



Kehitysvammaisten Tukiliitto ry:n
VIESTINTÄSTRATEGIA
2007 – 2010



Viestintästrategia 2007 – 2010

1. Saatteeksi.....	3
2. Tiivistelmä Tukiliiton viestintästrategiasta.....	3
3. Nykytilan analyysi	3
4. Yhteisön toimintastrategia.....	5
5. Viestinnän resurssit.....	6
6. Strategiakauden päätavoitteet.....	6
7. Vuotuiset toiminnot.....	7
8. Käytännön viestintätyö, vastuut.....	7
9. Tulosten seuranta, mittarit, analyysi ja johtopäätökset	9
10. Lopuksi	10

Lisätietoja viestintästrategiasta antaa Kehitysvammaisten Tukiliiton viestintäyksikkö.

1. Saatteeksi

Kehitysvammaisten Tukiliiton viestinnän tehtävä on vahvistaa suvaitsevaisuutta yhteiskunnassa, lisätä päättäjien ja suuren yleisön tietoisuutta kehitysvammaisten ihmisten ja heidän perheidensä arjesta ja palvelutarpeista, varmistaa ajankohtaisen tiedon kulku jäsenistön keskuudessa ja tarjota kanavia kansalaistoiminnalle, edunvalvonnalle ja vertaistuelle.

Viestintästrategia pohjautuu Kehitysvammaisten Tukiliiton strategiaan.

2. Tiivistelmä Tukiliiton viestintästrategiasta

Tukiliiton viestintästrategia antaa näkemyksiä, ajatuksia ja työkaluja käytännön viestintätöihin Tukiliitossa ja sen jäsenpiireissä ja -yhdistyksissä. Strategia on toisaalta ”ohjelmajulistus” siitä, mikä Tukiliiton viestinnän tehtävä on ja toisaalta kokoelma käytännön apuvälineitä liiton, yhdistysten, piirien, vapaaehtoistoimijoiden ja työntekijöiden käyttöön.

3. Nykytilan analysointi

3.1. Kehitysvammaiset ihmiset ja heidän perheensä

Ihmisten erilaisuus on arvo. Olemme kaikki erilaisia ja siksi meidän on opittava elämään yhdessä ja arvostamaan erilaisuutta. Kehitysvammaisille ihmisille kuuluvat samat oikeudet kuin muillekin kansalaisille.

Heillä on oikeus elämään, vapauteen, onnen tavoitteluun ja yhdenvertaiseen kohteluun. Tämän kaiken täysimittaisen toteutumisen tiellä on yhä esteitä. Viestinnän tehtävä on edistää kaikkien yhteistä maailmaa murtamalla ennen kaikkea asenteellisia ja tiedollisia esteitä. Pelot, ennakkoluulot ja syrjintä vähenevät.

Tähän tähtää Tukiliiton julkinen viestintä.

Liiton sisällä haasteena on, että muuttuvassa maailmassa mahdollisimman moni perhe kokisi Tukiliiton omakseen. Diagnoosit tarkentuvat, ja liiton kohderyhmä – kehitysvammaisten perheet – pirstaloituu. Jäsenyys takaa perheille kuitenkin edelleen tuoreimman mahdollisen edunvalvonnallisen tiedon ja tuen.

Tukiliiton viestinnän tehtävä on koota liitossa syntyvä tietämys helposti ja ymmärrettävästi myös uusien perheiden ulottuville.

Tavoitteena on vahvistaa liiton jäsenissä tietoutta siitä, että jäsenyydellä on merkitystä.

Tavoitteemme on ohjata ja innostaa kehitysvammaisia ihmisiä tiedottamaan itselleen tärkeistä asioista.

3.2. Yhteiskunta ja media

Mediamailma on entistä kaupallisempi, nopeatempoisempi, viihteellisempi ja rikkonaisempi. Uutiskynnys on sitä vaikeampi ylittää, mitä suuremmasta välineestä on kyse. Kynnyksen ylittämiseksi pitää tehdä yhä lujemmin töitä; uutisiakin pitää osata markkinoida.

Valtavirrassa uivat parhaiten ”mediaseksikkäät” aiheet. Ne, jotka kohauttavat, koskettavat tunteita ja puhututtavat suuria massoja. Vaarana on, että sosiaalialan aiheet – esimerkiksi kehitysvammaisuus – marginalisoituvat, ulottuvat entistä harvemman tajuntaan. Haasteena on päästä mukaan myös valtavirtaan. Kilpailu ihmisten ajan- ja mediankäytöstä on koventunut, ja siksi jutuilta ja ohjelmilta vaaditaan iskevyyttä, koskettavuutta ja tuoreutta.

Ihmisen kokoiset tarinat ovat meidän vahvuutemme tässä kilpailussa. Erityisesti televisio etsii tunteita koskettavia jutunaiheita.

Monikaan media ei enää tavoita koko kansaa. On yhä useampia välineitä, kanavia ja ohjelmia, joista kukin valitsee sen, mikä juuri häntä miellyttää eniten.

Tukiliiton viestinnän tavoite on saada kehitysvammaisten ihmisten näkökulmasta nousevia asioita ja ajatuksia julkiseen keskusteluun, myös viestinnän valtavirtaan. Näin vahvistamme yhteisen ja erilaisuutta suvaitsevan (tai jopa arvostavan) maailman syntyä.

Viestinnän tavoitteena on selventää ja arkipäiväistä ihmisten kuvaa kehitysvammaisuudesta ja Tukiliitosta.

Tärkeää on, että tiedotusvälineissä käsitellään kehitysvammaisten ihmisten asioita samoin kuin muidenkin; kehitysvammaisiin ei suhtauduta holhoavasti tai säälien. On myös tärkeää, että kehitysvammaisten erityistarpeet ymmärretään oikein.

Tavoitteemme on, että Tukiliitto tunnetaan ja sitä arvostetaan yhteiskunnassa.

3.3. Organisaatioviestintä

Tukiliitossa haasteemme on organisaation sisäinen tiedonkulku ja yhteisen sävelen löytäminen.

Viestinnän tavoite on, että viestijöinä ja tiedottajina toimivat kaikki Tukiliitossa toimivat ihmiset: vapaaehtoistoimijat ja työntekijät.

Tavoitteena on, että kautta organisaation opitaan sujuvaan tiedonkulkuun. Palaverit, koulutustilaisuudet, sähköpostit, kirjeet, puhelinsoitot, ilmoitustaulut, kahvipöytäkeskustelut – kaikki ovat tiedonkulun tärkeitä kanavia. Avoimuus on kaikkien etu.

Liiton kotisivut keskustelufoorumeineen ja palautekanavineen tarjoavat tärkeän kanavan näkemysten jakamiselle ja tiedon välittämiseksi puolien ja toisten välillä.

Liiton yhtenäinen ilme on tärkeä. Liiton graafinen ilme uudistuu, ja sen toteuttamiseksi on tehty ohjeistus. Yhtenäinen ja selkeä graafinen ilme vahvistaa liiton uskottavuutta ja painoarvoa.

4. Yhteisön toimintastrategia

Kehitysvammaisten Tukiliiton strategia (Sadan askeleen strategia) hyväksyttiin vuonna 2005.

Sadan askeleen strategian avaintoiminnot ovat:

1. VAIKUTTAMINEN

- Asenteiden muutos
- Vammaispolitiikka
- Viestintä
- Kokeilu- ja kehittämistoiminta

2. KANSALAISTOIMINTA

- Vertaistuki
- Yhdistystoiminnan tukeminen
- Viestintä
- Kokeilu- ja kehittämistoiminta
- Verkostoituminen ja yhteistyö

5. Tukiliiton viestinnän resurssit

Tukiliitossa toimii viestintäyksikkö, jossa on kolme työntekijää: viestintäpäällikkö, tiedottaja ja osa-aikainen viestintäsihteeri. Erityisesti järjestöllisen viestinnän vahvistamiseen pyritään resurssien puitteissa.

5.1. Viestintäpäällikkö

Viestintäyksikön esimies on viestintäpäällikkö. Hän vastaa liiton kokonaisviestinnästä (sisäinen ja ulkoinen viestintä) ja koordinoi sitä sekä vastaa viestintäpolitiikan toteuttamisesta. Viestintäpäällikkö vastaa viestintäyksikön toimintasuunnitelman laatimisesta ja toteuttamisesta sekä yksikön taloudesta ja hallinnosta. Hän on Tukiviesti-lehden päätoimittaja. Viestintäpäällikkö on johtoryhmän jäsen.

5.2. Tiedottaja

Tiedottaja hoitaa liiton kokonaisviestintää (sisäinen ja ulkoinen viestintä) yhdessä viestintäpäällikön kanssa ja suunnittelee/toimittaa/taittaa liiton materiaaleja. Tiedottaja on Leija-lehden päätoimittaja.

5.3. Viestintäsihteeri

Osa-aikainen viestintäsihteeri kokoaa liiton toimintakertomuksen ja -suunnitelman tekstit, kirjoittaa ja hoitaa liittokokousasiakirjat, päivittää liiton kotisivuja, rakentaa kotisivujen sisältöjä, suunnittelee/toimittaa/taittaa liiton materiaaleja, kokoaa Tukiviestin yhdistysosiot ja osallistuu viestintäyksikön muihin töihin.

5.3. Tukiyhdistysten ja -piirien omat viestintäresurssit

6. Strategiakauden päätavoitteet

Viestintä on vahvasti mukana ja näkyvässä Tukiliiton strategiassa. Koska liiton strategia on kaiken toiminnan pohjana, toteutetaan sekä vuotuista että strategiakauden viestintää sen ehdoilla. Käytännössä tämä tarkoittaa viestinnän tehtäväkentässä:

- Toimimme ikkunana yhteiskunnan ja järjestön välillä.
- Nostamme esiin asioita, jotka vaativat reagointia.
- Tuotamme julkaisuja, joiden kautta kehitysvammaisten ihmisten ja heidän perheidensä ääni kuuluu yhteiskunnassa.

- Tiedotamme tehokkaasti ja rakennamme vuorovaikutusta järjestön yhteisen näkemyksen rakentamiseksi.
- Luomme rakenteita yhdistysten ja näiden jäsenistön mielipiteiden ja näkemysten keräämiseksi ja hyödyntämiseksi.
- Välineenä käytämme mm. Tukiviestiä, Leijaa, liiton kotisivuja, sähköpostia ja koulutusta.

7. Vuotuiset toiminnot

Viestintäyksikkö rakentaa vuotuista tiedotustaan liittokokouksessa hyväksytyn toimintasuunnitelman pohjalta.

Viestinnässä otetaan huomioon liiton painopistealueet. Yksikkö laatii myös oman, tarkennetun mutta myös joustavan vuosisuunnitelmansa.

Viestintäyksikön vuotuiset painopisteet ja suunnitelmat noudattavat liiton strategiaa ja painopisteitä. Liitto valitsee painopisteet vuosittain.

Vuotuiset painopisteet näkyvät Tukiviestin aihevalinnoissa, ja ne nostetaan esiin myös muille medioille suunnattavissa juttuideoissa. Myös Tukiliiton sisäisessä viestinnässä painopisteet näkyvät. Kotisivuilla toimivaan yhdistysosioon kootaan yhdistysten avuksi aiheista materiaalia. Tavoitteena on, että yhdistykset voivat hyödyntää alueellisessa ja paikallisessa viestinnässä esimerkiksi valmiita juttupohjia ja tiedotteita.

Viestintäyksikön vuosisuunnitelmassa otetaan huomioon vuoden tärkeimmät viestinnälliset tarpeet; näitä ovat olleet esimerkiksi Tukiviestin kehittäminen, kotisivujen uudistaminen ja yhteisöviestinnän tehostaminen.

8. Käytännön viestintätyö, vastuut

8.1. Tukiliiton viralliset lausunnot

Kehitysvammaisten Tukiliiton viralliset lausunnot julkisuuteen antaa liiton puheenjohtaja tai toiminnanjohtaja tai heidän valtuuttamansa luottamushenkilö tai työntekijä.

8.2. Tukipiirin/-yhdistyksen viralliset lausunnot

Tukipiirien ja -yhdistysten viralliset lausunnot annetaan piirissä/yhdistyksessä sovitun käytännön mukaisesti. On toivottavaa, että piirit/yhdistykset nimeävät piirin/yhdistyksen viestinnästä vastaavan henkilön.

8.3. Yhteinen vastuu

Viestintä on liiton strategiassa merkittävässä asemassa, ja siksi käytännössä viestijänä toimii koko kenttä – vapaaehtoistoimijat ja työntekijät. Kaikki ovat osaltaan vastuussa siitä, että tieto välittyy.

Johdonmukainen ja uskottava viestintä edellyttää, että kaikki viestijät perustavat viestinsä Tukiliiton strategiaan. Erityisen tärkeää tämä on, kun puhutaan julkisuudessa. Jos liiton asioista puhutaan strategian vastaisesti, on viestijän esiinnyttävä yksityishenkilönä, ei liiton/piirin/yhdistyksen toimijana.

Tukipiireissä/-yhdistyksissä on hyvä mahdollisuuksien mukaan laatia vuotuinen viestintäsuunnitelma. Siihen kootaan piirin/yhdistyksen vuoden tärkeimmät tapahtumat ja muut tiedotettavat asiat ja kunkin tapahtuman/asian viestinnän vastuuhenkilö. Jäsenistölle on tiedotettava selkeästi, keneltä saa tapahtumista/asioista lisätietoa. Yhteystiedot on pidettävä ajan tasalla – niin liiton kuin piirin/yhdistyksen rekistereissä ja kotisivuilla.

Jos yhdistyksen tai piirin tapahtumasta halutaan tiedottaa koko jäsenistölle (Tukiviesti, Leija, jäsenkirje, kotisivut), tulee tieto lähettää aluesihteerille.

Se, että yhdistyksissä ja jäsenistössä on suuret erot modernin viestintäteknikan käytössä ja osaamisessa, asettaa lisävaatimuksia viestinnälle. Esimerkkinä tästä on, että sähköpostiviestit eivät tavoita kaikkia, ja perinteistä kirjepostia tarvitaan edelleen.

8.4. Viestinnän suunnittelu ja koordinaatio

Tukiliiton viestinnän koordinoinnista ja suunnittelusta vastaa toiminnanjohtajan alaisuudessa viestintäpäällikkö. Viestintäpäällikön työtä tukevat tiedottaja, viestintäsihteeri, lehtien toimitusneuvostot sekä viestintätyöryhmä. Käytännön viestintätyön kulmakivinä ovat liiton kotisivut, lehdet Tukiviesti ja selkokielineen Leija (molemmat lehdet ilmestyvät kuusi kertaa vuodessa) ja jäsentiedotteet.

Tukiliiton työyhteisössä viestintää toteutetaan mm. viikoittaisen tiedotteen, joka toinen viikko kokoontuvan palaverin, sähköpostien ja aloitelaatikon välityksellä.

Tukiliiton ulkoisessa viestinnässä kiinnitetään erityistä huomiota siihen, että suvaitsevaisuus yhteiskunnassa vahvistuu. Tähän tähdätään tarjoamalla tiedotusvälineisiin aiheita ja ideoita kehitysvammaisille ja heidän perheilleen tärkeistä asioista.

9. Tulosten seuranta, mittarit, analyysi ja johtopäätökset

Viestinnän tuloksia on syytä seurata. Tiedottaminen ei hyödytä ketään, jos vastaanottaja ei saa viestiä, saa sen viällisenä tai liian myöhään tai ei ymmärrä sitä.

Viestintään liittyy aina kahdensuuntaisuus: viestillä on lähettäjä ja vastaanottaja. Vasta palaute kertoo, onko viesti mennyt perille ja onko siitä ollut hyötyä tai iloa.

9.1. Mittarit

Viestinnän onnistumisen seuraamiseen voidaan käyttää erilaisia mittareita. Niitä ovat koko liiton viestintää ajatellen esimerkiksi:

- kotisivujen kävijämäärät
- palautteet
- lehtien levikit
- itsearviointi
- palautekyselyt

Mediassa näkyminen (lehdistö/tv/radio-osumat) on selkeä mittari ulkoisen viestinnän onnistumisesta. Taloudellisista syistä mediaseurantaa ei voida toteuttaa valtakunnallisella tasolla.

Alueellisen viestinnän (piirit/yhdistykset) onnistumisen mittareina voidaan käyttää esimerkiksi:

- tapahtumien kävijämääriä
- palautekyselyjä
- paikallisissa medioissa näkymistä
- itsearviointia

9.2. Analyysi

Jotta viestinnän onnistumista voitaisiin mitata ja tuloksia analysoida/arvioida, on mittarit asetettava niin, että ne on yhteisesti (liitossa/piirissä/yhdistyksessä) sovittu ja ne ymmärretään samalla tavalla. On myös otettava huomioon, mitkä (taloudelliset ja osaamis-) resurssit analysointiin/arviointiin on käytettävissä ja palveleeko tulosten saaminen oikeasti toimintaa.

Analysoinnin tavoitteena on kehittää viestintää vastaamaan muuttuvia tarpeita. Sen tarkoituksena on toisaalta myös realistisesti miettiä, mihin muutokseen ja toimintaan resurssit riittävät, mitä priorisoidaan.

9.3. Johtopäätökset

Analyysi tuottaa johtopäätökset, joiden mukaan liiton/piirin/yhdistyksen viestintää suunnitellaan ja toteutetaan. Tavoitteena on ajantasainen, ymmärrettävä ja demokraattinen tiedonkulku liiton/piirin/yhdistyksen sisällä ja ympäröivän yhteiskunnan kanssa.

10. Lopuksi

Viestintästrategia on liiton viestinnässä sekä käytännön työkalu että ideologinen majakka. Viestinnän ja sitä ohjaavan strategian tärkein tavoite on varmistaa, helpottaa ja nopeuttaa tiedonvälitystä liiton/yhdistysten/piirien toimijoiden kesken sekä liiton/yhdistyksen/piirin ja ympäröivän yhteiskunnan välillä. Samalla viestintä osaltaan mahdollistaa ja toteuttaa Kehitysvammaisten Tukiliiton tärkeintä tavoitetta: Hyvä elämä kehitysvammaiselle ihmiselle ja hänen perheelleen.