

# KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU

## Tervolan lukion viestintäsuunnitelma

Heli Myllykoski

Liiketalouden koulutusohjelman opinnäytetyö  
Kansainvälisen liiketoiminnan suuntautumisvaihtoehto  
Tradenomi

TORNIO 2011

# SISÄLTÖ

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO .....	6
1.1	Toimeksiantajan esittely.....	7
1.2	Tavoite.....	7
1.3	Toteutustapa .....	8
2	VIESTINTÄ JA SEN SUUNNITTELU .....	10
2.1	Työyhteisön viestintä .....	10
2.2	Viestinnän suunnittelu.....	12
3	TERVOLAN LUKION VIESTINTÄSUUNNITELMAN LÄHTÖKOHDAT	16
3.1	Strategiset linjaukset .....	16
3.2	Viestinnän nykytila ja SWOT-analyysi .....	17
4	TERVOLAN LUKION VIESTINTÄSUUNNITELMAN RAKENTAMINEN	23
4.1	Viestintäsuunnitelman rakenne .....	23
4.2	Sisäinen viestintä.....	25
4.3	Arkiviestinnän pelisäännöt.....	27
4.4	Perehdyttäminen.....	30
4.5	Ulkoinen viestintä .....	31
4.6	Sidosryhmäviestintä .....	33
4.7	Markkinointiviestintä ja PR .....	35
4.8	Kriisiviestintä .....	36
4.9	Resurssit ja budjetointi.....	37
4.10	Vastuut .....	38
4.11	Viestintäsuunnitelman palaute ja seuranta sekä voimassa olo.....	39
5	KEHITTÄMISEHDOTUKSIA.....	40
5.1	Mainonta .....	41
5.2	Sosiaalinen media osana viestintää ja markkinointia.....	41

5.3	Verkottuminen.....	42
6	POHDINTA .....	43
	LÄHTEET.....	45
	LIITE	

## TIIVISTELMÄ

Myllykoski, Heli. 2011. Tervolan lukion viestintäsuunnitelma. Opinnäytetyö. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Kaupan ja kulttuurin toimiala. Sivuja 46. Liitteet 1.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli luoda selkeä, yksinkertainen, mutta kattava viestintäsuunnitelma Tervolan lukiolle. Sain opinnäytetyön toimeksiantona Tervolan lukiolta. Työn aluksi kartoitin viestinnän nykytilan SWOT-analyysin avulla. Toteutin analyysin yhdessä Tervolan lukion rehtorin ja henkilökunnan kanssa.

Toteutin opinnäytetyöni toiminnallisena opinnäytetyönä, joka on vaihtoehto ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallisen opinnäytetyön tuloksena syntyy aina jokin produkti, tämän työn tapauksessa kirjallinen viestintäsuunnitelma Tervolan lukiolle. Viestintäsuunnitelman olen rakentanut osa-alueittain. Suunnitelmassa kukin osa-alue on kuvattu ensin lyhyesti ja sen jälkeen määritelty sen tavoitteet, sisällöt, kohderyhmät, viestintäkanavat, ydinviestit ja vastuutahot. Jokaisen osa-alueen kohdalla olen pyrkinyt käyttämään samaa rakennetta, jotta viestintäsuunnitelma olisi helposti luettava ja johdonmukainen. Viestintäsuunnitelmassa olen ohjeistanut arkiviestinnän käytäntöjä.

Opinnäytetyön teoriaosa käsittelee viestintää ja sen suunnittelua. Lähteinä olen käyttänyt viestinnän alan kirjallisuutta sekä Internet-julkaisuja. Opinnäytetyöprosessin tuloksena syntyi kirjallinen viestintäsuunnitelma Tervolan lukiolle.

Tervolan lukiolle ei ole aiemmin laadittu viestintäsuunnitelmaa. Kirjattu viestintäsuunnitelma edistää viestintätoimien ennustettavuutta. Ennakoimalla voidaan myös saavuttaa kustannussäästöjä. Viestinnän suunnittelu auttaa arkipäivän työskentelyn organisoinnissa ja vastuunjaossa, sekä mahdollistaa viestinnän toimivuuden muutostilanteissa. Viestintäsuunnitelma otetaan käyttöön Tervolan lukiossa vuoden 2012 alusta. Jatkossa Tervolan lukion viestintää voitaisiin kehittää mm. mainonnan ja sosiaalisen median avulla.

Asiasanat: viestintä, suunnittelu, viestintästrategia, organisaatioviestintä

## ABSTRACT

Myllykoski, Heli 2011. Communications plan - Case Tervola high school. Bachelor's Thesis. Kemi-Tornio University of Applied Sciences. Business and Culture. Pages 46. Appendix 1.

The objective of the thesis was to create a simple, self-explanatory yet comprehensive communications plan for Tervola high school. The thesis was assigned by the school. The process began by surveying the school's current state of communications by a SWOT-analysis, executed with the assistance of the school principal and the staff.

The thesis was carried out as a functional thesis. The result of functional thesis is the written communications plan for the high school. The communications plan has been built in sections. Each section opens with a brief description followed by the objectives, contents, the target groups, communications channels, the core messages, and definitions of the responsible parties. To maintain a consistent and legible structure, the organization of each section is similar. The communications plan gives pieces of advice and guidelines for the high school's everyday communication.

The theory part deals with the theory of communications and communication planning. Literature on communications and various Internet sources were used as sources. As a result of the thesis, a written communications plan for the high school was completed.

The communications plan is the first one created for Tervola high school. The written communications plan will enhance the predictability of the school's communicational activities. By anticipating savings in costs can also be achieved. Planning communications activities helps the high school divide the communicational responsibilities and organize the daily work. It also helps maintain the functional communications activities during change processes. The school's communications plan will be implemented at the beginning of 2012. In future, the school's communications could be developed and improved through advertising and social media.

Keywords: communication, planning, communication strategy, organizational communication

## 1 JOHDANTO

Viestintä on käsitteenä hyvin nuori. Sellaiseksi laaja-alaiseksi ihmisen toiminnan tarkasteluksi, kuten viestintä nykyään ymmärretään, viestinnän käsite on todellisuudessa hahmottunut vasta 1970-luvulla. (Puro 2004, 7.) Viestintä eri muodoissaan muuttuu ja kehittyy jatkuvasti.

Viestintä vaikuttaa merkittävästi organisaation toiminnan onnistumiseen. Viestinnän avulla tiedotetaan organisaation asioista omille työntekijöille sekä luodaan kontakteja uusiin yhteistyötahoihin ja -kumppaneihin. (Keränen & Ylenius, 2007.) Nopeasti kehittyvä teknologiavälitteinen viestintä asettaa haasteita ja vaikuttaa suoraan kilpailukykyyn ja imagoon. Hyvän ja päivitetyn viestinnän avulla voidaan myös välttää väärinymmärryksiä organisaation sisällä.

Onnistuakseen ja toteutuakseen hyvä organisaatioviestintä tarvitsee laajemman, pidemmän tähtäimen suunnitelman eli viestintästrategian. Viestintästrategiassa kartoitetaan organisaation viestinnän nykytila ja päätavoitteet, viestinnän resurssit, strategiset valinnat, sekä määritellään se mitä viestintästrategia tarkoittaa toiminnallisesti. (Tynkkynen 2011.) Viestintästrategiassa määritellyt tavoitteet pyritään saavuttamaan ja toteuttamaan käytännössä viestintäsuunnitelman avulla.

Opinnäytetyöni aihe on luoda viestintäsuunnitelma Tervolan lukiolle. Valitsin aiheen siitä syystä, että työskentelen Tervolan lukiossa koulusihteerinä ja olen osaltani avainasemassa viestinnän suhteen. Koulusihteerinä yleisistä asioista, kuten aikatauluista tiedottaminen niin ilmoitustauluilla, sähköpostilla kuin www-sivuillakin on yleisesti ottaen tehtäväni. Tutkimalla sitä, missä Tervolan lukiossa on viestinnässä onnistuttu ja missä organisaatio kokee vielä olevan parannettavan varaa, pystyn omalta osaltani vaikuttamaan kehitykseen. Saan tietää, mihin viestinnässä tulisi panostaa enemmän, mikä viestintä on toissijaista eikä ehkä tuloksiltaan vastaa siihen käytettyjä resursseja ja mitä uusia sovelluksia voisimme käyttää tehostaaksemme viestintäämme. Näen tutkimuksessa mahdollisuuden kehittää omaa osaamistani ja toivon, että tutkimukseni tulokset hyödyttävät koko Tervolan lukion työyhteisöä.

## 1.1 Toimeksiantajan esittely

Tervolan lukio on pieni, v. 1966 perustettu, päiväopetusta antava toisen asteen oppilaitos. Tervolan lukion rehtorina on toiminut vuodesta 2006 alkaen yhteiskuntatieteiden maisteri Essi Varajärvi. Oppilaita Tervolan luokattomassa yleislukiossa on 53. Joka vuosi Tervolan lukiossa aloittaa n. 20 uutta opiskelijaa. Lähes aina kaikki lukiossa aloittavat opiskelijat ovat Lapinniemen koulussa peruskoulunsa päättäneitä oman kunnan asukkaita. Tervolan lukiossa ei ole keskiarvorajaa, joten opiskelemaan pääsevät kaikki halukkaat (Varajärvi 2011.)

Tervolan lukion tehtävä on antaa opiskelijoille mahdollisten jatko-opintojen, työelämän, harrastusten sekä persoonallisuuden monipuolisen kehittämisen kannalta laaja-alaista yleissivistystä ja riittävät valmiudet lukion oppimäärään perustuviin jatko-opintoihin (Tervolan lukio 2007). Tervolan lukio on monipuolinen sivistyslukio, joka ottaa opetuksessaan huomioon opiskelijoidensa erilaiset oppimisen edellytykset ja tarpeet, sekä toimintaympäristönsä alati muuttuvat haasteet (Tervolan lukio 2011).

Tervolan lukio harjoittaa tiiviistä yhteistyötä Lapinniemen yläkoulun kanssa. Rehtori Varajärvi on vuodesta 2010 alkaen hoitanut Lapinniemen peruskoulun ja Tervolan lukion yhdistetyn rehtorin virkaa. Koulujen opetustyössä toimii yhteisiä opettajia sekä yhteinen koulusihteeri. Lukion 13 opettajasta 12 opettaa myös Lapinniemen koululla. (Varajärvi 2011.)

Koulutustiloiltaan Tervolan lukio tarjoaa opiskelijoilleen nykyaikaisen, vuonna 2004 peruskorjatun oppimisympäristön. Tervolan lukio on yhteistyössä Lapin toisen asteen verkkokoulun kanssa. Lukion opiskelijoiden on mahdollista suorittaa lukiokursseja Lapin toisen asteen verkkokoulussa, mikäli kursseja ei järjestetä omassa lukiossa. (Tervolan lukio 2011.)

## 1.2 Tavoite

Opinnäytetyöni tavoitteena on luoda Tervolan lukiolle selkeä, yksinkertainen, mutta kattava viestintäsuunnitelma. Työ on saatu toimeksiantona Tervolan lukiolta. Viestintä-

suunnitelman on tarkoitus toimia viestinnän ohjeistuksena ja jokapäiväisen työn apuvälineenä. Suunnitelman avulla pyritään turvaamaan viestinnän käytäntöjen toimivuus myös muutostilanteissa. Tervolan lukiolle ei ole aiemmin laadittu viestintäsuunnitelmaa, vaan viestintää ja tiedottamista on harjoitettu tarpeen vaatiessa.

### 1.3 Toteutustapa

Toteutin työn toiminnallisena opinnäytetyönä, joka on vaihtoehto ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on ammatillisen käytännön toiminnan ohjeistaminen ja opastaminen, sekä toiminnan järjestäminen tai järjeistämisen, ja sen lähtökohtana on yleensä jokin käytännön tarve tai ongelma. Toiminnallisen opinnäytetyön tuloksena syntyy aina jokin produkti, tämän työn tapauksessa kirjallinen viestintäsuunnitelma Tervolan lukiolle. Ammattikorkeakoulun toiminnalliselle opinnäytetyölle on tärkeää, että siinä yhdistyvät käytännön toteutus, sekä sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin (Vilka & Airaksinen 2003, 9 – 15.) Toiminnallisen opinnäytetyön raportoinnin on täytettävä tutkimusviestinnän vaatimukset, vaikka se osaltaan eroaakin empiiristen toiminnantutkimusten raportoinnista. Raportista on selvittävä mitä, miksi ja miten on tehty, millainen työprosessi on ollut sekä millaisiin tuloksiin on päädytty. (Vilka & Airaksinen 2003, 65.)

Viestintäsuunnitelman alkuvaiheessa kartoitin Tervolan lukion viestinnän nykytilan SWOT-analyysin avulla. Toteutin analyysin yhdessä lukion rehtorin ja muun henkilökunnan kanssa. SWOT-analyysissä pohdimme Tervolan lukion viestinnän vahvuuksia (strengths), heikkouksia (weaknesses), mahdollisuuksia (possibilities) ja uhkia (threats). Olen pyrkinyt ottamaan huomioon analyysin tulokset viestintäsuunnitelmassa.

Työn teoriaperustan tärkeimpiä kirjallisuuslähteitä ovat Elisa Juholinin *Communicare!*: Viestintä strategiasta käytäntöön, Leif Åbergin *Viestinnän strategiat*, Heli Isohookanan *Yrityksen markkinointiviestintä* ja Marja-Liisa Kaloisen, Reetta Suntisen ja Mirja Valinsaaren *Viesti ja vaikuta* sekä Hanna Vilkan ja Tiina Airaksisen *Toiminnallinen opinnäytetyö*. Työn teoreettinen viitekehys rakentuu viestinnän ja viestinnän suunnittelun ympärille. Viestinnän teoriaa olen hyödyntänyt viestintäsuunnitelmassa mm. viestinnän osa-alueiden jaottelun, kohderyhmien ja tehtävien määrittämisessä sekä SWOT-

analyysin laatimisessa. Viestinnän suunnittelun teoria on ollut viestintäsuunnitelman sisällön kartoittamisen ja tekstin rakenteen tukena.

## 2 VIESTINTÄ JA SEN SUUNNITTELU

”Viestintään tarvitaan lähettäjä, sanoma ja vastaanottaja” (Kaloinen & Suntinen & Vallisaari 2004, 10). Viestintä on pääpiirteisesti tietojen vaihtamista lähettäjän ja vastaanottajan kesken. Viesti välitetään jonkin kanavan kautta. Viestintäkanavia voivat esimerkiksi olla www-sivut, sähköposti tai puhelin. (Kaloinen & Suntinen & Vallisaari 2004, 10.)

Viestinnällä ei tarkoiteta pelkästään sanallista tiedonsiirtoa, vaan myös sanatonta ilmaisuja, kuten esimerkiksi kuvia, eleitä ja olemusta, ilmeitä, äänensävyjä ja ryhtiä. Sanattoman viestinnän tulisi olla sanallisen viestinnän tukena sekä olla tilanteeseen ja aiheeseen sopivaa. (Kaloinen & Suntinen & Vallisaari 2004, 54.)

Nykypäivän viestintä kohtaa monia haasteita. Jotta viestintä ei epäonnistuisi, on varmistettava tiedon perillemeno. Viestintätavasta riippuen viestin vastaanottajan on taidettava kieli ja tapa jolla viestitään. Esimerkiksi ottaakseen vastaan ja ymmärtääkseen englanninkielisen sähköpostiviestin on henkilön hallittava englannin kieli sekä sähköpostin käyttö. Kuten Elisa Juholin teoksessaan *Communicare!* (2006, 17) kirjoittaa, on tärkeä muistaa, että viestintätilanteet ovat ainutkertaisia, ja jokainen vastaanottaja tulkitsee viestejä ainutlaatuisesti ja pohjaten omiin lähtökohtiinsa.

### 2.1 Työyhteisön viestintä

Åbergin (1997, 173) mukaan yhteisöviestinnän kenttä on hyvin laaja ja se kattaa kaikki työyhteisön toimintaa ja tuloksellisuutta tukevat viestinnän muodot. Hänen mielestään toimiva viestintäjärjestelmä on edellytys tavoitteelliselle työlle, eikä mikään työyhteisö pysty toimimaan ilman viestintää. On tärkeää, että työyhteisölle kerrotaan yhteisön tavoitteet, työn jako ja että he saavat palautetta tehdystä työstä (Åberg 1997, 30 – 31).

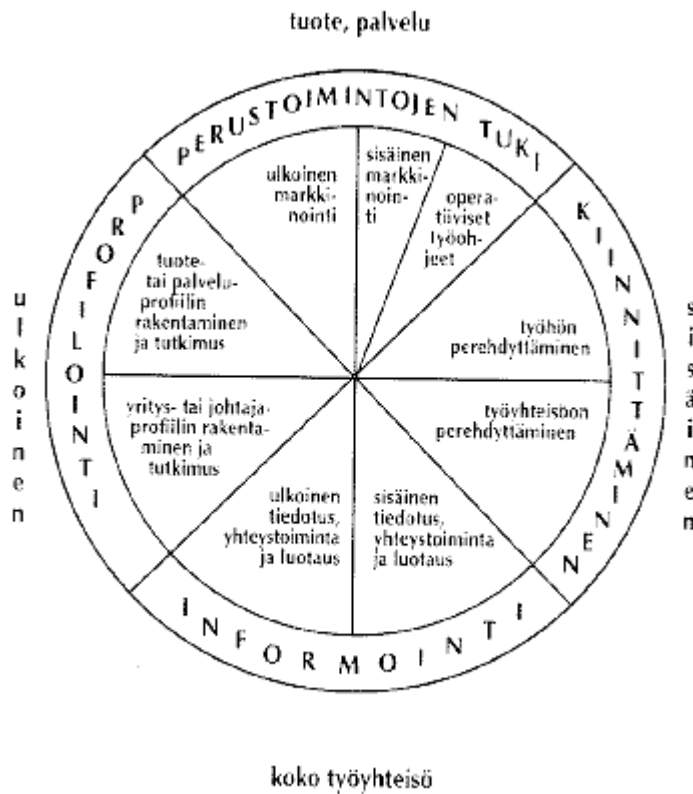
Åberg (1997, 31) käsittää työyhteisön viestinnän sellaisena sanomien vaihdantana työyhteisön osien välillä, joka mahdollistaa työyhteisön ja sen jäsenten tavoitteiden toteuttamisen eri tilanteissa. Viestintä on yhteisön työkalu, joka liittää työyhteisön osat toisiinsa ja koko työyhteisön ympäristöönsä. Työyhteisön viestintä tapahtuu organisoii-

duissa puitteissa, jotka vaikuttavat viestinnän järjestelyihin. Ominaista on myös viestinnän tavoitteellisuus. Yksilötavoitteiden ohella työviestintä vahvistaa työyhteisön tavoitteiden saavuttamista. Työyhteisöviestintä hyödyntää laajasti teknologiaa. Työyhteisön viestintäjärjestelmä muodostuu käytössä olevista viestintäkanavista, viestinnän järjestelyistä ja viestinnän säännöistä. Organisaatio on viestintäverkko, jonka tavoitteet ja motivaatio kytetään työyhteisön viestinnän kautta toimivaksi kokonaisuudeksi. Organisaation sisäiset säännöt ja käytännöt rajoittavat ja selkeyttävät viestintää.

Åbergin (1997, 32 – 33, 110) vuonna 1985 kehittämän pizzamallin mukaan työyhteisön viestintä sisältää viisi tehtävää. Työyhteisön viestinnällä tuetaan toimintaa. Viestintää tarvitaan tuotteiden ja palveluiden tuottamiseen ja niiden toimittamiseen asiakkaille. Tämä on työyhteisön tärkein ja korvaamaton viestinnän muoto. Työyhteisöä profiloidaan, eli viestinnän avulla pyritään luomaan pitkäjänteinen yhteisö-, johtaja- tai palveluprofiili. Viestintää tarvitaan informoimaan työyhteisön tapahtumista yrityksen sisäisesti ja ulkoisesti. Työyhteisön viestinnän avulla työntekijät kiinnitetään perehdyttämällä heidät työhön ja työyhteisöön. Työyhteisössä viestinnän avulla ihmiset ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Viestinnän avulla tyydytetään sosiaalisia tarpeita.

Työyhteisön on mahdollista vaikuttaa suoraan toiminnan tukemiseen, työyhteisön profilointiin, informointiin sekä kiinnittämiseen. Tästä Åberg käyttää nimitystä tulosviestintä, sillä nämä tekijät vaikuttavat ratkaisevasti työyhteisön tuloksen tekemiseen. Tehokas tulosviestintä tarkastelee viestintää kokonaisuutena. Kaikkia tulosviestinnän lohkoja kehitetään siten, että ne tukevat yhteisön kokonaistavoitteiden saavuttamista ja tuloksen tekemistä. (Åberg 1997, 33.)

Sosiaalinen vuorovaikutus ei sen sijaan ole kokonaan työyhteisön valvottavissa. Sosiaalista viestintää tapahtuu työyhteisössä vaikka työyhteisössä olisikin sitä rajoittavia viestinnän sääntöjä. Sosiaalinen vuorovaikutus, puskaradio tai henkilökohtainen lähiverkko, on erittäin tärkeä viestinnän muoto. (Åberg 1997, 33.)



**Kuva 1.** Åbergin pizza (Åberg 1997, 110).

## 2.2 Viestinnän suunnittelu

Teoksessaan *Viestinnän strategiat* Leif Åberg (1997, 173) toteaa viestinnän olevan työyhteisön resurssi eli voimavara. Hänen mukaansa viestintää on suunniteltava, johdettava ja valvottava kuten muitakin voimavaroja.

Elisa Juholinin (2006, 110) mukaan suurissa organisaatioissa ja julkisissa yhteisöissä tarvitaan enemmän yhteisiä sovitteja käytäntöjä ja pelisääntöjä kuin esimerkiksi pienissä perheyhtiöissä. Hän toteaa, että viestinnän suunnittelemattomuus ei aina välttämättä tarkoita, että yrityksen viestintä olisi huonoa ja toimimatonta. Organisaatiossa monesti tehdään asioita oikein, mutta ongelmatilanne voi syntyä, kun avainhenkilöt ovat tilapäisesti poissa tai lähtevät kokonaan pois.

Tervolan lukion viestintä on suunnittelemattomuudestaan huolimatta ollut suhteellisen toimivaa. Yksi Tervolan lukion SWOT-analyysissä ilmi tullut heikkous oli viestinnän

suunnittelemattomuus. Viestinnän suunnittelemattomuus on näkynyt kirjattujen käytäntöjen puutteena muutostilanteissa tai avainhenkilöiden poissa ollessa.

Yhteisön viestinnän suunnittelu pohjautuu yhteisön perustehtävään ja tavoitteisiin sekä viestinnälle asetettuihin tehtäviin. Viestinnän kokonaisvaltaista suunnitelmaa kutsutaan strategiaksi, mikä erottaa sen käytännön toimenpiteiden suunnittelusta. (Juholin 2006, 64.)

Elisa Juholin (2006, 65) määrittelee viestintästrategian seuraavasti: ”Viestintästrategia muotoutuu niistä toimintaa yhdensuuntaistavista määritellyistä, valinnoista ja tavoitteista, joita soveltamalla ja toteuttamalla yhteisö menestyy nyt ja tulevaisuudessa. Se tapahtuu hyödyntämällä viestintäresurssia mahdollisimman hyvin. Strategiassa päähuomio on tulevaisuudessa.”

Viestintästrategia on nimensä mukaisesti viestinnän strategista suunnittelua. Se on laaja noin 2 – 5 vuoden tähtäimellä laadittu suunnitelma. (Keränen & Ylenius 2007, 3.) Se sisältää tavoitteet ja toiminnan keskeiset suuntaviivat eli toimintalinjat. Koska viestintästrategia pohjautuu koko yhteisön strategiaan tai liiketoimintastrategiaan, se myös muuntuu päästrategioiden muuntuessa tai silloin kun niitä täsmennetään. (Juholin 2006, 65.)

**Strategisen tason viestinnän suunnittelu** määrittelee sen, mihin operatiivisilla toimilla pyritään (Juholin 2006, 68). Strateginen suunnittelu on toiminnan hahmottelua resurssien ollessa sitomattomat (Åberg 1997, 174). Se tehdään pidemmälle aikavälille. Strategisen suunnittelun avulla pyritään hahmottamaan muutoksia ja tuloksia, jotka hyödyttävät koko yhteisön tavoitteita. Strategisella suunnittelulla pyritään saavuttamaan tietynlainen maine, muutoksia sidosryhmien asenteissa ja valinnoissa tai yleisessä ilmapiirissä. Osa strategista suunnittelua ovat myös erilaiset tutkimukset ja analyysit, joilla pyritään selvittämään nykytilannetta ja kehityksen suuntaa. (Juholin 2006, 68.)

Viestinnän strategiseen ennalta suunnitteluun suhtaudutaan monin tavoin. Jotkut katsovat suunnittelemisen olevan turhaa ja mahdotonta, koska viestintä on yleensä niin aikaan ja tilanteeseen sidottua. Jotkut taas kokevat strategian suorastaan elintärkeäksi,

sillä se luo perustan ja linjaukset jokapäiväiselle toiminnalle ja auttaa asioiden priorisoinnissa ja tulevaisuuden haasteiden ennakoinnissa. (Juholin 2006, 64.)

Keräsen ja Yleniuksen mukaan (2007, 12) viestinnän strateginen suunnitteleminen tekee viestinnästä ennustettavaa, ja siten säästää organisaation resursseja ja leikkaa kustannuksia. Se auttaa organisaatiota näkymään ja kasvattaa tunnettavuutta. Huolellisesti suunniteltu strategia auttaa viestinnän käytännön suunnittelussa ja jokapäiväisessä työssä. Organisaation yksinkertaisesti kirjatut lupaukset sekä ydin- ja perusviestit auttavat arvojen ja merkityksien viestimisessä sidosryhmille. Kirjattujen tavoitteiden asettamisen myötä voidaan saatuja tuloksia mitata.

**Viestinnän operatiivisella suunnittelulla** puolestaan tarkoitetaan sitä, että määritellään yhteistyö- ja kohderyhmät, rajataan sopivat toimenpiteet, laaditaan aikataulu, määritellään budjetti ja muut resurssit sekä vastuuhenkilöt (Juholin 2006, 68). Operatiivinen suunnittelu on toiminnan ideointia sidotuin voimavaroin (Åberg 1997, 175). Se on erilaisten toimenpiteiden kehittelyä ja järjestämistä tietyille kohderyhmille. Operatiivisen suunnittelun tuotoksia ovat usein tilaisuudet ja tapahtumat sekä julkaisut ja kampanjat. Operatiivinen suunnitelma laaditaan yleensä lyhyelle aikavälille ja tietylle ajanjaksolle. (Juholin 2006, 68.)

Opinnäytetyöni produkti, Tervolan lukion viestintäsuunnitelma, on toteutettu osana lukion operatiivista viestintää. Viestintäsuunnitelma on laadittu vuodeksi ja se tarkistetaan ja päivitetään tarpeen vaatiessa, kuitenkin vähintään vuosittain.

Leif Åberg (1997, 174) lisää strategisen ja operatiivisen viestinnän suunnitteluun väliin vielä **viestinnän taktisen suunnittelun**. Åbergin mukaan taktinen suunnittelu on resurssien sitomisen suunnittelua. Sen työkaluina toimivat mm. erilaiset operaatioanalyttiset menetelmät, joita hyödyntämällä voidaan arvioida eri resurssien kohdentamisen vaikutuksia. Taktinen suunnittelu sisältää mm. budjetoinnin, yhteistyö- ja kohderyhmien erittelyn, toimintaohjeet, viestinnän resurssien kartoituksen ja kriisiviestinnän ohjeet. Taktinen suunnittelu arvioi tilannetta ja resursseja lyhemmällä aikavälillä kuin strateginen suunnittelu. Taktisen suunnittelun tehtävä on viedä strategiaa operatiivista toimintaa kohden. (Juholin 2006, 69.)

Käytännössä niin operatiivinen ja taktinen kuin taktinen ja strateginenkin suunnittelu menevät monesti päällekkäin Olennaisinta ei ole suunnittelun tason tiedostaminen ja erottaminen vaan pitkän tähtäimen tavoitteiden tiedostaminen ja käytännön toteutus. (Juholin 2006, 69.)

### 3 TERVOLAN LUKION VIESTINTÄSUUNNITELMAN LÄHTÖKOHDAT

#### 3.1 Strategiset linjaukset

Viestintäsuunnitelma on viestintästrategiasta johdettu käytännönläheinen operatiivinen toimintasuunnitelma. Viestinnän strateginen suunnittelu määrittää viestinnän operatiivisten toimien tavoitteet. (Juholin 2006, 68.) Tervolan lukiolle ei ole luotu varsinaista viestintästrategiaa. Viestintä on ohjautunut Tervolan kunnan strategiasta johdetun Tervolan kunnan viestintäohjeen mukaisesti, johon myös Tervolan lukion viestintäsuunnitelma osin pohjautuu. Viestintäsuunnitelman tehtävänä on ohjata Tervolan lukion kokonaisviestintää.

Tervolan lukion strategian mukaisesti Tervolan lukio profiloituu monipuolisena sivistyslukiona, jonka tarkoituksena on ottaa opetuksessaan huomioon opiskelijoidensa erilaiset oppimisen edellytykset ja tarpeet sekä toimintaympäristönsä alati muuttuvat haasteet. (Tervolan lukio 2011.)

Tervolan lukion arvoperusta on yhtenevä lukio-opetuksen valtakunnallisen arvoperustan kanssa. Arvoperusta rakentuu suomalaiseen sivistysperintöön, joka on osa pohjoismaista ja eurooppalaista kulttuuriperintöä. Lukiossa kulttuuriperintöä tulee oppia vaalimaan, arvioimaan ja uudistamaan. Tervolan lukion opiskelijoita kasvatetaan suvaitsevaisuuteen ja kansainväliseen yhteistyöhön. Lukio-opetuksen lähtökohtana on elämän ja ihmisoikeuksien kunnioitus. Lukion sivistysihanteita ovat totuus, hyvyys, kauneus, ihmillisuus ja oikeudenmukaisuus. Lukiokoulutus edistää avointa demokratiaa, tasa-arvoa ja hyvinvointia. Kasvatustyössä korostetaan yhteistyötä, kannustavaa vuorovaikutusta ja rehellisyyttä. Tervolan lukiossa korostetaan kestävän kehityksen periaatteita ja pyritään antamaan valmiudet kohdata muuttuvan maailman haasteet. (Tervolan lukion opetussuunnitelma 2009.)

Tervolan lukiossa noudatettavan Tervolan kunnan viestintäohjeen mukaisesti viestinnän arvoja ovat **avoimuus**, **aktiivisuus** ja **vuorovaikutus**. Viestinnän on oltava myös tasa-  
puolista. Viestinnässä tulee käyttää hyvää ja helposti ymmärrettävää kieltä sekä useita välineitä. (Tervolan kunnan viestintäohje 2007.)

Viestintä tukee yhteisön toimintaa ja auttaa tuottamaan tulosta. Viestintä mahdollistaa työnteon. (Juholin 2006, 36–37.) Toimiva työyhteisön viestintäjärjestelmä on olennaista tavoitteelliselle työteolle (Åberg 1997, 30–31). Viestinnän avulla organisaatio jakaa informaatiota niin työyhteisön sisäisille kuin ulkoisillekin sidosryhmille. Viestintä tapahtuu yhteisön arvoperustan sekä hyvien viestintätapojen ja -käytäntöjen mukaisesti.

Yksi viestinnän tehtävä on tukea Tervolan lukion vision toteutumista. Tervolan lukion visio on olla monipuolinen sivistyslukio, joka harjoittaa laadukkaan, valtakunnallisen opetussuunnitelman mukaista yleislukiotoimintaa, pakollisia ja syventäviä kursseja joustavasti tarjoamalla (Tervolan lukio 2011).

Yksi viestinnän tarkoituksista on auttaa Tervolan lukiota menestymään lisäämällä tarjottavan opetuksen näkyvyyttä eritoten kunnan sisällä. Viestinnän tavoitteena on omalta osaltaan toteuttaa Tervolan lukion strategiaa toiminta-ajatuksen, vision ja arvojen pohjalta. Viestinnän yleisenä tavoitteena on välittää tietoa tarjottavasta opetuksesta ja muusta toiminnasta oikeille kohderyhmille oikeilla välineillä ja oikeaan aikaan tasapuolisesti, luotettavasti, ymmärrettävästi ja nopeasti.

Tervolan kunnan viestintäohjeen mukaisesti kunnanhallitus johtaa kunnan tiedottamista ja kunnanjohtaja vastaa tiedottamisesta koko organisaation osalta. Kaikki hallintokunnat pitävät huolen omantoimialansa tiedottamisesta. Esimiesten on tiedotettava aktiivisesti henkilöstölle suunnitelluista toiminnan muutoksista sekä muista henkilökunnan asemaan vaikuttavista seikoista.

### 3.2 Viestinnän nykytila ja SWOT-analyysi

Jotta viestinnälle voitaisiin asettaa selkeät tavoitteet, on ensin selvitettävä missä ollaan nyt (Juholin 2006, 103). Viestinnän nykytilan kartoittamiseen olen käyttänyt Albert Humphreyn kehittämää SWOT-analyysia (**S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities, **T**hreats). SWOT-analyysi on eräs strategisessa suunnittelussa käytettyjä perusmenetelmiä (Åberg 1997, 83). SWOT-analyysia voidaan käyttää myös taktisella ja operatiivisella tasolla (Åberg 1997, 175). SWOT-analyysia käyttäen määritellään organisaation viestinnän ja sen toimivuuden vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet. Olen

koonnut Tervolan lukion SWOT-analyysin tarkastellen erikseen sisäistä ja ulkoista viestintää. Rakensin analyysin pääosin yhdessä rehtorin kanssa, muu henkilökunta osallistui myös, osa enemmän ja osa vähän vähemmän.

**Taulukko 1.** Tervolan lukion viestinnän SWOT-analyysi

S (vahvuudet)	W (heikkoudet)
<p>sisäinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- hyvä tavoitettavuus (henkilöstön määrä pieni)</li> <li>- hyvä sähköpostin käyttötaito</li> <li>- ilmoitustaulut</li> <li>- helposti tavoitettava esimies</li> <li>- avainhenkilöiden läsnäoloajat kaikkien nähtävillä</li> <li>- toimivat verkkosivut</li> <li>- kehityskeskustelut</li> <li>- opinto-opas</li> <li>- syystiedote</li> <li>- vuosikertomus</li> <li>- hyvä yhteishenki, on helppo viestiä</li> <li>- uudenaikainen laitteisto</li> <li>- oppilaiden tiivis yhteisö, viestivät keskenään</li> </ul> <p>ulkoinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verkkosivut</li> <li>- kouluta-järjestelmä</li> <li>- postitus ja ilmoittaminen paikallisiin tiedotusvälineisiin (verkko &amp; lehdet)</li> <li>- vanhempainillat</li> <li>- opinto-opas</li> <li>- vuosikertomus</li> <li>- kirjalistat lukiolaisten kirjakauppaan</li> <li>- informaatiota ei liikaa</li> <li>- sijainti</li> </ul>	<p>sisäinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- eri henkilöstöryhmien tiedottamisen epätasaisuus</li> <li>- viestinnän suunnittelemattomuus</li> <li>- viestinnän tilan tutkimattomuus</li> <li>- poissaolojen merkitseminen listoihin</li> <li>- oppilaiden sekainen ilmoitustaulu</li> </ul> <p>ulkoinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet- sivujen päivitys</li> <li>- kaikki vanhemmat eivät käy vanhempainilloissa</li> <li>- vuosikertomus puuttuu verkkosivuilta</li> <li>- viestinnän suunnittelemattomuus</li> <li>- pieni lukio, ei näkyvyyttä ja tunnettuutta</li> <li>- lukion markkinointi opiskelijoille</li> <li>- sijainti</li> </ul>
O (mahdollisuudet)	T (uhkat)
<p>sisäinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- WILMA</li> <li>- ilmoitustaulut sähköisiksi</li> <li>- viestintäsuunnitelma</li> <li>- strategisten tavoitteiden rajaus</li> <li>- uusien laitteiden ja ohjelmien käyttöönotto</li> <li>- oppilaskunnan tehokkaampi, nopeampi ja tarkempi viestintä</li> </ul> <p>ulkoinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- WILMA</li> <li>- tunnettuuden lisääminen ja kilpailukyvyn parantaminen, uusien opiskelijoiden tavoittaminen</li> </ul>	<p>sisäinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- uusien laitteiden ja ohjelmien käyttöönotto ja tietotekninen osaamattomuus</li> <li>- sähköisten tiedotteiden korvaaminen esim. sähkökatkojen aikana</li> <li>- resurssien riittämättömyys henkilöstön tietotekniseen ym. kouluttamiseen</li> <li>- henkilöstön vastahakoisuus uudistuksia kohtaan ja pinttyneet tavat</li> </ul> <p>ulkoinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- talous ja rahoituksen leikkaaminen</li> <li>- sidosryhmät eivät saa/ löydä päivitettyä tietoa</li> <li>- ”tietojärjestelmien keskittäminen sekä palveluiden siirtyminen entistä enemmän tietoverkkoihin aiheuttaa erityishaasteita tietojärjestelmien toimivuudelle sekä entistä suurempaa riippuvuutta ulkopuolisista toimijoista ” Tervolan kunnan tilinpäätös 2010</li> <li>- uskottavuus</li> </ul>

Tervolan lukion pienen henkilöstömäärän ansiosta yksi sisäisen viestinnän ehdottomista **vahvuuksista** on työyhteisön jäsenten hyvä tavoitettavuus. Henkilökunta käyttää sähköpostia aktiivisesti ja tiedonvälitys toimii hyvin. Sisäinen viestintä ei rajoitu vain sähköiseen tiedottamiseen, vaan ilmoitustauluilla informoidaan ajankohtaisista asioista tiheään sähköisen viestinnän tueksi. Kaikkien näkyvillä olevilla ilmoitustauluilla tiedotetaan mm. avainhenkilöiden jaksoittain vaihtuvista läsnäoloajoista. Vahvuudeksi voidaan laskea myös helposti tavoitettava ja lähestyttävä esimies. Vuosittain käytävät kehityskeskustelut tehostavat osaltaan sisäistä viestintää.

Tervolan lukiolla on käytössään päivitetty, suhteellisen moderni laitteisto, jolla viestiminen onnistuu vaivatta. Lukiolla on myös toimivat Internet-sivut. Sivuilta löytyvät kurssi- ja työjärjestykset, opinto-opas, yhteystiedot, ylioppilaskirjoitusten aikataulut, opiskelijoiden tarvitsemia lomakkeita sekä muuta niin sisäisille kuin ulkoisillekin sidosryhmille tärkeää tietoa.

Tervolan lukio tuottaa ja jakaa myös painettua materiaalia sidosryhmilleen. Opiskelijoille jaettavat opinto-oppaat ja Tervolan lukion käytössä olevien oppikirjojen listat päivitetään lukuvuosittain. Lukuvuoden alussa jaettava syystiedote ja lukuvuoden lopussa julkaistava vuosikertomus sisältävät myös tärkeitä tietoja lukuvuoden varrelta.

Vahvuutena Tervolan lukiossa on oppilaiden sekä koko työyhteisön hyvä yhteishenki. Kaikkien tullessa toimeen keskenään face-to-face viestintä on aktiivista ja tehokasta.

Aiemmin mainitut Internet-sivut vahvistavat myös lukion ulkoista viestintää ja välittävät tietoa sidosryhmille. Opetushallituksen hallinnoimalla Kouluta-järjestelmällä varmistetaan päivitetyn tiedon tarjonta sidosryhmille. Opetushallitus kerää Kouluta-järjestelmän kautta tietoja mm. oppilaitoksen aloituspaikoista, kielivalikoimasta ja yhteystiedoista valtakunnallisia julkaisujaan varten.

Tervolan lukion postituksen sekä paikallisiin tiedotusvälineisiin ilmoittamisen katsotaan myös toimivan hyvin. Lukiolla järjestetään vanhempainiltoja, jotka oppilaiden ja heidän vanhempiensa kannalta ovat hyvin tärkeitä informatiivisia tilaisuuksia. Tervolan lukio tekee yhteistyötä Lukiolaisten kirjakaupan kanssa, ja päivitettyt kirja- ym. listat toimitetaan ajallaan.

Tervolan kunta on hyvin laaja ja tästä syystä Tervolan lukion keskeinen sijainti voidaan katsoa vahvuudeksi. Yksi vahvuus on myös se, että informaatiota ei ole esillä liikaa, vaan pääkohdat ovat selkeästi hahmotettavissa. Tämän otan huomioon myös viestintäsuunnitelmassa. Toimeksiantajan pyynnöstä en ahda suunnitelmaa liian täyteen.

Tervolan lukion sisäisen viestinnän **heikkoudet** johtuvat osittain viestinnän tilan tutkimattomuudesta ja suunnittelemattomuudesta. Osa opettajista tunsu opiskelijoiden poissaolojen merkitsemisjärjestelyn olevan epäkäytännöllinen. Osa myös koki opiskelijoiden ilmoitustaulun olevan sekava. Sen sijainti on heidän mielestään liian lähellä muita ilmoitustauluja. Sisäisen viestinnän heikkoudeksi katsottiin myös eri henkilöstöryhmien tiedottamisen epätasaisuus. Siivoushenkilökunnan todettiin joskus jäävän mm. sähköisen tiedottamisen ulkopuolelle.

Tervolan lukion ulkoisen viestinnän päälinjaksi heikkoudeksi nousi Internet -sivujen päivitys ja sitä kautta ajankohtaisista asioista tiedottaminen. Vuosikertomuksen verkkojulkaisun todettiin myös puuttuvan kokonaan. Ulkoista viestintää katsottiin myös haittaavan se, että kaikki opiskelijoiden vanhemmat eivät käy vanhempainilloissa. Yksi Tervolan lukion heikkouksista on lukion sijainti. Tervola on pieni kylä ja melko sivussa kaupunkien tarjoamista palveluista. Lähimpään kaupunkiin on matkaa noin 40 kilometriä. Tervolan lukio on pieni lukio eikä sitä tunneta ”maailmalla” hyvin. Resurssit valtakunnalliseen mainostamiseen ovat hyvin rajalliset.

Uusia laitteita ja tietokonesovelluksia käyttöön ottamalla viestintää ja tiedon kulkua voidaan huomattavasti parantaa. Eräs merkittävä **mahdollisuus** Tervolan lukion sisäisen ja ulkoisen viestinnän edistämiseksi on Starsoftin kehittämä Wilma. Wilma on Primuksen ja Kurre 7:n yhteinen www-liittymä (Starsoft 2011).

Primus on opiskelijahallinnon tietokantaohjelma, jolla hallinnoidaan opiskelijoiden henkilö- ja opiskelutietoja, opettajien ja henkilökunnan tietoja sekä tarjottavaa opetusta. Primuksella voidaan suunnitella opetusta, kirjata valintoja, arvioida suorituksia ja tulostaa todistuksia. Kurre 7 puolestaan on opetusjärjestelyiden suunnitteluohjelma. (Starsoft 2011.)

Kurrella tehdään työjärjestykset, suunnitellaan tulevaa lukuvuotta ja hoidetaan opettajien työmäärälaskenta. Wilman käyttäjäryhmiin kuuluvat opettajat, opiskelijat, huoltajat, koulun henkilökunta, työpaikkaohjaajat ja oppisopimuskoulutuksen koulutustarkastajat. (Starsoft 2011.)

Wilman avulla voidaan valita kursseja, arvioida, merkitä poissaoloja, selata työjärjestyksiä ja paljon muuta (Starsoft 2011). Wilmaan siirryttäessä vanhanaikaiset paperiset poissaololistat poistuvat käytöstä. Wilman käyttöönoton myötä, yhteydenpito kotiväkeen tulee lisääntymään ja Wilman avulla huoltajien sitoutuminen lapsensa koulun käyntiin tehostuu. Huoltajien on mahdollista kuitata poissaolot Wilman kautta, viestiä opettajien kanssa, sekä seurata lapsensa koulumenestystä. Opiskelijan täyttäessä 18 vuotta on hänestä itsestään kiinni, mikäli huoltaja saa nähdä opiskelijan suoritustiedot. WILMA tullaan ottamaan käyttöön Tervolan lukiossa vuoden 2012 alusta, ja lisenssit ja valtuudet on jo hankittu.

Esiin tuli myös ajatus sähköisistä ilmoitustauluista viestinnän tehostamisen keinona. Viestinnän suunnitteleminen ja aikatauluttaminen auttavat oppilaitosta välittämään oikeanlaisia viestejä oikeaan ajankohtaan, esim. peruskoulunsa päättävien miettiessä jatko-opiskelumahdollisuuksia. Oikeanlainen viestintä mahdollistaa kilpailukyvyn kasvattamisen ja tunnettuuden lisäämisen.

Tervolan lukion viestintää koskevia **uhkia** pohdittaessa esiin nousi sähköisen viestinnän yleistyminen. Vaikka sähköisen viestinnän vahvuudet ja mahdollisuudet ovat valtavat, koettiin sähköistyminen myös uhkana ja pohdittiin mm. mahdollisten sähkökatkojen vaikutusta tiedon kulkuun. Uusien laitteiden ja sovellusten käyttöönotto voidaan myös kokea uhkaavana. Uudistukset voivat aluksi aiheuttaa vastahakoisuutta ja vanhoista pinttyneistä tavoista poikkeaminen voidaan kokea työläänä ja turhauttavana. Lisäksi talouden vaihtelut vaikuttavat osaltaan henkilökunnan kouluttamiseen varattuihin resursseihin.

Tervolan kunnan vuoden 2010 tilinpäätöksessäkin on todettu tietojärjestelmien keskitämisen sekä palveluiden siirtymisen entistä enemmän tietoverkkoihin aiheuttavan erityishaasteita tietojärjestelmien toimivuudelle sekä lisäävän riippuvuutta ulkopuolisista toimijoista.

## 4 TERVOLAN LUKION VIESTINTÄSUUNNITELMAN RAKENTAMINEN

### 4.1 Viestintäsuunnitelman rakenne

Halusin tehdä Tervolan lukion viestintäsuunnitelmasta yksinkertaisen, helposti luettavan ja kattavan. Tästä syystä viestintäsuunnitelmassa kunkin viestinnän osa-alueen tavoitteet, kohderyhmät, ydinviestit, viestintäkanavat ja vastuutahot on esitetty luetteloina.

Kuten Keränen ja Ylenius (2007, 14) oppaassaan Viestintästrategia ja viestintäsuunnitelma toteavat, viestintäsuunnitelmasta kannattaa tehdä helppo ja yksinkertainen, jotta sitä voidaan vaivatta täydentää ja muokata tarvittaessa. Listojen muokkaus ja täydentäminen on huomattavasti helpompaa ja nopeampaa kuin muokattavien asioiden etsiminen tiiviistä tekstistä ja uuden asian sijoittaminen tekstin yhteyteen sekä lauserakenteiden uudelleen muotoileminen. Lisäksi listat ovat lukijalle helpommin ymmärrettäviä kuin pitkät tekstit. ”Laiskalukija” myös kiinnittää huomiota enemmän listoihin ja niiden sisältöihin, sen sijaan pitkät tekstit saatettaisiin vain hypätä yli. Luetteloiden avulla vältän myös osa-alueittain toistuvia samankaltaisia lauserakenteita. Viestintäsuunnitelmassa jokaisen osa-alueen osalta olen varsinkin vastuutahojen tehtäviä eritelty tarvittaessa tarkemmin.

Viestintäsuunnitelman alussa olen kertonut Tervolan lukion yhteystiedot. Olen myös maininnut toimitus- ja laskutusosoitteet, jotka usein tuntuvat olevan henkilökunnalle epäselvät. Johdannossa selostan, että viestintäsuunnitelma on syntynyt henkilökunnan avustuksella, Tervolan kunnan viestintäohjeessa määriteltyjen viestinnän arvojen pohjalta. Kerron myös, että viestintäsuunnitelman aluksi on viestinnän nykytila kartoitettu SWOT-analyysin avulla ja, että suunnitelmassa on otettu huomioon SWOT-analyysissä ilmenneitä asioita.

Johdannosta käy ilmi, että viestintäsuunnitelmassa määritellään viestinnän ja tiedotuksen tavoitteet, kohderyhmät ja viestintäkanavat ja, että viestintäsuunnitelma antaa ohjeet käytännön toteuttamiseen. Johdannossa myös kerron, että suunnitelman avulla pyritään turvaamaan viestinnän toimiva toteuttaminen myös henkilöstön vaihtuessa. Lisäksi mainitsen, että viestintäsuunnitelma on tarkoitettu koko Tervolan

lukion henkilökunnalle, koska kaikki ovat omalta osaltaan vastuussa Tervolan lukion viestinnästä, vaikka päävastuu viestinnästä on lukion rehtorilla.

Johdannon jälkeen kerron lyhyesti viestinnän periaatteista ja arvoperustasta. Tervolan lukion viestinnän periaatteet pohjautuvat 1.1.2008 voimaan tulleeseen Tervolan kunnan viestintäohjeeseen. Ohjeen mukaisesti viestinnän tulee lähtökohdiltaan olla avointa, aktiivista sekä vuorovaikutteista. Lukion viestinnän tulee myös olla johdonmukaista, yksiselitteistä, joustavaa ja tasapuolista. Tasapuolisuuden toteuttamiseksi suullisesti annettavat tiedot on löydyttävä myös kirjallisena. Tiedottamisessa on käytettävä hyvää ja helposti ymmärrettävää kieltä hyödyntäen useita viestintävälineitä. Mahdolliset virheet tulee oikaista välittömästi.

Viestintäsuunnitelmassa kerron myös Tervolan lukion viestinnän tavoitteista. Tervolan lukion visio on olla monipuolinen sivistyslukio, joka harjoittaa laadukkaan, valtakunnallisen opetussuunnitelman mukaista yleislukiotoimintaa, pakollisia ja syventäviä kursseja joustavasti tarjoamalla. Viestinnän tavoitteena on omalta osaltaan auttaa Tervolan lukiota saavuttamaan visionsa. Hyvän viestinnän avulla pyritään parantamaan henkilöstön osallisuutta ja vaikutusmahdollisuuksia yhteisössä. Hyvä viestintäympäristö motivoi työntekijöitä ja edesauttaa henkilöstön sitoutumista omaan työhönsä. Viestinnän yleisenä tavoitteena on välittää tietoa tarjottavasta opetuksesta ja muusta toiminnasta oikeille kohderyhmille oikeilla välineillä ja oikeaan aikaan tasapuolisesti, luotettavasti, ymmärrettävästi ja nopeasti.

Viestintäsuunnitelman johdannossa kerron, että viestintä on keskeinen väline kehittämisessä, johtamisessa ja koululaitoksen toimivuuden edistämässä. Tehostamalla tiedotusta ja vuorovaikutusta edesautetaan työyhteisön toimivuutta. Ottamalla käyttöön uusia viestintäkanavia ja välineitä tuetaan kestävästä kehitystä kodin ja oppilaitoksen yhteyden pidon välillä. Hyvä sisäinen tiedonkulku sekä tiivis yhteydenpito sidosryhmien välillä mahdollistaa tuloksellisen toiminnan.

Seuraavaksi viestintäsuunnitelmassa käyn läpi Tervolan lukion viestinnän osa-alueita. Paneudun Tervolan lukion viestinnän eri tehtäviin, kohderyhmiin ja kanaviin. Viestinnän vastuutahot erittelen jokaisen osa-alueen yhteyteen. Viestintäsuunnitelmassa jokainen osa-alue on ulkoasultaan ja rakenteeltaan yhdenmukainen, joka selkeyttää

tiedon hakua ja ymmärrettävyyttä. Jokaisen osa-alueen tukena olen käyttänyt osa-aluetta koskevaa teoriaa ja viestintäsuunnitelman rakentamisen teorialähteitä sekä kokemusta Tervolan lukion viestinnän kannalta olennaisten listattavien asioiden tarpeellisuudesta. Tässä raportissa käsittelen teoriaa hieman laajemmin kuin itse viestintäsuunnitelmassa.

Viestintäsuunnitelmani sisältää myös kappaleen, jossa olen kartoittanut arkiviestinnän pelisääntöjä, jotka antavat käytännön ohjeita työyhteisössä toimijoille. Viestintäsuunnitelmaan on liitetty viestinnän vuosikalenteri johon on listattu kaikki ennakoitavat kouluvuoden aikana tapahtuvat viestinnälliset toimet. Liitteistä löytyy alkukartoituksen SWOT-analyysi, koko henkilökunnan yhteystiedot, tärkeimpien sidosryhmien yhteystietoja sekä lukion johtokunnan yhteystiedot.

#### 4.2 Sisäinen viestintä

Tervolan lukion viestintäsuunnitelmassa ensimmäisenä viestinnän osa-alueena olen käsitellyt lukion sisäisen viestinnän. Sisäinen viestintä käsittää kaiken sen virallisen ja epävirallisen tiedonkulun ja vuorovaikutuksen, joka tapahtuu yhteisön jäsenten tai ryhmien välillä. Sisäinen viestintä on laajempi käsite kuin pelkkä sisäinen tiedottaminen. (Säteri & Hosiokoski 2008, 3.)

Juholinin (2006, 142) mukaan on tutkittu, että työyhteisön sisällä myönteisesti koettu viestintä ja viestintäilmasto auttavat yleisen tyytyväisyystason saavuttamisessa ja yhteisön toimintaa tehostaen parantavat tuloksia. Tervolan lukion sisäisen viestinnän tavoite on tukea kaikkea lukion toimintaa olemalla selkeää, yksiselitteistä ja helposti ymmärrettävää. Juholin (2006, 143) mainitsee teoksessaan nimeltä Seppo Määtän, joka painottaa, että vain ymmärtämisen kautta ihmiset voivat motivoitua ja sitoutua.

Sisäisen viestinnän tehtävät ovat moniulotteisia. Tehtäviin lukeutuu muun muassa päivittäisten, työtehtäviin liittyvien tietojen välittäminen, vastaanottaminen ja käsittely, yhteisön jäsenten sisäisten suhteiden ylläpitäminen, organisaation mission, toiminta-ajatuksen, arvojen ja periaatteiden saattaminen koko työyhteisön tietoon, yhteisöidentiteetin rakentaminen ja myönteisten arvojen vahvistaminen ja yleisen työilmapiirin kehittäminen. (Säteri & Hosiokoski 2008, 3.) Tervolan lukion sisäisen viestinnän tavoite

on tukea kaikkea lukion toimintaa olemalla yksiselitteistä ja helposti ymmärrettävää. Abstrakteja, ja osalle henkilöstöä ehkä vaikeasti ymmärrettäviä sanoja tulee tiedotuksessa välttää.

Yhteisön sisäinen viestintä on organisaation toiminnalle elintärkeää. Vuonna 1979 tuli voimaan laki yhteistoiminnasta yrityksissä (725/78), jota kutsutaan lyhyesti yt -laiksi. Lain avulla pyritään turvaamaan työntekijöiden mahdollisuus vaikuttaa työpaikkaansa ja työtään koskevaan päätöksen tekoon ja kehittää yrityksen toimintaa ja työolosuhteita. Lain avulla pyritään myös kehittämään työnantajan ja henkilöstön keskinäistä yhteistoimintaa. (Juholin 2006, 143.) Lain mukaan työnantajalla on velvollisuus tiedottaa henkilöstölle mm. tilipäätöksestä, taloudellisesta tilanteesta, henkilöstösuunnitelmista, henkilöstöasioiden yleisperiaatteista ja organisaatiosta, työehdoista sekä muutoksista. Yt -laki koskee yrityksiä jossa työskentelee säännöllisesti vähintään 20 henkilöä. (Säteri & Hosiokoski 2008, 4.)

Tervolan lukion sisäisen viestinnän ydinviesti on:

”Viestintä on selkeää, ajankohtaista ja joustavaa.”

Tervolan lukiossa sisäiseen viestintään ja tiedotukseen pääasiassa käytettäviä kanavia ovat tiedotteet, sähköposti, Internet ja ilmoitustaulut. Tiiviissä työyhteisössä tieto kulkee nopeasti myös kasvokkaisviestintänä henkilöstön kesken. Sisäisessä viestinnässä viestijöinä ovatkin kaikki yhteisön toimijat johtoportaan alaisiin. Toimivan viestintäjärjestelmän suunnittelemisesta ja toteuttamisesta vastaa viestintäosasto ja johtoporras. Jokainen yhteisön toimijoista on kuitenkin omalta osaltaan vastuussa sisäisen viestinnän onnistumisesta. (Säteri & Hosiokoski 2008, 9.)

Tervolan lukion viestintäsuunnitelmassa olen jaotellut sisäisen viestinnän vastuita tehtävien mukaan. Päävastuu viestinnästä on rehtorilla. Henkilöstömuutoksista, kokouksista ja kampanjoista tiedottaa rehtori. Rehtori ja koulusihteeri jakavat vastuun aikatauluista tiedottamisesta, kuten työajoista, lomista, opintojaksoista ja poikkeavuuksista aikatauluissa. Koulusihteeri on vastuussa listojen, tiedotteiden ja julkaisujen päivityksistä sekä niiden toimittamisesta työyhteisölle. Tällaisia listoja ja tiedotteita ovat mm. oppilaslueletot ja avainhenkilöiden läsnäolotiedot. Ryhmänohjaajat ja opettajat ovat vastuussa heille delegoitujen asioiden tiedottamisesta

opiskelijoille. Lisäksi ryhmänohjaajien vastuulla on opiskelijoiden poissaolojen seuranta. Ryhmänohjaajat toimittavat opiskelijoiden poissaoloselvitykset opettajainhuoneessa olevaan kansioon, jossa ne ovat kaikkien opettajien tarkasteltavissa. Oppilaskunta on vastuussa oppikirjojen hankinnasta ja niihin liittyvästä tiedottamisesta. Oppilaskunta vastaa itse kaikesta oppilaskuntaa koskevasta viestinnästä. Siivooja viestii yhdessä kiinteistöhuollon, ruokahuollon sekä ulkoalueita koskevista asioista vastaavan kanssa. Viestintäsuunnitelmasta jokainen voi siis tarkistaa nimikettään vastaavat viestinnän vastuut.

### 4.3 Arkiviestinnän pelisäännöt

Tervolan lukion viestintäsuunnitelmaan olen kerännyt arkipäivän viestintää koskevia käytäntöjä ja ohjeita. Sovitut yhteiset käytännöt selkeyttävät jokapäiväistä viestintää. Niitä käsittelen seuraavaksi siinä järjestyksessä kuin ne ovat viestintäsuunnitelmassa mainittu.

Viestintäsuunnitelmassa kehotan henkilökuntaa vastaamaan opettajainhuoneessa olevaan puhelimeen sen soidessa. Puhelimeen vastanneen on ystävällistä toimittaa viesti tavoitellulle henkilölle.

Suurin osa Tervolan lukion tiedottamisesta tapahtuu sähköpostilla. Sähköpostilla tiedotetaan mm. henkilöstön muistamisista, tulevista tapahtumista ja aikatauluista. Viestintäsuunnitelmassa ohjeistan, että jokainen on vastuussa omasta sähköpostitse toimitetun tiedon saannista. Sähköpostia tulee käyttää aktiivisesti, mutta pääasiassa vain työkäyttöön. Ketjukirjeiden lähettely ei ole suotavaa. Atk-tukihenkilö kouluttaa henkilökuntaa sähköpostin käytössä.

Tervolan lukiolla on käytössä monta ilmoitustaulua. Viestintäsuunnitelmassa kerron, että niitä tulee seurata aktiivisesti ja, että jokainen on vastuussa omasta ilmoitustaululla tiedotetun informaation havainnoinnista ja sisäistämisestä. Kerron myös mitä eri ilmoitustauluilla ilmoitetaan, kuka ilmoittaa ja kuka niistä on vastuussa.

Ilmoitustauluille laitettavien tiedotteiden on oltava asiallisia ja selkeitä. Opinto-ohjaaja huolehtii itse omasta tiedottamisestaan. Opinto-ohjaajan tiedotteet löytyvät opinto-ohjaajan huoneen ovesta sekä alakäytävän lasiovesta. Oppilaskunnan ilmoitustaulu sijaitsee yläkerrassa. Oppilaskunta vastaa omasta ilmoitustaulustaan.

Ajankohtaisista asioista, kuten tutkintopäivämääristä ja maksuista, haettavista tukirahoista sekä yhteistyöoppilaitosten tarjoamasta opetuksesta ilmoitetaan oppilaskunnan viereisellä ilmoitustaululla. Myös poissaololomakkeet sekä uusintaan ilmoittautumiset löytyvät kyseiseltä ilmoitustaululta. Mm. opiskelijoita koskevista kilpailuista ja tapahtumista ilmoitetaan oppilaskunnan ilmoitustaulua vastapäätä olevalla taululla.

Opettajainhuoneen ilmoitustaululle saavat lisätä ilmoituksia rehtori, opettajat ja koulusihteeri. Ilmoitustaululta löytyvät mm. koeaikavaraukset, poissaololistat, työpäivät, yhteystietoja, päivänavausvuorot, tiedot käynnissä olevista kampanjoista ja Ylioppilastutkintolautakunnan tiedotteet. Koulusihteeri huolehtii opettajainhuoneen ilmoitustaulun yleisilmeestä ja päivityksestä. Koulusihteeri vastaa myös kanslian ilmoitustaulusta, jolta on nähtävissä mm. Ylioppilastutkintolautakunnan tiedotteet ja muutokset sekä sidosryhmien yhteystietoja.

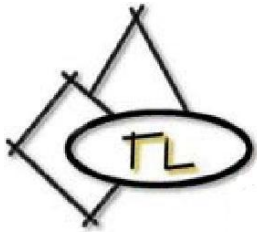
Arkiviestinnän pelisääntöihin olen myös kirjannut tiedoksi, että opettajainhuoneen kirjahyllystä löytyvät mm. Ylioppilastutkintolautakunnan säädökset ja asetukset, perehdytyskansio, tukiopetuslistat ja poissaoloselvitykset.

Virallisten dokumenttien, työtodistuksien ja kirjeiden yleisilmeestä olen ohjeistanut työyhteisöä käyttämään selkeää yhtenäistä visuaalista ilmettä, sillä se vahvistaa viestiä. Työtodistukset sekä viralliset kirjeet on painettava paperille, jossa on Tervolan kunnan vaakuna. Vaakunaa käytetään yleisesti kuntatason painotuotteissa, kuten kirjekuoret, tiedotteet, oppaat, esitteet ja julkaisut.



**Kuva 2.** Tervolan kunnan vaakuna (Tervolan kunta 2011).

Tervolan lukion logon tulee näkyä lukion sisäisesti käytetyissä lomakkeissa kuten, ylioppilaskirjoituksiin ilmoittautumislomake, sekä lukion julkaisuissa kuten opinto-oppaassa.



**Kuva 3.** Tervolan lukion logo (Tervolan lukio 2011).

Koskien opiskelijoiden poissaoloja ohjeistan opettajia viestintäsuunnitelmassa siten, että oppitunnin pitänyt opettaja merkitsee opiskelijoiden poissaolot opettajainhuoneen ilmoitustaululla olevaan luokittain jaoteltuun listaan. Ryhmänohjaaja seuraa opiskelijoiden poissaoloja ja toimittaa poissaoloselvitykset opettajainhuoneessa olevaan kansioon, jossa poissaolot ovat kaikkien opettajien tarkistettavissa.

Osana arkiviestinnänpelisääntöjä olen neuvonut työyhteisöä koskien ulkoista mediaa, lehtiä ja Internet- julkaisuja. Kerron, että tiedotusvälineissä esitettyyn kritiikkiin ja arvosteluun ei ole tarpeellista vastata selittelemällä, mutta asiavirheet on oikeus vaatia korjattaviksi. Journalistin ohjeiden eli ns. hyvän lehtimiestavan mukaan virheellisen tiedon julkaisseiden tiedotusvälineiden on oikaistava merkittävä virhe viipymättä. Tiedotusvälineen on myönnettävä oikeus omaan kannanottoon erityisen kielteisen julkisuuden kohteeksi joutuneelle. Kannanotto on puheenvuoro, joka on syytä julkaista mahdollisimman pian, ilman sen yhteyteen liitettyjä asiattomia lisäyksiä. Julkiseen väittelyyn ei ole tarkoitus ryhtyä. Ulkoisesta viestinnästä vastaa rehtori. Oppilaitoksen

toimintaa koskeviin kyselyihin ja haastatteluihin on vastaamisoikeus ainoastaan rehtorilla.

Viestintäsuunnitelmassa kerron, että opetuksessa käytettävien Internet-julkaisujen käyttöohjeet löytyvät sivulta [www.kopiosto.fi](http://www.kopiosto.fi). Internet-aineiston käyttöä opetuksessa säätelee lukuvuoden 2011 alusta voimaantullut digilupa. Digiluvan ohjekirjanen löytyy opettajainhuoneesta ja kansliasta.

Viestintäsuunnitelmassa ohjeistan että, ennakkoon tiedossa olevista normaalista koulupäivästä poikkeavista päivistä tulee tiedottaa opiskelijoille, opettajille ja sidosryhmille. Retkistä, taksvärkistä ym. paikalla oleviin opiskelijamääriin vaikuttavista tapahtumista tulee tiedottaa ruokahuoltoon sekä kuljettajille. Tiedotuksesta vastaa rehtori sekä rehtorin ohjeistamana koulusihteeri.

Viestintäsuunnitelman arkipäivän viestinnän ohjeistuksen mukaisesti työntekijöiden on ilmoitettava omista sairastapauksista ja äkillisistä poissaoloista viipymättä esimiehelle. Rehtori, sijainen tai rehtorin nimittämä sanansaattaja kertoo oppituntia koskevista muutoksesta opiskelijoille.

#### 4.4 Perehdyttäminen

Elisa Juholinin (2008, 236) mukaan perehdyttäminen käsittää kolme vaihetta: ennen taloon tuloa, työt aloitettaessa ja muutama kuukausia aloittamisen jälkeen. Hän asettaa hyvälle perehdyttämiselle viisi tärkeää kriteeriä.

Perehdyttäminen on prosessinomaista, jolloin asioita käydään läpi kuukausien ajan perusteellisen sisäistämisen mahdollistamiseksi. Prosessin tulee olla suunnitelmallinen ja johdonmukainen sekä kokonaisuuden tulee olla koko ajan perehdytettävän tiedossa. Perehdyttämisen tulee myös olla vuorovaikutteista. Perehdytettävällä on oltava mahdollisuus esittää kysymyksiä ja keskustella sellaisten henkilöiden kanssa, joiden perehtyjä koee olevan hyödyksi itselleen. Perehdyttämisohjelma tulee suunnitella kunkin työtehtävän mukaan ja perehdyttämisen on oltava yksilöllistä. Perehdyttämisen aikana johto osoittaa arvostusta uusia tulijoita kohtaan läsnäolollaan. Johdon näkyvyys ja si-

toutuminen ovat tärkeitä uuden tulijan kannalta. Työnantajan on hyvä hyödyntää monia foorumeita ja asettaa sama perehdytysaineisto saataville eri muodoissa. Perehdytysaineiston sisäistäminen edellyttää uuden työntekijän omaa aktiivisuutta.

Perehdyttämisen tavoitteena on (Hyvä perehdytys-opas 2007, 10–12.):

- ohjata tekemään tuottavaa ja laadukasta työtä
- antaa ymmärrettäviä ohjeita työtehtävien selvittämiseksi
- kannustaa itsenäiseen työskentelyyn, tiedonhankintaan ja ongelman ratkaisuun
- tutustuttaa uusi työntekijä:
  - työyhteisön rakenteeseen, toiminta-ajatukseen ja tapoihin
  - työtovereihin ja sidosryhmiin
  - koneisiin, laitteisiin ja tiloihin
  - välineisiin ja sääntöihin.

Tervolan lukiossa uudet työntekijät perehdytetään työhön ja organisaatioon mahdollisimman hyvin. Viestintäsuunnitelmassa olen ohjeistanut, että perehdyttämisestä vastaa työntekijän lähin esimies. Perehdytettävä on myös itse vastuussa ja oma aktiivisuus avainasemassa. Hyvin suunniteltu ja toteutettu perehdytys lyhentää työn oppimiseen käytettävää aikaa. Perehdytyksen myötä työntekijän on myös helpompi sitoutua työtehtäviinsä. (Hyvä perehdytys-opas 2007, 7.) Viestintä suunnitelmasta selviää, että Tervolan lukion perehdytyskansio löytyy opettajainhuoneen kirjahyllystä.

#### 4.5 Ulkoinen viestintä

Ulkoisella viestinnällä tarkoitetaan yrityksen ulkoisille sidosryhmille, kuten asiakkaille, yhteistyökumppaneille ja -ryhmille sekä viranomaisille suunnattua viestintää. Vastuu tiedottamisesta on yrityksen johdolla. Ulkoisen viestinnän tavoitteena on yrityksen tunnettuuden ja kilpailukyvyn lisääminen. (Kaloinen & Suntinen & Vallisaari 2003, 152.)

Yhteistyöryhmillä tarkoitetaan niitä ryhmiä, joiden kanssa tehdään organisaation toimintaan liittyvää yhteistyötä. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi henkilöstö, alihankkijat ja asiakkaat. Kohderyhmät kuten suuri yleisö ja kilpailijat, joiden kanssa ei varsi-

naista yhteistyötä tehdä, ovat nekin tärkeitä. Jos organisaatiolla ei ole resursseja ulkopuolisen tutkijapalvelun hankkimiseksi, voidaan vuorovaikutuksen kartoittamiseen eri yhteistyö- ja kohderyhmien kanssa käyttää asiakkailta ja yhteistyötahoilta saatua palautetta. (Keränen & Ylenius 2007, 7.)

Hyvä ulkoinen viestintä tukee myyntiä ja markkinointia ja luo kysyntää yrityksen tuotteille ja palveluille. Toimiva ulkoinen viestintä myös auttaa ylläpitämään yrityksen mainetta ja suhteita sekä erottaa yrityksen kilpailijoista. (Ulkoinen viestintä 2011.)

Tervolan lukion viestintäsuunnitelmassa kuten raportissakin on ulkoinen viestintä ja sidosryhmäviestintä erotettu omana kappaleenaan, vaikka ne käytännössä paljolti menevät päällekkäin keskenään. Sidoryhmäviestinnän voisi ajatella olevan ulkoisen viestinnän alaotsikko.

Tervolan lukion viestintäsuunnitelmaan kirjattu ulkoisen viestinnän sisältö muodostuu opetukseen liittyvistä asioista, oppilaitoksen tapahtumista sekä muista uutisista. Viestintäsuunnitelmassa kerron, että lukion ulkoisesta viestinnästä ja tiedottamisesta vastaa lukion rehtori. Rehtori voi halutessaan jakaa vastuuta delegoimalla tiettyjä viestinnällisiä toimenpiteitä koulusihteerille. Ulkoisen viestinnän tehtävänä on tavoittaa ensisijaisesti kunnan sisällä asuvat henkilöt. Tervolan kunta on hyvin laaja ja tästä syystä Tervolan lukion keskeinen sijainti voidaan katsoa vahvuudeksi. Ulkoisen viestinnän tavoitteena on lisätä Tervolan lukion näkyvyyttä ja tukea lukion asemaa opetuksen tarjoajana sekä tiedottaa oppilaitoksen asioista sidoryhmille. Ulkoisen viestinnän avulla pyritään luomaan myönteinen kuva oppilaitoksesta sekä hankkimaan uusia opiskelijoita pääasiassa oman kunnan sisältä. Tervolan lukion ulkoisen viestinnän tärkeimpiä kohderyhmiä ovat peruskoulunsa päättävät oppilaat, opiskelijoiden vanhemmat, päättäjät ja media.

Tervolan lukion ulkoinen viestintä on Tervolan kunnan viestintäohjeessa asetettujen arvojen mukaisesti avointa, aktiivista ja vuorovaikutteista. Avoimen ja aktiivisen vuorovaikutteisen viestinnän edistämiseksi Tervolan lukion verkkosivuilla on kerrottu henkilöstön yhteystiedot. Ulkoisen viestinnän kanavina toimivat oppilaitoksen verkkosivut, henkilökohtaiset kontaktit ja tiedotteet.

Viestintäsuunnitelmassa kerron, että tiedottamisesta päättäjille ja medialle vastaa rehtori. Koulusihteeri päivittää opinto-oppaan ja kokoaa vuosikertomuksen yhdessä rehtorin kanssa. Koulusihteeri ja rehtori jakavat vastuun koulun Internet-sivujen päivittämisestä.

Tervolan lukion ulkoisen viestinnän ydinviesti on:

”Tervolan lukio on monipuolinen sivistyslukio, joka ottaa opetuksessaan huomioon opiskelijoidensa erilaiset oppimisen edellytykset ja tarpeet sekä toimintaympäristönsä alati muuttuvat haasteet.”

#### 4.6 Sidosryhmäviestintä

Yhteisön sidosryhmillä tarkoitetaan kaikkia niitä tahoja, joiden kanssa yhteisö on tekemisissä ja joihin sen toiminta jollain tapaa vaikuttaa. Elisa Juholinin (2006, 35) mukaan sidosryhmien synonyyminä käytetään monesti käsitettä stakeholders, joskaan merkitys ei ole aivan sama. Stakeholdereiksi kutsutaan niitä osapuolia, joihin yrityksen toiminta voi vaikuttaa ja jotka puolestaan voivat vaikuttaa yhteisön toimintaan tai joita yhteisön toiminta koskee. Ero sidosryhmien ja stakeholdersien välillä on siinä, että sidosryhmät ovat yleensä yhteisön tiedossa ja tuntemia. Stakeholder -ryhmiä ei aina tunneta.

Sidoksia voi olla monenlaisia. Tunnetuin sidos on raha, sillä se sitoo sijoittajat ja omistajat merkittävällä tavalla yritykseen. Eräänlaisia sidoksia ovat myös esimerkiksi osaaminen ja työpanos tai jonkinlainen muu osallistuminen, jonka välityksellä yhteisölle annetaan oma panos ja vastaavasti odotetaan takaisin jotakin palkkiota, esimerkiksi rahaa, valtaa tai mahdollisuutta osallistua. (Juholin 2006, 35.)

Tervolan lukion viestintäsuunnitelmassa listattuja tärkeimpiä sidosryhmiä ovat Tervolan kunta, koulutuslautakunta, kunnanhallitus, koulutoimi ja sivistysjohtaja, opiskelijat ja heidän huoltajansa, lukion henkilökunta, Lapinniemen peruskoulu, yhteistyöoppilaitokset kuten, Kivalojen seutuopisto ja lähialueen ammatilliset oppilaitokset, Opetushallitus ja -ministeriö sekä tukipalvelut kuten kuljetuspalvelujen tarjoajat sekä ruokahuolto.

Tervolan lukion sidosryhmäviestinnän ydinviesti on:

”Tervolan lukio on tärkeä osa kunnan henkistä pääomaa ja osaamista.”

Viestimällä sidosryhmien kanssa pyritään luomaan, ylläpitämään, kehittämään ja vahvistamaan vuorovaikutussuhteita yrityksen ja sen sidosryhmien välillä. (Isohookana 2007, 13.) Tervolan lukion sidosryhmäviestinnän tavoite on kertoa yhteistyötahoille, että Tervolan lukio on tärkeä osa Tervolan kuntaa ja sen henkistä pääomaa. Tervolan lukio on yhteisö, johon kannattaa sijoittaa ja panostaa. Tervolan lukion työntekijät ovat ammattitaitoisia ja alansa osaavia. Sidosryhmäviestinnän tärkeä tavoite on olla asiakaslähtöistä, ja Tervolan lukiossa jo opiskeleville opiskelijoille pyritään välittämään päivitettyä informaatiota yhä tehokkaammin.

Tervolan lukion sidosryhmäviestinnän kanavina toimivat yhteiset kokoukset, vanhempainillat, sähköposti, puhelinneuvottelut, lukion Internet-sivut, painetut julkaisut ja sekä esimerkiksi tilastoinnissa käytettävät www-sovellukset. Tervolan lukion viestintää koulun ja kodin välillä tullaan tehostamaan vuoden 2012 aikana. Kuten aiemmin olen maininnut, oppilaitoksessa on tarkoitus ottaa käyttöön StarSoftin kehittämä sovellus Wilma. Wilman avulla oppilaitoksen yhteistyö kodin kanssa tehostuu ja opiskelijoiden asioista tiedottaminen nopeutuu. Koska Wilman käyttöönottamisesta on jo päätetty aiemmin, on Wilma mainittu myös viestintäsuunnitelmassa.

Viestintäsuunnitelmaan olen kirjannut että, rehtorin viestii yhdessä kunnan, koulutuslautakunnan, kunnanhallituksen, koulutoimen ja sivistysjohtajan kanssa. Koulusihteeri on myös yhteydessä koulutoimeen ja sivistysjohtajaan. Rahoituksesta, henkilöstön koulutuksesta, oppilaitoksen yhteishankkeista, henkilöstövaihteluista ja vanhempainiltoihin liittyvistä asioista tiedottamisesta vastaa rehtori. Koulusihteeri rehtorin ohjeistamana tiedottaa opetukseen liittyvistä asioista, oppilaitoksen tapahtumista sekä muista uutisista ja tapahtumista.

#### 4.7 Markkinointiviestintä ja PR

Markkinointiviestinnällä tarkoitetaan viestintää, joka kohdistuu yhteisön ulkoisiin sidosryhmiin. Markkinointiviestinnän tarkoituksena on saada aikaan välillisesti tai suoraan kysyntää tai kysyntään myönteisesti vaikuttavia ilmiöitä. Henkilökohtainen myyntietyö, suhdetoiminta eli PR, julkisuus ja sponsorointi, sekä menekin edistäminen ja mainonta ovat markkinointiviestinnän osatekijöitä. Yrityksessä ja ei-voittoa tuottavan organisaation markkinointiviestinnän kohteet ovat erilaiset. Kun yrityksen tavoite markkinointiviestinnän kautta on edistää tuotteiden ja palveluiden menekkiä, julkinen organisaatio tai järjestö puolestaan pyrkii vaikuttamaan ihmisten käyttäytymiseen, esimerkiksi noudattamaan nopeusrajoituksia tai liittymään jäseneksi. (Juholin 2006, 217.)

Juholinin (2006, 217) mukaan markkinointi ja markkinointi viestintä ovat osa yhteisöviestintää ja sen vuoksi perinteinen PR eli suhdetoiminta ja perinteinen markkinointi paljolti limittyvät. Juholin (2006, 217) mainitsee teoksessaan Lehtisen, jonka mukaan suurin ero PR:n ja markkinoinnin välillä on se, että käsitettä markkinointiviestintä käytetään yleisemmin liikeyritysten kuin julkisyhteisöjen yhteydessä. Lisäksi markkinointiviestintä käsittelee eri prosesseja tuotemarkkinoinnin näkökulmasta, ja PR puolestaan on osa organisaation yleistä toimintastrategiaa. Juholinin (2006, 217) mukaan Lehtonen korostaa, että PR:n kohteena ovat suhteet organisaation ja sen toimintaympäristön välillä, kun taas markkinointiviestinnän painopiste on yrityksen tuottamien hyödykkeiden kysynnän lisääminen viestinnän avulla. Lehtosen mukaan markkinoinnin ja PR:n ero on siinä, että markkinoinnin tehtävänä on ansaita rahaa lisäämällä organisaation tuotteiden ja palveluiden kysyntää, ja PR:n tehtävänä on säästää rahaa ja turvata organisaation toiminnan edellytykset vahvistamalla myönteisiä suhteita eri osapuolten kanssa. (Juholin, 2006, 217.)

Tervolan lukion markkinointiviestinnän pääkanavina toimivat opinto-ohjaaja ja lukion opiskelijat. Tervolan lukio ei ota osaa messuille tai mainosta itseään mediassa. Lähilukiona Tervolan lukion markkinoinnin kohderyhmä rajoittuu pääasiassa Tervolan Lapinniemen koululla peruskoulunsa päättäviin oppilaisiin. Opinto-ohjaaja yhdessä lukio-opiskelijoiden kanssa kertoo lukion tarjoamasta opetuksesta. Lukiota markkinoidaan mm. saavutetuilla ylioppilaskoetuloksilla. Lapinniemen koululla ja Tervolan lukiossa toimii sama opinto-ohjaaja, joten lukio-opetuksen markkinointi on tehokasta, sillä

markkinoija tuntee hyvin kohderyhmänsä, tietää kohderyhmän kiinnostuksen kohteet, opiskeluhaluuden ja resurssit.

Tervolan lukion markkinointiviestinnän ydinviesti on:

”Tervolan lukio on lähilukio, joka tarjoaa laadukasta lukio-opetusta.”

Viestintäsuunnitelmassa ohjeistan, että opinto-ohjaaja vastaa opetustarjonnan, jatko-opiskelumahdollisuuksien ja koulun tilojen markkinoinnista ja esittelystä opiskelijoille. Rehtori myös antaa tietoja opetustarjonnasta. Oppilaskunta vastaa opiskelijoiden kirjatilauksista. Opiskelijat kertovat lukiokokemuksistaan tuleville opiskelijoille.

#### 4.8 Kriisiviestintä

Yhteisön aineellisia tai aineettomia arvoja eli ihmisiä, kiinteistöjä, irtaimistoa tai mainetta uhkaavaa tapahtumaa kutsutaan kriisiksi. Se voi olla äkillinen onnettomuus tai hitaasti etenevä tapahtumaketju. Kriisi jättää aina jälkensä sen läpi käyneeseen yhteisöön ja maineen ja luotettavuuden takaisin hankkiminen vaatii paljon aikaa ja työtä. Yhteisön parasta kriisinhallintaa on maineesta ja vuorovaikutuksesta sidosryhmien kanssa huolehtiminen. Suuri osa organisaatioiden läpi käymistä kriiseistä on itse aiheutettuja, ja usein johtuvat kommunikoinnin puutteesta tai harkitsemattomuudesta. Kriisiviestinnän tulisi olla yhteisöviestinnän mukaista, mutta nopeampaa. (Juholin 2006, 299.)

Juholinin (2006, 300) mukaan kriisi ja poikkeustilanteissa voidaan viestiä sisäisesti ja ulkoisesti eri tavoilla. Jotkut vetäytyvät tilanteesta, eivätkä halua kommentoida tapahtunutta. Toiset taas vastaavat kysyttäessä, mutteivät kommentoi oma-aloitteisesti. Eräiden tavoitteena on saada toiset uskomaan omaa selitystä tapahtuneesta. Toiset taas ottavat asian heti esille ensimerkkien ilmaantuessa ja täydentävät tietoja sitä mukaa kun niitä saadaan.

Juholin (2006, 301) esittää teoksessaan Åbergin (1989) jaottelun kriisin käsittelystrategioista. Kriisin kiistomalli kiistää kaiken tapahtuneen. Kääntömalli myöntää kriisin olevan totta, mutta pyrkii syyllistämään ulkopuolisia tahoja. Vahvistusmalli myöntää tilanteen ja yrittää samalla vahvistaa toimintaa ja mainetta.

Kriisitilanteessa viestinnän on oltava nopeaa, oikeaa ja totuuden mukaista, uskottavaa, jatkuvaa ja johdonmukaista sekä eettistä ja yksilöä kunnioittavaa. Viestinnän oikeellisuuden vuoksi on tärkeä määritellä käytännöt, miten poikkeustilanteessa tulee toimia. (Juholin 2006 304 – 305.)

Tervolan lukiossa kriiseihin ja kriisiviestintään on valmistuttu laatimalla pelastussuunnitelma. Viestintäsuunnitelmassa ohjeistan, että pelastussuunnitelma on saatavilla opettajainhuoneessa ja se löytyy myös opetussuunnitelman liitteistä. Tervolan lukiossa on joka luokassa, sekä käytävissä poistumistietaulut, joihin on merkitty poistumistiet ja palosammuttimet. Sammuttimet on merkitty kyltein ja ne ovat helposti löydettävissä tarpeen vaatiessa. Nämä on myös kerrottu viestintäsuunnitelmassa. Viestintäsuunnitelmaan on lisäksi liitetty yleinen hätänumero sekä poliisin numero. Yleinen ohje on, että onnettomuustilanteessa viestintävastuu kuuluu pelastustöitä johtavalle viranomaiselle. Peruspalvelujen tuottamista koskevissa häiriöissä viestintävastuu on toiminnasta vastaavalla viranomaisella. Viestintäsuunnitelmassa olen maininnut, että kriisitilanteiden viestinnässä ensisijaista on nopeus, avoimuus, luotettavuus, tehokkuus ja selkeys.

#### 4.9 Resurssit ja budjetointi

Jo viestinnän suunnittelemisen aluksi on hyvä kartoittaa viestinnän resurssit. Juholinin (2006, 95) määritelmän mukaan resursseilla tarkoitetaan niitä aineellisia ja aineettomia voimavaroja, joita yhteisöllä on käytössään. Jotta organisaatio voi mahdollisimman tehokkaasti hyödyntää voimavarojaan kehittääkseen viestintäänsä, on tiedettävä viestinnän tavoitteet. Resurssit vastaavasti vaikuttavat siihen, onko tavoitteet saavutettavissa. Yrityksen resursseja ovat mm. ammatillinen osaaminen, tieto, teknologia, viestintäjärjestelmät ja raha.

Budjetti on yrityksen tai sen osaston toimintaa varten ajanjaksoittain laadittu euromääräinen toimintasuunnitelma. Budjetti on tavoitelaskelma, ja se tulisi olla kaikkien budjetin saavuttamisesta vastuussa olevien tiedossa. Budjetointi tarkoittaa budjetin laatimista ja sitä varten tarpeellisten vaihtoehtojen kartoittamista, vertailua ja valintaa. Määritellylle ajalle laadittu budjetti eli budjettikausi on yleensä yksi vuosi, joka jaetaan lyhyt-

kautisiin jaksoihin, esimerkiksi neljännesvuosiin tai kuukausiin. (Juholin 2006, 130 – 131.)

Tervolan lukion viestintäsuunnitelmasta käy ilmi, että viestintään käytettävät varat on sisällytetty normaaliin vuosibudjettiin. Viestinnän kustannukset ovat Tervolan lukiolla hyvin pienet ja viestinnän toteutumiskustannukset kertyvät lähinnä vanhempainiltoihin, opettajain ja johtokunnan kokouksiin sekä muihin tiedotustilaisuuksiin järjestetyistä kahvituksista. Wilman käyttöönotosta ei pitäisi koitua yllättäviä suuria kustannuksia, sillä lisenssi on hankittu jo aikaisemmin, joten kustannuksiin on varauduttu jo ennalta.

#### 4.10 Vastuut

Viestinnän vastuutahojen määrittäminen helpottaa ja selkeyttää jokapäiväistä toimintaa. Organisaation ylin johto ja johtoryhmä vastaavat kuitenkin viime kädessä organisaation viestinnästä. Ne voivat jakaa vastuuta edespäin toimintayksiköille, osastoille ja tiimeille. Viestinnän vastuun jakoa voidaan määritellä monin tavoin, kuten organisaation rakenteen mukaan toiminnoista tai sidosryhmistä käsin. Organisaation rakennelähtöinen ratkaisu määrittelee viestintävastuut esimerkiksi linjassa, jolloin kunkin linjan vastuullinen vetäjä vastaa oman linjansa viestintäratkaisuista ja toteutuksesta. Vaikka vastuut tuntuisivat itsestään selviltä, on ne kuitenkin hyvä kirjata suunnitelmaan. (Juholin 2006, 90.) Vastuiden ja oikeuksien määrittely ei saa kuitenkaan olla byrokraattista vaan kaiken on palveltava viestinnän tavoitteita ja periaatteita (Juholin 2006, 130). Juholinin (2006, 91) mukaan on yleisesti todettu, että jokaisella yhteisön jäsenellä on periaatteessa viestintävastuu, varsinkin kun tieto on kaikkien saatavilla. He ovat vastuussa tarvitsemansa tiedon hankkimisesta sekä myös tärkeän tiedon välittämisestä eteenpäin.

Juholinin (2006, 94) mukaan vuosien myötä on yhä yleisempää, että viestintää johdetaan johtoryhmästä käsin ja viestintäjohtaja on työryhmän jäsen. Kokonaisviestinnällinen katsantokanta takaa ajan tasalla olevan tiedon vaihdon viestinnästä vastaavien ja johdon välillä. Jotkut yhteisöt suosivat tapaa, jossa eri toiminnot vastaavat omasta viestinnästään, eli viestintä on erikoistunutta ja lohkoutunutta. Kun viestintää ei ole järjestetty koko organisaation laajuudessa, vaan eri yksiköt ja henkilöt hoitavat viestintää miten parhaaksi näkevät, puhutaan hajautetusta viestinnästä. Tervolan lukion

viestintäsuunnitelmassa viestinnän vastuutahot olen määritellyt tehtävineen jokaisen osa-alueen yhteydessä.

#### 4.11 Viestintäsuunnitelman palaute ja seuranta sekä voimassa olo

Tervolan lukion viestintäsuunnitelmassa olen kertonut, että viestinnän palaute ei ole tiettyyn aikaan sidottu, vaan perustuu jatkuvaan palautteen keräämiseen. Palautteen kerää koulusihteeri. Palautteen voi antaa suullisesti tai jättää kirjallisena palautelaatikkoon, nimellisenä tai nimettömänä.

Tervolan lukion viestintäsuunnitelma tulee voimaan vuoden 2012 alusta. Suunnitelma tarkistetaan säännöllisesti lukion johtokunnan kokouksen yhteydessä. Päivityksen hoitaa koulusihteeri johtokunnan toiveiden ja huomautusten mukaisesti.

## 5 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA

Tervolan lukion sisäinen viestintä on nykyisellään suhteellisen toimivaa. Mielestäni eri ryhmien tiedottamisen tasapuolisuuteen tulisi panostaa, sillä kuten SWOT-analyysistä kävi ilmi viestit eivät aina saavuta esimerkiksi siivoushenkilökuntaa. Koska lukion siivouksesta vastaa vakituisesti vain yksi henkilö voidaan tiedot mielestäni toimittaa hänelle tekstiviestinä tai soittamalla, sillä hän ei käytä sähköpostia. Yritysvierailijoiden välillä puhelut ovat ilmaisia, joten ylimääräisiä kuluja ei tiedottamisesta koidu.

Viestinnän odotetaan tehostuvan koulun ja kodin välillä, kun vuoden 2012 alusta on tarkoituksena ottaa käyttöön StarSoftin kehittämän Primus-ohjelman Internet-versio Wilma. Odotettavissa ja toivottavissa on, että Wilman myötä huoltajille suunnatun viestinnän tehostumisen johdosta SWOT-analyysissä ilmi tullut vanhempainiltojen vähäinen osallistujamäärä saataisiin kasvuun.

Tulevien opiskelija määrien kannalta ennustettavissa on, että Tervolan lukio tulee kokemaan haasteita opiskelijarekrytoinnin saralla tulevaisuudessa. Lukioon peruskoulun jälkeen hakeutuvien määrä on ollut laskussa koko 2000-luvun ajan (Kiuru 2011). Vuonna 2009 puolet Suomen peruskoulunsa päättäneistä jatkoi opintojaan lukioissa (Tilastokeskus 2010). Valtakunnallisesti ammatilliseen opetukseen hakeutuneiden määrä on vuosina 2006 – 2009 kasvanut noin 10 prosenttiyksiköllä (Kiuru 2011). Vuosien saatossa kasvanut toisen asteen ammatillisen koulutuksen suosio on näkynyt myös Tervolan lukion oppilasmäärissä. Tervolan lukio voisi ulkoiseen viestintään ja oppilaitoksen markkinointiin panostamalla saavuttaa näkyvyyttä ja kiinnostusta uusien opiskelijoiden piirissä.

Kuten Jukka-Pekka Puro teoksessaan *Onnistu viestinnässä* (2004, 106) huomauttaa, on tiedettävä mihin kehittämistoiminnalla pyritään, jotta viestinnän toimivuutta pystyttäisiin tehokkaasti kehittämään. Koska viestintä ja teknologian sille tarjoamat keinot kehittyvät ja uudistuvat nopeasti, voi kiivas innostuminen jostain yksittäisestä viestintäteknologian osa-alueesta saada todellisen kehitystavoitteen unohtumaan. Trendit ja yleinen ostokäyttäytyminen voivat saada organisaatioita hankkimaan esimerkiksi laitteistoa, mitä ei välttämättä tarvittaisi ja mihin kohdistetut resurssit olisi voitu käyttää organisaation kannalta tehokkaammin. Suunnittelematon

viestintälaitteiden ja sovellusten hankinta usein johtaa myös siihen, että resurssien kuluessa laitteiden ja sovellusten hankintaan, ei niinkään niiden hallintaan, uusien välineiden yleinen hallinta on riittämätöntä ja koko organisaatiolle suunnattua uutta teknologiaa hyödyntää vain tietty ryhmä tai pääkäyttäjä. Viestinnän kehittämisessä on aina hallittava kolme muutoksen tasoa: teknologinen muutos, käytäntöjen muutos sekä ajattelutapojen muutos. (Puro 2004, 106.)

## 5.1 Mainonta

Tähän asti Tervolan lukio ei ole ottanut osaa messuille tai mainostanut itseään mediassa. Vastatakseen tulevaisuuden haasteisiin lukion on ehkä kuitenkin kiinnitettävä enemmän huomiota markkinointiin. Mahdollisia mainonnan kanavia voisivat olla mm. messut, esitteet, julisteet ja vierailut oppilaitoksiin sekä vuosikertomuksen verkkojulkaisu. Mainontaa ei ole mainittu tekemässäni viestintäsuunnitelmassa, sillä sille ei vielä määritelty muotoa, aikataulua tai kartoitettu siihen varattavia resursseja. Mainonnan tullessa ajankohtaiseksi lisätään se varmasti viestintäsuunnitelmaan.

## 5.2 Sosiaalinen media osana viestintää ja markkinointia

Erityisesti nuoret käyttävät Facebookia päivittäin ja näkymällä sosiaalisessa mediassa Tervolan lukio pääsisi varmemmin osaksi keskustelun aihetta. Sosiaalisessa mediassa näkyvät ne yhteisöt joista puhutaan, jotka toimivat avoimesti ja vuorovaikutteisesti ja jotka tuottavat kiinnostavia, ainutkertaisia sisältöjä (Sosiaalinen media 2011).

Mielestäni Tervolan lukiossa sosiaalista mediaa voitaisiin hyödyntää esimerkiksi perustamalla Facebookiin virallinen julkinen ryhmä, joka tarjoaisi tietoa oppilaitoksen palveluista, laadukkaasta opetuksesta ja tapahtumista. Lukion opiskelijoilla olisi tilaisuus kertoa kokemuksistaan ja mahdolliset uudet opiskelijat, päättäjät ja yhteistyötahot voisivat halutessaan kommentoida ja kysyä lisätietoja. Tervolan lukion tulisi ottaa aktiivisesti kantaa keskusteluihin ja näin ollen syntyisi vuoropuhelua sidosryhmien välillä. Mahdollisuus kannattaisi käyttää hyväksi, sillä Tervolan lukiosta luultavammin keskustellaan jossain muodossa joka tapauksessa ja vaikka keskusteluja

ei voida hallita, niihin voidaan silti osallistua omalla äänellä. Lisäksi opiskelijat voisivat tehdä YouTubeen mainoksia.

Sosiaalista mediaa voitaisiin hyödyntää näkyvyyttä lisäämällä mm. opiskelijarekrytoinnissa ja tapahtumamarkkinoinnissa. Lisäksi sosiaalinen media on myös nopea tiedottamisen väline kriisitilanteissa. Sosiaalisen median hyötynä on myös sen kustannustehokkuus.

Facebookiin perustettavasta Tervolan lukion ryhmästä on keskusteltu, mutta päätöstä ryhmän perustamisesta ei ole vielä tehty. Vielä ei ole päätetty kuka ryhmää hallinnoi ja kuka tietoja päivittää, mitä tietoja jaetaan ja kenelle. Siksi tätä ei myöskään mainita viestintäsuunnitelmassa.

### 5.3 Verkottuminen

Manu Marttisen Polemiikille (2008, nro 4) kirjoittaman artikkelin mukaan pienten lukioiden yksi selviytymiskeino tulevaisuuden haasteita vastaan olisi verkottuminen muiden oppilaitosten kanssa. Tervolan lukio on vuosia harjoittanut yhteistoimintaa Lapin toisen asteen verkkokoulun kanssa. Tervolan lukion opiskelijoilla on mahdollisuus suorittaa mm. sellaisten vieraiden kielten verkkokursseja yhteistyöoppilaitoksissa, joita Tervolan lukiossa ei ole tarjolla. Ammattiopisto Lappiassa kaksoistutkintoa suorittavat voivat opiskella lukiokursseja Tervolan lukiossa.

Koska viestintäsuunnitelma on ensimmäinen laatuaan Tervolan lukiolla, ei siinä erikseen ole mainittu viestinnän kehitysideoita. Viestintäsuunnitelman tultua voimaan henkilökunta voi antaa uusia kehitysideoita osana palautetta kirjaamalla ne ylös tai kertomalla niistä julkisesti, jolloin ne voidaan ottaa huomioon. Uudessa viestintäsuunnitelmassa voisi olla oma kappaleensa esitetyille kehitysideoille joka esittelisi realistiset kehitysideat ja saisi ehkä aikaan keskustelua ja sen myötä uusia ideoita. Ideoiden suuruudesta riippuen toteuttamisesta päättäisi lukion rehtori tai johtokunta.

## 6 POHDINTA

Produktini, eli itse viestintäsuunnitelma syntyi melko helposti. Uskon, että asiaa auttoi huomattavasti se, että työskentelen Tervolan lukiolla ja olen tekemisissä viestinnällisten toimenpiteiden kanssa päivittäin. Lisäksi muiden yhteisöjen viestintäsuunnitelmien tutkiminen ja oman produktin huolellinen suunnitteleminen auttoi paljon. Mielestäni Tervolan lukion viestintäsuunnitelma on selkeä ja riittävän informatiivinen. Suunnitelmaan ei ole sisällytetty liikaa teoriaa, sillä arkipäivän viestinnän ohjeistusta suunnitelmasta hakeva ei ole kiinnostunut viestinnän teoriasta vaan juuri sen käytännöstä työyhteisössämme. Uskon viestintäsuunnitelman palvelevan Tervolan lukion henkilökuntaa tarpeen vaatimalla tavalla.

Toimeksiantajan pyynnöstä viestintäsuunnitelmaan ei ole sisällytetty liikaa tekstiä ja informaatiota. Ulkoasu ja rakenne on pyritty pitämään yhtenevänä ja helppolukuisena. Organisaatioviestinnän teoriaa on hyödynnetty mm. viestinnän osa-alueiden ja niiden tehtävien määrittämisessä sekä SWOT -analyysin laatimisessa. SWOT -analyysin tuloksia on pyritty ottamaan huomioon viestintäsuunnitelmaa laadittaessa. Muutostilanteissa henkilökunnan on helppo tarkistaa viestintää koskevat vastuunsa ja tehtävänsä kirjatusta viestintäsuunnitelmasta.

Koska produktini on Tervolan lukion ensimmäinen viestintäsuunnitelma, ei minulla ole ollut aiempaa suunnitelmaa mihin verrata, mitä päivittää ja kehittää. Tästäkin syystä viestintäsuunnitelma kehittyy vielä varmasti.

Työyhteisölle viestintäsuunnitelmaa ei ole vielä esitelty. Toimeksiantaja sen sijaan on ollut projektissa koko ajan mukana. Saamani palaute on ollut pelkästään myönteistä. Toimeksiantaja on nähnyt työn tarpeelliseksi ja työyhteisössä hyödynnettäväksi sellaisenaan. Toimeksiantaja on myös samaa mieltä siitä, että viestintäsuunnitelma on helppo päivittää ja siitä on helppo tarkistaa käytäntöjä. Toimeksiantajan mielestä viestintäsuunnitelma on laaja, ulkoasultaan selkeä ja sisällöltään helposti ymmärrettävä. Lisäksi sen katsotaan olevan erinomainen työkalu uusien yhteisön jäsenien perehdyttämisessä. Työn tulokset ovat siis täyttäneet toimeksiantajan odotukset erittäin hyvin.

Viestintäsuunnitelma tulee olemaan koko työyhteisön saatavilla. Suunnitelmaa tullaan käyttämään arkipäivän työkaluna sekä uusia työntekijöitä perehdytettäessä. Viestintäsuunnitelma tarkistetaan ja päivitetään tarpeen vaatiessa, mutta kuitenkin vähintään kerran vuodessa. Lukion johtokunta tarkistaa viestintäsuunnitelman ja toimittaa päivitettävät tiedot koulusihteerille.

Mikäli nyt alkaisin työstää produktiani, Tervolan lukion viestintäsuunnitelmaa, kyselin enemmän mielipiteitä työyhteisöltäni produktin laatimisvaiheessa. Lisäksi käyttäisin enemmän aikaa produktin raportoimiseen. Käytettävissä olleen ajan puitteissa ja toimeksiantajan tyytyväisyyteen vedoten olen myös tyytyväinen tuotokseeni ja uskon työlle asetettujen tavoitteiden täyttyneen.

## LÄHTEET

## Painetut

- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Tammi, Keuruu.
- Isohookana, Heli 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. WSOY, Juva.
- Juholin, Elisa 2006. 4. uudistettu painos. Communicare. WSOY, Porvoo.
- Juholin, Elisa 2008. Viestinnän vallankumous. WSOY, Juva.
- Kaloinen, Marja-Liisa & Suntinen, Reetta & Vallisaari, Mirja 2003. Viesti ja vaikutus. WSOY, Porvoo.
- Puro, Jukka-Pekka 2003. Työviestinnän kipupisteet: hallinta ja ratkaisut. Tammer-Paino Oy, Tampere.
- Puro, Jukka-Pekka 2004. Onnistu viestinnässä. WSOY, Juva.
- Vilkkä, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Tammi, Jyväskylä.
- Åberg, Leif 1997. Viestinnän strategiat. WSOY, Juva.

## Painamattomat

- Säteri, Riitta & Hosiokoski, Tiina 2008. Sisäisen viestinnän abc. Luettu 23.10.2011.  
<[http://tiedottaja.fi/wp-content/uploads/2010/02/Sisaisen\\_viestinnan\\_ABC\\_2008.pdf](http://tiedottaja.fi/wp-content/uploads/2010/02/Sisaisen_viestinnan_ABC_2008.pdf)>
- Hyvä perehdytys-opas. Lahden ammattikorkeakoulun julkaisu. 2007. Luettu 4.12.2011.  
<[www.lpt.fi/amk/julkaisu/perehdyttamisopas.pdf](http://www.lpt.fi/amk/julkaisu/perehdyttamisopas.pdf)>
- Keränen, Tiina & Ylenius, Jani 2007. Viestintästrategia ja viestintäsuunnitelma. Luettu 26.8.2011.<[http://www.tiedottaja.fi/wpcontent/uploads/2010/02/Opas\\_viestintastrategia\\_2007.pdf](http://www.tiedottaja.fi/wpcontent/uploads/2010/02/Opas_viestintastrategia_2007.pdf)>
- Kiuru, Ilpo 2011. Tervolassa rahat pannaan opetukseen. Nykypäivä 22, 5. Luettu 28.11.2011  
<<http://www.digipaper.fi/nykypaiva/67534/index.php?pgnumb=5>>
- Lehtonen, J. 1998. Yhteisöviestinnän johdantokurssin lukemistoa, käsikirjoitus. Jyväskylä.

kylän yliopisto, viestintätieteiden laitos. Luettu 12.9.2011.

<[http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/termikirjasto/sisainen\\_viestinta.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/termikirjasto/sisainen_viestinta.html)>

Marttinen Manu. Polemiikki uuden tiedon verkkopalvelu, nro 4, 2008. Verkosta apua pienlukioille. Luettu 30.8.2011

<<http://www.polemiikki.fi/lehdet/2008/numero-4/verkosta-apua-pienlukioille.aspx>>

Sosiaalinen media yliopistojen viestinnässä ja markkinoinnissa. Helsingin yliopisto 2011. Luettu 4.12.2011. <[http://www.helsinki.fi/viestinta-ja-yhteiskuntasuhteet/sosiaalinen\\_media.html](http://www.helsinki.fi/viestinta-ja-yhteiskuntasuhteet/sosiaalinen_media.html)>

Starsoft 2011. Luettu 11.11.2011. <<http://www.starsoft.fi/public/>>

Tervolan kunnan viestintäohje 22.10.2007. Luettu 1.10.2011.

Tervolan lukio 2011. Luettu 1.10.2011. <<http://www.tervola.fi/lukio/>>

Tervolan lukion opetussuunnitelma 13.5.2009. Luettu 1.10.2011.

Tilastokeskus, 9.12.2010, Koulutilastot 2010, Sekä peruskoulun 9. luokan päättäneiden että uusien ylioppilaiden välitön pääsy jatko-opintoihin oli vuonna 2009 edellisvuotta vaikeampaa. Luettu 31.8.2011

<[http://www.stat.fi/til/khak\\_2009\\_2010-12-09\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/khak_2009_2010-12-09_tie_001_fi.html)>

Tynkkynen, Johanna, Hill and Knowlton. Viestintästrategia. Luettu 25.8.2011.

<<http://www.mtl.fi/viestintästrategia>>

Ulkoinen viestintä – yhteistyösuhteiden hoitoa. Viestintä Kielipuu. Luettu 17.10.2011.

<<http://www.kielipuu.fi/palvelut/ulkoinenviestinta.html>>

Varajärvi, Essi 2011. Rehtori, Tervolan lukio, Tervola, 2011.