehiä on Tilastokeskuksen vuoden 2007 tietojen mukaan 52 % ja naisia 48 %. Tässä tutkimuksessa ei vastaajan sukupuolella ole kuitenkaan merkitystä, vaan enemmän paneudutaan siihen, kuten jo aikaisemmin mainittiin, että vaikuttaako kuntalaisen ikä tai asuinpaikka viestintätyytyväisyyteen tai -kanavien käyttöön. Sukupuolten mielihetimitus-eroja ei siis tutkita.



Kuvio 6. Vastaajien sukupuolijakauma.

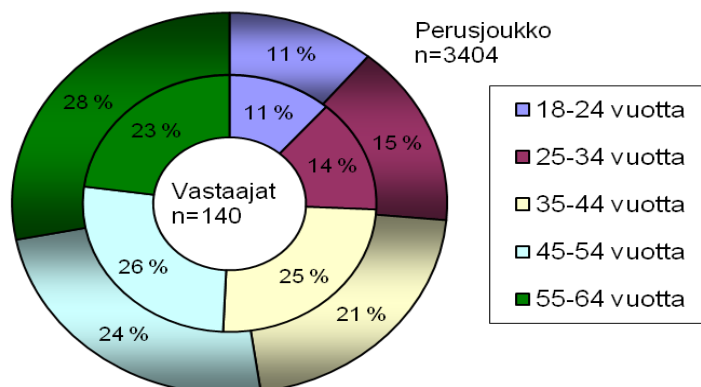
Tutkimukseen vastanneiden ikäjakauma on melko tasainen. Yli 35-vuotiaiden vastausaktiivisuus oli hieman suurempaa kuin alle 35-vuotiaiden. Kaikkein aktiivisimpia vastaajia olivat 45–54-vuotiaat, tähän ikäluokkaan kuuluvia oli 26,4 % vastaajista (Kuvio 7). Iäkkäämpien vastaajien aktiivisuus verrattuna nuoriin yllätti, koska kyseessä oli sähköinen internetkysely, joka mielletään usein nuorten kanavaksi vastata.



Kuvio 7. Vastaajien ikäjakauma.

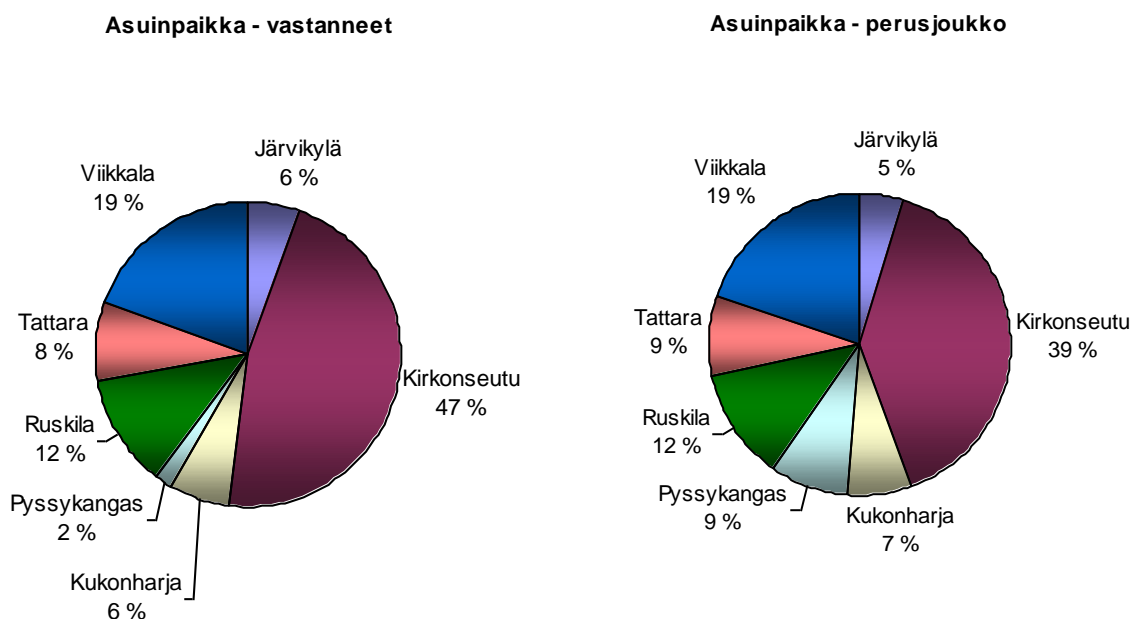
Vastaajien ikäjakauma on lähellä perusjoukkoa, joten tutkimusta voidaan pitää siltä osin luotettavana. Otos on onnistunut ( $p=0,000$ ) eli tämän mukaan voidaan tehdä yleistys perusjoukkoon. 18–24-vuotiaita sekä 25–34-vuotiaita vastasi kyselyyn lähes täysin suorassa suhteessa perusjoukkoon. 18–34-vuotiaiden osuus perusjoukosta on 26 % ja vastanneista heidän osuutensa oli 25 %. Suurin ero perusjoukon ja vastaajaryhmän välillä on 55–64-vuotiaiden joukossa, siinä ero on viisi prosenttiyksikköä.

Perusjoukossa 55–64-vuotiaita on 28 % ja vastanneista heitä oli 23 %. Seuraavassa kuviossa (Kuvio 8) ulompi rengas kuvaa perusjoukon, eli kaikkien 18–64-vuotiaiden prosenttiosuuksia ja sisempi rengas otoksen ikäjakauman prosenttiosuuksia.



Kuvio 8. Vastaajien ikäjakauman vertailu perusjoukkoon. Vastanneet suhteessa perusjoukkoon.

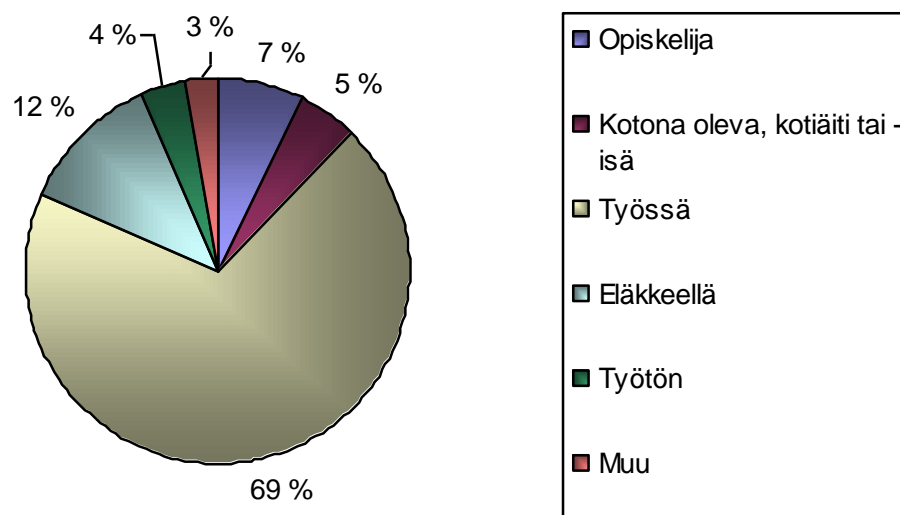
Tutkimukseen vastanneista lähes puolet (47 %) olivat Kirkonseudun asukkaita. Perusjoukosta Kirkonseudulla asuu 39 %. Muun asuinpaikan vastanneet ovat lähes täysin yleistettävissä perusjoukkoon, koska vastanneiden ja perusjoukon prosenttiosuuksissa ei ole suuria eroja. Suurin ero löytyy Pyssykankaan kohdalla. Pyssykankaalta vastanneita oli vain 2 %, kun perusjoukossa Pyssykankaalla asuvia on 9 %, jolloin ero on 7 prosenttiyksikköä. Seuraavasta kuviosta (Kuvio 9) on jätetty kohta ”muu asuinpaikka” pois vertailun helpottamiseksi; tämän valinneita oli 23 % (32 henkilöä) vastanneista.



Kuvio 9. Vastaajien asuinpaikan vertailu perusjoukkoon. Vastanneet suhteessa perusjoukkoon. Kuntien osa-alueet ovat ajankohdan 1.1.2008 mukaiset. Tieto (perusjoukko) on saatu väestötietojärjestelmästä.

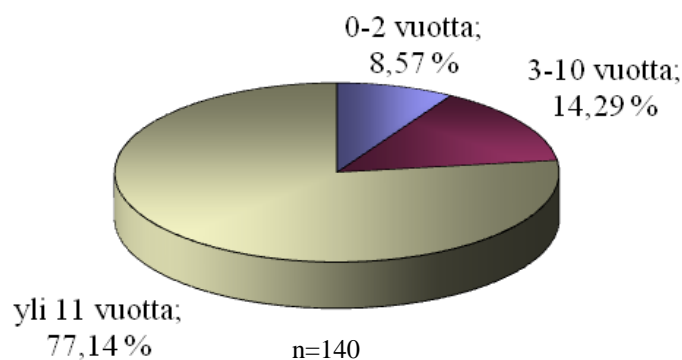


Kyselyyn vastanneista suurin osa, 69 %, oli työssäkäyviä (Kuvio 10). 12 % vastanneista oli eläkkeellä ja 7 % opiskelijoita. 4 % vastanneista kertoi olevansa työttömänä ja 5 % kotiäitinä tai -isänä. 3 % oli vastannut vaihtoehdon ”muu”. Ammattiasemaa ei käytetty taustamuuttujana vertailtaessa vastauksia, eikä sitä yleistetty perusjoukkoon.



Kuvio 10. Vastaajien ammattiasemajakauma.

Tutkimuksen vastaajista yli  $\frac{3}{4}$  (77 %; Kuvio 11) oli asunut Nakkilassa kauemmin kuin 11 vuotta. 14 % oli asunut kunnassa 3-10 vuotta ja 9 % 0-2 vuotta. Se, että suurin osa vastaajista oli asunut Nakkilassa pitkään saattaa selittyä sillä, että vastaajat olivat keskimäärin iältään vanhempia kuin 35-vuotiaita, mahdollisesti koko ikänsä Nakkilassa asuneita ja mahdollisesti he ovat enemmän kiinnostuneita vaikuttamaan kunnan asioihin kuin uudemmat asukkaat. Myöskään tietoa asumisajasta ei käytetty taustamuuttujana vertailtaessa vastauksia, eikä sitä yleistetty perusjoukkoon.

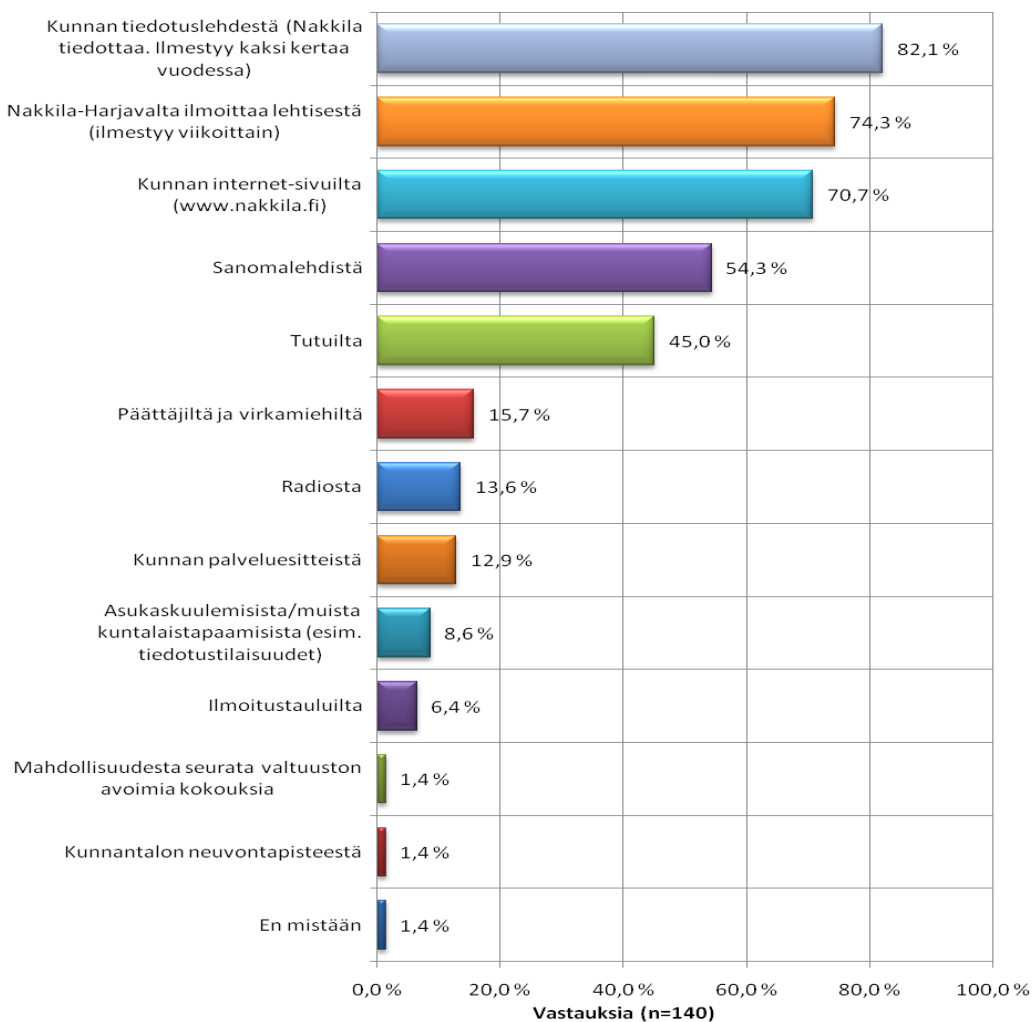


Kuvio 11. Vastaajien asumisaika kunnassa.

## 8.2 Kunnan viestintäkanavat ja -keinot

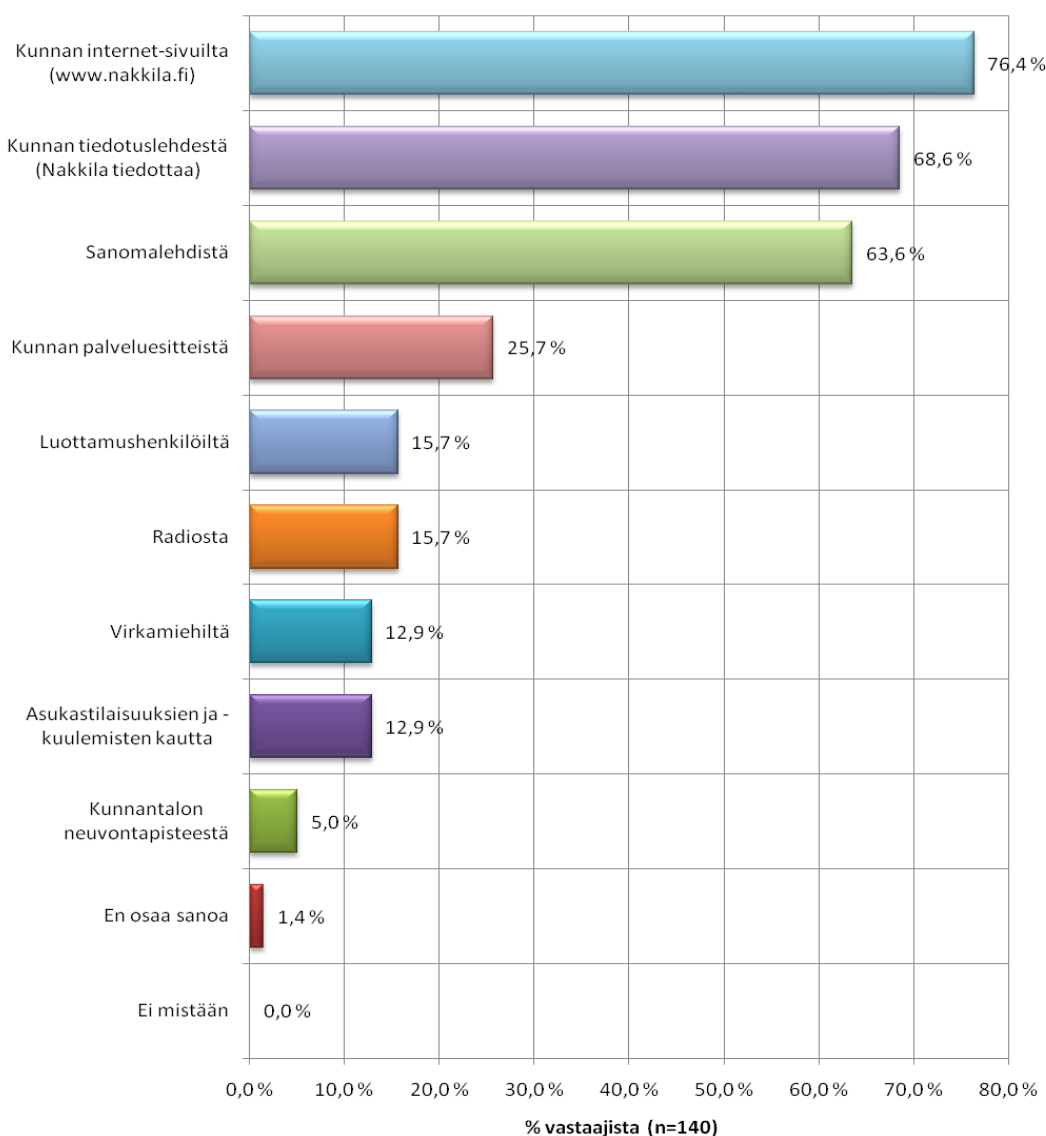
Kyselylomakkeen toinen osio, eli kysymykset 2.1, 2.2, 2.3 ja 2.5 (numero 2.4 oli jäänyt vahingossa pois kokonaan lomakkeesta), selvittelivät kuntalaisten käyttämiä ja toivomia viestintäkanavia ja -keinoja sekä sitä, kuinka tärkeinä erilaisia vaikuttamismahdollisuuksia pidetään.

Käytetyin tiedotuskanava oli Nakkila tiedottaa -lehti, joka ilmestyy kaksi kertaa vuodessa, 115 henkilöä eli 82,1 % vastaajista oli saanut tietoa tiedotuslehden kautta. Moni vastaajista oli saanut tietoa myös Nakkila – Harjavalta ilmoittaa -lehtisestä (74,3 % vastaajista) ja kunnan Internet-sivuilta (70,7 %). Sanomalehdistä tietoa oli saanut yli puolet vastaajista (54,3 %) ja tutuilta hieman vajaa puolet (45 %). Muiden kanavien kautta viestintä oli tavoittanut huomattavasti vähemmän kuntalaisia (Kuvio 12).



Kuvio 12. Kanavia, joiden kautta vastaajat ovat saaneet tietoa kunnan asioista. Käytetyin kanava ylimpänä.

Seuraavassa kuviossa (Kuvio 13) tarkastellaan, mitä kanavia pitkin kuntalaiset haluaisivat saada tietoa kunnan toiminnasta ja asioista. Kuten edellisestä graafista nähdään, 99 vastaajaa eli 70,7 % kuntalaisista saa tietoa kunnan internetsivujen kautta, seuraava kuvio osoittaa, että 76,4 % (107 henkilöä) haluaisi saada tietoa internetin välityksellä. Tämän vertailun perusteella voidaan todeta, että lähes kaikki, jotka tiedon sitä kautta haluavat, myös saavat sen. 68,6 % kuntalaisista haluaa tiedon välittyvän heille kunnan tiedotuslehden kautta ja 63,6 % sanomalehtien välityksellä. Vastaavat prosentuaaliset osuudet edellisessä kuviossa (Kuvio 12) olivat 82,1 % ja 54,3 %. Tämän perusteella tiedotuslehdellä viestintä on onnistunut hyvin, mutta sanomalehtiviestintää kaivataan lisää. Kunnan palveluesitteetkin saavat kannatusta 25,7 %:lta, mutta loput vaihtoehdot jäävät pienemmälle kannatukselle (Kuvio 13).

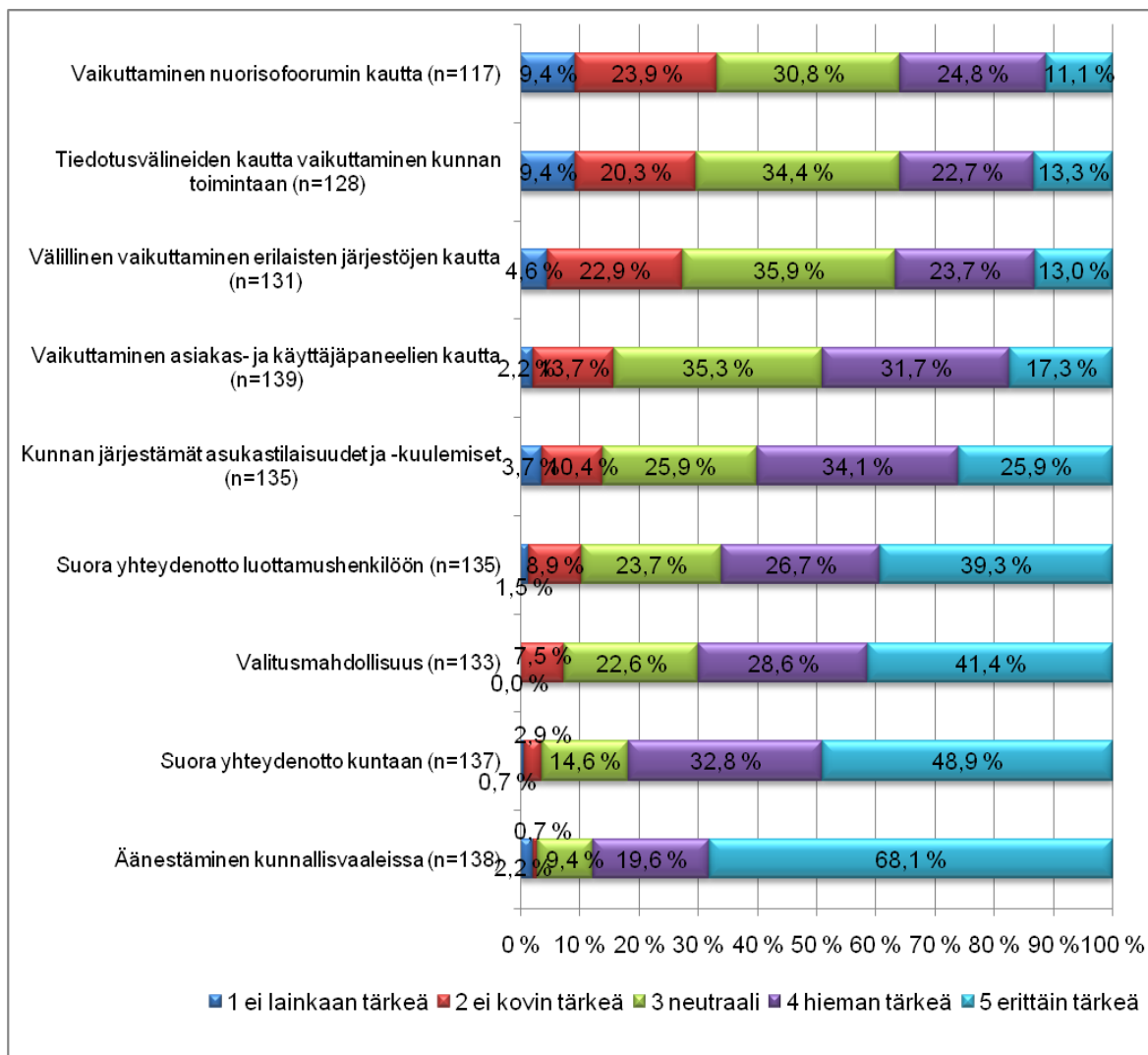


Kuvio 13. Kanavia joiden kautta kuntalaiset haluaisivat saada tietoa kunnan asioista. Kanavat prosentuaalisesti suosituimmasta alkaen.

Kysymys 2.2 oli sekamuotoinen, eli valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi kysyttiin, mistä muualta asukkaat haluaisivat saada tietoa kunnan toiminnasta (LIITE 4). Nakkila - Harjavalta ilmoittaa -lehtinen sai runsaasti kannatusta tässä kohdin, perusteluna muun muassa se, että lehtinen ilmestyy usein. Tämän lisäksi useampi vastaaja oli toivonut suoraan kotiin postitettavaa kirjettä. Seuraavana vastauksia tähän avoimeen kohtaan:

- *Nakkila-Harjavalta ilmoittaa lehtisestä, jota ei ikävä kyllä jaeta, kun postilaatikossa on mainoskielto. Joskus näitä oli myös jaossa Onnipekassa, miksi ei enää?*
- *Nakkila-Harjavalta ilmoittaa -lehtinen on hyvä, koska ilmestyy usein.*
- *Kirjeitse, jos tarve vaatii*
- *tärkeistä asioista tulisi lähettää kuntalaisille, joilla ei ole internetyhteyttä kirjeitä*

Kysyttäessä kuntalaisilta, kuinka tärkeitä heidän mielestään ovat luetellut vaikuttamismahdollisuudet kunnan toimintaan asteikolla 0-5, jossa 0 = en osaa sanoa, 1 = ei lainkaan tärkeä ja 5 = erittäin tärkeä, eniten arvosanaa 5 sai äänestämisen kunnallisvaaleissa ja seuraavaksi suora yhteydenotto kuntaan (Kuvio 14). Äänestämistä erittäin tärkeänä piti jopa 94 ihmistä 140:stä, prosentuaalisesti tämä on 68,1 %. Suora yhteydenotto kuntaan oli erittäin tärkeää lähes puolelle, eli 67:lle ja valitusmahdollisuuskin vielä 55:lle. Vähiten tärkeänä pidettiin vaikuttamista nuorisofoorumin ja tiedotusvälineiden kautta kunnan toimintaan.



Kuvio 14. Vaikuttamismahdollisuuksien tärkeys asteikolla 1-5.

Keskiarvot arvosanoista näkyy taulukossa 1. Mitä suurempi keskiarvo, sitä tärkeämpi vaikuttamiskeino on. Yli neljän keskiarvon saaneita oli kolme: äänestäminen kunnallisvaaleissa, suora yhteydenotto kuntaan ja valitusmahdollisuus. Minkään vaikuttamiskeinon keskiarvo ei pudonnut alle kolmen, joten kaikkia annettuja vaihtoehtoja voidaan pitää tärkeinä kunnan viestinnässä.

| <i>Vaikuttamismahdollisuus</i>                             | <i>Keskiarvo</i> |
|--|------------------|
| Äänestäminen kunnallisvaaleissa:                           | 4,51             |
| Suora yhteydenotto kuntaan:                                | 4,26             |
| Valitusmahdollisuus:                                       | 4,04             |
| Suora yhteydenotto luottamushenkilöön:                     | 3,93             |
| Kunnan järjestämät asukastilaisuudet ja -kuulemiset:       | 3,68             |
| Vaikuttaminen asiakas- ja käyttäjäkyselyjen kautta:        | 3,48             |
| Välillinen vaikuttaminen erilaisten järjestöjen kautta:    | 3,18             |
| Tiedotusvälineiden kautta vaikuttaminen kunnan toimintaan: | 3,10             |
| Vaikuttaminen nuorisofoorumin kautta:                      | 3,04             |
| <b><i>Keskiarvo kaikki yhteensä</i></b>                    | <b>3,69</b>      |

Taulukko 1. Vaikuttamismahdollisuuksien tärkeys kuntalaisten mielestä keskiarvojen mukaan. Arvos-  
telu asteikolla 1-5, mitä suurempi keskiarvo, sitä tärkeämpi vaikuttamiskeino.

Taulukossa 2 vertaillaan alle 34-vuotiaiden ja yli 35-vuotiaiden näkemyksiä eri vai-  
kuttamismahdollisuuksien tärkeydestä. Vertailu osoittaa, että näiden ikäryhmien vä-  
lillä ei ilmene suuria eroja keskiarvoissa. Kaikki yhteensä keskiarvojen  $p = 0,533$  eli  
ero ei ole tilastollisesti merkittävä.

| <i>Vaikuttamismahdollisuus</i>                             | <i>Keskiarvo<br/>(alle 34-v.)</i> | <i>Keskiarvo<br/>(yli 35-v.)</i> |
|--|-----------------------------------|----------------------------------|
| Äänestäminen kunnallisvaaleissa:                           | 4,47                              | 4,53                             |
| Suora yhteydenotto kuntaan:                                | 3,99                              | 4,36                             |
| Valitusmahdollisuus:                                       | 4,00                              | 4,04                             |
| Suora yhteydenotto luottamushenkilöön:                     | 3,92                              | 3,95                             |
| Kunnan järjestämät asukastilaisuudet ja -kuulemiset:       | 3,46                              | 3,75                             |
| Vaikuttaminen asiakas- ja käyttäjäkyselyjen kautta:        | 3,56                              | 3,44                             |
| Välillinen vaikuttaminen erilaisten järjestöjen kautta:    | 3,05                              | 3,21                             |
| Tiedotusvälineiden kautta vaikuttaminen kunnan toimintaan: | 3,33                              | 3,01                             |
| Vaikuttaminen nuorisofoorumin kautta:                      | 3,09                              | 3,02                             |
| <b><i>Keskiarvo kaikki yhteensä</i></b>                    | <b>3,65</b>                       | <b>3,70</b>                      |

Taulukko 2. Vaikuttamismahdollisuuksien tärkeys kuntalaisten mielestä keskiarvojen mukaan. Arvos-  
telu asteikolla 1-5, mitä suurempi keskiarvo, sitä tärkeämpi vaikuttamiskeino. Vertailussa alle 34-  
vuotiaat ja yli 35-vuotiaat.

Taulukossa 3 taas vertaillaan Kirkonseudulla asuvien antamia tuloksia muualla asu-  
viin. Myös tämä vertailu osoittaa, että asuinpaikka ei juuri vaikuta keskiarvoon.  
Muualla asuvat pitävät kuitenkin kaikkia muita vaikuttamismahdollisuuksia paitsi  
välillistä vaikuttamista erilaisten järjestöjen kautta hieman tärkeämpänä kuin Kirkon-

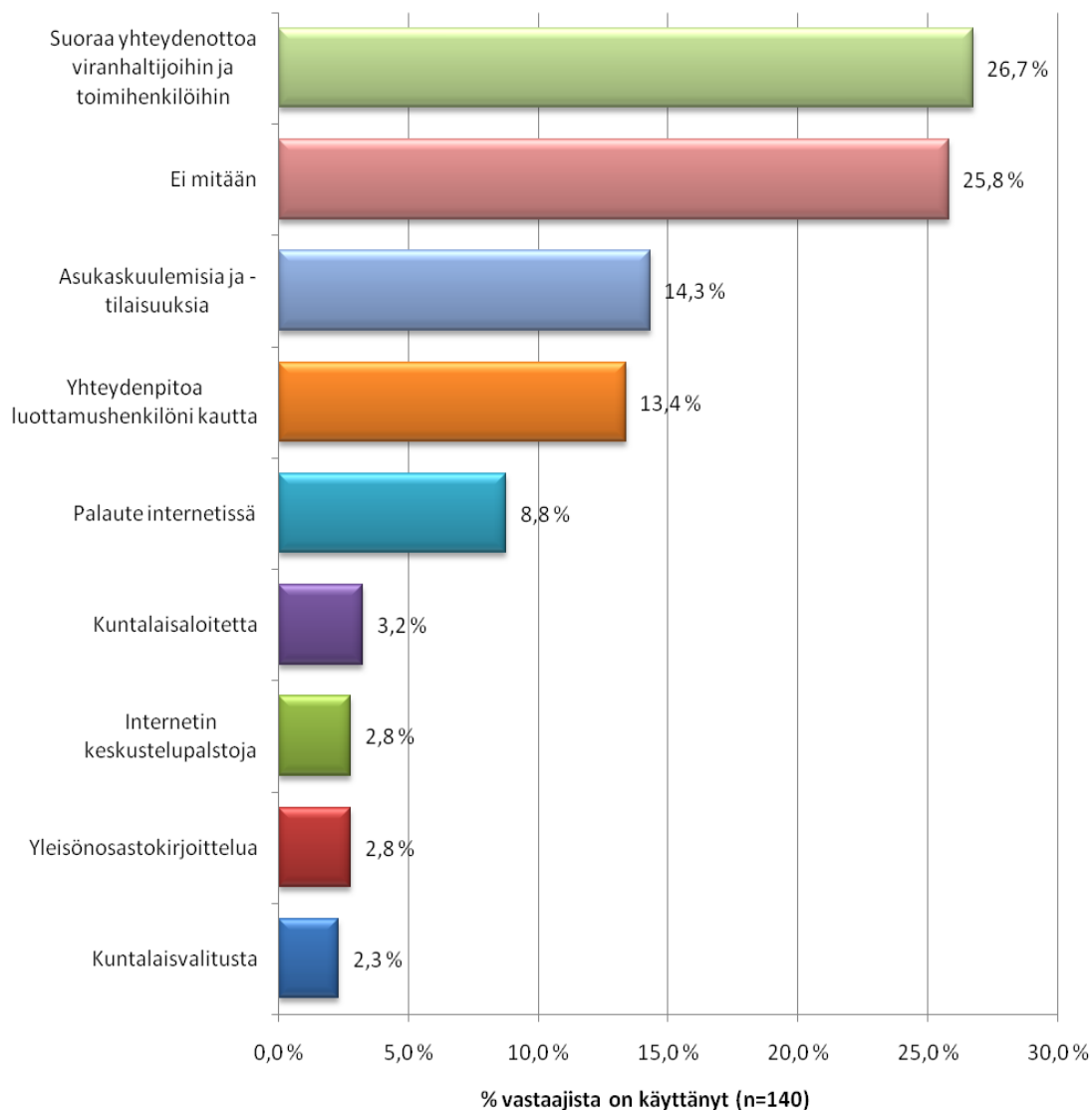
seudulla asuvat. Tässä kaikki yhteensä keskiarvojen  $p = 0,056$  eli ero ei ole varsinaisesti tilastollisesti merkittävä, mutta merkittävämpi kuin ikäluokkien ero.

| <i>Vaikuttamismahdollisuus</i>                             | <i>Keskiarvo<br/>Kirkonseutu</i> | <i>Keskiarvo<br/>Muu asuinpaikka</i> |
|--|----------------------------------|--------------------------------------|
| Äänestäminen kunnallisvaaleissa:                           | 4,29                             | 4,63                                 |
| Suora yhteydenotto kuntaan:                                | 4,23                             | 4,28                                 |
| Valitusmahdollisuus:                                       | 3,72                             | 4,21                                 |
| Suora yhteydenotto luottamushenkilöön:                     | 3,57                             | 4,13                                 |
| Kunnan järjestämät asukastilaisuudet ja -kuulemiset:       | 3,34                             | 3,86                                 |
| Vaikuttaminen asiakas- ja käyttäjäkyselyjen kautta:        | 3,46                             | 3,49                                 |
| Väliillinen vaikuttaminen erilaisten järjestöjen kautta:   | 3,19                             | 3,17                                 |
| Tiedotusvälineiden kautta vaikuttaminen kunnan toimintaan: | 3,02                             | 3,14                                 |
| Vaikuttaminen nuorisofoorumin kautta:                      | 3,19                             | 2,96                                 |
| <b><i>Keskiarvo kaikki yhteensä</i></b>                    | <b><i>3,56</i></b>               | <b><i>3,76</i></b>                   |

Taulukko 3. Vaikuttamismahdollisuuksien tärkeys kuntalaisten mielestä keskiarvojen mukaan. Arvos-  
telu asteikolla 1-5, mitä suurempi keskiarvo, sitä tärkeämpi vaikuttamiskeino. Vertailussa Kirkonseu-  
dulla asuvat ja muualla asuvat.

Kysymyksessä 2.5 tiedusteltiin, mitä kuntalaisten vaikuttamismahdollisuuksia vas-  
taajat ovat käyttäneet. Vaikuttamismahdollisuuksista eniten oli käytetty suoraa yh-  
teydenottoa viranhaltijoihin ja toimihenkilöihin, 58 henkilöä 140:stä, eli 26,7 % vas-  
taajista oli käyttänyt tätä mahdollisuutta (Kuvio 15). Tutkimuksesta ilmeni, että jopa  
25,8 % (56 henkilöä) vastaajista ei ollut käyttänyt mitään vaikuttamismahdollisuutta.  
31 vastaajaa oli käyttänyt asukaskuulemisia ja -tilaisuuksia sekä 29 vastaajaa yhtey-  
denpitoa luottamushenkilön kautta. Palautetta Internetissä oli antanut vain 19 vastaa-  
jaa eli yleistettäessä tämä on vain 8,8 % kuntalaisista.

Vähiten käytetyiksi vaikuttamismahdollisuuksiksi ilmaantui kuntalaisvalitus, jolla oli  
viisi käyttäjää, yleisönosastokirjoittelu ja internetin keskustelupalstat, joilla molem-  
milla oli kuusi käyttäjää ja kuntalaisaloite, seitsemällä käyttäjällä.



Kuvio 15. Prosentuaaliset osuudet vastaajista, jotka ovat käyttäneet vaikuttamismahdollisuutta.

Jokin muu vaikuttamismahdollisuus kunnan toimintaan, jota olette käyttäneet, mikä? -kohtaan (LIITE 4) vastattiin seuraavasti:

- *Vuosi sitten lähetettyyn kyselyyn on vastannut vain sihteeri ja ilmoittanut kenelle kunnan virkamiehistä viestin ohjasi*
- *"ostaminen jaloilla", kun asiaan ei ole mahdollisuutta vaikuttaa ei sen etenemistä auteta*
- *kunnallisvaalit.*

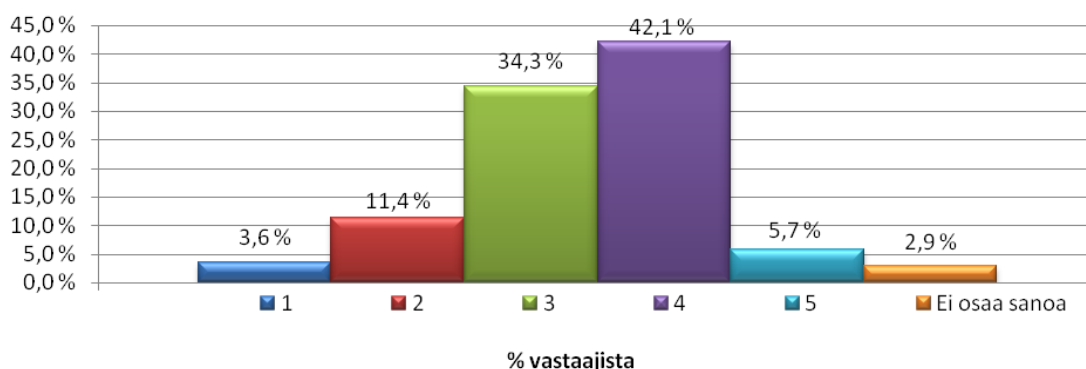


### 8.3 Tyytyväisyys kunnan viestintään ja tiedottamiseen

Kyselyn kolmas osio, kysymykset 3.1–3.3, käsitteli tyytyväisyyttä kunnan viestintään ja tiedottamiseen. Tämän osion avulla haluttiin selvittää kuntalaisten yleinen näkemys kunnan viestinnästä sekä tyytyväisyys kunnan verkkosivuihin ja tiedotuslehteen.

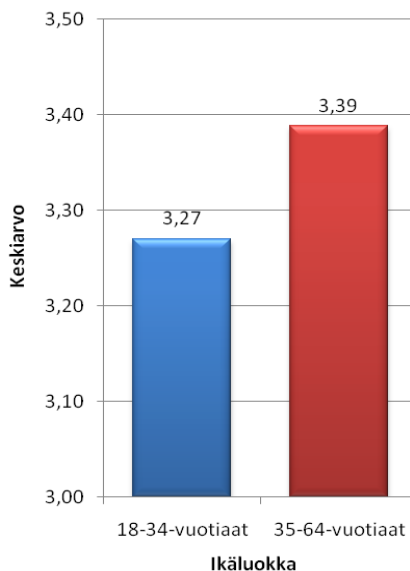
Tutkimuslomakkeen kysymyksessä numero 3.1. pyydettiin vastaajaa antamaan arvosana asuinkuntansa viestinnälle sillä perusteella, kuinka tyytyväinen vastaaja viestintään on. Keskiarvoksi arvosanalle saatiin 3,36 ja keskihajonta on 0,9. Keskiarvon keskivirhe on 0,15. Perusjoukon keskiarvo on siis  $3,36 \pm 0,15$ .

Erinomaisen arvosanan (5) kunnalle antoi 8 vastaajaa 140:stä (Kuvio 16). Kaiken kaikkiaan viestintään oltiin kuitenkin tyytyväisiä, jopa 76,4 % vastaajista eli 107 vastaajaa piti viestintää kiitettävänä (4) tai hyvänä (3). Arvosanan 2 (tyydyttävä) viestinnälle antoi 16 henkilöä ja arvosanan 1 (huono) 5 henkilöä. Vastaajista neljä ei osannut antaa arvosanaa viestinnälle, vaan valitsivat ”en osaa sanoa” -vaihtoehdon.



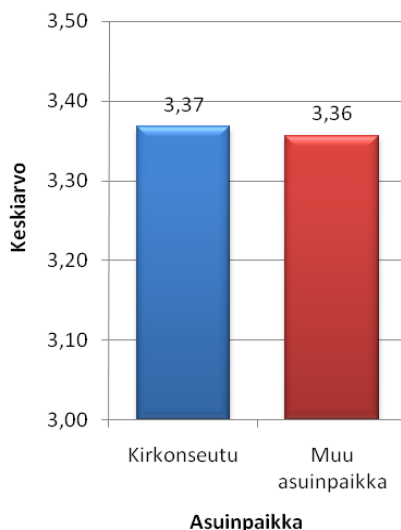
Kuvio 16. Vastaajien antama yleisarvosana Nakkilan kunnan viestinnälle. (1 = alin arvosana, 5 = ylin arvosana) n =140.

Vertailtaessa kahden eri ikäluokan antamien arvosanojen keskiarvoja (Kuvio 17) huomataan, että vanhempi ikäluokka eli yli 35-vuotiaat ovat keskimäärin tyytyväisempiä viestintään kuin nuoremmat, alle 34-vuotiaat. Mitä suurempi keskiarvo sitä tyytyväisempiä vastaajat ovat. Nuorempien antamien arvosanojen keskiarvoksi saatiin 3,27 ja vanhempien 3,39. Ero ei kuitenkaan ole tilastollisesti merkittävä ( $p = 0,52$ ).



Kuvio 17. Vastaajien antaman viestinnän yleisarvosanan keskiarvojen vertailu ikäluokkien välillä.

Kuviossa 18 vertaillaan arvosanan keskiarvoja asuinpaikan mukaan. Tämä kuvio osoittaa, että asuinpaikka ei vaikuta tyytyväisyyteen ( $p = 0,95$ ).



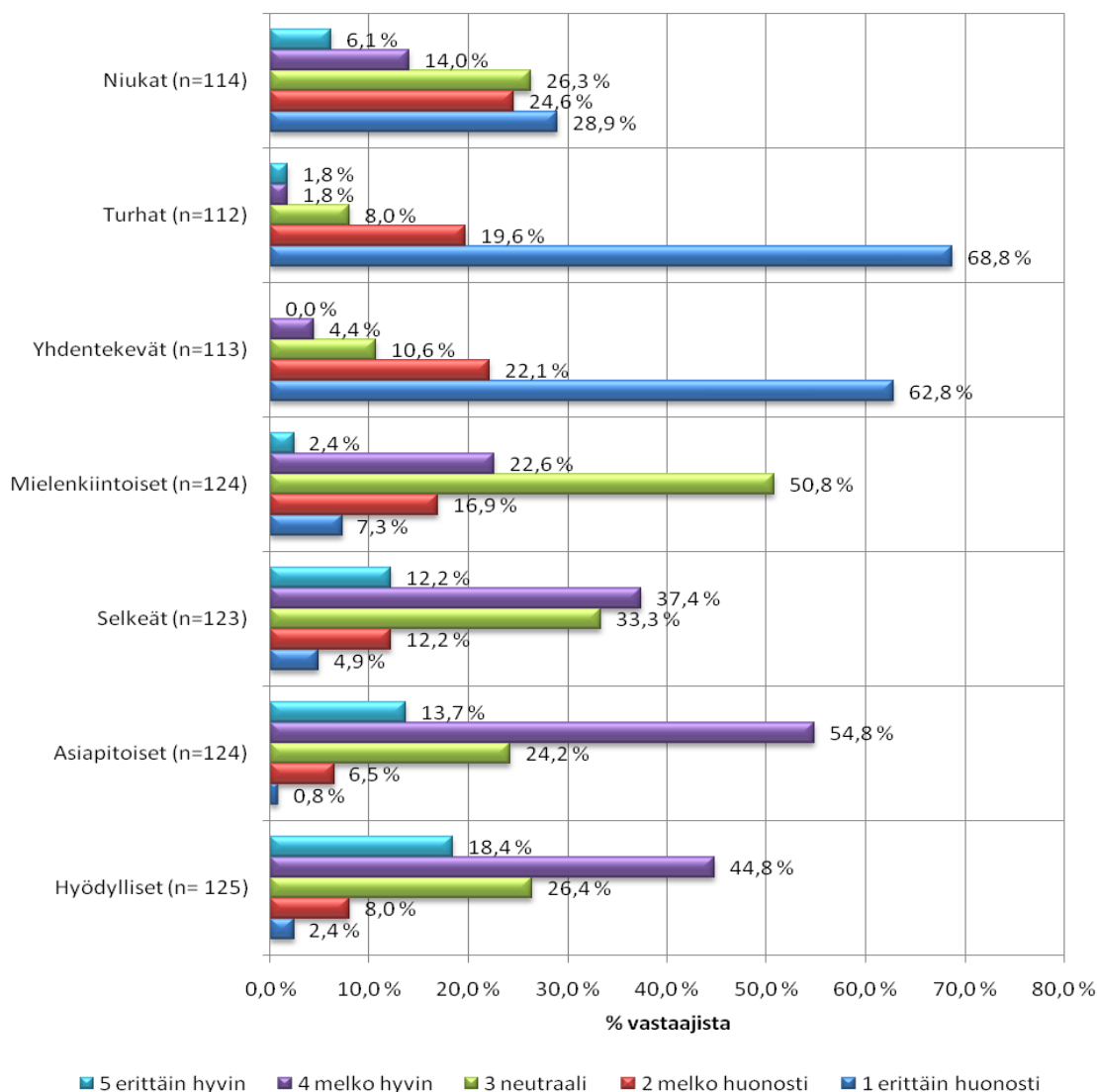
Kuvio 18. Vastaajien antaman viestinnän yleisarvosanan keskiarvojen vertailu asuinpaikkojen välillä.

Nakkilan kunnan kotisivuilla oli vierailut ainakin 125 vastaajaa eli 89 % vastaajista (vastasivat kysymykseen 3.2 Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat Nakkilan Internet-kotisivuja?). Kaikki 125 eivät vastanneet kaikkiin väittämiin.

Kaiken kaikkiaan kotisivuihin oltiin tyytyväisiä (Kuvio 19). Jopa 63,2 % vastaajista ( $n = 125$ ) piti kotisivuja hyödyllisenä, eli he olivat arvioineet väittämän kuvaavan

kotisivuja joko melko hyvin (4) tai erittäin hyvin (5) ja 68,5 % piti sivuja asiapitoisena (vastaus 4 tai 5) (n = 124). Sivut olivat selkeät vielä 49,6 %:n mukaan (n = 123), mutta väittämän ”mielenkiintoinen” kohdalla eniten oli vastattu ”3 neutraali”, jopa 50,8 % vastaajista (n = 124).

Negatiiviset väittämät ”yhden tekevät” ja ”turhat” kuvasivat vastaajien mielestä erittäin huonosti kunnan kotisivuja. 62,8 %:n (n = 113) mielestä väittämä ”yhden tekevät” ja 68,8 %:n (n = 112) mielestä väittämä ”turhat” kuvaavat sivuja erittäin huonosti. Niukkoina sivuja piti 20,2 % (n = 114), huonosti väittämä ”niukat” kuvasi sivuja kuitenkin 53,5 %:n mukaan, jos mukaan lasketaan sekä vastaus ”1 – erittäin huonosti” että vastaus ”2 – melko huonosti”. Hieman lisää sisältöä sivuille kaivattaisiin tämän perusteella.



Kuvio 19. Väittämät kuvaavat Nakkilan kunnan internetsivuja 1 = erittäin huonosti -- 5 = erittäin hyvin.

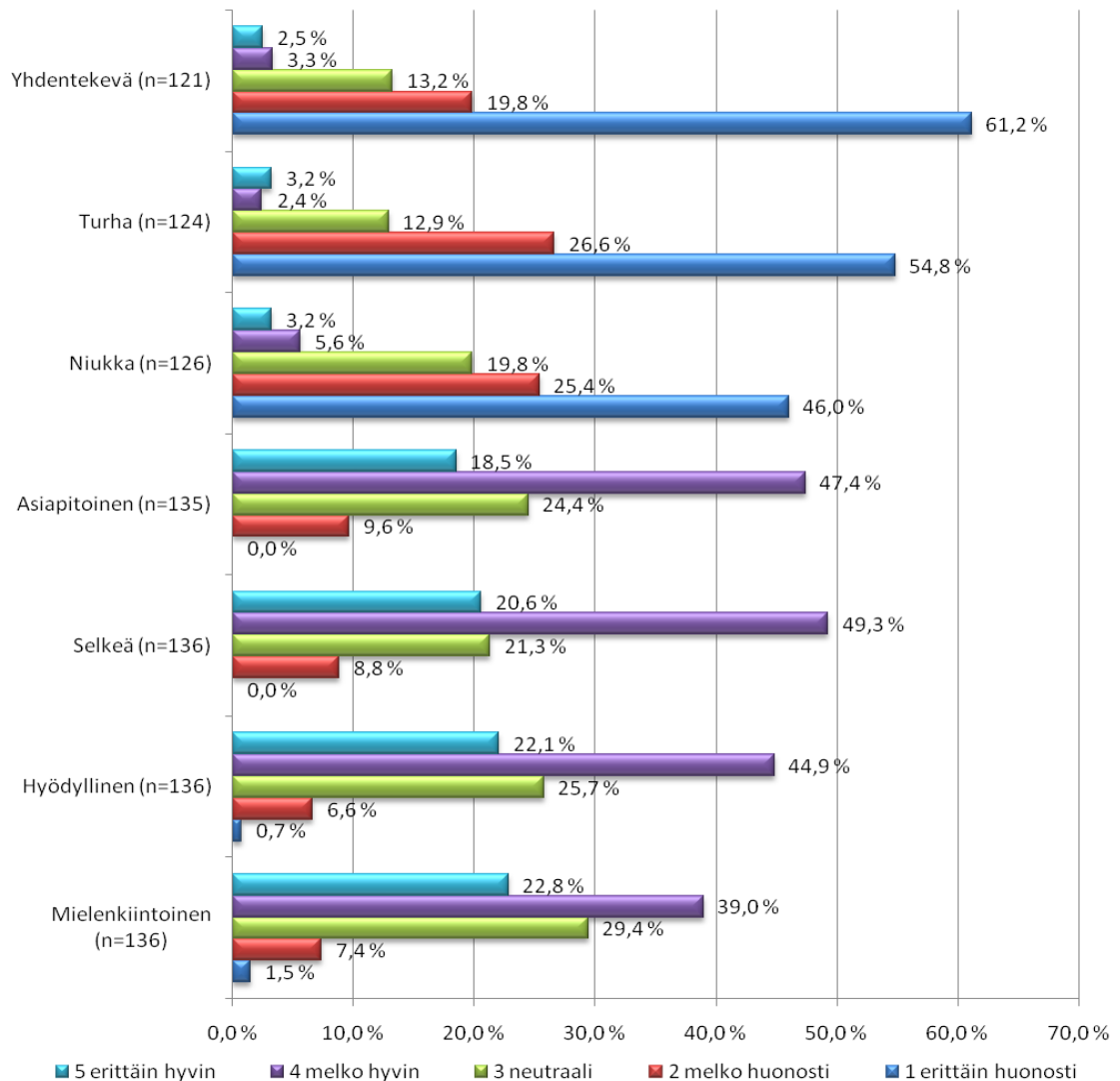
Kysymyksen 3.2 avoimesta kohdasta ”parannusehdotuksia” (LIITE 4) kävi ilmi selvästi, että päivitystä sivuille kaivattaisiin nopeammin ja useammin. Toinen asia, joka kyseisessä kohdassa nousi esille, oli kotisivujen rakenne, jota pidettiin osittain sekavana ja monimutkaisena.

- *kokouspöytäkirjat voisivat olla luettavissa nopeammin.*
- *Internet sivut eivät aina ole olleet ajan tasalla kaikilta osin. Toivoisin että sivujen päivittäminen hoidettaisiin.*
- *Sivurakenteeseen ja haun helppouteen voi ja täytyy koko ajan panostaa. Toisinaan joutuu etsiskelemään kaipaamaansa tietoa, jonka varmuudella tietää sivuilla olevan.*

Nakkilan kunnan tiedotuslehteen oli tutustunut ainakin 136 vastaajaa eli 97 % vastaajista (vastasivat kysymykseen 3.3 Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat Nakkila tiedottaa-lehteä?). Kaikki 136 eivät vastanneet kaikkiin väittämiin.

Nakkila tiedottaa -lehteä pidettiin kyselyn mukaan hyvänä tiedotuskanavana. Tiedotuslehteen oltiin tyytyväisiä (Kuvio 20). 61,8 % vastaajista piti lehteä erittäin tai melko mielenkiintoisena (n = 136) ja 66,9 % erittäin tai melko hyödyllisenä. Vastaajista 69,9 %:n mielestä lehti on erittäin tai melko selkeä ja 65,9 %:n mielestä erittäin tai melko asiapitoinen (n = 135). Neutraaleita vastauksia positiivisiin väittämiin tuli 20 ja 30 %:n välillä. Vain 12 henkilöä oli sitä mieltä, että lehti ei ole mielenkiintoinen ja 10 henkilöä sitä mieltä, että se ei ole hyödyllinen. Väittämä ”selkeä” ei kuvannut lehteä hyvin 12 henkilön mielestä, eikä väittämä ”asiapitoinen” 13 henkilön mielestä.

Negatiiviset väittämät kuvasivat vastaajien mielestä lehteä huonosti. Vain 8,7 % oli sitä mieltä, että lehti on niukka, 5,6 % sitä mieltä että lehti on turha ja 5,8 % sitä mieltä, että se on yhdentekevä.

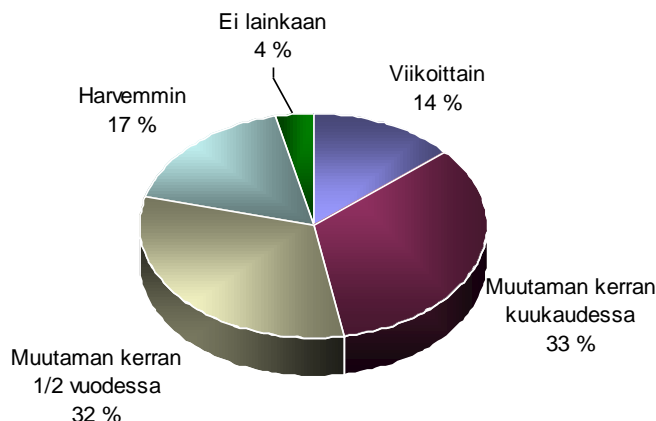


Kuvio 20. Väittämät kuvaavat Nakkilan kunnan tiedotuslehteä 1 = erittäin huonosti -- 5 = erittäin hyvin.

#### 8.4 Viestinnän riittävyys ja toimivuus

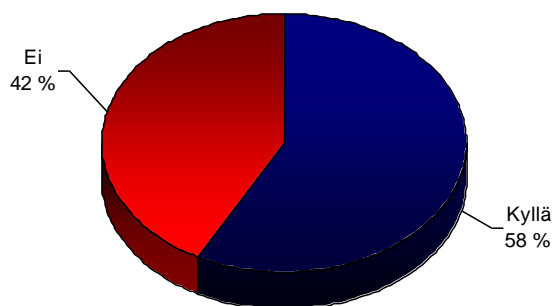
Kyselyn neljännessä osiossa selvitettiin kunnan viestinnän riittävyyttä ja toimivuutta asukkaiden näkökulmasta. Kysymyksiä oli tässä osiossa kuusi, ja niissä selvitettiin muun muassa viestinnän tiheyttä sekä erilaisten väittämien paikkansapitävyyttä.

Kunta tiedottaa toiminnastaan 33 %:lle vastanneista (n = 140) muutaman kerran kuukaudessa ja 32 %:lle muutaman kerran puolessa vuodessa (Kuvio 21). Viikoittain tietoa saa 14 % vastanneista ja tätä harvemmin 17 %. Vastanneista 4 % on sitä mieltä, että ei saa lainkaan tietoa kunnalta. Suurin osa kuntalaisista (65 %) saa siis tietoa joko muutaman kerran puolessa vuodessa tai muutaman kerran kuukaudessa.



Kuvio 21. Kuinka usein kuntalaiset saavat tietoa kunnan toiminnasta kunnan tiedottamana? (n = 140)

Pääosin tiedonsaanti koetaan riittäväksi (Kuvio 22). Reilu puolet vastaajista on sitä mieltä, että kunta tiedottaa toiminnastaan tarpeeksi usein. Kuitenkin jopa 42 % on sitä mieltä, että tietoa ei saa riittävästi. Kunnan tulisi siis lisätä tiedottamistiheyttään, jotta kaikki kuntalaiset saisivat riittävästi tietoa heitä koskettavista ja kiinnostavista asioista.

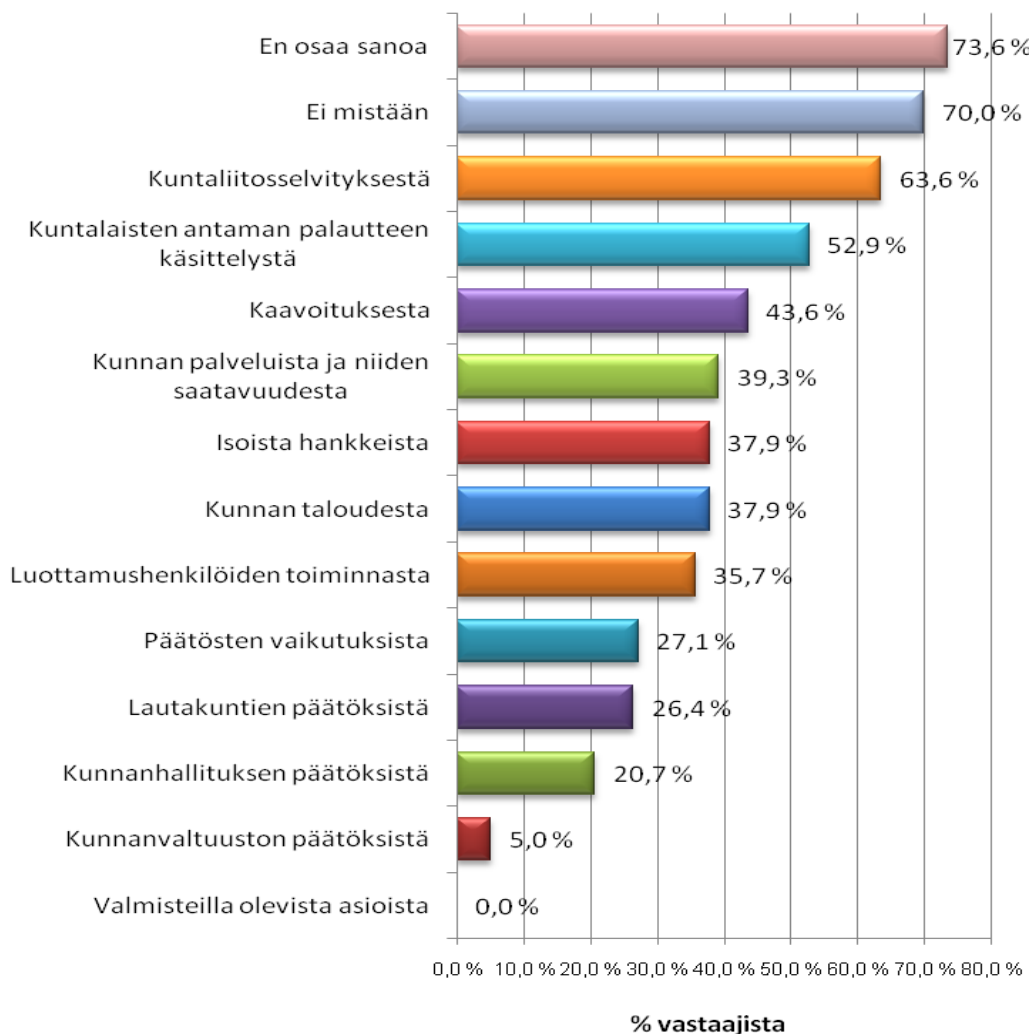


Kuvio 22. Kokevatko kuntalaiset tiedonsaannin kunnalta riittäväksi? (n = 140)

Kuntalaisista 70 % vastasi ”ei mistään” kysymykseen 4.2 ”mistä seuraavista asioista kunnan tulisi mielestänne tiedottaa kuntalaisille enemmän?”. Tosin kysymys ja siitä muodostettu taulukko (Kuvio 23) saattavat olla harhaanjohtavia, koska valittavissa oli useampi vastausvaihtoehto ja ”en osaa sanoa” -vastauksia oli 103 (n = 140), mutta samat henkilöt olivat valinneet myös muita vaihtoehtoja, samoin kuin ”ei mistään” -vaihtoehdon valinneet. Nämä kaksi vaihtoehtoa jätetään nyt huomiotta, jotta tuloksia voidaan tarkastella paremmin.

Eniten tiedottamisen lisäystä kaivattiin kuntaliitosselvityksiasiaan. 63,6 % vastaajista kaipasi kuntaliitoksesta lisää informaatiota. Toisena (52,9 %) tietoa kaivattiin enem-

män palautteen käsittelystä. Kaikista muistakin vaihtoehtoista kaivattiin lisätietoa (Kuvio 23), mutta sitä toivoi alle 50 % vastaajista. Valmisteilla olevista asioista kukaan ei kaivannut lisätietoa.



Kuvio 23. Mistä asioista kuntalaiset toivoisivat kunnan tiedottavan enemmän? (n = 140)

Kysymys 4.2 oli sekamuotoinen. Avoimeen kohtaan kysymyksessä sai kirjoittaa jonkin muun asian, josta toivoo saavansa lisätietoa kunnalta (LIITE 4). Lisätietoa kaivattiin muun muassa avoimista työpaikoista ja yleisesti kaikesta kuntalaisia koskevasta toiminnasta.

- *Nuoria työllistävistä yrityksistä, kunnassa avoimista olevista työpaikoista nuorille.*
- *Kaikesta kuntalaisia koskevasta toiminnasta, vaikka se ei olisikaan suoraan kunnan omaa toimintaa. Esimerkiksi tieasiat ovat monasti muitakin kuin kunnan asioita, mutta kuntalaisena koen kunnan toimivan minun edustajani.*

Suurin osa vastaajista vastasi neutraalisti (3) kaikkiin kohtiin kysymyksessä 4.3 ”Kunnan toiminta seuraavissa asioissa toimii?”, joka selvitteli vastaajien tyytyväisyyttä tiedotustoimiin eri osa-alueilla (Kuvio 24). Vastausten perusteella kunnan tiedottaminen ei toimi parhaalla mahdollisella tavalla. Vastaukset ovat keskimäärin negatiivisen puolella. Keskiarvoksi kaikista kohdista saatiin vain 2,83 (asteikko 1-5).

Kunnan tiedottaminen suunnittelusta ja valmistelusta ei toimi hyvin eikä huonosti (3) vastaajista 42,5 %:n mielestä (n = 134). Melko huonosti se toimii jopa 33,6 %:n mielestä ja erittäin huonosti 14,2 %:n mukaan. Yksikään vastaaja ei ole sitä mieltä, että tiedottaminen suunnittelusta ja valmistelusta toimisi erittäin hyvin, mutta 13 vastaajaa eli 9,7 % pitää sitä melko hyvin toimivana.

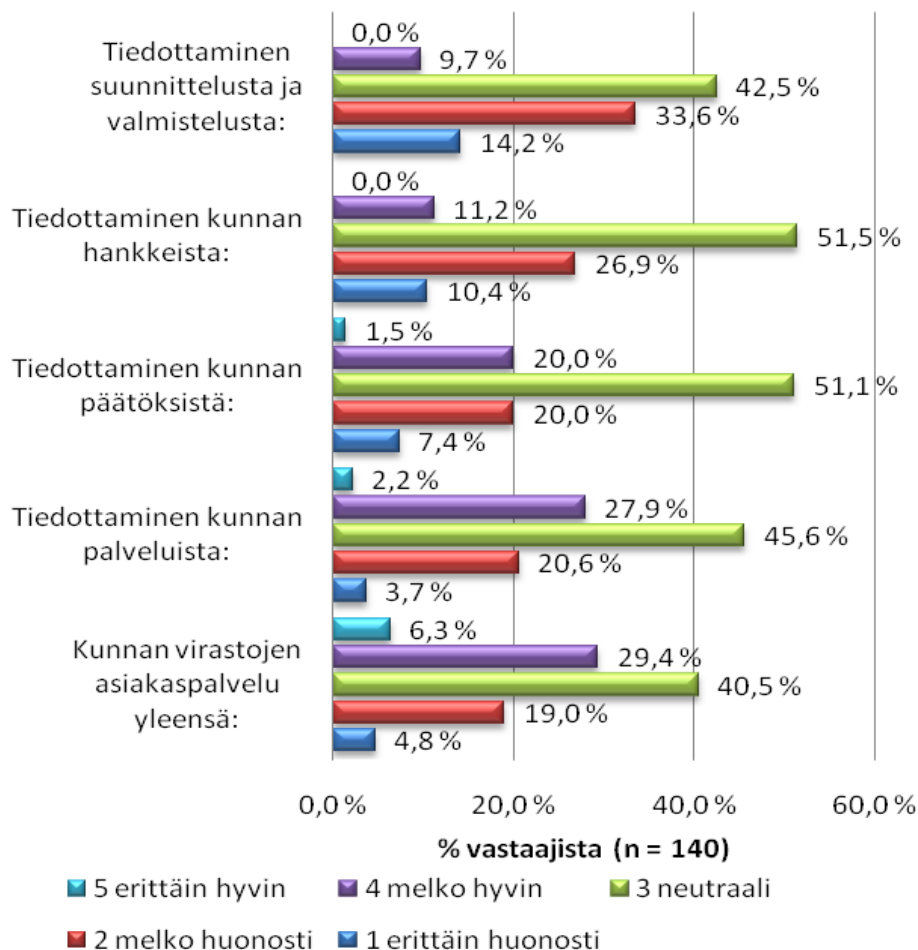
Myöskään tiedottaminen kunnan hankkeista ei toimi erittäin hyvin yhdenkään vastaajan mielestä (n = 134). Melko hyvin se toimii 15 vastaajan eli 11,2 %:n mielestä. Neutraalisti (3) tähän vastasi reilu 50 % vastaajista. Jopa 36 vastaajaa eli 26,9 % vastaajista oli sitä mieltä, että tiedottaminen kunnan hankkeista toimii melko huonosti ja 14 vastaajaa eli 10,4 % vastaajista sitä mieltä, että erittäin huonosti.

Tiedottaminen kunnan hankkeista toimii erittäin hyvin vain kahden vastaajan eli 1,5 %:n mielestä. Neutraalisti (3) myös tähän vastasi yli 50 %. Sekä melko hyvä että melko huono toimivuus on saanut yhtä paljon kannatusta, molemmat 27 vastausta eli 20 %. Erittäin huonosti kunnan päätöksistä tiedottaminen toimii 7,4 %:n eli 10 vastaajan mielestä.

Kunnan palveluista tiedottaminen on saanut hieman enemmän positiivisia vastauksia (4 tai 5) kuin negatiivisia (1 tai 2). 30,1 % vastaajista on sitä mieltä, että palveluista tiedottaminen toimii melko tai erittäin hyvin, kun taas 24,3 % on sitä mieltä, että se toimii melko tai erittäin huonosti. Neutraaleita vastauksia tähän tuli 62 eli 45,6 %.

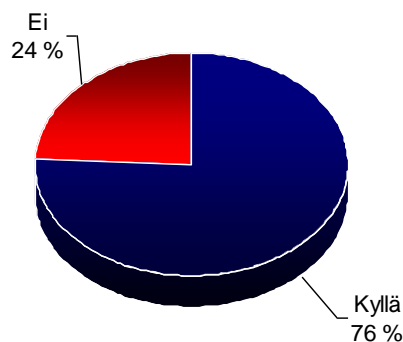
Kunnan virastojen asiakaspalvelua pidettiin enemmän positiivisena kuin negatiivisena kokemuksena. Asiakaspalvelu on melko tai erittäin hyvää 35,7 %:n mielestä, kun taas melko tai erittäin huonoa se on 23,8 %:n mielestä. 40,5 % vastaajista on sitä mieltä, että asiakaspalvelu ei ole hyvää eikä huonoa (3).





Kuvio 24. Kunnan viestinnän toimivuus.

Kyselyn perusteella haluttiin selvittää myös tietävätkö kuntalaiset, keneen ottaa yhteyttä missäkin asiassa, jos he tarvitsevat tietoa kunnan asioista tai toiminnasta. Melko hyvin kuntalaiset tiesivät tämän. 76 % vastaajista (n = 140) sanoi tietävänsä, keneen ottaa yhteyttä tarvittaessa, ja vain 24 % ei tiennyt (Kuvio 25).



Kuvio 25. Tietävätkö kunnan asukkaat keneen ottaa yhteyttä, jos tarvitsevat tietoa kunnan asioista?

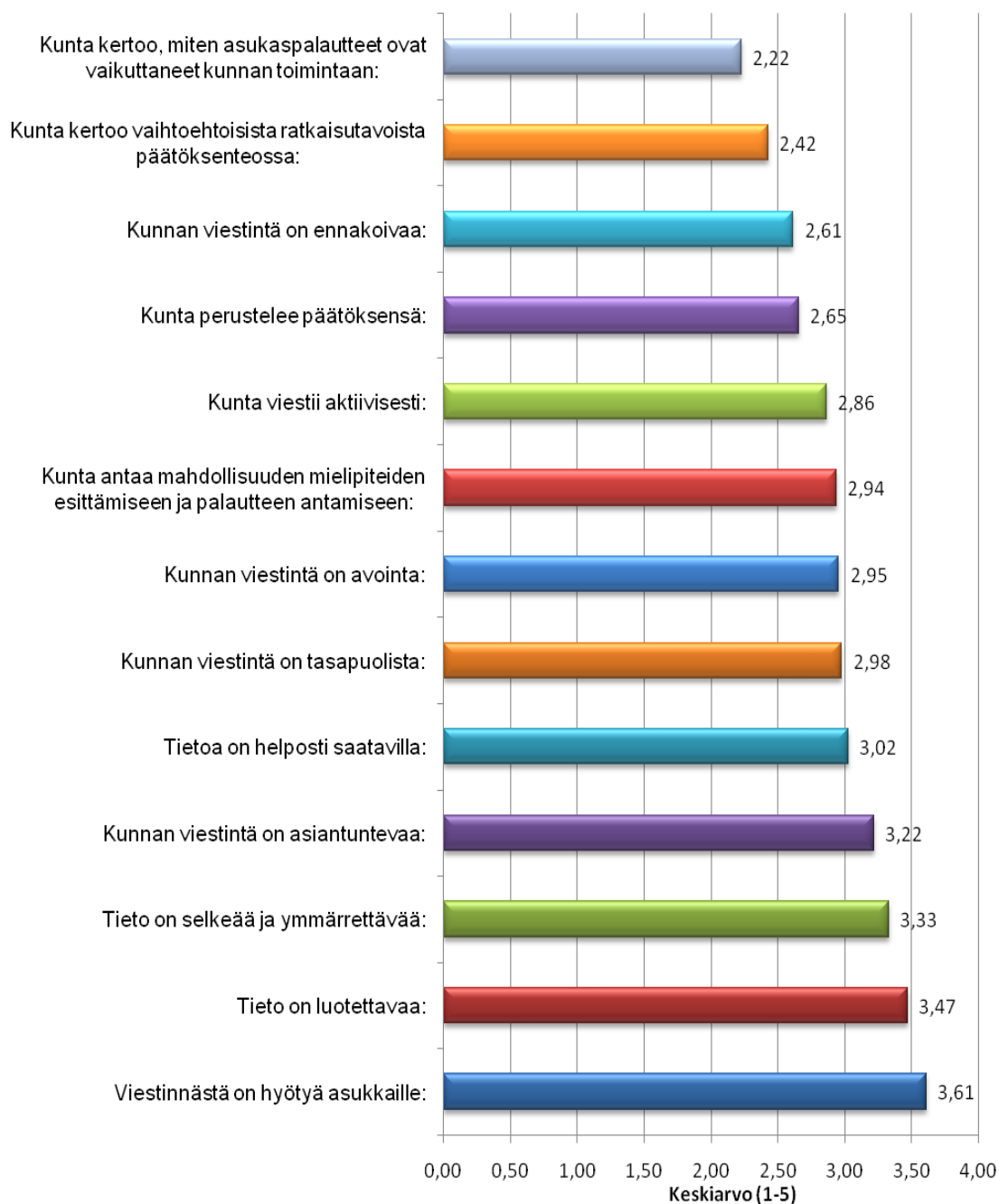
Kyselyn kysymyksessä 4.4 esitettiin väittämiä Nakkilan kunnan viestinnästä ja tiedottamisesta. Väittämiin vastattiin asteikolla 1-5, jossa 1 = kuvaa erittäin huonosti ja 5 = kuvaa erittäin hyvin kunnan viestintää. Väittämien saamat keskiarvot laskettiin ja ne sijoittuivat välille 2,22 ja 3,61. Mitä suurempi keskiarvo on, sitä paremmin väittäjä kuvaa Nakkilan kunnan toimia viestinnän suhteen. Suuri osa vastaajista pysytteli neutraalilla linjalla ja vastasi väittämiin 3, eli väite ei kuvaa hyvin eikä huonosti Nakkilan kunnan viestintää.

Kolmosen keskiarvon ylittäneiden (tai lähellä sitä olevien) prosenttiosuuksiin on laskettu yhteen vastaukset ”5 – kuvaa erittäin hyvin ja 4 – kuvaa melko hyvin”. Parhaan keskiarvon sai väittäjä ”viestinnästä on hyötyä asukkaille”, 3,61 (Kuvio 26). Vastaajista 61,6 %:n mielestä viestinnästä on hyötyä (Kuvio 27). Väite ”tieto on luotettavaa” sai keskiarvoksi 3,46. Kunnan antama tieto on luotettavaa 55,3 %:n mielestä. Tieto on selkeää ja ymmärrettävää 42,8 %:n mukaan, keskiarvo väitteelle on 3,33. Vastaajista 42,1 % sanoo, että kunnan viestintä on asiantuntevaa, keskiarvo 3,22. ”Tietoa on helposti saatavilla” väitteen keskiarvoksi saatiin 3,02. Vastaajista 32,6 % mukaan tieto on helposti saatavilla. Kunnan viestintä on tasapuolista 28,6 %:n mielestä. Keskiarvoksi tasapuolisuudelle mitattiin 2,98. Kunnan viestintä on avointa taas 25,2 %:n mukaan. Avoimuuden keskiarvo on 2,95. Väite ”kunta antaa mahdollisuuden mielipiteiden esittämiseen ja palautteen antamiseen” sai keskiarvokseen 2,94. Vastaajista 29,1 % piti tätä väitettä osuvana.

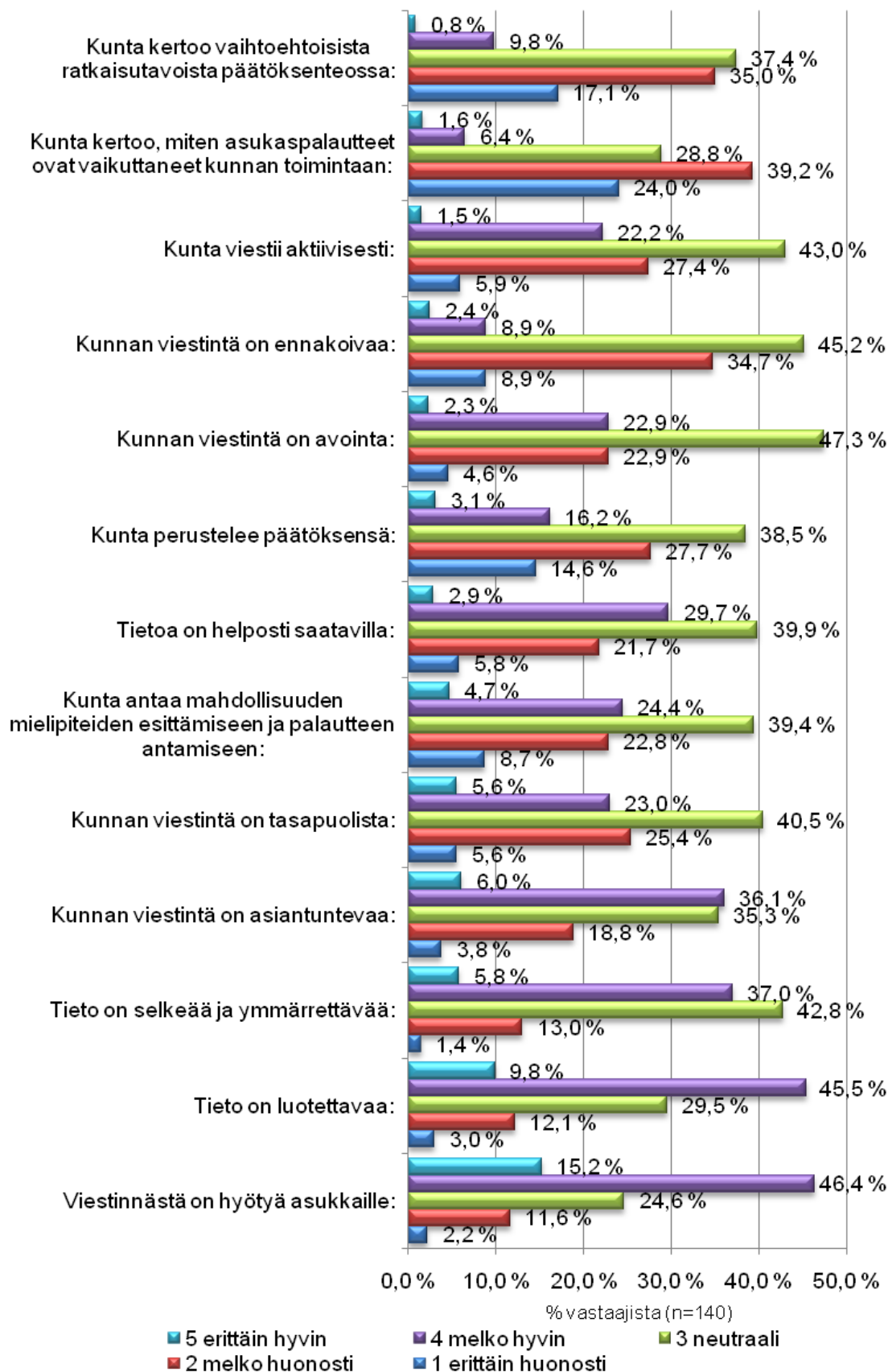
Alle 2,9 keskiarvon saaneet väittämät kuvaavat Nakkilan kunnan viestintää keskimäärin joko erittäin (1) tai melko huonosti (2). 2,9:ä huonommat keskiarvot analysoidaan niin, että näissä asioissa on parantamisen varaa viestinnän toimivuuden kannalta.

Kunnan viestintä ei ole tarpeeksi aktiivista 33,3 %:n mukaan (Kuvio 27). Keskiarvo viestinnän aktiivisuudelle on 2,86 (Kuvio 26). Päätöksensä kunta taas perustelee melko tai erittäin huonosti 42,3 %:n mukaan. Keskiarvo päätösten perustelussa jää 2,65:en. Kunnan viestinnän ennakoivuuden keskiarvoksi saatiin 2,61. Ennakoivuus oli huonoa jopa 43,5 %:n mielestä. Päätöksenteon vaihtoehtoiset ratkaisutavat jäävät kunnalta kertomatta 52 %:n mielestä. Keskiarvoksi tälle väittämälle tuli 2,42. Kunta ei kerro vastaajien mielestä tarpeeksi myöskään siitä, miten asukaspalautteet ovat

vaikuttaneet kunnan toimintaan, keskiarvoksi tälle väitteelle saatiin vain 2,22. Vastaajista 63,2 % on tyytymättömiä asukaspalautteiden vaikutuksista kertomiseen.



Kuvio 26. Viestinnän toimivuus. Väittämät kuvaavat Nakkilan kunnan viestintää. Keskiarvot (1-5).



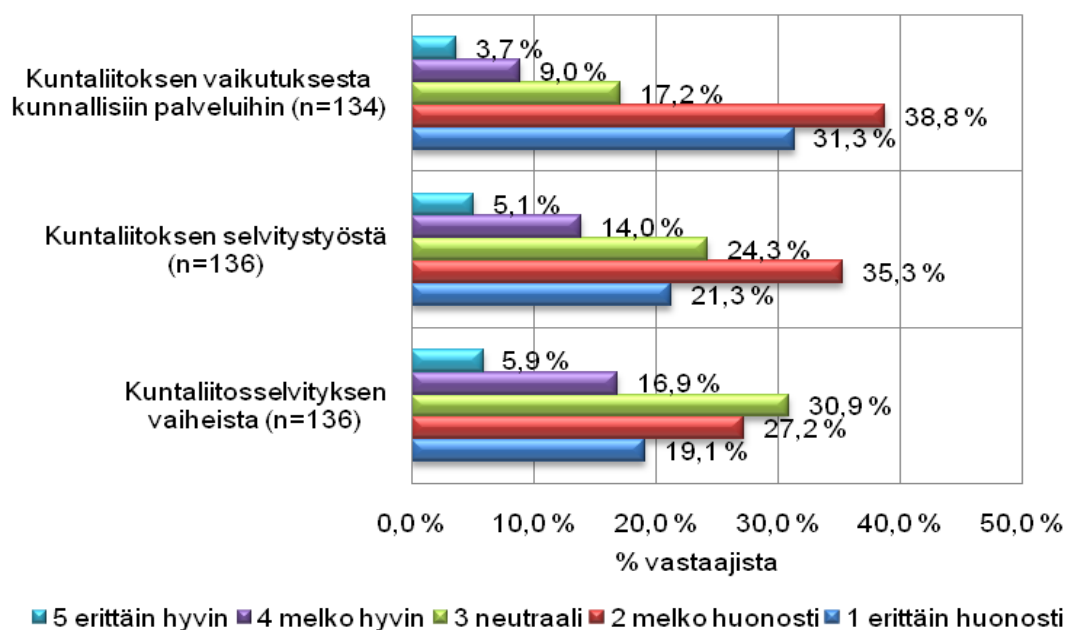
Kuvio 27. Viestinnän toimivuus. Väittämät kuvaavat Nakkilan kunnan viestintää.

## 8.5 Muutosviestintä kuntaliitosselvityksessä

Kyselylomakkeen viidennellä osiolla pyrittiin selvittämään kuntaliitosselvityksen viestinnän toimivuutta, tiedon hankkimiseen käytettyjä kanavia sekä kuntalaisten tyytyväisyyttä siihen.

Kyselyn mukaan kuntaliitosselvityksestä oli saatu tietoa keskimäärin melko huonosti. Kysymykseen 5.1 vastasi 134–136 henkilöä, riippuen kysymyksen kohdasta. Yksikään vastanneista ei valinnut vaihtoehtoa ”en osaa sanoa” (Kuvio 28). Tästä voisi päätellä, että ne joilla ei ollut mielipidettä kuntaliitosselvityksestä tiedottamiseen, eivät vastanneet kysymykseen ollenkaan.

Jopa 31,3 % kertoi saaneensa erittäin huonosti ja 38,8 % melko huonosti tietoa kuntaliitoksen vaikutuksesta kunnallisiin palveluihin (n = 136). Kuntaliitoksen selvitystyön tiedottamisessa kunta on onnistunut hieman paremmin, mutta ei siinäkään hyvin. 21,3 % vastaajista piti tästä tiedottamisesta erittäin huonona ja 35,3 % melko huonona (n = 136). Kuntaliitosselvityksen vaiheista oli saatu hieman enemmän tietoa, 22,8 % oli saanut näistä vaiheista tietoa melko tai erittäin hyvin, kun taas erittäin huonosti tietoa oli saanut 19,1 % ja melko huonosti 27,2 % (n = 136). (Kuvio 28)

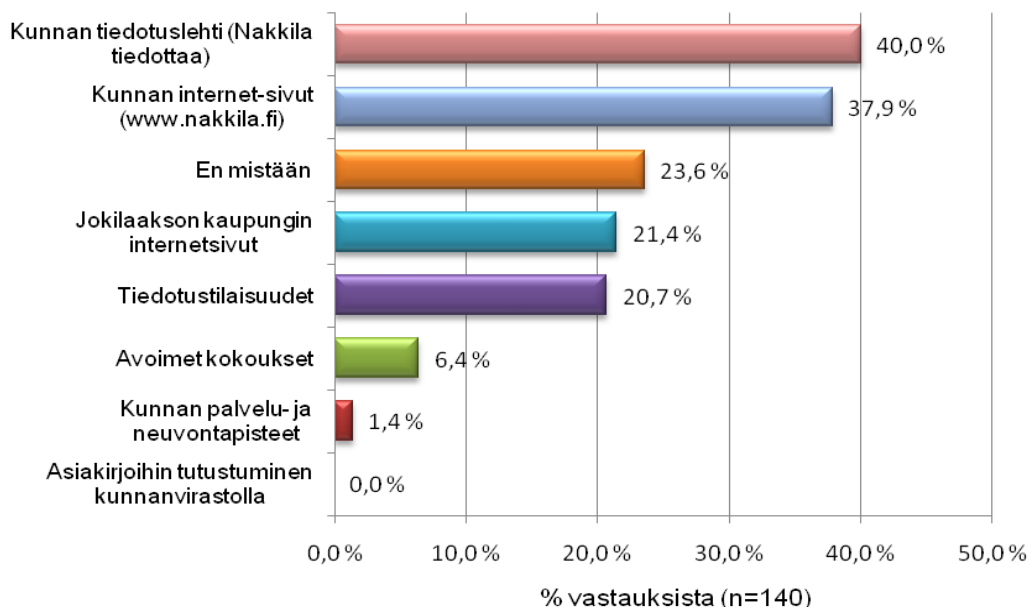


Kuvio 28. Miten asukkaat ovat saaneet tietoa kuntaliitosselvityksen eri osa-alueista?

Kysymyksessä 5.2 tiedusteltiin kanavia, joiden kautta asukkaat olivat kuulleet tai hankkineet tietoa kuntaliitosselvityksestä. Tutkimukseen vastanneet olivat saaneet eniten tietoa kuntaliitosselvityksestä kunnan tiedotuslehdestä. 40 % vastanneista (56 henkilöä) oli saanut tietoa Nakkila tiedottaa -lehden kautta. Toiseksi käytetyimmäksi kanavaksi kuntaliitosasiassa ilmeni odotettavasti kunnan verkkosivut. Vastaajista 37,9 % (53 vastaajaa) oli hankkinut tietonsa kuntaliitosselvityksestä kunnan internet-sivuilta. (Kuvio 29).

Edellisen kysymyksen (5.1) tulosten perusteella ei ollut yllätys, että vastaajista 23,6 % (33 henkilöä) vastasi tähän kysymykseen, ettei ole saanut tietoa mistään. Vain 21,4 % vastaajista (30 vastaajaa) oli käyttänyt hyödykseen Jokilaakson kaupungin Internet-sivuja. (Kuvio 29).

Tiedotustilaisuuksissa oli kyselyn perusteella käynyt aika suuri osa kuntalaisista. Vastanneista 20,7 % eli 29 vastaajaa oli ollut mukana ainakin yhdessä tiedotustilaisuudessa. Avoimia kokouksia ja kunnan palvelu- ja neuvontapisteitä oli käytetty erittäin vähän. Kokouksissa oli käynyt 9 henkilöä (6,4 %) ja palvelu- ja neuvontapisteitä oli hyödyntänyt 2 henkilöä (1,4 %). Asiakirjoihin ei ollut käynyt kukaan tutustumassa kunnanvirastolla. (Kuvio 29).



Kuvio 29. Kanavat joiden kautta kuntalaiset ovat saaneet tietoa kuntaliitosselvityksestä.

Kysymyksen 5.2 avoimena kohtana oli: ”Olen hankkinut/saanut tietoa jostain muualta, mistä?” (LIITE 4), josta paljastui erääksi olennaiseksi tiedonhankintakanavaksi kuntaliitosselvityksiasiassa sanomalehdet. Jopa 26 vastaajaa ilmoitti saaneensa tietoa sanomalehdistä ja 10 vastaajaa yleisesti lehdistä. Kahdeksan vastaajaa tarkensi, että tieto oli saatu Satakunnan Kansasta. Näiden yleisimpien vastausten lisäksi esille nousivat luottamushenkilöt ja radio. Lisäksi vastauksista ilmeni erinäisiä yksittäisiä käytettyjä kanavia, kuten ”*Yhdistyksistä ja järjestöistä, joiden jäsen olen tai joiden koen muuten olevan lähellä omaa ajattelutapaani.*”

## 8.6 Avoimet kysymykset

Osiolla kuusi ”avoimet kysymykset” (LIITE 4) haluttiin antaa kuntalaisille mahdollisuus vapaasti kertoa mielipiteitään vaikuttamismahdollisuuksien edistämisestä sekä siitä, mihin asukkaat ovat tyytyväisiä ja mihin tyytymättömiä kunnan viestinnässä. Avoimet kysymykset mahdollistivat myös parannusehdotuksienannon, jotka toivat esille asioita, joita tutkimuksessa ei muuten ollut otettu huomioon.

Kysymys 6.1 oli ”miten kunta voi mielestänne edistää vaikuttamismahdollisuuksianne?”. Monessa vastauksessa toivottiin asukkaiden mielipiteiden kuuntelemista ja huomiota kuntalaisten palautteisiin. Vastauksista paistoi epävarmuus siitä, ottavatko kunnan päättäjät kuntalaisten mielipiteet ja palautteet tosissaan.

- *Kuunnella asukkaiden mielipiteitä ja myös todellisesti eikä vain sanoa että ei ole rahaa tai ei ole kyseinen asia suunnitteilla.*
- *Palautteiden julkinen käsittely tai muuten avoin keskustelu palautteista toisi kuntalaisille varmuutta että päättäjät ovat kiinnostuneita kuntalaisten toiveista ja ajatuksista.*

Moni vastaaja toivoi myös lisää kyselyitä kuntalaisia koskevista asioista. Vaikuttamismahdollisuuksia pystyisi vastaajien mukaan edistämään juuri kyselyillä, etenkin ottamalla huomioon kuntalaisten antaman palautteen ja toiveet kyselyiden kautta. Myös kotiin lähetettäviä tiedotteita kaivattiin. Tämä edistäisi vaikuttamismahdollisuuksia perustasolla, eli asukkaat saisivat tietoa asioista kotiin, jotta voivat myös vaikuttaa. Jos tietoa ei saa, ei voi myöskään ilmaista mielipidettään.

- *Erilaisten kyselyjen kautta ja niistä saatavien parannusehdotusten työstämisellä.*
- *esim. tällaisilla kyselyillä tärkeissä asioissa ja lähettämällä kotiin tietoa muutoksista*
- *kotiin lähetettävät tiedotteet ja kyselyt sekä valtuutettujen henkilökohtaiset mielipiteet julkisesti esille, esim. tiedotteissa ja lehdissä tai radiossa.*

Internet nousi myös tärkeäksi vaikuttamiskanavaksi. Toivottiin internetin käytön lisäämistä ja uusia kunnan Internet-sivuja, joista löytyisi muun muassa keskustelufoorumi. Internetin ohella tiedottamisen avoimuus nousi esille, asioista avoimesti ja ajoissa tiedottamista kaivattiin. Vastaajien mielestä asukkaiden vaikuttamismahdollisuuksia saataisiin lisättyä myös järjestämällä enemmän asukas- ja tiedotustilaisuuksia sekä muita tapaamisia.

- *Internetin hyödyntäminen paremmin ja aktiivisemmin.*
- *Avoimuutta tiedottamiseen.*
- *avoimuus asioiden varhaisessa vaiheessa*
- *pitämällä kuntalaisille tiedotus- ja kuulemistilaisuuksia*

Kuntaliitoksen aiheuttamasta vaikutuksesta vaikuttamismahdollisuuksiin oltiin monta mieltä. Jotkut toivoivat pysymistä pienenä kuntana, joku taas uskoi kuntaliitoksen edistävän vaikuttamismahdollisuuksia. Osa vastaajista toivoi lautakuntien työstä sekä valmistelluista hankkeista ym. lisää tietoa, toiset olivat taas tyytyväisiä lähes kaikkeen.

- *Pysymällä 6000 ihmisen kuntana. Vaikutusmahdollisuuteni on 1/6000 Joki-laakson kolhoosissa 1/30000.*
- *yhteistyöllä*
- *viranomaiset neuvovat hyvin, kun tietoa tarvitsee, netistä saa kunnan sivuilta tietoa myös, jos tarvitsee, en keksi mitään uutta kanavaa*

Kysymyksessä 6.2 kysyttiin ”mihin olette tyytyväinen asuinkuntanne viestinnässä?”. Erään vastaajan kommentti kiteyttää hyvin enemmistön mielipiteet: ”*www-sivut ja lehti onnistuneet ratkaisut. Lehti voisi ilmestyä useammin, sillä vanhempi väestö ei juurikaan hyödynnä netin mahdollisuuksia.*” Internetsivuja pidetään yleisesti melko



hyvinä päivityksiä lukuun ottamatta ja tiedotuslehteen ollaan myös tyytyväisiä. Erikseen vastauksissa oli mainittu kulttuuri- ja liikuntatoimen tiedottaminen, johon vastaajat ovat olleet erityisen tyytyväisiä.

- *Internetsivut ja Nakkilan tiedotuslehti.*
- *Nettisivut ovat ihan ok ja tarpeelliset, koska niitä voi tutkia ajasta ja paikasta riippumatta. Ne ovat monipuoliset ja informatiiviset.*
- *Nakkila Tiedottaa -lehteen, saisi ilmestyä useimmin*
- *Esim. kulttuuri- ja liikuntapalveluista on hyvin aina tiedotettu.*
- *liikuntatoimi ilmoittaa hyvin esim. loma-aikojen liikuntamahdollisuuksista ja uimakouluista ym. palveluista ja tapahtumista, joita kunta järjestää.*

Vastauksista voisi päätellä, että palveluesitteisiin ja viikoittaiseen tiedotteeseen ollaan myös melko tyytyväisiä ja Nakkilan kunnan asioista saadaan tietoa helpostikin, jos itse on aktiivinen tiedon haussa. Tiedotusta pidetään melko selkeänä. Vain kahdessa vastauksessa tämän kysymyksen kohdalla kerrotaan, että tiedotuksessa ei olla mihinkään tyytyväisiä.

- *Viikoittaiseen tapahtumalehtiseen ja Nakkila tiedottaa lehteen, vaikka lehti joutuu paperikeräykseen jo 5-kuukauden kuluttua.*
- *palveluesitteisiin*
- *Tietoa taitaa saada jos itse on aktiivinen*
- *Saan selville kaiken tarvitsemani eli kaikkeen?*
- *Mihin viestintään, ei ole mitään viestintää.*

Kysymys 6.3 oli ”mihin olette tyytymätön asuinkuntanne viestinnässä?”. Eniten tyytymättömyyttä herätti internetsivujen päivitys, esimerkiksi esityslistoja ja pöytäkirjoja toivottiin näkyville internetiin nopeammin kokousten jälkeen. Tyytymättömyyttä ilmeni myös ajankohtaisten asioiden tiedottamiseen ja viestinnän avoimuuteen. Joku vastaajista kaipasi lisää sanomalehti-ilmoittelua ja toiset olivat tyytyväisiä kaikkeen. Ulkopaikkakunnilla asuvat nakkilalaiset toivovat myös lisää tiedotusta Nakkilan asioista.

- *Kokouksien pöytäkirjat tulevat turhan hitaasti verkkoon kaikkien luettavaksi*
- *Kunnan nettisivut ovat sisällöltään melko mitäänsanomattomat, epäselvät, monimutkaiset käyttää ja lisäksi liian usein vailla asianmukaista päivitystä.*

- *Ennen suurten asioiden ratkaisuja vaihtoehtoista ja niiden vaikutuksista lisää tietoa*
- *Valmisteluvaiheessa olevista asioista voisi tiedottaa enemmän*
- *Nakkilalaisena, mutta asuinpaikkana Pori en saa tuskin mitään tietoa Nakkilan asioista paitsi internetin välityksellä. Itselleni ei tule paperilehtiä.*
- *sanomalehdessä saisi olla enemmän tietoa Nakkilan asioista*

Kohdassa 6.3.2 lomakkeessa sai esittää parannusehdotuksia kunnan viestintään ja tiedottamiseen. Parannusehdotuksista esille nousi asioiden kapulakielisyys, eli toivottiin asioiden esittämistä kansantajuisesti ilman kapulakieltä. Vastauksista kävi ilmi myös tyytymättömyys tiedottamisen avoimuuteen; toivottiin ennakoivaa, avointa ja selkeää tiedotusta asioista nopeasti päätöstenteon yhteydessä. Tiedotteita kaivattiin lisää sekä internetin kautta että kirjallisten tiedotteiden kautta. Toiset kannattivat sähköistä tiedotusta sen säilyvyyden ja nopeuden vuoksi, toiset taas paperilla julkaistavaa tiedotusta, koska kaikilla ei ole Internetiä.

- *Asiat voisi selostaa kansantajuisesti, ei pelkkää kapulakieltä*
- *Avoimuutta ja näkyvyyttä jo suunnitteluvaiheeseen! Monet meistä haluavat tietää etukäteen itseään koskevia asioita.*
- *Joka kotiin jaettavia tiedotteita mahdollisimman usein päätöstenteon ja suunnitelmien laadinnan jälkeen.*
- *Sivut uusiksi, selkeiksi ja lisää panostusta sivujen päivityksiin.*

## 8.7 Yhteenvedo tuloksista

Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että nakkilalaiset pitävät parhaina viestintäkanavina kunnan tiedotuslehteä, internetsivuja ja Nakkila - Harjavalta ilmoittaa -lehtistä sekä sanomalehtiä. Kuntalaiset olivat saaneet siis eniten tietoa Nakkila tiedottaa -lehden kautta, Nakkila – Harjavalta ilmoittaa -lehtisestä sekä kunnan internetsivuilta ja sanomalehdistä. Samat kanavat olivat kärkisijoilla kysyttäessä, mitä kautta kuntalaiset haluaisivat saada tietoa, eli tiedotusta halutaan kotisivujen, tiedotuslehden ja sanomalehtien sekä viikoittaisen tiedotteen kautta. Sanomalehtiviestintää kaivattiin lisää, tutkimuksen mukaan se ei ollut kuntalaisten mielestä täysin riittävää.

Tärkeimmiksi vaikuttamiskeinoiksi nousi äänestäminen kunnallisvaaleissa, suora yhteydenotto kuntaan ja valitusmahdollisuus. Vaikuttamismahdollisuuksista eniten oli käytetty suoraa yhteydenottoa viranhaltijoihin ja toimihenkilöihin sekä asukaskuulemisia ja -tilaisuuksia. Vaikuttamiskeinoja kuntalaiset eivät olleet käyttäneet erityisen paljon.

Kuntalaisten tyytyväisyyttä kunnan viestintätoimiin pyrittiin arvioimaan arvoasteikolla 1-5 sen mukaan, kuinka tyytyväinen vastaaja on asuinkuntansa viestintään. Keskiarvoksi viestintätyytyväisyydelle saatiin 3,36. Tätä keskiarvoa pidettiin hyvänä, viestintään oltiin melko tyytyväisiä. Arvosanoja verrattiin ikäluokkien ja asuinpaikkojen kesken, suuria eroja eri taustamuuttujien välillä ei kuitenkaan ollut.

Tyytyväisyyttä kahteen merkittävään kunnan tiedotuskanavaan, kotisivuihin ja tiedotuslehteen, mitattiin omilla kysymyksillään. Kotisivuihin oltiin kaiken kaikkiaan melko tyytyväisiä. Sivujen päivitys sai kuitenkin moitteita. Päivitystä kaivattaisiin nopeammin ja useammin. Tämän lisäksi sivuille toivotaan hieman lisää sisältöä. Osa vastaajista piti kotisivujen rakennetta osittain sekavana ja monimutkaisena. Myös tiedotuslehteen oltiin melko tyytyväisiä. Nakkila tiedottaa -lehteä pidettiin tulosten mukaan erittäin hyvänä tiedotuskanavana.

Pääosin tiedonsaanti kunnan asioista ja toiminnasta koettiin riittäväksi. Tutkimustulosten mukaan kunta voisi kuitenkin lisätä tiedottamistiheyttään. Enemmän tiedottamista kaivattiin kuntaliitosselvitysasiasta sekä palautteen käsittelystä.

Kunnan viestinnän toimivuuteen taas ei oltu kokonaisuudessaan kovin tyytyväisiä. Viestintä ei toimi parhaalla mahdollisella tavalla kaikilla osa-alueilla. Asukkaat kokivat, että kunta antaa mahdollisuuden mielipiteiden esittämiseen ja palautteen antamiseen, mutta kunta ei kerro tarpeeksi, miten asukaspalautteet ovat vaikuttaneet kunnan toimintaan. Kunnan viestintää ei pidetty tarpeeksi aktiivisena ja asukkaiden mukaan kunta perustelee päätöksensä huonosti. Viestinnästä koettiin kuitenkin olevan hyötyä asukkaille. Tieto miellettiin luotettavaksi ja selkeäksi sekä ymmärrettäväksi ja viestintä tasapuoliseksi sekä asiantuntevaksi. Kuntalaiset kokivat, että tietoa on helposti saatavilla omalla aktiivisuudella.

Kuntaliitosselvitystyöstä, tulevasta uudesta kunnasta ja sen vaikutuksista tulisi tiedottaa paljon enemmän kuin siitä nyt on tiedotettu. Kuntaliitosselvityksestä oli saatu tietoa keskimäärin melko huonosti. Eniten tietoa kuntaliitosselvityksestä oli saatu kunnan tiedotuslehdessä ja kunnan verkkosivuilta. Tiedotustilaisuuksissa oli käynyt myös moni vastanneista. Avoimesta vastauskohdasta ilmeni olennaiseksi tiedonhankintakanavaksi kuntaliitosselvityksiasiassa sanomalehdet. Kunnan tulisi hyödyntää kuntaliitoksesta tiedottamisessaan näitä tärkeitä kanavia, jotta tiedotus kohdistuisi hyvin kaikille tietoa tarvitseville.

Avoimia kysymyksiä lomakkeessa oli neljä: tiedusteltiin vaikuttamismahdollisuuksien edistämistä sekä sitä mihin ollaan tyytyväisiä ja mihin tyytymättömiä kunnan viestinnässä, ja annettiin mahdollisuus antaa parannusehdotuksia kunnan tiedottamiseen ja viestintään. Vastauksista ilmeni, että kuntalaiset toivoivat asukkaiden mielipiteiden kuuntelemista ja huomion keskittämistä kuntalaisten palautteisiin sekä lisää kyselyitä kuntalaisia koskevista asioista ja kotiin lähetettäviä tiedotteita. Internet nousi myös avointen kysymysten tulosten perusteella tärkeäksi vaikuttamiskanavaksi, ja tiedotuslehden toivottiin ilmestyvän useammin.

Vastaukset kertovat, että Nakkilan kunnan asioista saadaan tietoa helpostikin, jos itse on aktiivinen tiedon haussa. Eniten tyytymättömyyttä myös tässä kohdin herätti internetsivujen päivityksen hitaus. Tyytymättömyyttä ilmeni lisäksi ajankohtaisten asioiden tiedottamiseen ja viestinnän avoimuuteen; toivottiin ennakoivaa, avointa ja selkeää tiedotusta asioista nopeasti päätöstentien yhteydessä. Kuntalaiset toivoivat asioiden esittämistä kansantajuisesti ilman kapulakieltä. Tiedotteita vastaajat kaipaivat lisää sekä internetin kautta että kirjallisilla tiedotteilla.

## 8.8 Kehitysehdotuksia

Tutkimuksen tulosten mukaan Nakkilan kunnan tulisi ennen kaikkea kehittää aktiivista viestintää kuntalaisille. Kunnan tulisi myös jatkuvasti kehittää tärkeimpiä viestintäkanavia kohderyhmän tarpeita vastaaviksi ja nykyaikaista viestintää mukaileviksi. Asukkaita kunta voisi huomioida kannustamalla kuntalaisia vaikuttamaan eri kanavien kautta ja tiedottamalla paremmin kuntalaisille vaikuttamismahdollisuuksista.

Tutkimustulosten mukaan kunnan tulisi ennakoida viestintää entistä enemmän ja kertoa asukkaille vaihtoehtoisista ratkaisuista.

Vuorovaikutteisen viestinnän tehostamiseksi kunnan tulisi huomioida, että asukaspa-lautteisiin vastaaminen ja niiden vaikutuksista kertominen olisi ensiarvoisen tärkeää, kuten myös päätösten perustelu kuntalaisille. Kunnan tulisi toiminnassaan kiinnittää enemmän huomiota myös asukkaiden mielipiteiden kuuntelemiseen, esimerkiksi kyselyitä kuntalaisia koskevista asioista voitaisiin tehdä useammin. Kotiin lähetettävät tiedotteet voisivat olla myös hyvä keino ottaa asukkaat huomioon.

Internet-sivujen päivitykseen tulisi kiinnittää huomiota ja lisätä päivitystiheyttä. Internet-sivujen sisältöä voisi myös päivittää tasaisin väliajoin, jotta kaikki tarpeellinen olisi helposti löydettävissä. Tiedottamista mahdollisista uusista kuntaliitosneuvotte-luista ja suunnitelmista tulisi lisätä ja antaa myös asukkaille entistä paremmin mah-dollisuus esittää kysymyksiä ja tiedusteluja asiasta. Kunnan tulisi myös antaa vasta-uksia kuntalaisten mieltä askarruttaviin asioihin.

Kunnan tulisi lisätä suoraan kuntalaisille kohdistettuja selkokielisiä tiedotteita sekä Internetissä julkaistuna että paperilla kotiin toimitettuna. Tiedotteet tulisi julkaista yleiskieltä käyttäen, ilman virallisia termejä, joita kuntalaiset eivät ymmärrä. Kunnan pitäisi myös ottaa paremmin huomioon kuntalaisten mielipiteet ja palautteet sekä vastata niihin. Kunnan kotisivut tulisi päivittää joka päivä ajan tasalle ja kaikki ko-kouspöytäkirjat ym. tulisi laittaa Internetiin ilman viivytyksiä. Viestinnässä pitäisi olla myös erittäin avoin ja kertoa kuntalaisille myös kipeistä ja ikävistä asioista avoimesti ja heti päätöstenteon tai valmisteluiden yhteydessä. Tiedotuslehden ilmes-tymistiheyttä voisi myös harkita lisättävän.

## 9 TUTKIMUKSEN TARKASTELO

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää nakkilalaisten tyytyväisyyttä kunnan viestintä- ja tiedotustoimiin sekä kanaviin, niiden riittävyteen ja toimivuuteen. Tämä asukastyytyväisyyskysely suoritettiin tammikuussa 2009. Tutkimuksen empiirinen osa suoritettiin kvantitatiivisena internetkyselynä. Tutkimusta varten postitettiin 400:lle 18–64-vuotiaalle kuntalaiselle kutsu osallistua tutkimukseen. Tietojen tallennus- ja analysointivaiheessa käytettiin Kyselykone-tilasto-ohjelmaa ja Exceltaulukkolaskentaohjelmaa. Tulokset esitettiin tutkimustuloksissa graafisesti ja taulukoin. Tutkimustyö saatiin päätökseen maaliskuussa 2009.

### 9.1 Johtopäätökset

Tutkimustulokset osoittivat, että kunnan asukkaat olivat kaiken kaikkiaan melko tyytyväisiä kunnan viestintään ja tiedottamiseen, lukuun ottamatta kuntaliitosselvitys-viestintää. Kovin suurta kritiikkiä ei saanut mikään kunnan viestintätoimi. Kaikissa osa-alueissa löytyy kuitenkin parantamisen varaa, mikään tutkimuksen osa-alue ei toimi erinomaisesti, mikä tosin oli odotettavissa.

Tutkimuksella saatiin runsaasti tietoa siitä, miten viestintää ja tiedottamista kuntalaisille voitaisiin kehittää. Kunnallinen viestintäsuunnitelma auttaisi viestinnän kohdistamista ja onnistumista. Viestinnän ja tiedottamisen vastuuhenkilöt tulisi myös kirjata. Kunta aikoo hyödyntää tutkimuksesta saatuja tuloksia tiedotustoiminnassaan.

Selviä vahvuuksia asukkaiden mielestä kunnan viestinnässä ovat tiedotuslehti, internetsivut sekä nuoriso-, kulttuuri- ja liikuntatoimen tiedotus. Tiedotuslehti ja internetsivut ovat joka viikkoisen ilmoituslehtisen ja sanomalehtien lisäksi käytetyimmät ja myös mieluisimmat viestintäkanavat.

Kehittämiskohteita ovat kyselyn tulosten perusteella erityisesti kuntaliitosselvitykseen liittyvä tiedottaminen sekä internetsivujen päivittäminen. Näiden lisäksi kehittämistä löytyy muun muassa tiedottamisen avoimuudesta ja viestintätiheydestä, tiedottamista tulisi asukkaiden mielestä lisätä.

## 9.2 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksella onnistuttiin saamaan hyvin vastaukset asetettuihin tutkimusongelmiin. Tutkimusta pidettiin tarpeellisena, koska kunnan asukkaat on tärkeää ottaa mukaan päätöksentekoon ja heille on tärkeää tiedottaa ajankohtaisista asioista viipymättä. Nakkilan kunnalla ei ole varsinaista viestintäsuunnitelmaa, vaan tiedotus toteutetaan lakien määräämien ohjeiden ja säännösten mukaisesti.

Tämän tutkimuksen avulla kunta pystyy kehittämään kuntalaisviestintäänsä oikeaan suuntaan, eli tutkimuksen tulokset tuovat kunnalle hyödyllistä tietoa tiedottamisen toimivuudesta. Kuntalaisten antamien parannusehdotuksien pohjalta voidaan suunnitella viestintä paremmin kohtaamaan kuntalaisten tarpeita. Avoimista kysymyksistä saatiin tärkeää tietoa, joka ei ehkä muuten olisi tullut mieleen tai käynyt ilmi kunnan viestintää kehitettäessä.

## 9.3 Luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen luotettavuutta kuvataan kahdella käsitteellä, validiteetilla ja reliabiliteetilla. Nämä käsitteet muodostavat yhdessä kokonaisluotettavuuden. Validiteetti eli pätevyys kuvaa, miten tutkimusmenetelmällä on onnistuttu mittaamaan juuri sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Kyselytutkimuksissa validiteettiin vaikuttaa ensisijaisesti se, ovatko kysymykset onnistuneita eli voidaanko niiden avulla saada ratkaisu tutkimusongelmaan. (Heikkilä 2008, 185–186; Vilka 2005, 161.)

Tutkimuksen reliabiliteetilla eli luotettavuudella tarkoitetaan tulosten tarkkuutta eli se määrittellään kyvyksi tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia ja mittaustulosten toistettavuudeksi. Satunnaisvirheet aiheuttavat usein puutteellista reliabiliteettia. Satunnaisvirheitä aiheuttavat otanta sekä erilaiset mittaus- ja käsittelyvirheet. (Heikkilä 2008, 187; Vilka 2005, 161.)

Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää, että otos on edustava ja tarpeeksi suuri, vastausprosentti on korkea ja kysymykset mittaavat oikeita asioita ottaen huomioon koko tutkimusongelman (Heikkilä 2008, 188). Koska tässä tutkimuksessa otos on melko pieni, on otannan luotettavuuteen suhtauduttava harkiten. Pienillä resurs-

seilla tehtävässä tutkimuksessa ehkä haastavinta oli tutkimustulosten luotettavuuden arvioiminen.

Tämän tutkimuksen luotettavuuden voitaisiin sanoa olevan kohtalainen, vaikkakin siihen tulee suhtautua harkiten, koska vastausten määrä jäi 140:een. Luotettavuuteen ollaan kuitenkin tyytyväisiä, koska henkilöiden ikä- ja asuinpaikkajakauma on lähellä perusjoukkoa, eli otos oli edustava, joten tulokset voidaan melko hyvin yleistää perusjoukkoon. Tutkimuksella onnistuttiin hyvin mittaamaan juuri sitä, mitä oli tarkoituskin mitata.



## LÄHTEET

### Painetut lähteet:

Erämetsä, T. 2003. Myönteinen muutos. 2.painos. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Harjula, H. & Prättälä, K. 2007. Kuntalaki. Tausta ja tulkinnat. Helsinki. Talentum Media Oy.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Helsinki. Edita Prima Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uudistettu painos. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Högström, A. 2002. Yhteiskunnallinen viestintä. Helsinki. Inforviestintä Oy.

Ikävalko, E. 1999. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. 4. painos. Helsinki. Inforviestintä Oy.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. uudistettu painos. Helsinki. Inforviestintä Oy.

Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous: löydä uusi työyhteisöviestintä. Helsinki. WSOYpro.

Kummala, S. 2009. Kokemäellä, Harjavallalla ja Nakkilalla edessä uusi tie. Satakunnan kansa 137 (62), 3.

Luoto, R.T.A. 2000. Viestintäjohtaminen kuntahallinnossa. Espoo. Fenix-kustannus Oy.

Nieminen, H. 2000. Julkisyhteisön viestintä. Kohti kansalaisyhteiskuntaa. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvot. Helsinki. Loki-Kirjat.

Siukosaari, S. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Helsinki. Tietosana Oy.

Stenvall, J. & Virtanen, P. 2007. Muutosta johtamassa. Helsinki. Edita Prima Oy.

Tyry-Salo, S. (toim.) Kunnan viestintä. 2004. Helsinki. Suomen kuntaliitto.

Vilkkä, H. 2005. Tutki ja Kehitä. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

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

Muut lähteet:

Jokilaakson kaupungin tiedotus- ja viestintäsuunnitelma [verkkodokumentti]. 2008. [Viitattu 10.2.2009]. Saatavissa:

<http://www.jokilaaksonkaupunki.fi/@Bin/18374/Jokilaakson+kaupungin+tiedotus-+ja+viestintäsuunnitelma.pdf>

Jokilaakson kaupunki www-sivut [verkkodokumentti]. [Viitattu 12.11.2008]. Saatavissa: <http://www.jokilaaksonkaupunki.fi/>.

Kankaanpää, S. Tiedotuskanavista. [Sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: [kris-ta.lahdemaki@nakkila.fi](mailto:kris-ta.lahdemaki@nakkila.fi). Lähetetty 10.12.2008 klo 15:54:46. [Viitattu 17.12.2008].

Kuntien viestintätutkimus 2005 [verkkodokumentti]. 2006. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. [Viitattu 5.12.2008]. Saatavissa:

<http://hosted.kuntaliitto.fi/intra/julkaisut/pdf/p060714144246B.pdf>.

Muutosviestinnän avaimet kuntaliitoksissa [verkkodokumentti]. 2008. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. [Viitattu 13.11.2008]. Saatavissa:

<http://www.kunnat.net/attachment.asp?path=1;29;355;741;105552;103098>.

Nakkilan kunnan valtuusto. 2002. Nakkila 2009. Tavoitteet ja toimintalinjat. [verkkodokumentti]. [Viitattu 6.2.2009]. Kunnan sähköinen arkisto.

Nakkilan kunta www-sivut [verkkodokumentti]. [Viitattu 12.11.2008]. Saatavissa: <http://www.nakkila.fi>.

Nakkilan kunta www-sivut. Yleistä. [verkkodokumentti]. [Viitattu 12.11.2008]. Saatavissa: <http://www.nakkila.fi/?lang=fi&url=muut/yleista.xml>.

Nakkilan kunta. Nakkila-esittely [PowerPoint-esitys]. 2008. Nakkila.

Nakkila 2012 strategia. 2007. Kunnan arkisto.

ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry:n sivut [verkkodokumentti]. ProComin periaatejulistus 2007. Yhteisön viestintä 2010-luvulla – julkisuuksien hallintaa kokonaisviestinnän keinoin. [Viitattu 20.11.2008]. Saatavissa:

<http://www.procom.fi/Resource.phx/sivut/sivut-procom/ajankohtaista/asiakirjoja.htx>. (Yhteisöviestinnän periaatteet.)

Sjögren, M. 2009. Kunnansihteeri, Nakkilan kunta. Nakkila. Henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2009.

Tilastokeskus www-sivut [verkkodokumentti]. [Viitattu 13.11.2008]. Saatavissa: <http://www.tilastokeskus.fi>.

Tilastokeskuksen PX-Web-tietokannat. [Viitattu 16.12.2008].

<http://www.tilastokeskus.fi>

Väestörekisterikeskuksen www-sivut [verkkodokumentti]. [Viitattu 12.3.2009].

<http://www.vaestorekisterikeskus.fi>

Yhteiskuntaviestinnän yhdistys ry. 2008. [Verkkodokumentti]. Mitä on yhteisöviestintä? [Viitattu 2.12.2008]. Saatavissa: <http://www.yvy.fi/yhteiskuntaviestinta>

Satakunnan ammattikorkeakoulu/

TUTKIMUSKUTSU

Nakkilan kunta

Liiketalous

Markkinoinnin ja viestinnän sv

30.12.2008

Krista Lähdemäki

**Hyvä nakkilalainen**

Olen nakkilalainen opiskelija Krista Lähdemäki. Opiskelen Satakunnan ammattikorkeakoulussa liiketaloutta, suuntautumisvaihtoehtonani markkinointi ja viestintä. Tällä hetkellä työskentelen Nakkilan kunnalla opinnäytetyötä puurtaen.

Tutkimukseni aiheena on Nakkilan kunnan kuntalaisviestintä ja -tiedottaminen. Tarkoitukseni on selvittää nakkilalaisten tyytyväisyyttä kunnan viestintätoimiin.

Tutkimuksesta on ollut ilmoitus marraskuussa ilmestyneessä Nakkila tiedottaa -lehdessä. Nyt Teidät on valittu kaikista 18–64-vuotiaista nakkilalaisista siihen joukkoon, joka saa henkilökohtaisen kutsun osallistua tutkimukseen. Osoitetietonne on saatu Satakunnan maistraatin väestötietojärjestelmästä satunnaisotannalla.

Tutkimus suoritetaan **sähköisesti internettutkimuksena**. Toivoisin Teiltä löytyvän hetki aikaa vastata kyselyyn. Tutkimukseen voi vastata **5.1.2009–18.1.2009 välisenä aikana** ja kyselylomakkeeseen pääsee Nakkilan kunnan internetkotisivuilta [www.nakkila.fi](http://www.nakkila.fi) löytyvästä linkistä tai suoraan osoitteesta <http://nakkila.kyselykone.fi/lomake.html?id=1>.

Vastaamalla tutkimukseen pystytte mielipiteellänne vaikuttamaan kuntalaisviestinnän kehittämiseen. Vastaukset käsitellään ehdottoman luottamuksellisina. Lisäksi yhteystietonsa luovuttaneiden kesken **arvotaan tuotepalkintoja**. Yhteystietoja ei käytetä muuhun tarkoitukseen.

Kiitos jo etukäteen vaivannäöstänne.

Ystävällisin terveisin

Satakunnan ammattikorkeakoulu/Nakkilan kunta

Krista Lähdemäki

---

|          |               |               |             |             |                             |
|----------|---------------|---------------|-------------|-------------|-----------------------------|
| NAKKILAN | Käyntiosoite: | Postiosoite:  | Puh         | Fax.        | email:                      |
| KUNTA    | Porintie 11   | PL 50         | 02-537 5700 | 02-537 5838 | etunimi.sukunimi@nakkila.fi |
|          | 29250 NAKKILA | 29251 NAKKILA |             |             |                             |

## Kuntalaiskysely Nakkilan kunnan viestinnästä ja viestintäpalveluista

Tämä on Kyselykoneella toteutettu kyselysivusto.

Tämän kyselyn toteuttaa Satakunnan ammattikorkeakoulun, liiketalouden; markkinoinnin ja viestinnän suuntautumisvaihtoehdon opiskelija Krista Lähdemäki Nakkilan kunnalle opinnäytetyönään. Kyselyn tarkoituksena on kerätä tietoa Nakkilan kunnan viestinnästä ja tiedottamisesta kuntalaisilta. Tutkimuksella pyritään kartoittamaan kuntalaisten tyytyväisyyttä viestintään ja kokemuksia kuntalaisviestinnästä.

Tutkimuksella pyritään antamaan kuntalaisille mahdollisuus vaikuttaa kunnan viestintään. Mielipiteiden avulla viestintä on mahdollista toteuttaa kohderyhmän toivomalla tavalla.

Kyselyyn vastattuanne voitte jättää yhteystietonne tuotepalkintojen arvontaa varten.

Kyselyyn pääset klikkaamalla seuraavaa linkkiä:

<http://nakkila.kyselykone.fi/lomake.html?id=1>



## Nakkilan kunnan viestintä ja tiedottaminen kuntalaisille

Tutkimuksessa on kuusi osa-aluetta, joissa kaikissa useampi kysymys. Tähdellä (\*) merkityt kentät ovat pakollisia.

Kyselyyn voi vastata 5.1.-25.1.2009. Yhteystietonsa luovuttaneiden vastaajien kesken arvotaan tuotepalkintoja. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10 minuuttia.

### 1. TAUSTATIEDOT

- Sukupuoli\*  Nainen  
 Mies
- Ikä\*  18-24 vuotta  
 25-34 vuotta  
 35-44 vuotta  
 45-54 vuotta  
 55-64 vuotta
- Asuinpaikka\*  Järvikylä  
 Kirkonseutu  
 Kukonharja  
 Pyssykangas  
 Ruskila  
 Tattara  
 Viikkala  
 Muu
- Asema\*  Opiskelija  
 Kotona oleva, kotiäiti tai -isä  
 Työssä  
 Eläkkeellä  
 Työtön  
 Muu
- Oletteko asuneet Nakkilassa\*  0-2 vuotta  
 3-10 vuotta  
 yli 11 vuotta
- Mistä saitte tiedon tästä tutkimuksesta: \*  Kirjeellä  
 Nakkila tiedottaa -lehdestä  
 Muualta

Jatka

## 2. KUNNAN VIESTINTÄKANAVAT JA KEINOT

### 2.1. Mistä seuraavista asuinkuntasi kuntalaisille tarkoitetuista viestintäpalveluista olette saaneet tietoa kunnan asioista?

Valitkaa tarvittaessa useampia vaihtoehtoja.

- 2.1.1. Olen saanut tietoa\*
- Kunnan internet-sivuilta ([www.nakkila.fi](http://www.nakkila.fi))
  - Kunnan tiedotuslehdestä (Nakkila tiedottaa. Ilmestyy kaksi kertaa vuodessa)
  - Kunnan palveluesitteistä
  - Kunnantalon neuvontapisteestä
  - Nakkila-Harjavalta ilmoittaa lehtisestä (ilmestyy viikoittain)
  - Radiosta
  - Sanomalehdistä
  - Mahdollisuudesta seurata valtuuston avoimia kokouksia
  - Asukaskuulemisista/muista kuntalaistapaamisista (esim. tiedotustilaisuudet)
  - Ilmoitustauluilta
  - Päätäjiltä ja virkamiehiltä
  - Tutuilta
  - En mistään

### 2.2. Millä tavoin tai mitä kautta mieluiten haluaisitte saada tietoa kunnan toiminnasta?

Valitkaa tarvittaessa useampia vaihtoehtoja.

- 2.2.1. Haluaisin saada tietoa: \*
- Kunnan internet-sivuilta ([www.nakkila.fi](http://www.nakkila.fi))
  - Sanomalehdistä
  - Radiosta
  - Kunnan tiedotuslehdestä (Nakkila tiedottaa. Ilmestyy kaksi kertaa vuodessa)
  - Kunnan palveluesitteistä
  - Kunnantalon neuvontapisteestä
  - Asukastilaisuuksien ja -kuulemisten kautta
  - Luottamushenkilöiltä
  - Virkamiehiltä
  - Ei mistään
  - En osaa sanoa

2.2.2. Mistä muualta haluaisitte saada tietoa kunnan toiminnasta?

### 2.3. Kuinka tärkeitä ovat mielestänne seuraavanlaiset kuntalaisen vaikuttamismahdollisuudet kunnan toimintaan?

1 = Ei lainkaan tärkeää --- 5 = Erittäin tärkeää, 0 = En osaa sanoa

|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 0                     |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Äänestäminen kunnallisvaaleissa*                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Valitusmahdollisuus*   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suora yhteydenotto luottamushenkilöön*                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunnan järjestämät asukastilaisuudet ja -kuulemiset*               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suora yhteydenotto kuntaan puhelimitse, sähköisesti tai kirjeitse* | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vaikuttaminen asiakas- ja käyttäjäkyselyjen kautta*                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Väillinen vaikuttaminen erilaisten järjestöjen kautta*             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vaikuttaminen nuorisofoorumin kautta*                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiedotusvälineiden kautta vaikuttaminen kunnan toimintaan*         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### 2.5. Mitä seuraavia kuntalaisten vaikuttamismahdollisuuksia olette käyttäneet?

Valitkaa tarvittaessa useampia vaihtoehtoja.

2.5.1. Olen käyttänyt: \*

- Kuntalaisaloitetta
- Kuntalaisvalitusta
- Asukaskuulemisia ja -tilaisuuksia
- Palaute internetissä
- Yhteydenpitoa luottamushenkilöni kautta
- Yleisönosastokirjoittelua
- Suoraa yhteydenottoa viranhaltijoihin ja toimihenkilöihin
- Internetin keskustelupalstoja
- En mitään

2.5.2. Jokin muu vaikuttamismahdollisuus kunnan toimintaan, jota olette käyttäneet, mikä?:

Edellinen

Jatka



### 3. TYYTYVÄISYYS VIESTINTÄÄN JA TIEDOTTAMISEEN

#### 3.1. Kuinka tyytyväinen olette asuinkuntanne viestintään asteikolla 1-5?

1 = Alin arvosana, 5 = Ylin arvosana, 0 = En osaa sanoa

|           | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 0                     |
|-----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Arvosana* | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Mikäli olette tutustuneet Nakkilan kunnan internet-kotisivuihin, vastatkaa seuraavaan kysymykseen.

#### 3.2. Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat Nakkilan internet-kotisivuja?

1 = Erittäin huonosti --- 5 = Erittäin hyvin, 0 = En osaa sanoa

|                  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 0                     |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Mielenkiintoiset | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Hyödylliset      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiapitoiset     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Selkeät          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Turhat           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Niukat           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yhdentekevät     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

3.2.1. Parannusehdotuksia

Mikäli olette tutustuneet Nakkila tiedottaa -lehteen (ilmestyy kaksi kertaa vuodessa), vastatkaa seuraavaan kysymykseen.

#### 3.3. Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat Nakkila tiedottaa -lehteä?

1 = Erittäin huonosti --- 5 = Erittäin hyvin, 0 = En osaa sanoa

|                  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 0                     |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Mielenkiintoinen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Hyödyllinen      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiapitoinen     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Selkeä           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Turha            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Niukka           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yhdentekevä      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Edellinen

Jatka

#### 4. VIESTINNÄN RIITTÄVYYS JA TOIMIVUUS

##### 4.1. Kuinka usein kunta tiedottaa teille toiminnastaan?

- 4.1.1. Saan tietoa: \*
- Viikoittain  
 Muutaman kerran kuukaudessa  
 Muutaman kerran 1/2 vuodessa  
 Harvemmin  
 En lainkaan

- 4.1.2. Koetteko tämän riittäväksi? \*
- Kyllä  
 En

##### 4.2. Mistä seuraavista asioista kunnan tulisi mielestänne tiedottaa kuntalaisille enemmän?

Valitkaa tarvittaessa useampia vaihtoehtoja.

- 4.2.1. Kunnan tulisi tiedottaa enemmän: \*
- Valmisteilla olevista asioista  
 Kunnanvaltuuston päätöksistä  
 Kunnanhallituksen päätöksistä  
 Lautakuntien päätöksistä  
 Päätösten vaikutuksista  
 Luottamushenkilöiden toiminnasta  
 Kunnan taloudesta  
 Isoista hankkeista  
 Kunnan palveluista ja niiden saatavuudesta  
 Kaavoituksesta  
 Kuntalaisten antaman palautteen käsittelystä  
 Kuntaliitosselvityksestä  
 Ei mistään  
 En osaa sanoa

Jokin muu asia, josta kunnan tulisi tiedottaa?

##### 4.3. Kunnan toiminta seuraavissa asioissa toimii:

1 = Erittäin huonosti --- 5 = Erittäin hyvin, 0 = En osaa sanoa

|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 0                     |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Tiedottaminen kunnan palveluista*              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiedottaminen kunnan päätöksistä*              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiedottaminen kunnan hankkeista*               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiedottaminen suunnittelusta ja valmistelusta* | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunnan virastojen asiakaspalvelu yleensä*      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- 4.3.1. Jos tarvitsette tietoa kunnan asioista, tiedättekö mihin tai keneen voitte ottaa yhteyttä? \*
- Kyllä  
 En

#### 4.4. Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat asuinkuntanne viestintää?

1 = Erittäin huonosti --- 5 = Erittäin hyvin, 0 = En osaa sanoa

|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 0                     |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Tieto on selkeää ja ymmärrettävää*  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tietoa on helposti saatavilla*  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Viestinnästä on hyötyä asukkaille*  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tieto on luotettavaa*   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunta viestii aktiivisesti*   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunnan viestintä on tasapuolista*   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunnan viestintä on avointa*  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunnan viestintä on asiantuntevaa*  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunnan viestintä on ennakoivaa*   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunta antaa mahdollisuuden mielipiteiden esittämiseen ja palautteen antamiseen* | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunta kertoo vaihtoehtoisista ratkaisutavoista päätöksenteossa*                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunta perustelee päätöksensä*   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kunta kertoo, miten asukaspalautteet ovat vaikuttaneet kunnan toimintaan*       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Edellinen

Jatka

## 5. KUNTALIITOSSELVITYS

### 5.1.Miten olette mielestänne saaneet tietoa kuntaliitosselvityksestä?

1 = Erittäin huonosti --- 5 = Erittäin hyvin, 0 = En osaa sanoa

|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 0                     |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Kuntaliitosselvityksen vaiheista*                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kuntaliitoksen selvitystyöstä*                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kuntaliitoksen vaikutuksesta kunnallisiin palveluihin* | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### 5.2.Minkä kanavien kautta olette kuulleet tai hankkineet tietoa kuntaliitosselvityksestä?

Valitkaa tarvittaessa useampia vaihtoehtoja.

5.2.1.Olen kuullut/hankkinut tietoa:\*

- Kunnan internet-sivut (www.nakkila.fi)
- Kunnan tiedotuslehti (Nakkila tiedottaa)
- Kunnan palvelu- ja neuvontapisteet
- Jokilaakson kaupungin internetsivut
- Avoimet kokoukset
- Tiedotustilaisuudet
- Asiakirjoihin tutustuminen kunnanvirastolla
- En mistään

5.2.2.Olen hankkinut/saanut tietoa jostain muualta, mistä:

Edellinen

Jatka

## 6. AVOIMET KYSYMYKSET

### 6.1.Miten kunta voi mielestänne edistää vaikuttamismahdollisuuksianne?

6.1.1.Vaikuttamismahdollisuuksien edistäminen Nakkilassa

### 6.2.Mihin olette tyytyväinen asuinkuntanne viestinnässä?

6.2.1.Olen tyytyväinen Nakkilan viestinnässä

### 6.3.Mihin olette tyytymätön asuinkuntanne viestinnässä?

6.3.1.Olen tyytymätön Nakkilan viestinnässä

6.3.2.Parannusehdotuksia

Edellinen

Jatka

#### YHTEYSTIEDOT ARVONTAA VARTEN

Yhteystietoja ei ole pakko luovuttaa.

Täyttäkää yhteystietonne, jos haluatte osallistua arvontaan.

Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan tuotepalkintoja.

Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Nimi, osoite ja  
puhelinnumero

Edellinen

Lähetä lomake

## Avoimia vastauksia

### *Sekamuotoiset kysymykset*

2.2 Millä tavoin tai mitä kautta mieluiten haluaisitte saada tietoa kunnan toiminnasta?

2.2.2 Mistä muualta haluaisitte saada tietoa kunnan toiminnasta?

- *Nakkila-Harjavalta ilmoittaa lehtisestä, jota ei ikävä kyllä jaeta, kun postilaatikossa on mainoskielto. Joskus näitä oli myös jaossa Onnipiekassa, miksi ei enää?*
- *Enemmän satakunnan kansasta kuin sydän satakunnasta*
- *Lehtien sivuilta*
- *Kirje kuntalaiselle*
- *suora tieto postitse, jos kyseisellä kylällä jotain alueellista, mikä vaikuttaisi asukkaiden elämiseen ja olemiseen sekä ympäristöön*
- *Onko palveluesitteitä jakelussa kunnan liikeyrityksissä; pankeissa; apteekissa; kaupoissa jne.*
- *Nakkila-Harjavalta ilmoittaa -lehtinen on hyvä, koska ilmestyy usein.*
- *Nämä riittänevät*
- *työpaikalta*
- *Viikoittain ilmestyvästä lehtisestä*
- *Nakkila-Harjavalta tiedottaa*
- *Vaikkapa kotiin postitettuna*
- *Ajattelisin että nuo tiedotuskanavat riittävät*
- *Nakkila-Harjavalta ilmoittaa lehtisestä (ilmestyy viikoittain)*
- *Nakkila-Harjavalta tiedottaa*
- *Kirjeitse, jos tarve vaatii*
- *tärkeistä asioista tulisi lähettää kuntalaisille, joilla ei ole Internet-yhteyttä kirjeitä*

## 2.5 Mitä seuraavia kuntalaisten vaikuttamismahdollisuuksia olette käyttäneet?

### 2.5.2 Jokin muu vaikuttamismahdollisuus kunnan toimintaan, jota olette käyttäneet, mikä?

- *Vuosi sitten lähetettyyn kyselyyn on vastannut vain sihteeri ja ilmoittanut kenelle kunnan virkamiehistä viestin ohjasi*
- *"ostaminen jaloilla", kun asiaan ei ole mahdollisuutta vaikuttaa ei sen etenemistä auteta*
- *kunnallisvaalit*

## 3.2 Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat Nakkilan Internet-kotisivuja?

### 3.2.1 Parannusehdotuksia (Internet-sivuille)

- *ajan tasalle jos sais, esim. esityslistat ja pöytäkirjat heti eikä viikkojen kulu-  
tua*
- *Olen etsinyt tietoa esim. uusista jätevesiasioista, mutta en löytänyt.*
- *Esim. pöytäkirjojen liturgiat pienemmällä fontilla, varsinainen asia tehoste-  
tummin näkyviin.*
- *Hakua helpottava ""kone"".*
- *Yksinkertaisuutta, selkeyttä, ei mitään hidastelevia kuvan latauksia.*
- *kokouspöytäkirjat voisivat olla luettavissa nopeammin.*
- *keskustelupalsta?*
- *lukisin mielelläni, mitä "tutuille" kuuluu esim. kuvallisia juttuja yrittäjistä ja  
kunnansedistä ja tädeistä.*
- *Enemmän ajankohtaisia asioita*
- *Välillä tiedottaminen on niin kapulakieltä että voisi ehkä lyhyt yhteenveto  
kansantajuisesti olla paikallaan*
- *Enemmän asiaa sivuille*
- *Ulkoasu voisi olla viihdyttävämpi*
- *Välilehdillä on hirvittävän paljon tavaraa ja se tekee sivuista vaikeasti navi-  
goitavat. Hyvä esimerkki selkeistä kuntasivuista on Vöyri-Maksamaan sivut,  
jotka palkittiin toisella sijalla Suomen parhaat verkkosivut 2008 yhdistyksien  
ja yhteisöjen sarjassa.*
- *Internet sivut eivät aina ole olleet ajan tasalla kaikilta osin. Toivoisin että si-  
vujen päivittäminen hoidettaisiin.*



- *ISOMPI FONTTI onkohan nykyinen 10?*
- *Lautakuntien kokouspäivämäärät eivät ole listoilla, vaikka listat ovat olemassa.*
- *Polku, jolla mennään koulujen kotisivuille on hankala, koska palkit "lipeävät" helposti. Toisenlainen malli olisi parempi.*
- *Jatkuva päivittäminen, tiedot ajantasaisia.*
- *ajantasaisuuden parantaminen, tiheämmät päivitykset. nopein tapa hankkia tietoa vastikään muuttuneista asioista*
- *Ajankohtaiset asiat selkeästi esille ja lautakuntien pöytäkirjat nopeammin nettiin.*
- *Selkeät toimipisteiden osoite- ja puhelinnumero tiedot. Myös aukioloajat ja muut vastaavat asiat selkeästi esiin.*
- *Selkeämmin esille esim. liikuntakeskuksen aukiolot poikkeavina aikoina, esim. jouluku, kesäaika ym.*
- *Koulujen kotisivut ovat erittäin huonosti ajan tasalla, pitäisi poistaa tai päivittää säännöllisesti. Vain Kirkonseudun koulun, Ruskilan koulun ja Yhteiskoulun sivut ajanmukaiset.*
- *Uusi tyyli ja uusi ilme. Ja kartat voisi myös päivittää. Nakkilassa on paljon muutakin kuin keskusta.*
- *Päivitysmahdollisuus jokaiselle hallintokunnalle, jotta asiat tulevat hyvin esille/lisää varmasti kiinnostavuutta. Alasivuja tällä hetkellä vaikea lukea/löytää.*
- *Nopeampi päivitys päätöksistä ja tapahtumista*
- *Sivurakenteeseen ja haun helppouteen voi ja täytyy koko ajan panostaa. Toisinaan joutuu etsiskelemään kaipaamaansa tietoa, jonka varmuudella tietää sivuilla olevan.*
- *Enemmän tietoa netti sivuille kunnan asioista esim. vesi oli poikki niin siitä ei tiedotettu ja ensimmäisenä kävin katsomassa kunnan sivuja*
- *Pöytäkirjojen liitteet näkyviin*
- *Tietojen päivittäminen ja sivujen perustietojen ylläpitäminen on osittain kesken esim. sosiaalitoimen sivut. Voisi palkata vaikka ulkopuolisen tekemään sisällön yhteistyössä henkilöstön kanssa. Vaikka opiskelijan.*

4.2 Mistä seuraavista asioista kunnan tulisi mielestänne tiedottaa kuntalaisille enemmän?

4.2.1 Kunnan tulisi tiedottaa enemmän - Jokin muu asia, josta kunnan tulisi tiedottaa?

- *Minne hukkuu kuntalaisen "ääni".*
- *Internet-sivuilla ei ainuttakaan mainintaa tilinpäätöksistä, eikä kuntaliitosselvityksestäkään. Liitossopimuskin piti lukea Ulvilan verkkosivuilta.*
- *Nuoria työllistävistä yrityksistä, kunnassa avoimista olevista työpaikoista nuorille.*
- *Kaikesta kuntalaisia koskevasta toiminnasta, vaikka se ei olisikaan suoraan kunnan omaa toimintaa. Esimerkiksi tieasiat ovat monasti muitakin kuin kunnan asioita, mutta kuntalaisena koen kunnan toimivan minun edustajanani.*
- *Isoista hankkeista/valmisteilla olevista asioista esimerkiksi haja-asutusalueiden viemäröintiasioista ei kuntalaisista ole mitään tietoa, mutta 2014 jätevesiasiat pitää olla kuntalaisen tasolla ratkaistuna.*
- *kuntalaisten suorasta vaikuttamisesta; mahdollisuuksista vaikuttaa asioihin ettei aina herrat vaan päättä*

5.2 Minkä kanavien kautta olette kuulleet tai hankkineet tietoa kuntaliitosselvityksestä?

5.2.2 Olen hankkinut/saanut tietoa jostain muualta, mistä?

- *Sanomalehdet*
- *sanomalehdestä*
- *sanomalehdistä*
- *sanomalehdistä*
- *valtuutetulta, lehdestä*
- *sanomalehdet*
- *SK (paikkakunnan raamattu)*
- *kuullut vain huhupuheita.*
- *Sanomalehdistä*
- *Satakunnan Kansa lehdestä*
- *sanomalehdistä*
- *Sanomalehdistä*

- *sanomalehdet ja radio*
- *Yhdistyksistä ja järjestöistä, joiden jäsen olen tai joiden koen muuten olevan lähellä oma ajattelutapaani.*
- *Luottamushenkilöiltä*
- *Lehdistä.*
- *Lukenut lehdistä*
- *sanomalehdestä*
- *Ystäviltä, jotka ovat paremmin perehtyneet asiaan.*
- *sanomalehti*
- *sanomalehdet*
- *Lehdistä, Internetistä*
- *Lehdistä*
- *kunnan luottamushenkilöltä suoraan*
- *RADIO/TV*
- *Sanomalehdestä*
- *sanomalehdistä luen sen verran mikä kiinnostaa*
- *Satakunnan kansasta*
- *satakunnan kansa*
- *Sanomalehdestä*
- *Muun median, lähinnä sanomalehden kautta.*
- *Sanomalehdet*
- *vähän sanomalehdestä*
- *henk. toimikunnan kokoukset*
- *Lehdistä, Sydän Satakunta ja Satakunnankansa*
- *Sanomalehdet, radio*
- *Lehdistä*
- *lehdistä*
- *lehdistä, hyvin vähän*
- *Sanomalehdistä*
- *Satakunnan Kansasta hieman*
- *Ei ole jaksanut kiinnostaa käärmaan pulloon jahtaaminen ja mitä sille sitten tehdään . Kaadetaanko pirtua päälle?*

- *sanomalehdestä*
- *Sanomalehdistä*
- *sanomalehdet*
- *Radiosta, sanomalehdistä*
- *Sanomalehdet ja muut julkiset mediat sekä naapurikuntien kautta.*
- *satakunnan kansa*
- *Sanomalehdet*
- *Lehdet*
- *Satakunnan Kansasta*
- *Luottamushenkilöt ja viranhaltijat*

### **Avoimet kysymykset**

6.1 Miten kunta voi mielestänne edistää vaikuttamismahdollisuuksianne?

6.1.1 Vaikuttamismahdollisuuksien edistäminen Nakkilassa

- *yhteistyöllä*
- *Tiedottamalla asioita paremmin*
- *avoimuus asioiden varhaisessa vaiheessa*
- *en osaa sanoa.*
- *Virkoihin valittujen tulisi muistaa kuntalaisten maksavan heidän palkkansa.*
- *esim. tällaisilla kyselyillä tärkeissä asioissa ja järjestämällä lisää tiedotustilaisuuksia sekä lähettämällä kotiin tietoa muutoksista*
- *en osaa sanoa*
- *en osaa sanoa*
- *Kuunnella asukkaiden mielipiteitä ja myös todellisesti eikä vain sanoa että ei ole rahaa tai ei ole kyseinen asia suunnitteilla.*
- *Avoimuutta tiedottamiseen.*
- *kotiin lähetettävät tiedotteet ja kyselyt sekä valtuutettujen henkilökohtaiset mielipiteet julkisesti esille, esim. tiedotteissa ja lehdissä tai radiossa.*
- *Tuodaan ltk työskentely jokaisen kuntalaisen kosketeltavaksi ja lähelle ihmistä.*
- *Enemmän huomiota kuntalaisten palautteisiin*
- *en osaa sanoa*

- *Lisää kyselyitä asukkaille.*
- *kuunnella enemmän kuntalaisia*
- *Uusia Internet sivujaan, lisäämällä vaikka keskustelufoorumin.*
- *asukkaiden mielipiteet paremmin kuuluviin*
- *järjestämällä kuntalaisäänestyksiä*
- *tämä kysely on hyvä esimerkki. INTERNET*
- *lisää asukastilaisuuksia*
- *avoimet ovet*
- *Pysyisi itsenäisenä kuntana*
- *viranomaiset neuvovat hyvin, kun tietoa tarvitsee, netistä saa kunnan sivuilta tietoa myös, jos tarvitsee, en keksi mitään uutta kanavaa*
- *en osaa sanoa*
- *Asukkaiden mielipiteitä pitäisi kuunnella. Tällä hetkellä ne eivät vaikuta mitenkään, Vireni esikuntineen on tehnyt päätöksensä ja sillä sipuli.*
- *"Tulevaisuudessa kuntauudistuksen myötä*
- *Internetin käytön lisääminen."*
- *Erilaisten kyselyjen kautta ja niistä saatavien parannusehdotusten työstämisellä.*
- *Internetin hyödyntäminen paremmin ja aktiivisemmin.*
- *Tämän kaltaiset yleiset Internet-kyselyt.*
- *Enemmän infoa*
- *Kyselyillä*
- *kyselyillä, vaikka näin netissä ja ilmoitus kirjeitse tai Nakkila-Harjavalta tiedotteessa*
- *Eipä taida mitenkään ???*
- *Pysymällä 6000 ihmisen kuntana. Vaikutusmahdollisuuteni on 1/6000 Jokilaakson kolhoosissa 1/30000.*
- *järjestetään edelleen kyläyhdistysten kokouksia, joissa voi tavata päättäjiä*
- *Palautteiden julkinen käsittely tai muuten avoin keskustelu palautteista toisi kuntalaisille varmuutta että päättäjät ovat kiinnostuneita kuntalaisten toiveista ja ajatuksista.*
- *Valmisteilla olevista suurehkoista hankkeista täytyy saada aiempaa varhaisemmin tietoa, esimerkiksi jätevesi- ja tieasiat.*

- *Kyläkohtaisia kirjeitä, tapaamisia, lautakuntien jäsenet paremmin tiedoksi, mistä lautakunnat päättävät jne., kysely esim. kirjaston aukioloajoista ja tuloksiin reagoiminen*
- *pitämällä kuntalaisille tiedotus- ja kuulemistilaisuuksia*
- *Kyläkokoukset kerran valtuustokaudessa, vaikka aina kauden alkajaisiksi.*

## 6.2 Mihin olette tyytyväinen asuinkuntanne viestinnässä?

### 6.2.1 Olen tyytyväinen Nakkilan viestinnässä

- *Nakkila tiedottaa on hyvä, mutta voisi ilmestyä useammin*
- *en mihinkään*
- *Nakkila tiedottaa lehden*
- *kotisivut netissä on hyvät*
- *selkeys.*
- *nettisivuihin*
- *Internet-sivuilta löytyy hyvin yhteystiedot, aukioloajat, koulupäivät yms.*
- *Että voi edes netissä tehdä kyselyn johon kunta on velvollinen vastaamaan tietyssä ajassa*
- *Nakkila tiedottaa-lehteen*
- *Nakkila tiedottaa lehti on hyvä ja asianmukainen.*
- *Selkeyteen ja helppouteen. Nettisivut ovat nykypäivää.*
- *Nakkila Tiedottaa lehteen, saisi ilmestyä useimmin*
- *tiedotuslehtisiin*
- *Internet-sivuilta saa melko hyvin tietoa*
- *Olen omasta mielestäni saanut riittävästi tietoa eri viestintävälineistä.*
- *vaikea sanoa.*
- *nettisivut*
- *Liikuntatoimi viestii kiitettävästi*
- *TIEDON SAATAVUUTEEN*
- *Nakkila tiedottaa -lehti*
- *kunnan julkaisema Nakkila tiedottaa-lehti*
- *kyllä*
- *Nakkila tiedottaa*
- *Kyllä olen*

- *"liikuntatoimi ilmoittaa hyvin esim. loma-aikojen liikuntamahdollisuuksista ja uimakouluista ym. palveluista ja tapahtumista, joita kunta järjestää.*
- *Kunnan lehti 2 x vuodessa on hyvä ja mielenkiintoinen lehti, se pidetään säästössä ja sitä luetaan useaan kertaan."*
- *kohtalaiset netti-sivut*
- *"Nettisivut ovat ihan ok ja tarpeelliset, koska niitä voi tutkia ajasta ja paikasta riippumatta. Ne ovat monipuoliset ja informatiiviset.*
- *Nakkilan tiedotuslehti on ihan hyvä. Tekstin ja kuvien laatua voisi parantaa, mutta aiheet ovat monelta saralta ja pääsääntöisesti kiinnostavia."*
- *Mihin viestintään, ei ole mitään viestintää.*
- *"Uskon, että ihmiset jotka haluavat vaikuttaa, pystyvät sen tekemään, ja heille annetaan siihen mahdollisuus.*
- *Minulle riittää äänestämisoikeus/mahdollisuus"*
- *Nuoriso-, kulttuuri- ja liikuntatoimen säännölliseen tiedottamiseen palveluista ja tapahtumista Nakkila-Harjavalta-tiedottaa - lehdessä.*
- *Nettisivuilta löytyy melko hyvin tietoa.*
- *Internet-sivut ja Nakkilan tiedotuslehti.*
- *Esim. kulttuuri- ja liikuntapalveluista on hyvin aina tiedotettu.*
- *Nakkila tiedottaa lehti*
- *Pöytäkirjat hyvin esillä*
- *Nakkila tiedottaa lehteen*
- *Saan selville kaiken tarvitsemani eli kaikkeen?*
- *työpaikan henkilökunnalle järjestettäviin tiedotustilaisuuksiin*
- *Yhteiskoulun sähköpostitus järjestelmään. Saan tietoa lastani koskevista asioista, joista 15-vuotias ei paljon enää muista tulleessaan kotiin.*
- *Enemmän infoa*
- *Yleensä mihin tahansa viestintään, mikä edistää tietojen saamista*
- *Tietoa taitaa saada jos itse on aktiivinen*
- *Viikoittaiseen tapahtumalehtiseen ja Nakkila tiedottaa lehteen, vaikka lehti joutuu paperikeräykseen jo 5-kuukauden kuluttua.*
- *viikoittaisen mainospostin (Nakkila tiedottaa) yhteydessä viestit menevät hyvin perille*
- *Internet-sivuihin, päivityksiä pitäisi nopeuttaa*

- *www-sivut ja lehti onnistuneet ratkaisut. Lehti voisi ilmestyä useammin, sillä vanhempi väestö ei juurikaan hyödynnä netin mahdollisuuksia.*
- *Tiedotuslehti on hyvä ja monipuolinen, kirjaston ilmoitustaulu*
- *palveluesitteisiin*
- *monipuolinen viestintään tarjontaan*

### 6.3 Mihin olette tyytymätön asuinkuntanne viestinnässä?

#### 6.3.1 Olen tyytymätön Nakkilan viestinnässä

- *Kokouksien pöytäkirjat tulevat turhan hitaasti verkkoon kaikkien luettavaksi*
- *esityslistojen ja pöytäkirjojen ilmestyminen kunnan verkkosivuille viipyy turhan kauan*
- *tosiasioihin perustuvaa tiedottamista lisättävä.*
- *toista vaihtoehtoa ei tuoda esille*
- *Kunnan päätökset netissä liian harvoin määrätyt asiat*
- *netti kysymyksiin täytyy saada myös vastaukset*
- *lievästi niukkaa.?*
- *Selkärangattomuus, jos on tehnyt "virheen" sen myöntäminen on mahdotonta.*
- *liian vähän tiedotusta kuntaliitosasiasta kuntalaisille ja siihen miten se vaikuttaa meidän elämäämme jatkossa*
- *en osaa sanoa*
- *en osaa sanoa*
- *Ajankohtaiset asiat puuttuvat. Mistä olisi saanut tiedon tilaisuuksista liittyen kuntaliitokseen??? Myös terveyskeskuksen muutto aikoinaan jäi jotenkin hämärään.*
- *Kuntaliitosasian todellisiin hyötyihin. Tässä kohdin voi moittia myös tätä kyselyä kun muuta kohtaa ei ole. Kyläluettelossa ei ole edes asuinkyläni nimeä minkä voisin ruksata mikä kuvaa Kunnan yleistäkin linjaa kyläni Anolaa kohtaan. Ihmeellistä on myös ettei ole ruksattavaa kohtaa mikä olen eli työssäkäyvä on vain opiskelijaa ja eläkeläistä mutta on täällä töissäkäyviäkin ei vain kohta muu.*
- *puolueiden sanomat painottuvat eri tavalla, riippuen heidän omista tavoitteistaan.*
- *Valmisteluvaiheessa olevista asioista voisi tiedottaa enemmän*



- sanomalehdessä saisi olla enemmän tietoa Nakkilan asioista
- Joskus tuntuu, että hankalia asioita ei kerrota kunnan asukkaille. Kunnanvaltuuston pöytäkirjoista tietoa saisi, mutta ei ole tullut luetuksi.
- kuten edellä.
- sanomalehti-ilmoittelu
- etsivä löytää
- Nakkilalaisena, mutta asuinpaikkana Pori en saa tuskin mitään tietoa Nakkilan asioista paitsi Internetin välityksellä. Itselleni ei tule paperilehtiä.
- kaikkia ei kerrota avoimesti vaikka niin väitetään,
- en mihinkäänte
- tieto tulee "jälkikäteen", tehty on päätös-periaatteella.
- ei kommenttia
- Median vääristämiin tietoihin yleensä
- Kunnan nettisivut ovat sisällöltään melko mitäänsanomattomat, epäselvät, monimutkaiset käyttää ja lisäksi liian usein vailla asianmukaista päivitystä.
- Lautakuntien kokouspöytäkirjat ovat luettavissa aivan liian suurella viiveellä.
- Internet-sivujen päivitykset!!!
- En ole tyytymätön ollenkaan.
- Ne asiat, jotka eivät itseä kovasti kiinnosta, jäävät pakostakin vähemmälle.
- Esimerkiksi lautakuntien päätökset voisi olla nopeammin luettavissa netistä.
- "Päätökset paremmin ja nopeammin kuntalaisten tietoon - internet!
- Kunnassa ajankohtaisten asioiden/investointien selvittäminen.
- vähäistä
- Internet sivustot sekavia, ja sisältää alasivuja joista ei saa lisätietoja.(esim täydennämme tämän sivun myöhemmin)
- Enemmän infoa
- Muutamien lautakuntien pöytäkirjat tulevat suurella viiveellä kunnan nettisivulle.
- Ihan joka osa-alueeseen.
- Mikäli Nurmistelua ilmenee kasvavassa määrässä SK:n koirankakka palstalla tai viereisellä keltaiseksi kastellulla pissapalstalla.
- Nakkila tiedottaa lehteen, joka pitäisi nykyisessä tilanteessa lopettaa

- *Kuntalaiset eivät juurikaan tiedä mitä kunnassa on valmisteilla. Samoin päätösten perusteissa vedotaan liian usein vain rahaan, muut syyt jäävät ilmaan.*
- *Ennen suurten asioiden ratkaisuja vaihtoehtoista ja niiden vaikutuksista lisää tietoa*
- *valmisteilla olevista asioista tiedottamiseen*
- *päätösten vaikuttavuudesta pitää tiedottaa asukkaille, jos siitä on tietoa*

### 6.3.2. Parannusehdotuksia

- *Jaa, että miksi kas siinä pulma, olisiko resurssipula kyseessä. Tai jokin muu ongelma. Ei luulisi kauhan kauaa kirjoittavan yhtä pöytäkirjaa, joten mielestäni ei ole edes vaadittu että se tulee luettavaksi viikon kuluessa kokouksesta*
- *kuntaliitos asioissa asukaskysely!!!!!!*
- *kunnan päätökset netissä*
- *Avoimuus, selkeys, yksinkertaisuus onhan näitä.*
- *enemmän suoraan kotiin ilmoittelua asioissa esim. kunta tiedottaa lehden ilmestymistä voisi lisätä ja tiedotustilaisuuksia jossa voi kysyä suoraan päättäjiltä mitä tuleman pitää*
- *Kirjallinen tiedote kuntaliitoksen todellisista hyödyistä ja liitoksen päättäjien nimet että jos mikään ei tulevaisuudessa pidä paikkaansa tai kaikki menee päin mäntyjä ja palvelut heikkenee niin tiedetään syylliset tai päinvastoin tiedetään ketä kiittää*
- *yhteistyön paraneminen valtuutettujen kesken ja vähemmän huomio puolueen ja sen henkilön etujen ajamiseen.*
- *Asiat voisi selostaa kansantajuisesti, ei pelkkää kapulakieltä*
- *joka kotiin jaettavia tiedotteita mahdollisimman usein päätöstenteon ja suunnitelmien laadinnan jälkeen.*
- *enemmän ilmoitteluita kuntalaisiin vaikuttavaista päätöksistä sanomalehtiin, selkokielellä, ei kapulakielellä*
- *uutiskirje sähköpostiin sitä haluaville*
- *Myös niille Nakkilalaisille, jotka eivät asu Nakkilassa (kotipaikkakunta Nakkila, asuinpaikkakunta muu) tietoa kunnan palveluista. Esim. Luvian kunta lähettää kesämökkiläisilleen tietoa kunnan asioista.*
- *terveyskeskuksia ei saa sulkea edes määrääjaksi*

- *enemmän ennakkotietoa tulevasta. Nyt joutuu aika paljon itse hakemaan eli jos ei ole aktiivinen, on ulalla.*
- *Sivut uusiksi, selkeiksi ja lisää panostusta sivujen päivityksiin.*
- *Uutena nakkilalaisena, asunut noin 3,5v. Paremmiin tietojia kunnan järjestämistä palveluista yms. Info paketti ajan tasalle, ja selkeämmät internet sivut.*
- *Enemmän infoa*
- *Nettisivuja kannattaa kehittää ja mainostaa kuten TV-kanavat tekevät. Lehdykät menevät paperikeräykseen, mutta netissä tiedot säilyvät tarvittavan ajan. No vielä ei ole Hyppinkillä jokaisella omaa läppäriä, mutta Kafee Hyppinkissä voisi olla nettikioski.*
- *Tiedotusten julkaiseminen Nakkila-Harjavalta ilmoittaa lehdessä*
- *Avoimuutta ja näkyvyyttä jo suunnitteluvaiheeseen! Monet meistä haluavat tietää etukäteen itseään koskevia asioita.*
- *"ks. edellinen kohta,*
- *Budjetti ja sen perusteet tiedotuslehteen, ennusteita väestömäärien ja ikäluokkien kehityksistä, kunnan uhat, mahdollisuudet, heikkoudet ja vahvuudet jne, palvelujen kehittämiset"*
- *asiakohtaiseen tiedottamiseen vaihtoehtoja Internet-sivuilla tiedottamiselle; kaikilla EI ole Internetiä kotona. Tähänkään tutkimukseen osallistuminen ei olisi onnistunut ilman naapurin apua, kirjalliseen lomakkeeseen olisin vastannut mielelläni!*
- *päättösten vaikuttavuudesta pitää tiedottaa asukkaille, jos siitä on tietoa*